

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

مَسْأَلَةُ الْهُوِيَّةِ الثَّقَافِيَّةِ لِلْمَرْأَةِ الْجَزَائِرِيَّةِ مِنْ خِلَالِ الصَّحَافَةِ النِّسَائِيَّةِ

– دِرَاسَةٌ وَصَفِيَّةٌ تَحْلِيلِيَّةٌ لِمَجْمُوعَةِ الْمَجَلَّاتِ النِّسَائِيَّةِ –

مِنْ جَانِبِي إِلَى غَايَةِ دِيَسَمْبَرِ 2018

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص: الصحافة المكتوبة والمليتميديا

إشراف

إعداد الطالبة

أ.د/ أحمد فلاق

نفيسة ميزاب

أعضاء لجنة المناقشة:

أ.د نبيلة بوخبرة – أستاذة التعليم العالي، جامعة الجزائر 3 – رئيسة

أ. د أحمد فلاق – أستاذ التعليم العالي، جامعة قنراست – مشرفاً ومقرراً

د. حسيبة قيدوم – أستاذة محاضرة (أ)، جامعة الجزائر 3 – عضواً مناقشاً

د. رشيدة بشبش – أستاذة محاضرة (أ)، جامعة الجزائر 3 – عضواً مناقشاً

د. دليلة عامر – أستاذة محاضرة (أ)، جامعة الجزائر 3 – عضواً مناقشاً

العام الجامعي 2024-2025

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

مَسْأَلَةُ الْهُوِيَّةِ الثَّقَافِيَّةِ لِلْمَرْأَةِ الْجَزَائِرِيَّةِ مِنْ خِلَالِ الصَّحَافَةِ النِّسَائِيَّةِ

– دِرَاسَةٌ وَصَفِيَّةٌ تَحْلِيلِيَّةٌ لِمَجْمُوعَةِ الْمَجَلَّاتِ النِّسَائِيَّةِ –

مِنْ جَانِبِي إِلَى غَايَةِ دِيَسَمْبَرِ 2018

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص: الصحافة المكتوبة والمليتميديا

إشراف

إعداد الطالبة

أ.د/ أحمد فلاق

نفيسة ميزاب

أعضاء لجنة المناقشة:

أ.د نبيلة بوخبرة – أستاذة التعليم العالي، جامعة الجزائر 3 – رئيسة

أ. د أحمد فلاق – أستاذ التعليم العالي، جامعة قنراست – مشرفاً ومقرراً

د. حسيبة قيدوم – أستاذة محاضرة (أ)، جامعة الجزائر 3 – عضواً مناقشاً

د. رشيدة بشبش – أستاذة محاضرة (أ)، جامعة الجزائر 3 – عضواً مناقشاً

د. دليلة عامر – أستاذة محاضرة (أ)، جامعة الجزائر 3 – عضواً مناقشاً

العام الجامعي 2024-2025



رسالتي إلى كل طالب علم...

"إِنَّ فِي الصبر قوَّةً خفيَّةً، وفي الإيمان نورًا يبدد العثرات، وفي اليقين جناحين يحلقان بك إلى ما حسبت يومًا بعيدًا أو مستحيلًا. وهذه الصفحات ليست سوى ثمرة لتلك المعادلة البسيطة ودليلاً على أَنَّ المستحيل يصبح ممكنًا متى اجتمع الصبر والإيمان واليقين".

نفسية

كلمة امتنان وعرfan

الحمد لله العليّ العظيم الذي وفق وأعان، فبنعمته تتمّ الصالحات، وبتوفيقه تتحقق الغايات.

إن هذه الأطروحة ليست مجرد عمل أكاديمي، بل ثمرة سنوات من الصبر والإصرار، وما كان لها أن ترى النور لولا فضل الله أولاً، ثم ما حظيت به من دعم كريم ومساندة صادقة من أساتذة أجلاء وأشخاص أوفياء.

أتوجه بخالص الامتنان والعرفان إلى أستاذي المشرف الفاضل الأستاذ الدكتور أحمد فلاق الذي لم يكن مجرد مشرف أكاديمي، بل كان سنداً إنسانياً قبل أن يكون مرشداً علمياً. لقد فتح لي باب الأمل بعد فترة انقطاع، واحتضن خطواتي الأولى بعطفه وتفهمه، ثم وجّهني بعلمه وخبرته، فكان لتشجيعه وأثره العميق دور حاسم في أن أستعيد ثقتي بنفسي وأمضي قدماً في هذا العمل. فله مني خالص الشكر والدعاء، سائلةً المولى أن يجزيه عني خير الجزاء.

ولا يفوتني أن أرفع جزيل الشكر والامتنان إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم بقبول مناقشة هذا العمل وتقييمه بما يعكس حرصهم على الارتقاء بالبحث العلمي.

وختاماً، أجدد شكري العميق إلى كل من كان عوناً وسنداً في هذا المسار العلمي، وأرجو أن يكون هذا العمل لبنة تُضاف إلى صرح البحث الأكاديمي في مجال الإعلام والهوية الثقافية.

نفيسة ميزاب

إهداء

"المغلوب مولعٌ أبدًا بالافتداء بالغالب في شعاره وزِيّه ونحلته وسائر أحواله وعوائده."

ابن خلدون، المقدمة

إلى كل من ظلّ متمسكًا بهويته في زمن التغيّر والتشظي،

وإلى من رفض أن يكون صدى لغيره فصار صوتًا لنفسه.

إلى الجزائر، وطن الهوية والعزّة.

إلى المرأة الجزائرية، في صبرها وكبرائها وجهادها الصامت.

إلى والديّ العزيزين، رمز القوة والعطاء.

إلى ابني محمد يزن، نبع الأمل المتجدد.

إلى إخوتي وأخواتي، سندي الدائم في مسيرة الحياة.

إلى أساتذتي الكرام الذين كانوا لي عونًا ودعامة،

وإلى أصدقائي الذين منحوني المساندة والاحتواء.

وأخص بالذكر من كان لي نورًا صامتًا حين خفت النور.

نفيسة

خطة الدراسة

خطة الدراسة

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً- الإطار المفاهيمي

- إشكالية الدراسة
- تساؤلات وفروض الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- تحديد مفاهيم الدراسة

ثانياً - الإجراءات المنهجية للدراسة

- نوع الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- الأساليب الإحصائية للدراسة

ثالثاً - الدراسات السابقة والأطر النظرية للدراسة

- الدراسات السابقة
- الأطر النظرية
- ✓ نظرية الغرس الثقافي
- ✓ نظرية الهيمنة الثقافية
- ✓ نظرية التمثيل الثقافي

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المبحث الأول: الإطار النظري للثقافة: المفاهيم والمقاربات

المطلب الأول: مفهوم الثقافة: التأصيل النظري والتاريخي

المطلب الثاني: الثقافة في علاقتها بالمفاهيم البنيوية: الحضارة، الإيديولوجيا، الهوية، الشخصية والمجتمع

المطلب الثالث: أنماط الثقافة ومكوناتها الأساسية

المطلب الرابع: أدوارها الثقافية في البناء الاجتماعي والتواصل

المطلب الخامس: التنشئة الثقافية والإعلام: جدلية التأثير والتشكيل

المبحث الثاني: الهوية الثقافية: بين الذات والموضوع، المستويات والمقومات

المطلب الأول: مفهوم الهوية: التحديد النظري والمقاربات المعرفية

المطلب الثاني: مفهوم الهوية الثقافية: التأصيل والمقاربات

المطلب الثالث: مستويات الهوية الثقافية: من الفرد إلى الجماعة

المطلب الرابع: الأبعاد الاجتماعية والثقافية والرمزية للهوية الثقافية

المطلب الخامس: الأسس البنيوية للهوية الثقافية

المبحث الثالث: الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية: مقارنة نظرية

المطلب الأول: المرجعية السوسيو-تاريخية للهوية الثقافية الجزائرية

المطلب الثاني: المرأة الجزائرية كفاعل ثقافي: حاملة للهوية وممارسة لمقوماتها

المطلب الثالث: ديناميكية الهوية وتعدد روافدها في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المطلب الرابع: الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في ظل العولمة: بين التأثير والتفاوض

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصحافة المتخصصة

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المتخصصة: النشأة والسياقات المؤثرة

المطلب الثاني: الخصائص العامة والأنماط المعرفية للصحافة المتخصصة

المطلب الثالث: وظائف الصحافة المتخصصة في الإعلام المعاصر: الاتصالية والمعرفية

المطلب الرابع: مقومات الصحافة المتخصصة: البنية، الأدوات والمهارات

المبحث الثاني: الصحافة النسائية ضمن منظومة الصحافة المتخصصة

المطلب الأول: مفهوم الصحافة النسائية: النشأة، التطور، والتأثير النظري

المطلب الثاني: أنواع الصحافة النسائية والاتجاهات التحريرية السائدة

المطلب الثالث: الخصائص النوعية والمضمونية للصحافة النسائية

المطلب الرابع: أدوار الصحافة النسائية في تشكيل الوعي النسوي: بين الوظيفة والواجب

المبحث الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية من النشأة إلى التحديات الراهنة

المطلب الأول: الجذور التاريخية للصحافة النسائية الجزائرية ودور الحركات النسوية في تحولات

الخطاب النسائي

المطلب الثاني: الهوية التحريرية والبصرية للصحافة النسائية الجزائرية: نماذج مختارة

المطلب الثالث: التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية الوطنية: بين الموروث والحداثة

المطلب الرابع: التحديات المهنية والسوسيوقافية للصحافة النسائية الجزائرية: من الورقي إلى الرقمي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: الهوية المؤسسية لمجلتي "دزيريات" و"موعد حواء"

المطلب الأول: الهوية المؤسسية لمجلة "دزيريات"

المطلب الثاني: الهوية المؤسسية لمجلة "موعد حواء"

المطلب الثالث: عينة الدراسة وتوزيع الأعداد

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية لمجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» من حيث الشكل

المطلب الأول: التصميم والتخطيط

المطلب الثاني: التوجه البصري الرمزي

المطلب الثالث: شكل ظهور المادة الصحفية

المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية لمجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» من حيث المضمون

المطلب الأول: مضامين الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية المطروحة في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة

المطلب الثاني: استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة

المطلب الثالث: البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الهوياتي للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة

المطلب الرابع: النتائج العامة للدراسة والقراءة النقدية للصحافة النسائية الجزائرية

التوصيات

خاتمة

قائمة الجداول

قائمة الجداول

- جدول (1): الأسس البنيوية للهوية الثقافية-----97
- الجدول(2): مقارنة بين الأنواع الصحفية في الصحافة النسائية-----170
- جدول (3): تكرار ظهور القضية الفلسطينية في مجلة الجزائرية (1982-1991)-----188
- جدول (4) تطور الخطاب الإعلامي عبر الأعداد المحللة من مجلة الجزائرية-----189
- جدول (5) تكرار الأنواع الصحفية المستخدمة في مجلة الجزائرية-----192
- الجدول (6): تغيير المحتوى التحريري عبر الزمن في مجلة الجزائرية-----196
- جدول (7) مقارنة بين مجلة "الجزائرية" ومجلة "البسمة" خلال فترة الأحادية الحزبية-----198
- الجدول (8): الفرق بين الخصائص المضمونية والتحريرية في فترتي الأحادية والتعددية الحزبية
-----210
- الجدول (9): الفرق بين الخصائص الشكلية والإخراجية في فترتي الأحادية والتعددية الحزبية -211
- جدول(10): مقارنة للتمثيلات الثقافية والبصرية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية بين فترة
الأحادية والتعددية الحزبية-----217
- الجدول(11): توزيع أعداد العينة البحثية حسب المجلة وتاريخ الصدور(2018)-----235
- الجدول (12): فئة صفحة النشر-----236
- الجدول(13): فئة مساحة النشر-----239
- الجدول(14): فئة موقع المحتوى في الصفحة-----241
- جدول(15): فئة الرصد الكمي لفئة العناوين-----245
- جدول (16): فئة العناوين حسب الشكل-----247
- جدول (17): فئة العناوين حسب المضمون-----250
- جدول (18): فئة العناوين حسب الدلالة الرمزية-----253

258	الجدول (19): فئة التصنيف العام للصور
260	جدول (20): فئة الصور من حيث النوعية
263	جدول (21): فئة الصور من حيث المضمون
267	الجدول (22) الصور من حيث الحمولة الثقافية
271	جدول (23): فئة الصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي
274	جدول (24): توزيع الألوان حسب مواضع توظيفها ودلالاتها في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»
282	جدول (25): فئة جماليات التناول البصري لتقديم قضايا الهوية الثقافية
285	جدول (26): فئة القالب الصحفي المعتمد في تقديم قضايا الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية
291	جدول (27): فئة الرصد الكمي للمواضيع في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة
294	الجدول (28): فئة مسائل الهوية الثقافية المطروحة في عينة الدراسة
299	الجدول (29): فئة عمق معالجة مسائل الهوية الثقافية بعينة الدراسة
303	الجدول (30): فئة المسائل اللغوية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة
309	جدول (31): فئة المسائل الدينية في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة
314	جدول (32): فئة مسائل الرموز الثقافية التقليدية في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة
318	جدول (33): فئة المسائل التاريخية في الخطاب الإعلامي لمجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»
322	جدول (34): فئة التمثيلات القيمية في مسائل الهوية الثقافية بعينة الدراسة
331	جدول (35): تمثيلات المرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة
338	جدول (36): فئة التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة
345	جدول (37): فئة تمثيلات الخطاب الإعلامي وأهدافه في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية
353	الجدول (38): فئة تمثيلات تكرار الرسائل في الخطاب الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة

- جدول (39): الاستمالات الخطابية في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة - 358
- جدول (40): فئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي بعينة الدراسة:----- 364
- جدول (41): فئة القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي لمسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في
عينة الدراسة:----- 371
- جدول (42): فئة مصدر الخطاب الإعلامي في مسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة
الدراسة:----- 376

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

- الشكل (1): فئة صفحة النشر----- 239
- الشكل (2): فئة مساحة النشر----- 241
- الشكل (3): فئة موقع المحتوى في الصفحة----- 245
- الشكل (4): فئة الرصد الكمي للعناوين----- 247
- الشكل (5): فئة العناوين حسب الشكل----- 250
- الشكل (6): فئة العناوين حسب المضمون----- 253
- الشكل (7): فئة العناوين حسب الدلالة الرمزية----- 257
- الشكل (8): فئة التصنيف العام للصور----- 260
- الشكل (9): فئة الصور من حيث النوعية----- 263
- الشكل (10): فئة الصور حسب المضمون----- 267
- الشكل (11): فئة الصور حسب الحمولة الثقافية----- 271
- الشكل (12): فئة الصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي----- 273
- الشكل (13): فئة الألوان حسب مواضع توظيفها ودلالاتها----- 281
- الشكل (14): فئة جماليات التناول البصري----- 285
- الشكل (15): فئة فئة القالب الصحفي المعتمد في تقديم قضايا الهوية الثقافية----- 290
- الشكل (16): فئة الرصد الكمي للمواضيع في الخطاب الإعلامي النسوي----- 293
- الشكل (17): المسائل الهوياتية المطروحة في الخطاب الإعلامي النسوي----- 299
- الشكل (18): فئة عمق معالجة مسائل الهوية الثقافية في الخطاب الإعلامي----- 303
- الشكل (19): فئة المسائل اللغوية في الخطاب الإعلامي النسوي----- 309
- الشكل (20): فئة المسائل الدينية في الخطاب الإعلامي النسوي----- 314

