

صعوبات العمل الإعلامي لدى المرأة الصحفية
بين الوضع المهني والعقلية المجتمعية - دراسة ميدانية

*Difficulties in media work among women journalists, between the
professional situation and the societal mindset - a field study*

رزويق ليليا¹

¹ جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة (الجزائر)، l.reziouak@univ-emir.dz

تاريخ النشر: 2020 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2020 / 06 / 27

تاريخ الإستلام: 2020 / 05 / 26

ملخص:

المتأمل في واقع التشريعات والقوانين مما له صلة بالعمل الصحفي في الجزائر منذ استقلالها إلى اليوم لا يجد ما يمنع المرأة حقا للدخول إلى المهنة بالتساوي مع جنس الذكور في الحقوق والواجبات، إلا أن دخول المرأة وخوضها تجربة العمل الإعلامي خاصة في قطاع السمي البصري تعد حديثة نسبيا وهذا ما يقودنا إلى البحث في مكانة الإعلامية الجزائرية في المشهد السمي البصري في الجزائر، وآليات تكيفها بين تأنيث المهنة الإعلامية وصراعها مع العقلية المجتمعية وهو ما سنحاول الوقوف عنده من خلال هذه الدراسة.
الكلمات المفتاحية: حضور المرأة الصحفية، الفضاء السمي البصري، الأداء المهني.

Abstract:

Notable the reality of legislation and laws that are relevant to the work of journalism in Algeria since its independence to this day does not find what prevents women from entering the profession equally with the sex of men in the rights and duties, but the entry of women and the experience of media work, especially in the audiovisual sector is relatively new What leads us to research the status of the Algerian media in the audiovisual scene in Algeria, and the mechanisms of adaptation between the feminization of the media profession and its conflict with the social mentality, which we will try to stand at him through this study.

Keywords: Women journalists' presence, Audiovisual space, Professional performance.

مقدمة

يعد موقع أو مكانة المرأة في أي مجتمع من المؤشرات المهمة التي تدل على إدراج العنصر النسوي في تطور المجتمع، فالمجتمعات المتحضرة والمتقدمة هي التي تفسح المجال للمرأة لأخذ دورها الكامل في بناء المجتمع، ولا يمكن لأي مجتمع أن يوسم بأنه متقدم أو يسير على طريق التطور عندما يكون مهمشا أحد ركائزه ألا وهو عنصر المرأة في مختلف المجالات فعلاقة المرأة بالعمل المهني علاقة حديثة النشأة، وخروج المرأة لميادين العمل المختلفة خارج منزلها في المجتمعات العربية، إنما تم تحت تأثير الاتصال بالحضارة الأوروبية في مطلع القرن العشرين فباتت المجتمعات العربية تعيش حراكا بأنساق مختلفة في سياق مجتمع المعرفة، وكان لمهنة الإعلام والاتصال الدور الأساسي والملموس في ترجمة مدى التحولات في الخطاب الإعلامي الاجتماعي ومدى إعادة الانتاج لخطاب ثقافي عائم كرس لسنوات طويلة للتمييز بين الجنسين فيظل العقبات المجتمعية المتعلقة بوعمها وإرادتها والبعض الآخر يتعلق بالمجتمع نفسه.

فالمرأة الجزائرية كغيرها من النساء لم تنتظر الحسم في الجدل الفكري حول تموقعها وأدوارها الاجتماعية، بل راحت تكتسح مختلف مجالات العمل منذ الاستقلال منها التعليمية، الصحية، القضائية، ... لتستطيع بذلك تحقيق أهدافها وتكرس حقوقها، ولم تكن المرأة الإعلامية بمنأى عن هذا العمل الإعلامي بمختلف أشكاله حيث لا يمكن أن نفهم تطور منزلة الصحفية والإعلامية بصفة عامة دون النظر إلى الظروف والسياقات المجتمعية ضمن آليات المناوأة بحقوق المرأة وتمكينها في ظل ظروف غير متساوية وغير عادلة مع نظيرها الرجل، حيث كان لمفهومي المكانة والموقع الاجتماعي وطأهما في توصيف التمييز الجنسي السائد والنظرة أو العقلية المجتمعية للمرأة الإعلامية والمتتبع الحضور في المشهد الإعلامي الجزائري يلاحظ تزايد إقبال النساء على ممارسة المهنة الصحفية في مختلف مؤسسات الإعلام الجزائرية خصوصا في قطاع السمعي البصري في السنوات العشر الأخيرة لذلك فليس من الغريب أن يحظى موضوع موقع المرأة الصحفية بالدراسة خاصة في ظل ازدياد الملتحقات بمناصب المسؤولية من جهة، وبين نظرة المجتمع بشأن إدراج العنصر النسوي في مهنة المتاعب من جهة أخرى.

1. إشكالية الدراسة

تعد وسائل الإعلام السمعية البصرية من أهم وسائل الاتصال وأقدرها على تشكيل الرأي العام تجاه القضايا المختلفة خاصة تلك العاكسة لطبيعة النظام الاجتماعي، ولما أصبحت المرأة طرفا أساسيا في عملية التنمية الشاملة فقد سعت الدول ومنها الجزائر إلى سن قوانين وإعداد مخططات تعتمد على إشراكها وإدماجها والإقرار بمكانتها في مجالات العمل المختلفة، منها المجال الإعلامي فتنامي الاهتمام بضرورة تشجيع المرأة وإتاحتها فرص العمل وترقيتها في مهنة المتاعب وشهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين وبداية هذا القرن عرف تطورا ملحوظا في مشاركة المرأة في المجال الإعلامي وانخراطها بالعمل الإعلامي لتجسد جدلية المرأة والإعلام "نصف المجتمع والسلطة الرابعة في الجزائر".

وغير بعيد عن موقع ومكانة الصحفية نجد مفهوم العقلية المجتمعية التي جسدت لفترة طويلة النظرة الدونية للمرأة على أنها ليست من مستوى الرجل على رغم العطاء الذي قدمته ولا زالت تقدمه. وإذا تحدثنا عن المرأة الإعلامية فيمكن القول أنها طالت من ضغوط اجتماعية ونظرة مهينة.

إن هذه الدراسة تحاول أن تطرح مرة واحدة كل الأسئلة التي ثارت في الفترة الأخيرة بشأن الإعلامية الجزائرية كقائمة بالاتصال في المؤسسة الإعلامية وإمكاناتها في السلطة الرابعة ضمن النظم الحديثة بعد السلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية من جهة وبين النظرة أو العقلية المجتمعية من جهة أخرى لذلك تسعى هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية :

- ما موقع الإعلامية الجزائرية في الفضاء السمعي البصري؟ وكيف توازن موقعها بين الوضع المهني والعقلية المجتمعية؟

2. تساؤلات الدراسة

- ما هو واقع حضور المرأة الصحفية بمؤسسات السمعي البصري؟ وهل تحظى بسلطة القرار ضمن هذه المؤسسات؟
- كيف ترى الصحفية الجزائرية موقعها في المؤسسة الإعلامية مقارنة بزميلها الصحفي؟
- كيف ترى الإعلامية الجزائرية العاملة في قطاع السمعي البصري نظرة المجتمع لها مقارنة مع زميلها الصحفي؟ هل هي نظرة تساوي وتكافئ فرص أم أنها نظرة تمييز؟

3. أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية :
- تحديد موقع المرأة الصحفية ضمن قطاع السمعي البصري الجزائري.
 - تهدف هذه الدراسة إلى إظهار أداء المرأة الصحفية من خلال الكشف عن مدى حضور المرأة وقضاياها في المشهد السمعي البصري.
 - التعرف على طبيعة علاقة الصحفيات مع زملائهم في الميدان.
 - معرفة طبيعة العوائق المهنية التي تواجه الصحفيات الجزائريات أثناء العمل.
 - معرفة موقع المرأة ضمن تأنيث المهنة من جهة والعقلية المجتمعية من جهة ثانية

4. أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من كونها تسلط الضوء على موقع الإعلامية الجزائرية ضمن قطاع السمعي البصري الذي يشهد في الآونة الأخيرة توظيف النساء بشكل متزايد مما يساعد مسؤولي وسائل الإعلام السمعية البصرية مستقبلا إلى الاستغلال الحسن لقدرات وأداء المرأة الصحفية.