- الشكل (21): فئة الرموز الثقافية التقليدية في الخطاب الإعلامي النسوي----- 318
- الشكل (23): فئة التمثيلات القيمية في الخطاب الإعلامي النسوي----- 329
- الشكل رقم (24): فئة تمثيلات المرأة في الخطاب الإعلامي النسوي----- 337
- 344
- الشكل (25): فئة التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية----- 344
- الشكل (26): فئة الخطاب الإعلامي وأهدافه في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية----- 352
- الشكل (27): فئة تمثيلات تكرار الرسائل في الخطاب الإعلامي النسوي----- 358
- الشكل (28): فئة الاستمالات الخطابية في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية----- 363
- الشكل (29): فئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي النسوي----- 370
- الشكل (30): فئة الفاعلون في الخطاب الإعلامي النسوي----- 376
- الشكل (31): فئة مصدر الخطاب الإعلامي النسوي----- 380

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

- الملحق (01) استثمارة تحليل المضمون-----421
- الملحق (02) دليل استثمارة تحليل المضمون-----426
- الملحق (03) التعريف الاجرائي لوحداث وفئات التحليل-----431
- الملحق (04) نماذج من واجهات مجلة «دزيريات» ومواضيعها الهوياتية-----454
- الملحق (05) نماذج من واجهات مجلة «موعد حواء» ومواضيعها الهوياتية-----457
- ملحق (06) الهوية المؤسسية لمجلة الجزائرية خلال فترة الأحادية وتمثيلات الهوية في بعض
مواضيعها-----459
- ملحق (07) الهوية المؤسسية لمجلة البسمة كامتداد جهوي خلال فترة الأحادية وبعض صور
خطابها النسوي-----461
- ملحق (08) الهوية المؤسسية لمجلة أنوثة خلال فترة التعددية الإعلامية وبعض نماذج من-----462
- الملحق (09) الهوية المؤسسية لمجلة جلييلة خلال فترة التعددية الإعلامية وبعض نماذج خطابها
الإعلامي-----464

مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية: دراسة وصفية تحليلية

لمجموعة المجلات النسائية من جانفي إلى غاية ديسمبر 2018

إعداد الباحثة: نفيسة ميزاب، إشراف الأستاذ الدكتور أحمد فلاق

ملخص الدراسة

تتناول هذه الدراسة مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما عكستها الصحافة النسائية المكتوبة، من خلال تحليل محتوى مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء». وتهدف إلى تعميق الفهم حول طبيعة التمثيلات التي تقدمها هذه الصحافة للهوية الثقافية، وكيف يساهم خطابها الإعلامي في إعادة إنتاج هذه الهوية أو توجيهها ضمن السياقات الاجتماعية والثقافية المتغيرة. وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي-التحليلي وأداة تحليل المضمون والخطاب، بالاستناد إلى مقاربات الغرس الثقافي، التمثيل، والهيمنة.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ الصحافة النسائية الجزائرية لم تقدم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في صورة شاملة تعكس تعدديتها، بل أعادت إنتاجها ضمن قوالب جزئية محكومة بهيمنة المؤسسية: استهلاكية-جمالية في «دزيريات»، وقيمية-دينية في «موعد حواء». وقد انعكس ذلك في الأبعاد الشكلية والمضمونية والاستراتيجيات التحريرية، حيث غلب التكرار على القوالب الوصفية والبصرية، مما رسّخ صورًا نمطية وفولكلورية للمرأة. وتبيّن من خلال المقاربات النظرية أن الهوية لم تُعرض كحقيقة معاشة، بل كمنتج ثقافي يوجّه وعي القارئة، ويكرّس ثنائية السوق والجماعة على حساب تقديم تمثيل متنوع ومعاصر للمرأة الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: الهوية الثقافية، الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، الصحافة المتخصصة، الصحافة المتخصصة النسائية، التمثيلات، الصورة الذهنية.

The Issue of the cultural identity of Algerian women through women's press: A Descriptive and Analytical study of a Selection of women's Magazines from January to December 2018

Prepared by the Researcher: Nafissa Mizab

Supervised by Professor Doctor: Ahmed Fellag

Abstract

This study examines the issue of the cultural identity of Algerian women as reflected in women's print magazines, through a content analysis of *Dziriet* and *Mawâid Houa*. It seeks to deepen the understanding of how these magazines represent cultural identity and how their editorial discourse contributes to reproducing or directing this identity within changing social and cultural contexts. The research employed a descriptive–analytical method and content/discourse analysis, drawing on the theoretical frameworks of Cultural Cultivation (Gerbner), Representation, and Hegemony (Hall).

The findings reveal that Algerian women's magazines did not present cultural identity in a comprehensive way that reflects its diversity. Instead, they reproduced it in partial and fragmented forms shaped by institutional dominance: a consumerist–aesthetic identity in *Dziriet* and a value–religious identity in *Mawâid Houa*. This was evident in visual and textual patterns as well as editorial strategies, where repetition reinforced stereotypical and folkloric images of women. The theoretical approaches show that identity was not portrayed as a lived reality but as a cultural product that directs readers' perceptions, reinforcing the duality of market vs. community at the expense of a pluralistic and contemporary representation of Algerian women.

Keywords: Cultural Identity, Cultural Identity of Algerian Women, Specialized Press, Women's Press, Representations, Cognitive image.

La question de l'identité culturelle de la femme Algérienne à travers la presse féminine: étude descriptive et analytique d'un ensemble de revues féminines de Janvier à Décembre 2018

Préparée par la Chercheuse : Nafissa Mizab

Sous la direction du Professeur Docteur : Ahmed Fellag

Résumé

Cette étude aborde la question de l'identité culturelle de la femme algérienne telle que reflétée dans la presse féminine écrite, à travers l'analyse du contenu des magazines *Dziriet* et *Mawâid Houa*. Elle vise à approfondir la compréhension de la nature des représentations que cette presse construit autour de l'identité culturelle, et d'analyser la manière dont son discours médiatique contribue à la reproduction ou à l'orientation de cette identité dans des contextes sociaux et culturels en transformation.

La recherche s'appuie sur une démarche descriptive–analytique, en mobilisant l'analyse du contenu et du discours, ainsi que les approches de l'enculturation (Cultivation), de la représentation et de l'hégémonie.

Les résultats montrent que la presse féminine algérienne ne présente pas l'identité culturelle de la femme de manière globale et plurielle, mais qu'elle la reproduit au sein de schémas partiels influencés par une domination institutionnelle : une identité consumériste–esthétique dans *Dziriet*, et une identité axiologique–religieuse dans *Mawâid Houa*.

Cela s'est reflété dans les dimensions formelles, textuelles et stratégiques, où la prédominance de la répétition dans les modèles descriptifs et visuels a contribué à ancrer des images stéréotypées et folklorisées de la femme.

Les approches théoriques adoptées montrent que l'identité n'a pas été présentée comme une réalité vécue, mais comme un produit culturel orientant la perception des lectrices et consacrant une dualité marché vs. Communauté, au détriment d'une représentation plurielle et contemporaine de la femme algérienne.

Mots-clés : Identité culturelle – Identité culturelle de la femme algérienne – Presse spécialisée – Presse féminine spécialisée – représentations - L'image cognitive.

مقدمة

مقدمة

تُعدّ مسألة الهوية الثقافية من القضايا المحورية في الفكر الإنساني المعاصر، لما تحمله من أبعاد رمزية وتاريخية واجتماعية تتجاوز الفرد إلى الجماعة، وتشكل محدداً أساسياً في بناء الوعي بالذات والآخر. فهي ليست مفهوماً ثابتاً أو منغلّقاً، بل كيان متحرّك يتفاعل مع السياقات التاريخية والتحوّلات القيمية والمعرفية التي تعرفها المجتمعات. وقد أضحت هذه المسألة أكثر إلحاحاً في ظل التحوّلات المتسارعة التي يشهدها العالم المعاصر بفعل العولمة، وتنامي وسائل الإعلام والاتصال، بما تحمله من تأثيرات في إعادة تشكيل الرموز والمعاني والهويات.

وفي السياق العربي، برزت مسألة الهوية الثقافية كأحد أبرز الرهانات الفكرية والاجتماعية والسياسية، نتيجة التوتر بين التمسك بالأصالة والسعي إلى الانفتاح على الحداثة. وفي الجزائر، ارتبطت هذه المسألة منذ فجر الاستقلال بالسعي إلى بناء هوية وطنية جامعة تحفظ التعدد اللغوي والثقافي، وتؤسس لوعي جماعي قادر على مواجهة آثار الاستعمار الثقافي ومخاطر التبعية. فالهوية الجزائرية ليست معطىً أحاديًا، بل نسيج متداخل من العناصر العربية والأمازيغية والإسلامية والمتوسطية، تعكس في مجموعها تاريخاً من الصراع والتفاعل والتجديد المستمر.

وفي خضم هذا التداخل والتفاعل، تبرز المرأة الجزائرية بوصفها مرآة حية لهذه الهوية، ومحوراً تتجلى فيه صراعاتها وتحداتها، بما تحمله من رمزية اجتماعية وثقافية تجعلها في قلب رهانات التمثيل والتغيير، فهي حاملة للذاكرة والرمز، وفاعلة في نقل القيم والأنماط الثقافية بين الأجيال. وبحكم موقعها الاجتماعي والرمزي، تمثل المرأة فضاءً لممارسة رهانات التغيير سواء من خلال الخطاب السياسي أو الديني أو الإعلامي؛ إذ لا تقتصر على كونها موضوعاً للخطاب الثقافي، بل هي فاعلة ومتلقية ومُنتجة للمعنى، وتعبّر عن توتر مستمر بين ثنائية الخصوصية والانفتاح، وبين الأصالة والتجديد.

ومن بين أبرز الفضاءات التي تتجلى فيها هذه التوترات الهويةية وتُعاد صياغتها، يبرز الخطاب الإعلامي بوصفه أداة فاعلة في تمثيل المرأة وإعادة إنتاج صورها ورموزها الثقافية، إذ لا يكتفي بنقل الواقع الاجتماعي، بل يشارك في صياغته عبر آليات الانتقاء والتأطير والتمثيل. ومن بين أنماط هذا الخطاب، تبرز الصحافة النسائية كفضاء تعبيري متميّز يعبّر عن رؤية المجتمع للمرأة، وفي الوقت ذاته يعكس تصورات النساء لأنفسهن ولموقعهن داخل

النسق الثقافي والاجتماعي، فهي ليست مجرد وسيلة إعلامية توجيهية أو ترفيهية موجهة للنساء، بل حقل دلالي يُنتج معاني جديدة حول المرأة والهوية والانتماء.

ومع التحولات التي عرفها المشهد الإعلامي الجزائري، خاصة بعد مرحلة الانفتاح والتعددية الإعلامية، تطورت الصحافة المتخصصة النسائية من مجرد نشرات تعنى بشؤون المنزل والحياة الاجتماعية إلى فضاء للتعبير الثقافي والرمزي، تتقاطع فيه القضايا الجمالية مع الثقافية، والاجتماعية مع الهوية. وقد نتج عن هذا التطور أنماط جديدة من التمثيلات تجمع بين المحلي والعالمي، وبين المرجعية الثقافية الوطنية والنماذج الاتصالية الوافدة، فالمجلات النسائية من خلال اختياراتها التحريرية والبصرية، تُسهم في بناء صور وتمثيلات تؤثر في الوعي الجمعي، سواء عبر تأكيدها لرموز الأصالة والانتماء، أو عبر تبنيها لخطابات الحداثة والتجميل والاستهلاك.

غير أن هذا التعدد في التمثيلات يطرح تساؤلات عميقة حول طبيعة الهوية المتشكّلة في الخطاب النسائي الجزائري، وحول مدى حفاظها على الثوابت الثقافية مقابل انفتاحها على الأنماط الكونية. فاللغة والصورة والرمز تشكّل في هذا السياق أدوات حاسمة في صياغة التمثيلات، وتكشف عن الاتجاهات القيمية والمعرفية التي تتبناها هذه المجلات، سواء في تعزيز الهوية الثقافية الوطنية أو في إعادة إنتاج نماذج مغايرة لها. ومن ثمّ، فإن تحليل الخطاب الإعلامي لهذه المجلات يُتيح فهماً أعمق لآليات إعادة إنتاج الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وكيفية تحوّل رموزها ودلالاتها عبر المراحل السياسية والاجتماعية المختلفة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية مركّزة على مجلتي «دزيريات» و «موعد حواء» كنموذجين بارزين في مرحلة ما بعد التعددية الإعلامية، من خلال مقارنة وصفية تحليلية تجمع بين البعدين النظري والتطبيقي، بهدف فهم كيفية تشكّل هذه التمثيلات وإسهامها في إعادة بناء الهوية الثقافية للمرأة ضمن سياقات اجتماعية وثقافية متغيرة. غير أن المقاربة لم تقتصر على المرحلة الراهنة فحسب، بل استندت إلى قراءة تاريخية تحليلية لمسار تطور الصحافة النسائية عبر المراحل المختلفة التي مر بها الإعلام النسائي في الجزائر، وما انعكسه من رهانات ثقافية واجتماعية وسياسية. كما تهدف إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه هذه الوسائط في إعادة إنتاج الخطاب الثقافي المتعلق بالمرأة، وكيفية تفاعلها مع منظومة القيم والهويات المتعددة التي يتشكل منها المجتمع الجزائري.

ولتحقيق ذلك، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مستندة إلى أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي لتفكيك الخطاب الإعلامي في مستوييه الشكلي والمضموني، كما استعانت الدراسة بعدد من الأطر النظرية التي تعزز فهم عملية التمثيل الإعلامي، وهي: نظرية الغرس الثقافي (جرينر) التي تتيح تفسير أثر التكرار في ترسيخ الصور الذهنية والتمثيلات، ونظرية التمثيل (هول) التي توضّح كيفية بناء المعنى عبر الخطاب، ونظرية الهيمنة الثقافية (غرامشي) كما طوّرها ستيوارت هول لتحليل القوى الاجتماعية والإيديولوجية الموجهة لمضمون الإعلام.

وانطلاقاً من هذه الرؤية العامة، تمّ تنظيم بنية الأطروحة في أربعة فصول مترابطة:

• **الفصل الأول:** يعرض الإطار المنهجي للدراسة ويتضمن الإشكالية، الفرضيات، الأهداف، الأهمية، المنهج، الأدوات، الدراسات السابقة، والأطر النظرية.

• **الفصل الثاني:** يتناول البناء النظري لمفهوم الهوية الثقافية، أسسه ومقوماته وديناميته، مع تركيز خاص على الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وعلاقتها بالتحويلات الاجتماعية والإعلامية.

• **الفصل الثالث:** يدرس الصحافة النسائية الجزائرية من حيث النشأة والتطور والاتجاهات التحريرية، مع تحليل سياقاتها السياسية والاجتماعية.

• **الفصل الرابع:** يخصص للتحليل التطبيقي لمجلتي «دزيريات» و «مواعد حواء»، بهدف الكشف عن أبرز أنماط تمثّل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.

ويكمن الإسهام العلمي الرئيس لهذه الدراسة في ربط البعد النظري بالبعد التطبيقي، وبين التحليل الثقافي والقراءة الإعلامية، بما يسمح بفهم أعمق للدور الذي تضطلع به الصحافة النسائية الجزائرية في إعادة إنتاج الهوية الثقافية للمرأة. كما تسعى إلى إبراز حدود هذا الخطاب وإمكاناته في صياغة نموذج بديل يعكس التعددية الثقافية والاجتماعية للمرأة الجزائرية بعيداً عن القوالب الجاهزة والتمثيلات السطحية. وبذلك تسعى الأطروحة إلى إثراء النقاش العلمي حول علاقة الهوية الثقافية بالتمثيلات الإعلامية للمرأة الجزائرية.

الفصل الأول
الإطار المنهجي
للدراسة

أولاً: الإطار المفاهيمي:

- إشكالية الدراسة
- تساؤلات وفروض الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- تحديد مفاهيم الدراسة

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

- نوع الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- الأساليب الإحصائية للدراسة

ثالثاً: الدراسات المشابهة والأطر النظرية للدراسة

- الدراسات المشابهة
- الأطر النظرية للدراسة
- ✓ نظرية الغرس الثقافي
- ✓ نظرية الهيمنة الثقافية
- ✓ نظرية التمثيل الثقافي

تمهيد

ينطلق هذا الفصل من الإشكالية العامة للدراسة، المتمثلة في كيفية تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية، وذلك عبر مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء». ويهدف إلى توضيح المنهجية المتبعة في رصد وتحليل الصور والرموز والرسائل المتكررة، بما يتيح فهم دور الإعلام في تشكيل تصورات المرأة لهويتها الثقافية.

يعتمد هذا الإطار على تطبيق النظريات الثقافية النقدية، وعلى رأسها نظرية الغرس الثقافي، نظرية الهيمنة الثقافية، نظرية التمثيل الثقافي، لبيان كيفية إنتاج المعاني الثقافية وتوزيعها، وكيف تتفاعل هذه المعاني مع البنى الاجتماعية والسياسية والسياقات الثقافية المختلفة. ويشكل هذا التوظيف النظري أساسًا لتحليل الشكل والمضمون داخل المجالات النسائية، وربط النتائج بالإشكالية العامة للدراسة.

أولاً- الإطار المفاهيمي

إشكالية الدراسة:

تطرح مسألة الهوية الثقافية في السياق العربي عمومًا، والجزائري على وجه الخصوص، بوصفها إشكالية متعددة الأبعاد، تتجاوز التعريفات الثابتة لتغدو سيرورة متغيرة تُعاد صياغتها ضمن فضاءات التفاعل الرمزي والاجتماعي. فقد فرضت التحولات الاجتماعية والثقافية والقيمية والمعرفية التي رافقت العولمة وتطور وسائل الاتصال الحديثة واقعًا جديدًا، جعل المجتمع الجزائري اليوم أمام تحدٍّ مزدوج يتمثل في الحفاظ على الخصوصية الثقافية من جهة، والتفاعل مع المنظومات العالمية من جهة أخرى، وهو ما جعل مفهوم الهوية يتعدى مجرد انتماء مغلق إلى مجال للتفاوض وإعادة البناء، تُعاد فيه صياغة الرموز والمعاني داخل فضاءات متعددة، أبرزها الإعلام.

وتتخذ هذه الإشكالية طابعًا أكثر تعقيدًا حين يتعلق الأمر بالمرأة، بوصفها أحد أبرز الحوامل الرمزية للهوية الثقافية، ومحورًا تتقاطع حوله الخطابات الاجتماعية والسياسية والدينية والإعلامية. فالمرأة ليست مجرد كائن اجتماعي خاضع لتمثيلات المجتمع، بل فاعل رمزي يُسهم في إنتاج المعنى الثقافي وفي نقل القيم والعادات وتمثيلها. ومن ثمّ، فإن صورة المرأة في الفضاء العام، وفي الإعلام بوجه خاص، لا تعبر فقط عن وضعها الاجتماعي أو أدوارها الجندرية، بل تكشف عن البنية العميقة للثقافة الوطنية واتجاهاتها في التعامل مع مفاهيم الأصالة والحداثة والانفتاح. وفي هذا السياق، تكتسب المرأة الجزائرية خصوصية تاريخية وحضارية تميزها عن نظيراتها في التجارب العربية الأخرى، إذ ارتبطت صورتها في الذاكرة الجماعية بتاريخ طويل من النضال والمقاومة، وجسدت رمزًا للكرامة الوطنية والتشبّت بالقيم الثقافية الأصيلة. غير أن هذه الصورة البطولية التاريخية تعرّضت بعد الاستقلال إلى تحولات عميقة، نتيجة لتغير البنى الاجتماعية وتبدّل المنظومات القيمية وتعدد المرجعيات الثقافية واللغوية والإعلامية. ومع تسارع التحولات المجتمعية التي عرفت الجزائر في العقود الأخيرة، أصبحت المرأة في قلب جدلية معقّدة بين الحفاظ على الموروث والانفتاح على أنماط جديدة من الوعي والتمثيل.

ويُعدّ الخطاب الصحفي النسائي المكتوب أحد أهم الفضاءات التي تُعاد فيها صياغة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، إذ لا يقتصر دوره على عكس الواقع الاجتماعي، بل يتجاوزه إلى المساهمة في تشكيله وإعادة بنائه من خلال ما ينتجه من خطابات وصور وتمثيلات. وقد شكّلت الصحافة النسائية الجزائرية المكتوبة، منذ

نشأتها، مرآةً لواقع المرأة وفضاءً للتعبير عن قضاياها، إلا أنّها لم تكن دائماً محايدة أو منسجمة في تمثيلها لهوية المرأة؛ فبين منابر تسعى إلى تكريس النموذج المحافظ المستند إلى المرجعية الثقافية المحلية، وأخرى تتبنّى خطاب الحداثة والانفتاح، ظلّت صورة المرأة تتأرجح بين الأصالة والتجديد، وبين التمكين والتشبيّه، وبين الهوية الجامعة والهوية المجزأة.

إنّ هذا التباين في الخطاب الصحفي النسائي المكتوب يطرح تساؤلات جوهرية حول طبيعة التمثيلات الثقافية التي تنتجها هذه الصحافة، وحول مدى قدرتها على التعبير عن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في تعددها وتنوعها، أو ما إذا كانت تكرّس صوراً نمطية تبتعد عن واقعها المعاصر. كما يثير هذا النقاش مسألة تأثير السياقات الكبرى للعولمة والتطور التكنولوجي في إعادة توجيه الخطاب الصحفي النسائي، خاصة في ظل تراجع الحدود بين المحلي والعالمي، وتزايد حضور النماذج الثقافية المستوردة التي تسهم في إعادة تشكيل أذواق النساء وقيمتهم وأنماط تفكيرهن.

وانطلاقاً من هذه الاعتبارات، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيس الآتي:

ما طبيعة تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية؟ وكيف يسهم خطابها الإعلامي في إعادة إنتاج هذه الهوية أو توجيهها في ظل السياقات الاجتماعية والثقافية المتغيرة؟

وللإجابة عن سؤال الدراسة، تم بناء مجموعة من الفروض التي تسعى لاختبار علاقة الخطاب الصحفي النسائي المكتوب بتمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، من خلال المؤشرات التالية:

فروض الدراسة:

الفرضية الأولى:

تسهم المعالجة الرمزية والبصرية في المجالات النسائية في إنتاج تمثيلات نمطية للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، من خلال التركيز على أنماط متكررة من الصور والرموز البصرية التي تعكس نماذج ثقافية مهيمنة، وتحدّ من إبراز التنوع.

المؤشرات:

- تكرار صور أو رموز بصرية مرتبطة بنموذج واحد للمرأة الجزائرية.
- أساليب تقديم تعزز التماثل وتضعف التعدد.

- انسجام المعالجة البصرية مع نموذج ثقافي سائد.

الفرضية الثانية:

يتجه توظيف العناصر التحريرية (العناوين، الصور، الألوان، الخطاب البصري...) في المجلتين نحو تكريس تمثّل سطحي وجمالي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، أكثر من كونه وسيلة لنقل التعدد الثقافي والاجتماعي.

المؤشرات:

- أنماط متكررة في الصور والعناوين تؤطّر صورة المرأة بشكل سطحي أو تجميلي.
- الاستخدام المحدود للألوان والخطاب البصري في عكس التعدّد
- ميل عام لتغليب الشكل على المضمون.

الفرضية الثالثة:

يتكرر في محتوى المجلات النسائية نمط ثقافي واحد مهيمن، يُسهم في ترسيخ صورة أحادية ومحدّدة لهوية المرأة الجزائرية في الوعي الجمعي.

المؤشرات:

- تكرار موضوعات أو قوالب لغوية ذات تمثيل أحادي.
- غياب التعدد الثقافي والاجتماعي.
- تنميط أدوار المرأة وحصرها في قوالب مثل الجمال أو الأنوثة أو النجاح بمعايير ضيّقة.

الفرضية الرابعة:

تعكس الرموز والمضامين الثقافية (اللغة، الدين، التراث، القيم...) في المجلتين خطابًا يحمل رؤية انتقائية للهوية الثقافية، تُبرز جوانب محددة وتُغيّب أخرى، مما يؤدي إلى إعادة إنتاج صورة جزئية للمرأة الجزائرية.

المؤشرات:

- انتقائية في عرض العناصر الثقافية (تراث، لغة، دين).
- التركيز على بعد واحد من الهوية (الحداثة أو الأصالة فقط).
- تغييب بعض الروافد الثقافية أو تهميشها.

الفرضية الخامسة:

تميل التغطية الصحفية في المجالات النسائية إلى تقديم صورة نمطية وغير مكتملة عن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، بما يحدّ من تمثيل التعدّد اللغوي والجغرافي والاجتماعي.

المؤشرات:

- محدودية الرؤى المقدّمة حول الهوية.
- ضعف تمثيل التنوع الجهوي واللغوي والطبقي.
- هيمنة منظور أحادي على المعالجة الصحفية.

الفرضية السادسة:

تحمّل المواد المنشورة في المجلتين رسائل أيديولوجية مضمرة تُسهم في توجيه تمثّلات القارئ لهوية المرأة الجزائرية وفق القوى المهيمنة (الاقتصادية أو الدينية-القيمية)، مما يعكس غياب الحياد الصحفي.

المؤشرات:

- حضور توجهات فكرية أو مرجعيات ضمنية في المحتوى.
- توظيف المواضيع واللغة والصور لخدمة نمط أيديولوجي محدّد.
- تفضيل مرجعية ثقافية على أخرى دون معالجات نقدية متوازنة.

أهداف الدّراسة:

أولاً: الهدف العام للدّراسة

تهدف هذه الدّراسة إلى الكشف عن طبيعة تمثّلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي للصحافة النسائية (من خلال مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»)، وذلك عبر تحليل الأبعاد الشكلية والمضمونية والبصرية والرمزية التي تبرز من خلالها هذه الهوية، مع ربطها بالسياقات الثقافية والاجتماعية والإعلامية التي تُنتج فيها الخطابات.

ثانياً: الأهداف الفرعية

1. أهداف تتعلق بالتحليل الشكلي والبصري الرمزي:

- التعرف على الأشكال البصرية والرمزية المعتمدة في معالجة مواضيع الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.
- تحليل أنماط استخدام الصور، الألوان، العناوين والخطاب البصري في تقديم هوية المرأة.
- الكشف عن مدى هيمنة نموذج ثقافي بصري واحد أو تعدده داخل المجالات محل الدراسة.

2. أهداف تتعلق بالمضمون والتمثيلات الثقافية:

- الكشف عن المواضيع والمضامين الثقافية المرتبطة بالهوية التي تطرحها المجالات النسائية.
- التعرف على القيم الثقافية المتضمنة (الأصيلة والمستجدة) ومدى تمثيلها للتعدد الثقافي الجزائري.
- تحليل التمثيلات المقدمة لهوية المرأة الجزائرية من حيث الأدوار، الانتماءات، السمات.
- التعرف على الفئات النسوية المستهدفة أو المهمشة في معالجة قضايا الهوية الثقافية.

3. أهداف ترتبط بالأطر النظرية:

- رصد مؤشرات الغرس الثقافي والهيمنة والتمثيل في محتوى المجالات المدروسة.
- تحديد مدى انخراط هذه المجالات في إعادة إنتاج تمثيلات نمطية أو أيديولوجية عن الهوية الثقافية.
- الكشف عن الرسائل الضمنية المضمنة في معالجة الهوية الثقافية للمرأة.

4. أهداف تحليلية مقارنة واستشرافية:

- مقارنة المعالجة الصحفية للهوية الثقافية بين مجلتي "دزيريات" و "مواعد حواء" من حيث الشكل والمضمون.
- تتبع مسار تطور الصحافة النسائية الجزائرية في تمثيل الهوية الثقافية، من المرحلة الأحادية إلى التعددية وصولاً إلى المرحلة المعاصرة، للكشف عن التحولات في الخطاب والهويات المقدمة.
- تقييم مدى مساهمة المجالات النسائية في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية أو تهميشها.
- اقتراح توصيات تُسهم في توجيه الإعلام النسائي نحو تعزيز تمثيلات أصيلة ومتنوعة للهوية الثقافية.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تعالجه، والمتمثل في مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال أحد أبرز الفضاءات الإعلامية النسائية المتخصصة، وهو ما يندرج ضمن المساعي العلمية الرامية إلى فهم وتحليل تمثيلات الهوية في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية الراهنة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في عدة أبعاد:

1. **البعد العلمي والمعرفي**: تسعى الدراسة إلى سد فراغ بحثي واضح في مجال العلاقة بين الصحافة النسائية المتخصصة والهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، إذ قلّما تناولت الأدبيات هذا الموضوع من زاوية تحليل محتوى المجلات النسائية الجزائرية، بينما انصبت معظم الدراسات السابقة على قضايا صورة المرأة أو تأثير العولمة دون التعمق في البعد الهوياتي من منظور نسوي إعلامي محلي.