كما تكمن أهمية الدراسة أيضا في كونها تتطرق إلى عنصر مهم وهو في العملية الإعلامية ألا وهو عنصر القائم بالاتصال خاصة وأنها تتناول فئة الصحفيات والعوائق التي تواجهها كقائم بالاتصال من جهة وبين النظرة المجتمعية التي رسخت لفترة طويلة فكرة التمايز الاجتماعي والثقافي والمهني بين المرأة والرجل.

5. تحديد مفاهيم الدراسة

إن تحديد مفاهيم الدراسة هو بمثابة ضبط المعنى في الموضوع المبحوث فيه، ويقصد بتحديد المفاهيم تبيان ما تعنيه من مقاصد وما تظهره من صفات، ويتضح المعنى عندما يعقله الانسان ويميزه عن غيره من الذي يشترك معه في الخصائص والصفات(1) وتتضمن دراستنا هذه المفاهيم الآتية :

حضور المرأة الصحفية : يقصد به مساهمة المرأة في حقل اتخاذ القرار بالمهنة الصحفية (2).

إجراء أثبات نقصد بحضورها ليس كمحتوى للمواد الإعلامية ولكن باعتبارها قائمة بالاتصال في قطاع السمعي البصري وركزنا في تعريفنا على معياريين :

- مساهمة المرأة في حقل اتخاذ القرار بالمهنة الصحفية.
 - المنافذ المهنية المفتوحة للإعلامية الجزائرية في التحرير المركزي أو التقديم أو المراسلة...
- الفضاء السمعي البصري: كل وسيلة إعلام مخالفة للإعلام الورقي الكتاب والجريدة أي أنها أي وسيلة إعلام تستخدم جهازا للتواصل(3).

إجرائيا نقصد بالفضاء السمعي البصري إجرائيا في هذه الدراسة هي المؤسسات التي تعمل بها الصحفيات عينة البحث وهي القطاع السمعي البصري الجزائري دون غيره. المتمثل في (إذاعة قسنطينة، إذاعة أم البواقي، إذاعة ميله، المحطة الجهوية للتلفزيون العمومي الجزائري بقسنطينة، مكتب وكالة الأنباء بقسنطينة، قنوات خاصة).
*الأداء المهني: تلك العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة، والتي تضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة والروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلاءم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية (4).

أما الأداء المهني فيعني إجرائيا في دراستنا أداء وإنتاج القائمة بالاتصال في قطاع السمعي البصري، وتعتمد كمؤشر للمفهوم الإجرائي حضور المرأة في التقديم والإنتاج والكتابة كأثر مباشر وأساسي لحضورها في المهنة.

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة

- **مجتمع البحث**: يعرف مجتمع البحث بأنه جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق معينة عنها، قد يكون مجتمع البحث أعداد كما هو الحال في تقييم مضمون وسائل الإعلام، كما قد يكون أشخاصا (أفراد)، وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج (5)، وبحكم موضوع دراستنا الذي يهتم بالإعلاميات الجزائريات، فينحصر مجتمع بحثنا في الصحفيات العاملات في قطاع السمعي البصري في المؤسسات المذكورة آنفا.

- **عينة الدراسة**: اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية يكون فيها الاختيار كيفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهدافه البحثية، وهي العينة التي يتم انتقاء مفرداتها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم (6)، وعلى هذا الأساس قمنا باختيار عينة قوامها 60 مفردة من مجتمع البحث موزعة بين المؤسسات الإعلامية السابقة.

7. منهج الدراسة وأدواتها

وتتعدد المناهج المعتمدة في البحوث العلمية باختلاف الموضوع المبحوث فيه وطبيعة الدراسة، وباعتبار دراستنا تنتمي إلى الحاضر القائم فإن أنسب المناهج لدراسة هذا النوع من المواضيع هو المنهج المسحي باعتباره الطريقة التي تمكن الباحث من التعرف والإلمام بالظاهرة أو القضية المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها في الحيز الواقعي (7).

وتعتبر أدوات جمع البيانات وطريقة تجميعها عنصر هام جدا لأنها هي التي ستحدد ما يمكن تحليله ضمن ما يمكن دراسته لأن دقة البحث العلمي مرتبطة أساسا بمدى فعالية الأدوات المستخدمة في جمع البيانات. واعتمدنا في دراستنا كأداة للبحث في موضوعنا على الاستمارة للتقصي (8).