2. **البعد المنهجي**: تعتمد الدراسة المنهج المسحي بالجمع بين البعدين الوصفي والتحليلي مدعماً بأداة تحليل المضمون بشقيه الكيفي والكمي، ما يمنحها طابعاً علمياً يسمح بالكشف عن الأنماط والأساليب والمضامين التي تتناول بها المجلات النسائية مسألة الهوية الثقافية، سواء على مستوى الشكل أو المضمون.

3. **البعد النظري-المقارباتي**: تنفرد هذه الدراسة بكونها من أوائل الدراسات التي تجمع بين ثلاث مقاربات مركزية في تحليل الصحافة النسائية المطبوعة: الغرس الثقافي (جرينر) لتفسير أثر التكرار في ترسيخ الصور النمطية، والتمثيل (هول) لفهم كيفية إعادة إنتاج الهوية عبر الخطاب الإعلامي، والهيمنة (هول) التي تكشف دور القوى الاقتصادية والقيمية في توجيه التمثيلات. وهو ما يمنح الدراسة عمقاً نظرياً جديداً ويسهم في إثراء الأدبيات ذات الصلة.

4. **البعد الاجتماعي والثقافي**: تبرز أهمية الدراسة في ارتباط موضوعها الوثيق بالراهن الجزائري، حيث تشكل المرأة محوراً أساسياً في حفظ الهوية الثقافية ونقلها للأجيال، في مواجهة تحديات متزايدة تمس الخصوصية الثقافية للمجتمع بفعل الانفتاح الإعلامي والهيمنة الثقافية المعولمة.

5. **البعد الإعلامي التطبيقي**: من خلال التركيز على مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» كنموذجين للصحافة النسائية، تهدف الدراسة إلى تقديم معطيات تحليلية تسهم في تقييم أداء هذه المجلات في تمثيل قضايا الهوية الثقافية، ما يمكن أن يكون منطلقاً لتوصيات عملية لصنّاع المحتوى والقائمين على وسائل الإعلام النسائية.

6. **البعد الاستشراقي**: تقدم الدراسة قراءة نقدية واستشرافية لتمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الفضاء الإعلامي، بما يسمح بإعادة النظر في السياسات الإعلامية والتوجهات التحريرية للمجلات النسائية، في سبيل ترسيخ الوعي الثقافي، والحفاظ على خصوصية المرأة الجزائرية وهويتها المتفردة.

أسباب اختيار الموضوع:

يمثل اختيار موضوع البحث محطة أساسية في المسار الأكاديمي، إذ لا يعكس مجرد اهتمام معرفي، بل يعبر عن وعي بقضية تستحق الدراسة ومساءلة علمية معمقة. ومن هذا المنطلق، جاء اختياري لموضوع الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية، انطلاقاً من إدراك للتحويلات العميقة التي تطال تمثيلات المرأة في الخطاب الإعلامي، وحاجة ملحة إلى تحليل هذه التمثيلات في ضوء السياقات الاجتماعية والثقافية الراهنة.

وتتنوع دوافع هذا الاختيار بين أبعاد موضوعية وذاتية، كما يلي:

أولاً: الأسباب الموضوعية:

- راهنية الموضوع، نظرًا لكون مسألة الهوية الثقافية أصبحت إحدى أبرز مجالات التوتر بين الأصالة والتغريب، خاصة فيما يتعلق بالمرأة، باعتبارها حقلًا رمزيًا لصراع القيم والثقافات.
- ندرة الدراسات التي تناولت الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية تحديدًا، مقابل تركيز معظم الدراسات السابقة على صورة المرأة أو تأثير العولمة بصفة عامة.
- محدودية الأعمال التي اعتمدت تحليل المضمون كمقاربة منهجية في دراسة الهوية، رغم أهميته في كشف الرسائل الظاهرة والضمنية.
- خطورة الانزياح الحاصل في المحتوى الثقافي الموجه للمرأة، والذي يساهم أحيانًا في بناء هوية استهلاكية سطحية منفصلة عن الخصوصيات المحلية.
- الحاجة إلى مساءلة الدور الفعلي للمجلات النسائية، في ظل العولمة الثقافية وما تحمله من تحديات عبر وسائط ناعمة مثل الموضة والجمال والعلاقات الاجتماعية.
- الرغبة في إثراء المكتبة الأكاديمية بدراسة تحليلية تجمع بين سؤال الهوية وقضايا المرأة في إطار سوسيولوجي وثقافي معاصر.

ثانيًا: الأسباب الذاتية:

- اهتمام شخصي عميق بالمروروث الثقافي والعادات والتقاليد التي تُعدّ ركائز أساسية في تشكيل هوية المرأة الجزائرية.

- إيماني بالدور التوثيقي للصحافة المطبوعة باعتبارها وسيلة لحفظ الذاكرة واسترجاعها، بما يُسهم في صون الموروث الثقافي للمرأة الجزائرية ويشكّل رادعاً أمام محاولات طمسه أو نسبه إلى دول أخرى.
- قناعتي بأن الهوية الثقافية ليست معطى جامداً، بل هي بناء اجتماعي متجدد، كثيراً ما يتعرض للاختزال أو التذويب تحت تأثير الخطابات الإعلامية النمطية.
- ملاحظتي للتحوّل الذي شهدته بعض المجلات النسائية من منابر للتنوير إلى أدوات لنشر ثقافة استهلاكية سطحية بعيدة عن الواقع المحلي.
- وعي بمخاطر تراجع وعي المرأة بذاتها الثقافية بفعل تكرار الخطابات الإعلامية، ما يستدعي البحث عن إجابات علمية دقيقة.
- رغبت في الوصول إلى نتائج علمية رصينة تُسهم في فتح آفاق جديدة لفهم العلاقة بين الصحافة المتخصصة والهوية النسائية في الجزائر.

تحديد مفاهيم الدراسة:

يعدّ تحديد المفاهيم من الخطوات الأساسية التي يقوم عليها البناء المنهجي لأي دراسة علمية، إذ يهدف إلى ضبط المصطلحات وتحديد دلالاتها ضمن السياق الذي توظّف فيه، ما يسهم في توضيح موضوع الدراسة، وتحديد أبعاده النظرية والتطبيقية. كما يسمح للباحث بتوجيه التحليل نحو المعاني المقصودة بدقة، وتفادي الإبهام أو الخلط المفاهيمي، خاصة وأن العديد من المصطلحات المستخدمة في الأدبيات العلمية تختلف من باحث إلى آخر، بل ومن مجال معرفي إلى آخر. وانطلاقاً من هذا، تحرص هذه الدراسة على تحديد المفاهيم الأساسية ذات الصلة الوثيقة بموضوع البحث، ورفع كل لبس محتمل عنها.

مسألة:

التعريف اللغوي: تشير المعاجم إلى أن "المسألة" هي الحاجة أو المطلب، وتستعار في الاستعمال العلمي للدلالة على القضية التي يُطلب البرهنة عليها (أميل، 2004، ص 614؛ دغيم، 2000، ص 753).

التعريف الاصطلاحي: تُعرف المسألة بأنّها "القضية المطلوب بيانها والتي يُبرهن عليها في العلم، وهي جزء من أجزاء العلوم النظرية"، وتشمل القضايا التي محمولها عوارض ذاتية للموضوع أو واعرض لغيره، وتشكل منطلقاً للتفكير والبحث (البركتي، 2009، ص 203). ويضيف جيرار أنّها "كل مطلوب تُطلب به معرفة شيء من المسؤول، يوجب عليه إجابة تفيد السائل معرفة مقصودة" (جيرار، 2005، ص 2607).

التعريف الإجرائي: نقصد بمصطلح "المسألة" في هذه الدراسة الإشكالية المركزية المتصلة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، كما يتم تمثيلها وإعادة إنتاجها في الخطاب الإعلامي للصحافة النسائية (مجلتا «دزيريات» و«موند حواء»). فهي ليست مجرد مصطلح تجريدي، بل قضية علمية مجتمعية تتقاطع فيها رهانات الإعلام والثقافة والتمثيلات الرمزية.

الهوية:

التعريف اللغوي: تدل لفظة "الهوية" في أصلها اللغوي دلالة على ماهية الشيء أو الشخص، إذ تتكون من الضمير الغائب "هو" مضافاً إليه ياء النسبة، لتشير إلى خصوصية الكينونة أو التعريف الذاتي (المنجد في اللغة والإعلام، 2002، ص 39). ويذهب الفارابي إلى أنّ أصلها ترجمة عن اللغات الهندو-أوروبية، حيث تؤدي معنى فعل الكينونة (شغلين، 2015، ص 18). وقد استخدمت في التراث العربي الإسلامي للدلالة على عينية الشيء وشخصه ووجوده المنفرد الذي لا يقع فيه اشتراك، أي ما يميز الفرد أو الجماعة عن غيرهم (الكفوي، 1992، ص 961).

التعريف الاصطلاحي: تُعرّف الهوية بأنها مجموعة المميزات الجسمية والنفسية والاجتماعية والثقافية التي من خلالها يشعر الفرد بوجوده كإنسان له أدوار داخل جماعته التي ينتمي إليها (مسلم، 2009، ص 89). بينما يعرفها بعلبكي بأنها "مجموعة المقومات التي تميز جماعة من البشر في صفاتها الجوهرية كالتاريخ واللغة والتراث والفنون والأمانى المشتركة" (بعلبكي، 2013، ص 369). أما في "معجم العلوم الاجتماعية" فيربطها بتحديد الخصائص الفردية عبر مقارنتها بالخصائص الجماعية العامة (بدوي، 1982، ص 206). وفي هذا السياق، تعدّ الهوية احساساً بالانتماء، يرتبط بمدى حضور الجماعة ومكانتها داخل المنظومة الاجتماعية (ولد خليفة، 2013، ص 09).

التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة، يُقصد بالهوية تحديداً الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، بوصفها بناءً رمزياً ودلالياً يميزها في أبعادها اللغوية والدينية والاجتماعية والعرفية. وهي تمثل مجموع التمثيلات التي تعكسها الصحافة النسائية لشخصيتها وقيمها وأدوارها وانتماءاتها، بما يوضح موقعها كفاعل اجتماعي وثقافي داخل السياق الجزائري.

الثقافة:

التعريف اللغوي: تعود كلمة الثقافة إلى الفعل الثلاثي "ثَقَفَ" الذي يعني الحذق والفطنة والمهارة، ويُقال "ثَقَفَ الشيء" أي أدركه بسرعة، و"ثَقَفَ الرمح" أي قومه وسوّاه (ابن منظور، 1997، ص 20). ومنها جاءت

كلمة "الثقاف"، أي الأداة التي يُسوَّى بها المعوج، وقد استُخدمت لاحقاً للدلالة على التهذيب والتعليم والفهم. وفي التراث الإسلامي، عبّر بها عن الحكمة والمعرفة والإدراك، ما يجعلها كلمة عربية أصيلة تحمل دلالة الفهم والمهارة (بيومي، 2009، ص 19).

التعريف الاصطلاحي: يرى غيدنز أنّ الثقافة هي أسلوب الحياة الذي تنتهجه جماعة ما، ويشمل العادات والتقاليد وأشكال العمل والملبس والزواج والأنشطة الترفيهية (غيدنز، 2018، ص 197). أمّا ستيوارت هول فيعتبرها بنية رمزية ومعنوية تعكس المثل واللغات والأعراف والسلوكيات التي تميز مجتمعاً معيناً، وتشكل إطاراً لفهم مشترك (Hall, 1997, p. 253). ويُعرفها الفاز (2006، ص 64) بأنها مجموعة القيم والمعايير والأفكار المادية واللامادية التي تحدد سلوك الأفراد وتنتقل عبر الأجيال.

في الفكر العربي، يرى مالك بن نبي أنّ الثقافة هي مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته (بن نبي، 2000، ص 22). بينما يطرح البدوي تعريفاً شاملاً: الثقافة هي البيئة التي يصنعها الإنسان، وتشمل منتجات مادية وغير مادية، وأنماط سلوك مكتسبة تُنقل عبر الرموز من جيل إلى آخر (البدوي، 1982، ص 92).

التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة، يُقصد بالثقافة الإطار المرجعي الرمزي الذي تستند إليه الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، كما تعكسه القيم والعادات والرموز والتمثيلات التي تقدمها الصحافة النسائية في معالجتها البصرية والتحريرية.

الهوية الثقافية:

التعريف الاصطلاحي: يُشير اقتران مفهومي الهوية والثقافة إلى العلاقة البنوية بينهما، إذ لا وجود لهوية دون منظور ثقافي، كما أنّ كل ثقافة تُجسد في جوهرها هوية محددة (ولد جاب الله، 2005، ص 145).

وتُعرفها اليونسكو بأنها "مجموعة السمات والقيم التي تنتمي إلى الجماعات المحلية أو الإقليمية أو الوطنية، وتشمل طرائق استيعاب التاريخ والتقاليد والعادات وأنماط الحياة والإحساس بالمشاركة أو الانتماء (عطية، 2008، ص 35).

كما ترى الدراسات السوسيولوجية والأنثروبولوجية أنّ الهوية هي إحساس جماعي بالانتماء إلى أمة أو جماعة ذات خصائص اجتماعية وثقافية ونفسية وتاريخية مشتركة، تصهر الأفراد داخل بوتقة واحدة وتُحقق الانسجام والتفاعل بينهم (رحيمة، 2013، ص 193). ومن زاوية أخرى، فهي إدراك للذات الجماعية، بما يشمل منظومة

القيم والأخلاق والعادات والتقاليد والدين، أي السمات التي تميز شعباً عن آخر وتنعكس على أنماط العلاقات والسلوكيات والإنتاجات الثقافية والفنية (كوش، 2007، ص 149).

التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة، تُفهم الهوية الثقافية على أنه الصورة المركبة والمتغيرة للمرأة الجزائرية كما تُعيد الصحافة النسائية تمثيلها من خلال الرموز والدلالات البصرية والتحريرية التي تعكس انتماءاتها الثقافية والدينية واللغوية والاجتماعية، سواء من منظور تقليدي أو حديثي، بما يعكس ديناميكيتها الهوية وتفاعلها مع السياقين الوطني والعالمي.

الصحافة المتخصصة

التعريف اللغوي: تُشتق كلمة "تخصص" من الجذر "خصص"، وتدل على التعيين والتحديد، فيقال: "تخصص بالشئ" أي قصره على نفسه دون غيره. ويُقال "تخصص بأسلوبه" أي امتاز به عن غيره وانفرد به. ومن معانيها: التوجه نحو علم أو مجال معين دون سواه، كما في قولهم "تخصص في الطب"، أي جعله ميداناً لبحثه وجهده (عمر، 2008، ص 165).

أما في السياق الاجتماعي، فالتخصص هو تقسيم المجتمع إلى عدد من الوظائف والمجالات المتخصصة والمتراصة، ويُعد مظهرًا من مظاهر تطور البنى المجتمعية الحديثة (تلمساني، 2013، ص 8-9).

التعريف الاصطلاحي: الصحافة المتخصصة هي ذلك النوع من الصحافة الذي يتناول موضوعاً أو مجالاً معيناً بشكل منهجي ومكثف، ويؤجّه إلى فئة محددة من الجمهور. وتُعرف بأنها "الصحافة التي تتخلى عن شمولية المضمون والمقصد، لتختص بمجال إعلامي واحد أو لتتوجه إلى جمهور بعينه، مثل الصحافة العلمية، الفنية، الاقتصادية، أو النسائية..." (بشرى، 2012، ص 21). وهي الصحف والمجلات التي تُعالج قضايا خاصة بمهنة أو قطاع أو مجال من مجالات الحياة، وتلعب دوراً هاماً في نقل المعلومات، وإعداد الأخبار للنقاش والتحليل، ونشر الابتكارات وتبادل التجارب، والتأثير في صانعي القرار، وتعزيز الإبداع في مجالات متعددة (الفار، 2006، ص 208). كما تمثل الصحافة المتخصصة استجابة موضوعية لتطور المجتمع وتنوع حاجاته الإعلامية، فهي تعبير عن التقسيم الاجتماعي للعمل، وسعي لتلبية متطلبات جمهور متميز ومتخصص (خضور، 1994، ص 70).

التعريف الإجرائي: نقصد بالصحافة المتخصصة في هذه الدراسة تلك المجالات المطبوعة الورقية الدورية الصادرة في الجزائر بعد قانون الإعلام لسنة 1990م، والتي اتخذت طابعاً تخصصياً يعكس مبدأ حرية التعبير وتنوع الجمهور، وتتناول قضايا ومجالات محددة بالنقد والتحليل، موجّهة إلى فئات نوعية من القراء، وتندرج ضمنها

الصحافة النسائية، التي تمثل المجال التطبيقي المباشر لهذه الدراسة لكونها تعالج قضايا المرأة وتمثلاتها الثقافية والاجتماعية والإعلامية بشكل خاص.

الصحافة النسائية

التعريف اللغوي: "النساء" جمع "امرأة"، ويطلق في اللغة على الجنس الأنثوي من البشر، وقد استُخدم اللفظ في القرآن الكريم عنواناً لسورة كاملة، بما يعكس مركزية المرأة ومكانتها في البناء الاجتماعي والثقافي. (مهنّا، 1993، ص 215).

التعريف الاصطلاحي: تُعرف الصحافة النسائية بأنها الدوريات المطبوعة المتخصصة في قضايا المرأة وشؤونها، الهادفة إلى خدمتها اجتماعيًا وثقافيًا وتربويًا وصحّيًا (غازي، 2006، ص 10). ويرى بعض الباحثين أنّها تُعرّف من خلال مضمونها الموجه إلى النساء، أو من خلال جمهورها الذي يتكوّن أساسًا من القارئات، حتى وإن لم يكن القائمون عليها من النساء أو ام يُحصر محتواها في قضاياهن فقط (إبراهيم، 1996، ص 97). ويتّسع هذا المفهوم ليشمل صفحات المرأة في الصحف العامة، إضافة إل المجالات المخصصة التي تُعنى بشكل مباشر بالشؤون النسائية (أبو زيد، 1986، ص 100).

التعريف الإجرائي: في سياق هذه الأطروحة، يُقصد بالصحافة النسائية: الدوريات الورقية الجزائرية المتخصصة التي تتناول قضايا المرأة وتُسهّم في تشكيل تمثلات هويتها الثقافية والاجتماعية من خلال محتواها التحريري والبصري، فهي وسائط اتصالية تُعالج موضوعات ذات صلة بالأبعاد اللغوية والدينية والتراثية والاجتماعية والتاريخية للمرأة الجزائرية، وتُخاطب جمهورًا نسائيًا بالأساس، لتؤدي دورًا في نقل وتوجيه الوعي الجمعي بهويتها داخل المشهد الإعلامي الوطني.

التمثلات (Les représentations)

نظرًا لاعتماد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية التمثيل الثقافي لستيوارت هول، فإنّ تقديم مصطلح التمثلات سيتم تفصيله لاحقًا ضمن الجزء النظري بما يحيط بأبعاده المعرفية والمنهجية. ويُكتفى في هذا الموضع **بالتعريف الإجرائي**، بوصف التمثلات مجموع الصور الذهنية والرمزية والدلالية التي تنتجها مجلّتا «دزيريات» و«موعد حواء» حول المرأة الجزائرية، من خلال ما تبنيه من معان عبر اللغة والصور والعناوين والرموز البصرية. وتمثل هذه التمثلات الطريقة التي تصوغ بها المجالات هوية المرأة وتعرضها داخل منظومة من التصورات والقيم والحمولات الثقافية.

وانطلاقاً من هذا المفهوم، يبرز ارتباط التمثيلات بمفهوم الصورة الذهنية باعتبارها الامتداد الإدراكي لهذه التمثيلات؛ إذ تُجسّد المخرجات العقلية المتكونة عبر عمليات الإدراك والانتقاء والتصنيف والتأويل، وتنعكس في الوعي الاجتماعي في شكل صور مستقرة أو متغيرة حول المرأة الجزائرية كما تعرضها المجالات النسائية. فالتمثيلات تمنح المحتوى الثقافي للمجلة، بينما توضّح الصورة الذهنية كيفية استقبال هذا المحتوى وتمثله في الوعي الفردي والاجتماعي. ويتكامل المفهومان في تشكيل فهم المجتمع للمرأة الجزائرية كما يُعاد إنتاجه داخل الخطاب الإعلامي.

وبذلك، يقدّم مفهوم الصورة الذهنية في هذا الجزء، من خلال ضبطه لغوياً واصطلاحياً وإجرائياً، تمهيداً لاعتماده في تحليل المضمون وربطه بالتمثيلات الثقافية التي تنتجها الصحافة النسائية.

الصورة الذهنية

التعريف اللغوي: تتكون عبارة الصورة الذهنية من مفردتين: **الصورة** و **الذهنية**. تحمل الصورة في اللغة العربية دلالات التمثيل والمحاكاة والوصف والتجسيد، وتشير إلى الهيئة أو الشكل الذي ينطبع في ذهن ويمثل حقيقة الشيء وصفاته (بودهان وعكاك، 2018، ص 79). أمّا الذهنية فتتّجه إلى الذهن بمعنى العقل والإدراك، وتدّل على مجموع التصورات والأفكار والاتجاهات المرتبطة بموضوعات أو أشخاص معيّنين (شعبان، 2001، ص 94).

التعريف الاصطلاحي: تعددت تعريفات الصورة الذهنية في الأدبيات العربية والغربية، ويمكن استخلاص المشترك بينها في تصور عقلي يتشكل بالاستناد إلى إدراك سابق، ويستطيع الفرد استرجاعه حتى في غياب المؤثر الحسي الخارجي (صليبا، 1994، ص 144). وهي كذلك تمثيل ذهني لشيء أو فئة أو موضوع، قائم على رموز ومخزونات معرفية تستدعيها الذاكرة عند الحاجة (الزغي، 2001، ص 96).

وفق علم النفس، تُعد الصورة الذهنية مدرّكاً تمثيلاً مختصراً يحزّن في الذاكرة القصيرة ثم ينتقل إلى الذاكرة الطويلة عبر التكرار والتعزيز (الجبوري، 2010، ص 163). أما اجتماعياً، فهي بناء معرفي يعكس طريقة فهم الأفراد للعالم الاجتماعي. ويعد والتر ليبمان (1922) أبرز من نظّر لمفهوم الصورة الذهنية، وعرّفها بأنها "الصور الموجودة في رؤوسنا"، أي الأطر الإدراكية التي تُشكّل فهمنا للواقع وتوجّه أحكامنا وسلوكياتنا. ويضيف كينيث بلدنغ (1956) أنّها مجمل المعارف والانطباعات التي يبنّيها الفرد استناداً إلى شبكة من المؤثرات تشمل الأسرة والمحيط الاجتماعي والتجارب السابقة والرسائل الإعلامية.

وتُظهر هذه التعريفات مجتمعة أنّ الصورة الذهنية تجمع بين الإدراك الفردي والتأثيرات الاجتماعية والإعلامية، لتنتج تمثيلاً مركّباً ومختصراً للواقع.

التعريف الاجرائي: تُعرّف الصورة الذهنية في هذه الأطروحة على أنها: مجمل التصورات والانطباعات والدلالات المعرفية والثقافية التي تتشكل لدى القارئة/القارئ حول المرأة الجزائرية كما تعرضها المجالات النسائية «دزيريات» و«موعد حواء»، وذلك عبر التعرض المتكرر للخطاب الإعلامي. وتُحتزن هذه التصورات في الذاكرة لتتحول لاحقاً إلى مواقف واتجاهات وسلوكيات اجتماعية.

ثانياً- الإجراءات المنهجية للدراسة

1. نوع الدراسة

تندرج هذه الأطروحة الموسومة بـ "مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية" ضمن الدراسات الوصفية، وهي من أبرز أنماط البحوث الإعلامية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتحليل عناصرها وعلاقاتها كما هي في الواقع، مع تفسير المعطيات واستخلاص الدلالات العلمية (عبد الحميد، 2004، ص 13).

وقد وقع الاختيار على هذا النمط المنهجي لملاءمته لموضوع البحث، الذي يسعى إلى الكشف عن تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في المجالات النسائية الوطنية، ورصد التحولات الحاصلة في هذه الهوية بفعل التأثيرات الاجتماعية والثقافية والإعلامية، وذلك من خلال تحليل مضموني لعينة ممثلة من مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء».

وتقوم الدراسات الوصفية على خصائص رئيسية أبرزها:

1. وصف الظاهرة كما هي في الواقع الراهن
 2. تحليل العلاقات والروابط واستنتاج التفسيرات الممكنة
 3. الاعتماد على التكامل بين المعطيات الكمية والكيفية
 4. توظيف الأدوات الإحصائية من جهة، والتفاسير النوعية من جهة أخرى.
- وفي هذا السياق، اعتمدت الدراسة على المزج بين المنهج الكمي والكيفي:

استُخدمت الأساليب الكمية (التكرارات والنسب المئوية) لقياس الظاهرة موضوع الدراسة (أنجس، 2004، ص 100)، ودُعمت بالتحليل الكيفي للكشف عن الدلالات الرمزية والبعد الثقافي والاجتماعي للخطاب الإعلامي (بن مرسل، 2010، ص 258).

2. منهج الدراسة

يُعد المنهج أحد الركائز الأساسية للبحث العلمي، كونه يمثل جملة من القواعد والإجراءات التي تهدف إلى تنظيم خطوات الباحث للوصول إلى معرفة دقيقة بالظواهر (إبراهيم، 2000، ص 60). ويرى دوركايم أنّ المنهج هو "سلسلة من الخطوات العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في معالجة ظاهرة اجتماعية" (مصباح، 2008، ص 13).

وبما أنّ هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية، فقد كان **المنهج المسحي** هو الأنسب، إذ يسمح بجمع بيانات وصفية دقيقة حول الظاهرة الإعلامية المدروسة، وتحليلها وفق أبعادها الشكلية والمضمونية والثقافية (بوحوش، 2002، ص 39). ويُعرف هذا المنهج بأنه عملية تحليلية شاملة تسعى إلى وصف الظاهرة كما هي في الواقع، مع تفسيرها واستنتاج دلالاتها (قنديلجي، 2007، ص 95).

واعتمد البحث بالأساس على أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي؛ فالبعد الكمي استخدم في رصد التكرارات والنسب المئوية لتوزيع القوالب والمضامين، بينما استخدم البعد الكيفي في تفسير هذه النتائج واستخلاص معانيها الثقافية والاجتماعية.

ولتعزيز دقة التحليل، استخدم أسلوبان متكاملان:

1. التحليل: باعتباره الأداة المثلى لاستخلاص تمثيلات الهوية من مضامين المجلتين.
2. المقارنة: لاستجلاء أوجه التشابه والاختلاف بين مجلتي «دزيريات» و «موعد حواء»، وفهم طبيعة الخيارات التحريرية لكل منهما (Grawitz, 2000, p.419).

3. أدوات جمع البيانات والمعلومات

نظراً لطبيعة موضوع هذه الدراسة وأهدافها، فقد رأت الباحثة أن الاعتماد على أداة واحدة قد لا يكون كافياً للكشف عن مختلف الأبعاد الكمية والكيفية لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية. لذلك كان من الضروري الجمع بين أكثر من أداة منهجية، بما يتيح مقارنة شاملة للظاهرة المدروسة.

وقد وقع الاختيار على التالي:

1.3. أداة تحليل المضمون

اعتمدت هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» من حيث الشكل والمضمون، انسجامًا مع أهداف البحث وتساؤلاته. ويعود اختيار هذه الأداة إلى قدرتها على تفكيك النصوص الإعلامية وكشف خلفياتها الفكرية والثقافية والإيديولوجية، إضافةً إلى توصيف السلوك الاتصالي للقائمين بالاتصال.

وقد جرى توظيف التحليل الكمي لرصد التكرارات والنسب المئوية (حسين، 2006، ص 223-224)، إلى جانب التحليل الكيفي لتفسير النتائج واستنباط الدلالات العميقة (شارلين، ليفي، 2011، ص 469). ويُعرف تحليل المضمون بأنه "تفكيك ما تنتجه وسائل الإعلام من مضامين اتصالية إلى وحدات قابلة للتحليل، بما يسمح بكشف الرموز والصيغ المستخدمة للتعبير عن القيم والأفكار" (أحمد فلاق، 2016، ص 22).

أ. وحدات وفئات التحليل

اعتمدت الباحثة وحدتي الموضوع والفكرة كوحدات أساسية، نظرًا لطبيعة موضوع الهوية الثقافية المتسم بالتداخل الدلالي والتعدد الرمزي. وتم تصنيف محتويات العينة ضمن فئتين رئيسيتين:

فئات المضمون (ماذا قيل؟): تشمل القضايا والرموز والقيم والمعاني المتصلة بالهوية الثقافية.

فئات الشكل (كيف قيل؟): وتشمل الأسلوب التحريري، العناوين، الصور، الألوان، والرموز البصرية.

ولهذا الغرض، صُممت استمارة تحليل مضمون تضمّن فئات كمية وكيفية تغطي مختلف الأبعاد الشكلية والمضمونية ذات الصلة بالهوية الثقافية، مع إدراج تعريفاتها الإجرائية في الملحق رقم (02 و 03).

ب. ثبات التحليل:

يعد قياس ثبات التحليل مرحلة هامة ضمن خطوات تحليل المضمون، فهو يسمح بقياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس بذاته، مما يعني التوصل إلى نفس النتائج عند توافر نفس الظروف.