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة استمارة الإستبيان لجمع البيانات من الصحفيات العاملات في قطاع السمعي البصري، واجتهدنا فيها قدر الامكان أن تكون الأسئلة ملمة بالموضوع وواضحة مراعين في ذلك الخطوات المنهجية المتعارف عليها في تصميم الأسئلة وقد تنوعت أسئلة الاستمارة بين المغلقة والمفتوحة ومتعددة الخيارات وترتيبها حسب أبعاد ومؤشرات الدراسة.

10. تفريغ وتحليل وتفسير البيانات

المحور الأول: يتعلق بتموقع المرأة الصحفية ضمن قطاع السمي البصري
جدول رقم 01: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الانتماء للمؤسسة الإعلامية

النسبة %	التكرارات	العينة
		مؤشرات
16.66%	10	إذاعة قسنطينة
16.66%	10	إذاعة سطيف
16.66%	10	إذاعة ميله
16.66%	10	المحطة الجهوية للتلفزيون العمومي الجزائري
16.66%	10	وكالة الأنباء
16.66%	10	قنوات أخرى
100%	60	المجموع

من خلال هذا الجدول نلاحظ تباين نسبة الصحفيات العاملات في قطاع السمي البصري حيث قدرت نسبة النساء الصحفيات العاملات في قطاع السمي البصري ب 50% موزعة على 16.66% بالنسبة للصحفيات العاملات في إذاعة قسنطينة و 16.66% بالنسبة للصحفيات العاملات بإذاعة أم البواقي الجهوية و 16.66% في إذاعة ميله، بينما مثلت النسبة المتبقية 50% نسبة الصحفيات العاملات في الفضاء السمي البصري وكانت بالتساوي 16.66% منهن العاملات بالتلفزيون العمومي و 16.66% منهن عاملات بالمكتب الجهوي لوكالة الأنباء الجزائرية و 16.66% منهن عاملات بقنوات تلفزيونية مستقلة.

جدول رقم 02: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وظيفة المسؤولية أو المنصب المهني

النسبة %	التكرار	العينة
		البدائل
5%	3	رئيسة منسقة بقسم التحرير
5%	3	مسؤولة نشر
60%	36	التقديم الصحفي
20.66%	16	مراسلة
3.33%	02	الإخراج
100%	60	المجموع

بينت نتائج المسح الميداني تمركز أغلب صحفيات عينة الدراسة في التقديم الصحفي بنسبة 60% بينما قدرت نسبة اللواتي يعملن بمنصب المراسلة بنسبة 20.66%، أما المنصب الذي تستحوذ المرأة الصحفية ضمن رئاسة أو منسقة تحرير فقد قدرت ب 5% وهي نفس النسبة التي سجلت عند مسؤولة نشر، أما منصب المسؤولية في الإخراج فقد قدرت ب 3.33%.

جدول رقم 03: يوضح تخصصات الدراسة بالنسبة للإعلاميات

النسبة	التكرار	التخصص العينة
69%	39	إعلام واتصال (صحافة)
20%	12	لغات أجنبية
10%	06	حقوق وعلوم سياسية
3.33%	02	أدب عربي
1.66%	01	تخصصات أخرى
100%	60	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب تخصصات الدراسة حيث نلاحظ أن نسبة صحفيات العينة كان تخصصهم إعلام واتصال وهم إعلاميات متخرجات من كلية الصحافة ومعاهدها وذلك بنسبة 65% أما والنسبة التخصصات الأخرى فقد سجلت على التوالي 20% بالنسبة لتخصص اللغات الأجنبية و 10% بالنسبة لتخصص علوم سياسية وحقوق و 3.33% بالنسبة لتخصص الأدب.

جدول رقم 04: يوضح سنوات خبرة الصحفيات عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	البدايل العينة
36.66%	22	أقل من 05 سنوات
39.33%	23	من 05 إلى 10 سنوات
21.66%	13	من 10 إلى 20 سنة
3.33%	02	أكثر من 20 سنة
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبينت نسب خبرة الصحفيات في المؤسسة الإعلامية، حيث سجلت نسبة الصحفيات اللواتي يملكن الخبرة في العمل الإعلامي من 05 إلى 10 سنوات ب 38.33% تليها نسبة اللواتي تتراوح خبرتهن في العمل أقل من 05 سنوات بنسبة 36.66%، ثم نسبة 21.66% للواتي تتراوح خبرتهن من 10 إلى 20 سنة تليها نسبة 3.33% للواتي لهن خبرة مهنية تتراوح أكثر من 20 سنة .