لذلك تم توزيع دليل التعريفات الإجرائية للمؤشرات لأساتذة مختصين* من أجل ترميزها، ثم ترجمة تلك الرموز إلى المعادلة التالية:

تطبيقًا لمعادلة "هولستي" لقياس درجة التجانس بين المحللين والمتمثلة في:

ن (متوسط الاتفاق)

معامل الثبات =

$$1 + (1 - n) (\text{متوسط الاتفاق بين المحللين})$$

أستاذة التعليم العالي

* الأساتذة المرمزون هم: أ.د. فطومة بن مكي

أستاذ محاضر (أ)

د. كريم دواجي

أستاذ محاضر (أ)

د. سماش بن علي

وكانت النتائج بناء على ذلك كالتالي:

نسبة الاتفاق بين المرمّزين:

بين « أ » و « ب » = 0.75؛ بين « أ » و « ج » = 0.75؛ بين « ب » و « ت » = 0.85.

2.35

متوسط الاتفاق كان: 0.78 =

3

وبالتالي حصلنا على معامل ثبات يقدر ب:

2.34

0.78 x 3

معامل الثبات = = 0.91

2.60

0.78 (1-3) + 1

تؤكد هذه النسبة على صلاحية أدوات التحليل المستخدمة في هذه الدراسة.

وبذلك، تضمنت الباحثة مستوى مرتفعاً من الصدق والثبات، بما يكفل موضوعية النتائج ودقتها العلمية.

2.3. أداة تحليل الخطاب الإعلامي

تُعدّ أداة تحليل الخطاب من أبرز الأدوات المنهجية في الدراسات الإعلامية، خاصةً تلك التي تتناول النصوص الاتصالية من زاوية نوعية معمّقة. فهي تسمح بتجاوز حدود الوصف السطحي للمضامين إلى الكشف عن البنى العميقة والدلالات الضمنية التي تعكس توجهات فكرية وأيديولوجية. ولهذا شاع استخدامها في تحليل الرسائل الإعلامية باعتبار الخطاب وسيطاً ناقلاً ومُنتجاً لتمثيلات اجتماعية وثقافية.

وقد اعتمدت الباحثة هذه الأداة للكشف عن تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما صاغتها مجلتا «دزيريات» و«موعد حواء»، مع إبراز الأنساق الأيديولوجية والتصورات الرمزية التي تحملها، وما تتركه من أثر في تشكيل وعي القارئات وهويتهن الثقافية.

يُعرّف الخطاب بأنه: "تصور أو موقف شخص أو جماعة إزاء قضية مطروحة، وهو تعبير عن أيديولوجيا معينة؛ إذ يصبح صراع الخطابات انعكاساً لصراع الأيديولوجيات، وتكون اللغة أدواته الأساسية" (عطية، 1995، ص41).

كما يرى بشير (2009، ص04) أن الخطاب "منتج لغوي إخباري متنوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، له قدرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه وفق المرجعيات التي يصدر عنها".

فيما يُفهم الخطاب كذلك على أنه لغة مكتوبة أو منطوقة تُبث ضمن سياق نصي معين بهدف نقل معنى خاص (فوكو، 2000 ص ص12-13).

ويتجسد الخطاب في مستويين:

1. مستوى ضيق يركز على المعاني الظاهرة في الكلمات والجمل.
2. مستوى واسع يتصل بالموضوعات الكبرى والقضايا التي يعالجها النص وما تحمله من أنساق دلالية كاملة (خليل، 1998، ص14).

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم توظيف أسلوبين رئيسيين من أساليب تحليل الخطاب:

أ. أسلوب مسار البرهنة:

يُستخدم للكشف عن الحجج والبراهين التي يقدمها النص لدعم توجهات معينة، مما يساعد على التعرف على الأيديولوجيات المراد ترسيخها وآليات الإقناع الموظفة (أميرة محمد، 2019، ص349)

ب. أسلوب تحليل القوى الفاعلة:

يركز على تحديد الفاعلين الأساسيين داخل الخطاب (أشخاص، مؤسسات، منظمات...) وتحليل الأدوار المنسوبة إليهم، بما يتيح فهم ديناميكيات القوى الاجتماعية والسياسية والثقافية، وكيف تُقدّم كقوى مؤيدة أو معارضة أو محايدة (هشام، 2010، ص 28).

وبهذا، فإن اعتماد أداة تحليل الخطاب يمكّن من تفكيك البنية الأيديولوجية والرمزية للخطاب الإعلامي في الصحافة النسائية الجزائرية، وإبراز دوره في صياغة صورة المرأة الجزائرية وهويتها الثقافية.

3.3. أداة المقابلة

إلى جانب تحليل المضمون وتحليل الخطاب، استعانت الباحثة بأداة المقابلة كوسيلة مساعدة في جمع البيانات والمعلومات المرتبطة بمجلتي الدراسة «دزيريات» و«موعد حواء». وتكتسب المقابلة أهميتها في كونها إحدى أدوات البحث العلمي النوعي التي تسمح بالتفاعل المباشر مع الفاعلين المعنيين بالموضوع، ما يوفر معطيات دقيقة قد لا تكشفها الأدوات المكتوبة وحدها.

ويُعرّف مرسلي المقابلة بأنها: "أداة من أدوات البحث العلمي، يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان، في إطار إنجازها للبحث" (مرسلي، 2010، ص 213). وهي بذلك تقوم على المواجهة المباشرة بين الباحث والمبحوث، ضمن حوار يأخذ شكل أسئلة وأجوبة تتعلق بموضوع الدراسة. وقد تكون المقابلة فردية أو جماعية، مقننة أو غير مقننة، حسب أهداف البحث وطبيعته (هشام، 2010، ص 28).

وفي هذا الإطار، قامت الباحثة بزيارات ميدانية إلى مقرّي المجلتين محل الدراسة، مستفيدة من اشتراك سابق مكّنها من جمع الأعداد مباشرة من المصدر. كما أجرت مقابلات مباشرة وغير رسمية مع عدد من الفاعلين الإعلاميين (رؤساء تحرير، صحفيين، ومحررين)، بغية استجلاء مواقفهم حول آليات اختيار المواضيع، والسياسة التحريرية للمجلتين، وصورة المرأة الجزائرية والهوية الثقافية في خطابهما الإعلامي.

فعلى مستوى مجلة «دزيريات»، استغلت الباحثة تواجدها بالمقر للتداول مع عدد من الموظفين أثناء إنجازهم لمهامهم اليومية، وطرحت أسئلتها في إطار حوار من مفتوح. أما في مجلة «موعد حواء»، فقد أجرت مقابلة مباشرة مع السيدة جميلة طالبي عيساوي، مديرة المجلة، ثم تواصلت معها لاحقًا هاتفياً لاستكمال بعض الجوانب.

وقد اتسمت هذه المقابلات بطابعها غير الرسمي وغير المقنن، حيث لم تعتمد الباحثة على استمارة جاهزة، بل اختارت أسلوب الحوار الحر بغرض استكشاف آراء ومواقف الباحثين بشكل أكثر عمقاً ومرونة، مما أتاح إثراء البيانات المتعلقة بتمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في المجالات النسائية.

إنّ اعتماد هذه الدراسة على ثلاث أدوات متكاملة، هي: تحليل المضمون للكشف عن الأبعاد الكمية والكيفية للخطاب الإعلامي، وتحليل الخطاب لفهم البنية العميقة والدلالات الأيديولوجية والرمزية، والمقابلة لاستجلاء مواقف وتصورات الفاعلين الإعلاميين، قد مكّن من تحقيق قدر عالٍ من الشمولية والدقة في تناول موضوع الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية.

هذا التكامل بين الأدوات أتاح للباحثة الجمع بين التحليل الكمي والكيفي، وربط النتائج النصية بالممارسات التحريرية والخيارات الصحفية الواقعية، ما يعزز من مصداقية النتائج ويجعلها أكثر قدرة على تفسير تمثيلات الهوية الثقافية في سياقها الاجتماعي والإعلامي.

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1.4 مجتمع البحث

يُعدّ تحديد مجتمع الدراسة خطوة أساسية في أي بحث علمي، خاصة تلك التي تعتمد على تحليل المضمون للوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة. ويُشير مفهوم "المجتمع" في العلوم الإنسانية إلى مجموعة من العناصر المتجانسة التي تنتمي إلى نفس الفضاء الموضوعي، والتي يمكن حصرها أو تقديرها عددياً. أمّا في سياق الدراسات الإعلامية، فيتمثل مجتمع البحث في مجموع الرسائل الإعلامية المتجانسة التي تُبث عبر وسائط الاتصال المختلفة، والتي يسعى الباحث إلى الكشف عن خصائصها ومضامينها (ثمار، 2007، ص 20).

وفي أدبيات البحث العلمي، يُعرّف مجتمع البحث بأنه "المجموع الكلي للوحدات التي يمكن للباحث التعامل معها من أجل جمع البيانات"، وهو بذلك لا يقتصر على عدد أو قائمة مغلقة، بل يُمثّل كياناً قائماً على خصائص مشتركة تُستعمل كإطار مرجعي لاختيار العينة وتحليلها (جخدل، 2019، ص 17).

وانطلاقاً من هذا التصور، يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الصحافة النسائية الجزائرية الصادرة خلال فترة إنجاز البحث، وذلك وفقاً للمعايير العلمية التي تُعرّف الصحافة المتخصصة. وقد اعتمدت الباحثة أسلوب الحصر الشامل، حيث أُجري مسح ميداني أولي شمل مختلف نقاط البيع والمكاتب والمراكز الإعلامية، تبيّن من خلاله ندرة الدوريات النسائية المتخصصة المنتظمة. إذ غالباً ما تعاني هذه المجالات من عدم انتظام في دورية الصدور، أو تتوقف عن النشر فجأة، أو لا تفي بالمعايير المهنية للصحافة النسائية المتخصصة.

وبناءً على عملية الرصد هذه، تبين أنّ مجلة «دزيريات» ومجلة «موعد حواء» هما الوحيدتان اللتان تصدران بانتظام خلال الفترة المدروسة، وتوزعان على مستوى العاصمة أساساً، ما جعلهما يُشكّلان مجتمع البحث لهذه الدراسة.

وبهذا، فإنّ اقتصار مجتمع البحث على هاتين المجلتين لم يكن اختياراً اعتباطياً، بل جاء نتيجة مسح ميداني شامل أثبت ندرة وغياب بدائل أخرى تستوفي معايير الصحافة النسائية الجزائرية المتخصصة.

2.4. عينة الدراسة

تُعدّ دقّة اختيار العينة شرطاً حاسماً في نجاح أي دراسة علمية، إذ كلما كانت العينة أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث، ازدادت النتائج مصداقية وموضوعية (طعمية، 1987، ص135). ويُعرّف مفهوم "العينة" بأنه "اختيار جزء من وحدات مجتمع البحث بطرائق عشوائية أو قصدية"، وهو ما يجعل إجراءات اختيارها ذات أهمية بالغة، نظراً لكونها تُحدّد إمكانية تعميم النتائج على المجتمع الأصلي (القصاص، 2014، ص78).

وبما أنّ هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تُعنى بمضامين محددة في الصحافة النسائية الجزائرية، فقد رأت الباحثة أنّ العينة القصدية (العمدية) هي الأنسب. وتُعرّف هذه العينة بأنها "تعبير عن الميول المقصود للباحث في اختيار وحدات التحليل استناداً إلى خبرته ومعرفته بطبيعة المجتمع المدروس، بما يضمن ملاءمتها لأهداف الدراسة" (نمار، 2007، ص36). ويُعتمد هذا النوع من العينات بكثرة في دراسات تحليل المضمون، حيث يُنتقى المحتوى الذي يتضمن بالفعل الموضوع قيد الدراسة، خلافاً للعينة العشوائية التي قد لا تحقق هذا الشرط.

استناداً إلى ذلك، تم تحديد عينة الدراسة وفق الأسس الآتية:

1. **المصدر:** اقتصرت العينة على مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» باعتبارهما الوحيدتين اللتين صدرتا بانتظام خلال فترة البحث، ومُصنّفتين ضمن الصحافة النسائية المتخصصة في الجزائر، بما يتوافق مع طبيعة موضوع الدراسة.

2. **الإطار الزمني:** شملت العينة الفترة الممتدة من جانفي إلى ديسمبر 2018، حيث تم جمع اثني عشر (12) عدداً من كل مجلة، بما يغطي سنة كاملة. وقد اختير هذا الإطار الزمني لتمكين الدراسة من رصد المعالجات الإعلامية لمسألة الهوية الثقافية خلال مختلف المناسبات الاجتماعية والدينية والوطنية التي قد تعكسها المجالات مضامينها.

3. **الإطار المكاني:** نظرًا لمحدودية التوزيع الجغرافي، فقد اقتصر على عملية جمع الأعداد على ولاية الجزائر، ما يتطلب جهدًا ميدانيًا للحصول على النسخ الكاملة من المجلتين خلال الفترة المحددة.

4. **الإطار الموضوعي:** ركزت عملية الاختيار على جميع المواد التي تناولت مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بشكل مباشر أو غير مباشر، بما في ذلك المقالات، التحقيقات، الحوارات، الصور، التعليقات، والمواد البصرية والإعلانية ذات الصلة.

وبهذا التحديد، تُمكن العينة القصدية من توفير مادة تحليلية كافية وذات دلالة، تسمح بفحص تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما صاغتها الصحافة النسائية الوطنية.

5. الأساليب الإحصائية المستخدمة

تُعدّ الأساليب الإحصائية من الأدوات المنهجية الأساسية التي تمكن الباحث من قياس الظواهر بدقة وموضوعية، إذ تسمح بتحويل البيانات الخام المستخلصة من عملية الجرد الأولي إلى معطيات رقمية قابلة للوصف والتحليل، بما ينسجم مع أهداف البحث وتفسير نتائجه (بن مرسل، 2019، ص 329).

وفي هذه الدراسة، تم الاعتماد على الإحصاء الوصفي لتحليل مضامين المجلتين محل الدراسة، وذلك من خلال: حساب التكرارات المطلقة والنسب المئوية للفئات والعناصر المرتبطة بمسألة الهوية الثقافية.

إجراء المقارنات بين محتويات الأعداد المختلفة للمجلتين خلال الفترة الزمنية المحددة.

كما استعانت الباحثة ببرامج إحصائية مساعدة، أهمها Excel، لتبويب البيانات وتنظيمها وتحليلها بصورة دقيقة، مما أتاح تقديم نتائج كمية موثوقة تُسهم في الكشف عن طبيعة تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما تعكسها الصحافة النسائية.

ثالثا- الدراسات السابقة والأطر النظرية للدراسة:

1. الدراسات السابقة

تُعد مرحلة الاطلاع على الدراسات السابقة ذات أهمية بالغة في البحث العلمي، فهي تُمكن الباحث من الوقوف على أهم الأفكار والنتائج التي توصل إليها الباحثون في مجال الدراسة، وتساعد على تحديد الإطار النظري والميداني للبحث، كما تساهم في تفادي تكرار ما تم تناوله سابقًا. ومن هذا المنطلق، يشير دليو (1999، ص 103) إلى أن "نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث أن يرى عمله كحلقة متصلة بمحاولات سابقة، فكل

بحث لا بد أن يكون مبنياً على جهود ماضية سواء كانت ميدانية أو مكتبية". مع ذلك، فإن نقص الدراسات المتوفرة حول بعض المشكلات يظل تحدياً أمام الباحثين.

بالرغم من كثرة الأدبيات التي تناولت موضوع الهوية الثقافية في الجزائر، وكذلك الصحافة النسائية، إلا أنه لا توجد دراسات محلية أو أجنبية تناولت ربط المتغيرين معاً بشكل مباشر. وبناءً على مراجعتنا للعديد من الدراسات ذات الصلة، نلاحظ أن معظمها تناول جانباً من موضوع الدراسة الحالية أو ارتبط بأحد متغيراتها، مما يؤكد أهمية البحث الحالي في سد هذه الفجوة المعرفية.

ولتوضيح ذلك، فقد قسمنا الدراسات السابقة إلى دراسات محلية وأخرى أجنبية، ثم ضمن كل قسم إلى دراسات تناولت موضوع الهوية الثقافية، ودراسات أخرى تناولت الصحافة النسائية المتخصصة.

1.1 الدراسات المحلية

الدراسة الأولى: إيمان سكور (2019-2020). بناء الهوية الثقافية على الخط وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك: دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الشباب الجزائري (2018-2019)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال

انطلقت الباحثة إيمان سكور في دراستها من إشكالية محورية صيغت في تساؤل رئيسي مفاده: هل لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي «فايسبوك» دور في بناء الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري على الخط؟ سعت الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أبرزها الكشف عن دور استخدام موقع فايسبوك في بناء الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، من خلال بحث العلاقة بين تصور الأفراد لهويتهم الثقافية وطريقة تمثيلهم لها عبر المنصة، إضافةً إلى استجلاء مدى تأثير هذا الاستخدام في إشباع الحاجات الاجتماعية والثقافية للمستخدمين. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، مستخدمة أداة الاستبيان على عينة بلغت (377) شاباً وشابة. وقد أظهرت النتائج أن استعمال فايسبوك لا يؤثر بشكل مباشر في تصور الهوية الثقافية الظاهرية، باستثناء ما يتعلق بالعنصر التفاعلي للغة العربية. كما بيّنت وجود علاقة بين استخدام الموقع وطريقة عرض الهوية الثقافية من خلال نشر محتوى يتضمن مقوماتها كاللغة والدين والتاريخ. وأشارت النتائج أيضاً إلى وجود اختلافات ديموغرافية في هذا السياق، إذ تبدي الإناث حذراً أكبر في التفاعل مع الثقافات الجديدة مقارنة بالذكور الذين يميلون إلى الانفتاح. كما أبرزت الدراسة أهمية فايسبوك في تلبية الحاجات التكاملية والاندماجية للمستخدمين عبر توفير فضاء للتعبير والتفاعل الثقافي.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تسلط الضوء على بعد جديد من أبعاد بناء الهوية الثقافية عبر الوسائط الرقمية، وتؤكد الدور البارز للتواصل الافتراضي في إعادة تشكيل أنماط التعبير عن الذات. غير أن تركيزها على فئة الشباب بصفة عامة، وعدم تناولها لخصوصية الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية أو للصحافة النسائية، يجعلها تقدم أرضية معرفية عامة دون أن تعالج مباشرة موضوع البحث الحالي. ومع ذلك، فإن نتائجها تساهم في إغناء الجانب النظري لأطروحتنا من خلال إبراز البعد التفاعلي والاتصالي في تمثل الهوية الثقافية، وهو ما يمكن مقارنته مع كيفية توظيف المجالات النسائية للألوان والرموز البصرية لإبراز صورة المرأة الجزائرية وهويتها.

الدراسة الثانية: ليليا شاوي (2014-2015). **أنماط تلقي جمهور مستمعي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية: دراسة إثنوغرافية لعينة من الأسر الجزائرية جانفي 2010 - جانفي 2015**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الإعلام.

طرحَت الباحثة ليليا شاوي إشكالية دراستها المتمثلة في التساؤل الرئيسي: ما هي أنماط تلقي الأسرة الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية المسموعة عبر أثر الإذاعة المحلية؟ وهدفت من خلالها إلى استكشاف كيفية استقبال الأسر الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية عبر الإذاعات المحلية، مع التركيز على تأثير الخصوصيات الإثنية والثقافية في تشكيل أنماط التلقي.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الإثنوغرافي، مستعينة بأدوات الملاحظة والمقابلة مع (40) أسرة موزعة على أربع ولايات. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة معنوية بين الأصول الإثنية وأنماط الاستماع للبرامج الثقافية، في حين لم تُسجَل علاقة ذات دلالة بين الجنس وأنماط الاستماع. كما أبانت النتائج عن تفضيل البرامج التي تحتوي على مضامين تراثية مثل الأمثال والأغاني والأحاجي، وعن قدرة هذه البرامج على تحقيق إشباع ثقافية مرتبطة بالأصول الإثنية للأسر.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تبرز أهمية هذه الدراسة في إظهارها لعلاقة التلقي الإعلامي بالهوية الثقافية، وتوضيحها للكيفية التي تتفاعل بها الأسر الجزائرية مع المحتوى الثقافي المذاع، بما يعكس تداخل الإعلام مع الخصوصيات الإثنية. غير أن تركيزها على الإذاعة المحلية والأسر الجزائرية بصفة عامة، دون تخصيص المرأة أو الصحافة النسائية، يجعلها تقدم أرضية نظرية تساهم في فهم السياق العام للهوية الثقافية في وسائل الإعلام، لكنها لا تتقاطع بشكل مباشر مع موضوع الأطروحة الذي يركز على الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما تعكسها المجالات النسائية.

الدراسة الثالثة: ميمونة مناصرية (2011-2012). *هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.*

أثارت الباحثة ميمونة مناصرية في دراستها إشكالية محورية تمثلت في التساؤل المركزي التالي: ما هي آليات مواجهة هوية المجتمع المحلي للعولمة؟ وهدفت من خلالها إلى استجلاء مواقف النخب الجامعية تجاه تأثيرات العولمة على الهوية المحلية، واستكشاف الآليات الممكنة لمواجهة هذه الظاهرة بعيداً عن الانعزال أو الصراع، وذلك من خلال مقارنة سوسيولوجية إيجابية. كما صاغت الباحثة مجموعة من التساؤلات حول إمكانية المواجهة بالانعزال والمقاطعة، أو عبر العنف والصراع، في مقابل جدوى الحوار الحضاري والتنمية البشرية والاقتصادية المستدامة، ودور تفعيل عناصر الهوية المحلية في تعزيز الصمود.

اعتمدت الدراسة المنهج الكيفي، مستخدمة استمارة وُجّهت إلى (123) أستاذًا من جامعة بسكرة. وتوصلت النتائج إلى غياب فاعلية هوياتية حقيقية لدى النخب الجامعية مقارنة بتمثيلات العامة للهوية الجزائرية، مع وجود وعي متزايد بظاهرة العولمة وعلاقتها بالهوية. كما رفضت غالبية المشاركين خيار الانعزال أو المقاطعة، معتبرين التواصل العالمي أمرًا لا يمكن وقفه، وأكدوا أهمية الحوار الحضاري كآلية أساسية للمواجهة. كما أبرزت النتائج أن التنمية البشرية المستدامة - انطلاقًا من الأسرة والمدرسة - تُعد وسيلة فعالة في تحصين الهوية، إلى جانب تفعيل عناصر الهوية المحلية في إطار احترام القوانين والتقاليد.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تُبرز هذه الدراسة أبعادًا سوسيولوجية هامة حول تأثير العولمة على الهوية المحلية في المجتمع الجزائري، وتكشف عن مواقف النخب الجامعية تجاه آليات المواجهة. غير أنها تظل عامة من حيث نطاقها، إذ لم تتطرق إلى خصوصيات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، كما لم تتناول الصحافة النسائية كوسيلة إعلامية معنية بالبناء الرمزي للهوية. ورغم ذلك، فإنها تقدم أرضية نظرية يمكن الاستفادة منها في فهم التحديات الكونية التي تواجه الهوية الثقافية، وهو ما يتقاطع مع بحثنا في رصد تأثير العولمة والإعلام على الهوية النسائية في السياق الجزائري.

الدراسة الرابعة: بريجة شريفة (2015-2016). *التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري: دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير عبر بعض المدن الجزائرية أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.*

قدّمت الباحثة بريجة شريفة في هذه الدراسة تساؤلاً إشكالياً تمحور حول مدى تأثير الهوية الثقافية بالمتغيرات السوسيو-ثقافية الراهنة، وما يترتب عنها من تحولات وآثار على المجتمع الجزائري. وانبثق عن هذا التساؤل جملة من الأسئلة الفرعية، أبرزها: إلى أي مدى تتأثر الهوية بالتحولات الاجتماعية والثقافية؟ وما طبيعة هذه التحولات؟ وما نوع التأثير الذي تمارسه على الهوية الثقافية؟

سعت الدراسة إلى رصد واقع الهوية الثقافية في ظل هذه التحولات، بغرض إبراز آثارها السلبية وإثارة الوعي بوجود صراع ثقافي. وقد اعتمدت منهجاً سوسيو-ثقافياً ميدانياً يجمع بين الوصفي والتاريخي والمقارن، مستخدماً أدوات الملاحظة والاستمارة. شملت العينة (113) فرداً موزعين على ست ولايات جزائرية تمثل التنوع الجغرافي. أظهرت النتائج أن الهوية الثقافية تشهد تذبذبات نتيجة تأثير العولمة والتكنولوجيا، ما يعكس صعوبة دراستها وضرورة مراعاة الظروف السوسيو-تاريخية في تحليلها. كما بيّنت الدراسة تمسك الأفراد بعناصر الهوية المركزية، خاصة عبر اللغة العربية المرتبطة بالدين، والدارجة الجزائرية كلغة تواصل يومي، إضافةً إلى المحافظة على العادات الغذائية التقليدية رغم بروز بعض مظاهر التغير في الممارسات.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تُبرز هذه الدراسة أثر التحولات الاجتماعية والثقافية على الهوية الجزائرية في بعدها العام، وتسلط الضوء على التوازنات بين التمسك بالثوابت والانفتاح على المستجدات. غير أنّ مقاربتها تظل شاملة للمجتمع الجزائري ككل، من دون تركيز على خصوصية الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، كما لم تتطرق إلى دور الصحافة النسائية كوسيط مؤثر في تشكيل أو إعادة إنتاج هذه الهوية. ومع ذلك، فإن نتائجها توفر خلفية نظرية مهمة حول ديناميات التحول الثقافي في ظل العولمة، يمكن الاستئناس بها لفهم السياق الذي تشتغل ضمنه المجالات النسائية المدروسة.

الدراسة الخامسة: سعاد ولد جاب الله (2005-2006). *الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية: دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية (1 سبتمبر 2004 - 31 أوت 2005)*، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.

تمحورت إشكالية دراسة سعاد ولد جاب الله حول كيفية تجلّي الهوية الثقافية في الصحف الإلكترونية العربية، وانبثقت عنها مجموعة من التساؤلات، من أبرزها: ما واقع الصحافة الإلكترونية العربية؟ وما العناصر الأساسية التي تعكس حضور الهوية الثقافية في مضامينها؟ وما التحديّات التي تواجه هذه الهوية في ظل العولمة؟ وهل نجحت هذه الصحف في إبراز الخصوصية الثقافية وخدمة قضايا اللغة والدين والتراث؟ هدفت الدراسة إلى تشخيص

تجربة الصحافة الإلكترونية العربية، وقياس مدى إسهامها في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية ومواجهة تحديات العولمة. وقد اعتمدت الباحثة المنهج المسحي الوصفي، مستعينة بأداة تحليل المضمون لعينة من الصحف الإلكترونية.

كشفت النتائج أن الصحافة الإلكترونية العربية ما تزال في مراحلها الأولى من التكيف مع الوسيط الرقمي، مع ضعف في استغلال إمكانياته التقنية. كما بيّنت أن الهوية الثقافية تتجلى أساسًا في عناصر الدين الإسلامي، اللغة العربية، والتراث العربي، لكنها تواجه في الوقت نفسه تحديات الاندثار والتشويه نتيجة ضغط العولمة. وأوضحت أن حضور الخصوصية الثقافية في المضامين يظل محدودًا وضعيف العمق، إذ تركز بعض الموضوعات على أحداث آنية أكثر من ربطها بالتحديات الكبرى التي تواجه الهوية.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تُبرز هذه الدراسة ملامح الهوية الثقافية في فضاء الإعلام الإلكتروني العربي، مركزة على عناصر اللغة والدين والتراث، لكنها تبقى عامة في طرحها وغير مرتبطة بالسياق الجزائري تحديدًا. كما أنها لم تتناول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية ولا الصحافة النسائية كوسيط إعلامي متخصص، وهو ما يجعل صلتها بموضوع الأطروحة غير مباشرة. ومع ذلك، فإنها تقدم أرضية مفيدة لإدراك التحديات التي تواجه الهوية الثقافية في الفضاء الرقمي، والتي يمكن مقارنتها بالتحديات التي تعكسها المجالات النسائية الجزائرية موضوع الدراسة.

الدراسة السادسة: كلفاح أمال (2017-2018). تأثير الإنترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه في علم النفس العيادي، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.

عرضت الباحثة كلفاح أمال في هذه الدراسة إشكالية تمحورت حول مدى تأثير شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهقين الجزائريين، وانبثقت عنها مجموعة من التساؤلات، أهمها: كيف يتصور المراهق هويته الثقافية في ظل هذه الوسائل؟ وهل يؤدي تعدد النماذج الثقافية إلى غياب هوية موحدة؟ وهل يعيش المراهق تناقضًا وجدانيًا نتيجة التماهي مع أنماط ثقافية متناقضة؟

سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة هذا التأثير وفهم أبعاده، معتمدة المنهج الكيفي، من خلال تقنية سرد الحياة وتحليل المضمون، وذلك على عينة صغيرة من خمس حالات عيادية تتراوح أعمارها بين (17-21) سنة. أظهرت النتائج وجود تأثير بارز للوسائل السمعية البصرية على هوية المراهقين، نظرًا لكونهم في مرحلة البحث عن الذات. كما بينت أن المراهقين لا يُظهرون تمسكًا كبيرًا بالممارسات الثقافية المحلية، باستثناء عنصر الدين

الذي يشكل الثابت الأبرز ضمن مركبات الهوية. وأوضحت النتائج أيضاً أن التخطيط لمستقبل الحياة لدى معظم الحالات يرتبط بالرغبة في الهجرة إلى مجتمعات أخرى، غالباً ما تُقدّم إعلامياً بصورة مثالية، مع بروز تحولات ثقافية ملموسة مثل زيادة الاختلاط بين الجنسين في فضاءات الدراسة والترفيه، إلى جانب تأثير الإنترنت في تعزيز التواصل بينهم. كما أشارت إلى أن النظرة السائدة لدى المراهقين تجاه الثقافة الجزائرية يغلب عليها الطابع السلبي، مع اقتراح تعديلها لتشبه نماذج ثقافية غربية أو آسيوية يتم الاطلاع عليها عبر الإعلام والفضاء الافتراضي.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تبرز هذه الدراسة كيف تؤثر الوسائط الإعلامية الحديثة على تشكيل الهوية الثقافية لفئة حساسة كالمراهقين، وتكشف عن مظاهر التذبذب والبحث عن نماذج بديلة للهوية. غير أن تركيزها ينصب على البعد العمري والنفسي-الاجتماعي للمراهقين، دون التطرق إلى خصوصية الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية أو الصحافة النسائية كوسيط إعلامي. ومع ذلك، تقدم نتائجها خلفية مهمة حول دور الوسائط الجديدة في إعادة تشكيل التصورات الثقافية، وهي معطيات يمكن الاستفادة منها لفهم السياق الإعلامي الذي تتفاعل معه المجالات النسائية المدروسة.