المحور الثاني: يتعلق بعلاقة الصحفيات مع زملائهم الصحفيين الرجال في العمل

جدول رقم 05: يوضح تقييم الصحفيات الجزائيات العلاقة مع زملائهم الصحفيين الرجال في العمل

النسبة %	التكرار	العينة الإجابة
25%	15	جيدة جدا
41.66%	25	جيدة
33.33%	20	حسنة
00%	00	سيئة
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم الإعلاميات يرون أن علاقتهن مع زملائهم الرجال في العمل جيدة والتي قدرت ب 41.66% ونسبة الصحفيات اللواتي وصفن العلاقة بالزملاء في العمل بصفة جيدة جدا ب 25% وحسنة بنسبة 33.33%، فيما انعدمت نسبة الإجابة بسيئة، من هنا نستنتج أن النظرة السابقة للمرأة

الصحفية من طرف زملائها في العمل قد تغيرت حيث زالت الهوة بين الجنسين في مناخ مهني وهذا ما يوضح علاقتها الجيدة مع زميلها في العمل.

الجدول رقم 06: يوضح مدى تلقي الصحفيات لمضايقات من قبل زملائهم في العمل

النسبة %	التكرار	العينة الإجابة
93.33%	56	لا
6.66%	04	نعم
100%	60	المجموع

يتبين من خلال هذا الجدول أن نسبة الصحفيات اللواتي لم يتلقين مضايقات من طرف زملائهم في العمل هي أكثر من نظيراتها ممن تلقين مضايقات في العمل، حيث قدرت نسبة الصحفيات اللواتي لم يتعرضن لمضايقات من زملائهم بالعمل ب 93.33% فيما أن فقط تعرضن لمضايقات من زملائهم في العمل وقد قدرت نسبتهم ب 6.66% وهي نسبة ضئيلة جدا.

المحور الثالث: يتعلق بموقف الصحفية الجزائية من العقلية المجتمعية لها كمهنة

جدول رقم 07: يبين مدى تعرض الصحفيات لصعوبات أو مضايقات أثناء أداء المهنة لتغطية الأحداث

النسبة %	التكرار	العينة الخيارات
35%	21	نعم
65%	39	لا
100%	60	المجموع

يتبين من خلال نتائج الجدول أن نسبة تعرض الصحفيات لمضايقات أو صعوبات أثناء ممارسة المهنة بلغ 35%، فيما أجابت 65% من الصحفيات ب لا أي أنهن لم يتعرضن لمضايقات. نستنتج من خلال نتائج الجدول أن النظرة للمرأة تغيرت حيث أصبحت ينظر إليها على أنها نصف المجتمع ومكملة لزميلها الصحفي.

جدول رقم 08: يبين طبيعة الصعوبات التي تعرضت لها الصحفيات أثناء تغطية الأحداث

النسبة %	التكرار	العينة الخيارات
38.09%	08	عنف لفظي (شتم)
19.04%	04	عنف جسدي (ضرب)
28.57%	06	تحرش جنسي
14.28%	03	صعوبات أخرى
100%	21	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 38.09% تعرضن للعنف الرمزي أو اللفظي أثناء تغطية الأحداث، فيما تعرضت 28.57% منهن إلى التحرش الجنسي والاستهزاء بهن، فيما تعرضت 19.04% للعنف الجسدي أثناء تغطيتهن للأحداث، فيما أجابت 14.28% أنهن تعرضن لصعوبات أخرى تمثل في الطرد وإحراجهن بكلمات جارحة.

جدول رقم 09: يوضح موقف الصحفية من خلال نظرة المجتمع لها مقارنة مع زميلها الصحفي:

النسبة %	التكرار	العينة الخيارات
41.66%	25	متساوية في الحقوق مع الصحفي
50%	30	غير متساوية مع الصحفي
8.33%	05	دون إجابة
100%	60	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول تباين إجابات أفراد العينة حول موقف الصحفية من خلال نظرة المجتمع لها مقارنة مع زميلها الصحفي الرجل من حيث الحقوق حيث أجابت 50% أنها غير متساوية في الحقوق مع نظيرها الصحفي، فيما أجابت 41.66% أنها متساوية في الحقوق مع زميلها الصحفي مما يدعم تقارب النتائج، في حين كانت نسبة 8.33% بدون إجابة.

11. نتائج الدراسة

- طرح المشهد السمعي البصري في الجزائر نماذج وصور لإعلاميات جزائريات من نوعية مهنية فاحترفن جدار التمييز وحركن الجمود مبرهنات على أنهن قادرات على أداء مهنتهن بكفاءة في بيئة إعلامية لها ضوابطها المهنية محققات بذلك إضافة لنضال الإعلاميات.
- دخلت الإعلامية الجزائرية سباق المحترفين ولفت أداؤها ومسارها المهني في تقلد مختلف مناصب المسؤولية المهنية وسجلت حضورا في التقديم الصحفي بنسبة 60% ورياسة التحرير بنسبة 5% ومراسلة بنسبة 26.66%. وهو ما يحسب لها في الأداء والاحترافية المهنية
- أغلبية المهنيات الجزائريات عينة الدراسة هن متخرجات من معاهد وكليات الصحافة. وهذا ما يفسر تزايد نسب التخصص نحو كليات ومعاهد وأقسام الإعلام منذ النصف الثاني من القرن الحالي، وما يؤكد على تزايد أهمية تخصص الإعلام والاتصال كحقل معرفي وتخصص مهني وأكاديمي.
- أغلبية الصحفيات عينة البحث ترين أن نظرة المجتمع إلى مهنتهن قد تغيرت نوعا ما عكس النظرة التي سادت في الأعوام الماضية، التي كرسست تفوق المرأة على الرجل في مختلف الميادين ومنها الميدان الإعلامي، فطبيعة النظرة أو العقلية المجتمعية تغيرت للمرأة الإعلامية وفق السياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية، وهذا ما يعكس تبلور الفكر المجتمعي للمرأة بوصفها نصف المجتمع.

توصيات

إن استقراء الواقع واستشراف المستقبل في مسائلة موضوع موقع الإعلامية الجزائرية، ضمن المشهد السمعي البصري بين الوضع المهني والعقلية المجتمعية يضع أمام الإعلاميات بصفة عامة تحديات جديدة لإثبات مكانتها وتثبيت مفردات جديدة في العمل الإعلامي في استحداث أدوات العمل وتنوع المضامين في الاذاعة أو التلفزيون، وبدوره يضيف عبئا آخر على الإعلاميات اللواتي لا يتمتعن كلهن بفرص متساوية مع زملائهن في التدريب والتأهيل ويتحتم عليهن التمكن من أسباب المنافسة، بغض النظر عن التمييز والمناخ داخل المؤسسة الإعلامية من جهة أو خارجها من جهة النظرة المجتمعية لها، كما ينبغي على الإعلاميات الجزائريات تطوير التكوين الأكاديمي والميداني وفقا للمستجدات التي فرضتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومسيرة مختلف التغييرات الحديثة التي فرضتها بيئة الإعلام الإلكتروني، حتى يكون مستوى الأداء المهني في مستوى تطلعات الجمهور الجزائري خاصة والجمهور العام.

قائمة المراجع

1. وحيد تاجي، جمهور صحافة الإثارة في الجزائر – السمات العامة وعادات القراءة، رسالة ماجستير قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 2008، 3-2009 ص 41
2. عبد العزيز بوصفط، المرأة الصحفية في الجزائر – الحضور والأداء-دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية خلال الفترة من 1-11 الى 25-02 2005، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2005-2006.
3. انظر الموقع التالي على شبكة الانترنت <https://ar.wikipedia.org/wiki/>: تاريخ التصفح 2017/01/18 على الساعة 23:00.
4. أمين منصور وافي، الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2006، ص 125.
5. أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 19.
6. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص 206.
7. سمير محمد حسين، مرجع سبق ذكره.
8. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط 2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 109.
9. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 141.
10. زينب منصور، الإعلام وقضايا المرأة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 106
11. موقع الإذاعة الجزائرية، المرأة الجزائرية تحتل مكانة أكثر من مشرفة في قطاع الاتصال 2016/10/17، تاريخ الولوج 2018/02/14 على الساعة 12:36.