الدراسة السابعة: رضا قنفود (2022-2023). نشأة وتطور الصحافة المتخصصة في الجزائر: دراسة وصفية تاريخية عن نشأة الصحافة النسائية وتطورها في الجزائر (1970-2020) أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة الجزائر 3.

سلّط الباحث رضا قنفود في دراسته الضوء على إشكالية محورية تمحورت حول استقراء كرونولوجيا تطوّر الصحافة النسائية الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 1970 إلى 2020، مع طرح جملة من التساؤلات أبرزها: ما المقصود بالصحافة النسائية؟ وما ملامحها وسماتها في الجزائر؟ وما أبرز عناوينها ورؤاها؟ وما العراقيل التي واجهتها عبر مختلف المراحل؟ سعت الدراسة إلى الكشف عن مفهوم الصحافة النسائية وخصائصها، وتتبع مسار نشأتها وتطورها التاريخي، مع إبراز الأعلام المؤسسين وأهم العوائق التي حالت دون استمراريتها. اعتمد الباحث المنهج الوصفي التاريخي، مستعيناً بأداة المقابلة المقننة وتحليل الوثائق، وركز على عينة قصدية من الصحافة النسائية الجزائرية بين 1970 و2020.

أظهرت النتائج أن مرحلة الأحادية الحزبية (1970-1989) تميزت بصدر أول مجلة نسائية جزائرية، مع تأخر مقارنة ببعض الدول العربية. بينما شهدت مرحلة التعددية الإعلامية (1990-2020) توسعاً ملحوظاً في العناوين النسائية، غير أن الكثير منها اندثر لأسباب تمويلية وتنظيمية. كما بينت الدراسة أن تطور هذا القطاع كان رهيناً بالسياقات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فضلاً عن القوانين والرقابة، إلى جانب تأثير التيار

الإسلامي المتطرف في تسعينيات القرن الماضي، الذي اعتبر الصحافة النسائية غزواً ثقافياً، مما أدى إلى تضيق وحوادث عنف أثرت على مسارها.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تكتسي هذه الدراسة أهمية خاصة لكونها توثق للمسار التاريخي لنشأة وتطور الصحافة النسائية في الجزائر، وتبرز العوامل البنيوية والسياسية التي أثرت على مسيرتها. غير أنها تبقى وصفية تركز على البعد التاريخي والتنظيمي، دون التعمق في تحليل تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية داخل المضامين التحريرية. ومع ذلك، فإن معطياتها توفر خلفية أساسية لفهم السياق المؤسسي الذي نشأت فيه المجالات النسائية، مما يسهم في وضع الدراسة الحالية ضمن إطارها التاريخي.

الدراسة الثامنة: بحاش أميرة (2020-2021). *المعالجة الصحفية لشؤون المرأة الجزائرية: دراسة تحليلية لمجلتي الحياة و«موعد حواء» في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2020، رسالة ماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.*

قدّمت الباحثة بحاش أميرة في هذه الدراسة إشكالية تمحورت حول الكشف عن طبيعة المعالجة الصحفية لشؤون المرأة الجزائرية من خلال هاتين المجلتين. وقد صاغت الباحثة تساؤلاتها في محورين، تضمّن الأول تساؤلات متعلّقة بالشكل، من بينها: ما طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة؟ وما الأهمية النسبية للصور؟ وما نسبة الإعلانات ضمن المواد الصحفية؟ وتساؤلات متعلقة بالمضمون: كيفية المعالجة حسب الموضوع، الأهمية النسبية للمساحة المخصصة لشؤون المرأة، طبيعة المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على نسبة اهتمام المجالات بشؤون المرأة، والكشف عن أهم المواضيع المطروحة، فضلاً عن رصد اهتمامات التغطية والمعالجة الصحفية. اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي المسحي مستخدمة أداة تحليل المضمون، وطبقت الدراسة على مجلتي الحياة و«موعد حواء». بلغ حجم مجتمع الدراسة 2422 صفحة موزعة على 14 عدداً، فيما اختيرت عينة قصدية من 6 أعداد تغطي الفترة الممتدة بين جانفي 2019 وفيفري 2020.

أبرزت النتائج أن المواد التقريرية هيمنت على غيرها من الأنواع الصحفية، وأن مجلة الحياة ركزت بالأساس على المواضيع الصحية انسجماً مع هدفها التوعوي، بينما أولت مجلة «موعد حواء» أهمية أكبر للمواضيع الاجتماعية والصحية والتجارية ذات الصلة المباشرة باهتمامات المرأة الجزائرية. كما تميزت الحياة بتنوع مجالاتها (الصحي، الثقافي، الرياضي، الاقتصادي، الديني) مما جعلها أكثر جذباً لجمهور متنوع، في حين اعتمدت المجلتان بدرجة أكبر على صحفيتين كمصدر للمواد مقارنة بالمصادر الخارجية أو المجهولة.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تمثل هذه الدراسة إحدى المحاولات القليلة التي تناولت الصحافة النسائية الجزائرية المعاصرة بالتحليل الكمي والكيفي معاً، ما يجعلها ذات أهمية مرجعية. غير أن تركيزها انحصر في الجوانب الشكلية والمضمونية العامة لشؤون المرأة، دون التعمق في تحليل تمثيلات الهوية الثقافية أو الرموز والدلالات المرتبطة بها. لذا فإن صلتها بموضوع الأطروحة تظل جزئية، إذ توفر مؤشرات كمية مفيدة عن طبيعة الاهتمام الإعلامي بالمرأة في المجالات النسائية، لكنها لا تقدم معالجة معمّقة لمسألة الهوية الثقافية.

الدراسة التاسعة: بوش ريم (2014). *الصورة الذهنية للمرأة العربية في الإعلام العربي*. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (2) 3.

تُعَدّ دراسة الباحثة بوش ريم من بين الدراسات العربية التي انشغلت بتحليل طبيعة التمثيلات والصور التي تنتجها وسائل الإعلام حول المرأة العربية. وانطلقت الدراسة من إشكالية مركزية مفادها: إلى أي مدى يسهم الإعلام العربي في بناء صورة ذهنية واقعية أو مشوهة عن المرأة العربية؟ وهي إشكالية تضع في جوهرها الفجوة القائمة بين الصورة الإعلامية المقدّمة للمرأة وبين صورتها الفعلية داخل السياق الاجتماعي العربي.

سعت الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أبرزها: الكشف عن طبيعة التمثيل الإعلامي للمرأة في وسائل الإعلام العربية، وتحديد الخصائص والسمات التي تُطرح من خلالها، إضافة إلى استجلاء مدى انسجام تلك التمثيلات أو تعارضها مع الواقع الاجتماعي والثقافي للمرأة العربية. وقد اعتمدت الباحثة منهج تحليل المضمون، من خلال دراسة عيّنة من المواد الإعلامية التي مكنتها من رصد الخطاب اللغوي والبصري المتعلق بصورة المرأة. أسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، أهمها أنّ الإعلام العربي ما يزال يعيد إنتاج صورة نمطية ضيقة للمرأة، تُركّز في الغالب على الجوانب الجمالية والعاطفية والإشهارية، مقابل تهميش الأبعاد الجوهرية المرتبطة بأدوارها الفعلية في المجتمع. كما أظهرت النتائج وجود فجوة ثقافية واضحة بين الصورة التي يشيّد بها الإعلام والصورة الحقيقية للمرأة في الواقع الاجتماعي، حيث تتسم الصورة الإعلامية غالباً بالسطحية وتفتقر إلى العمق، مما يؤدي إلى تكوين انطباعات غير دقيقة أو مشوهة لدى الجمهور. وأوضحت الدراسة أيضاً أنّ كثيراً من التمثيلات الإعلامية تكرّس صوراً ذهنية استهلاكية لا تعكس تعددية واقع المرأة العربية أو تعقيده.

صلة	الدراسة	بموضوع	الأطروحة:
على الرغم من أهمية النتائج التي خلصت إليها الدراسة، إلا أنّها تظل ذات طابع عام، كونها تتناول "المرأة العربية" ككيان جامع دون التطرق إلى خصوصيات المرأة الجزائرية، سواء الثقافية أو الاجتماعية أو المحلية. كما أنّها لم			

تعتمد—بحسب المعطيات المتاحة—على قياس مباشر للصورة الذهنية لدى الجمهور، بل ارتكزت أساسًا على تحليل المحتوى الإعلامي، مما يجعل نتائجها استنتاجية أكثر منها قياسية. وتتقاطع هذه الدراسة مع الأطروحة الحالية في عدة مستويات، خصوصًا فيما يتعلق بموضوع التمثيلات الإعلامية للمرأة وآليات تشكّل الصورة الذهنية عبر وسائل الإعلام. كما توفر إطارًا معرفيًا ومرجعًا لفهم أنماط التمثيل النمطي التي تنتجها وسائل الإعلام العربية حول المرأة، وهو ما يتيح مقارنة الاتجاهات العامة التي توصلت إليها الباحثة مع النتائج المتوقعة في دراستنا حول تمثيل المرأة الجزائرية في مجلتي "«دزيريات»" و"«موعد حواء»". وتتمثل القيمة الإضافية لهذه الدراسة في إبرازها الخلفية الثقافية والإعلامية التي يشغل ضمنها الإعلام العربي، وفي كشفها التوتر القائم بين "الصورة الإعلامية" و"صورة الواقع"، وهي ثنائية مركزية تُشكّل إحدى زوايا التحليل الأساسية في أطروحتنا.

الدراسة العاشرة: سليمة بوعسيلة (2015-2016). صورة المرأة في الصحافة النسائية الإسلامية في الوطن العربي: مجلة الزهور المصرية نموذجًا، دراسة وصفية تحليلية (2000-2007). أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام. (جامعة الجزائر 3).

تتبع دراسة سليمة بوعسيلة إلى حقل الدراسات المعنية بتحليل التمثيلات الإعلامية للمرأة، وقد سعت إلى الكشف عن صورة المرأة كما تعرضها مجلة الزهور المصرية، بوصفها نموذجًا للصحافة النسائية ذات المرجعية الإسلامية. وانطلقت الدراسة من إشكالية محورية مفادها: كيف جسّدت مجلة الزهور صورة المرأة وفق المرجعية الإسلامية خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى 2007؟ وقد ركزت على تحليل الأدوار والقيم والرموز التي تُبرزها المجلة في بنائها لصورة المرأة.

واعتمدت الباحثة المنهج الوصفي—التحليلي من خلال دراسة أعداد المجلة في الفترة المحددة. وكشفت النتائج عن تقديم المجلة لصورة مركبة للمرأة، تمزج بين الحفاظ على الأدوار التقليدية (الأم والزوجة) وبين تشجيع انخراطها في أدوار اجتماعية أكثر فاعلية، شريطة أن تتم ضمن الإطار الضابط للمرجعية الإسلامية. كما أظهر الخطاب اعتمادًا ملحوظًا على النماذج النسائية التاريخية والدينية من أجل بناء صورة مثالية للمرأة المسلمة.

صلة	الدراسة	بموضوع	الأطروحة:
تقدم هذه الدراسة قيمة منهجية مهمة لأطروحتنا، إذ توفر نموذجًا لتناول صورة المرأة داخل الصحافة النسائية ذات المرجعية الثقافية الخاصة، الأمر الذي يساعد في مقارنة تمثيلات المرأة الجزائرية كما تعرضها مجلتنا "«دزيريات»" و"«موعد حواء»". كما تتقاطع مع أطروحتنا في تحليل الخطاب الإعلامي النسائي، وفي دراسة الأبعاد الثقافية			

التي تشكّل التمثيلات والصور الذهنية، مع اشتراكهما في تبني المنهج الوصفي-التحليلي. وتكتسب الدراسة أهميتها في إبراز كيفية تشكّل صورة المرأة داخل إعلام متخصص يشتغل ضمن مرجعية دينية، مما يثري الإطار المقارن في البحث الحالي.

2.1. الدراسة الأجنبية

الدراسة الأولى: بدر بن جويعد العتيبي (2007-2008). العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم وسبل المحافظة عليها. دراسة قدمت في إطار برامج المنح البحثية بمدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية.

انطلقت دراسة الباحث بدر بن جويعد العتيبي من إشكالية أساسية مفادها: مدى تأثير الشباب الجامعي السعودي بمتغيرات العولمة السائدة في العالم، لا سيما على المستويين الثقافي والقيمي، مع التساؤل حول التغيرات التي قد تصيب القيم الأصلية والهوية الثقافية السعودية بفعل هذه العولمة. صاغ الباحث مجموعة من الأسئلة البحثية تمحورت حول: الفروق في الاتجاه العولمي بين الشباب على مستوى المعتقدات والمعارف والقيم والوجدان والسلوكيات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية. اختلاف تنظيم الهوية ومكوناتها بين "العولمين" و"المحافظين". الفروق في بناء القيم بين الفئتين. عناصر الإطار المفتوح لدعم الهوية والقيم الإيجابية في مواجهة العولمة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مضمون الاتجاه نحو العولمة وعلاقته بمكونات الهوية والقيم لدى الشباب السعودي، والكشف عن الفروق الديموغرافية المؤثرة في ذلك، مع تقديم إطار عام للحفاظ على الهوية الثقافية والقيم الوطنية في ظل العولمة.

اعتمد الباحث المنهج الوصفي، وطبق أدوات قياس كمية شملت: مقياس الاتجاهات العولمية، مقياس الهوية الثقافية، ومقياس القيم. تكون مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي بمدينة الرياض (ذكور وإناث من تخصصات ومستويات مختلفة)، حيث اختيرت عينة طبقية بلغ حجمها 2400 طالب.

أبرزت النتائج ما يلي: وجود فروق ملحوظة في الاتجاهات العولمية والهوية والقيم تبعاً للجامعة، حيث سجلت جامعة الأمير سلطان أعلى درجة من الاتجاه العولمي، بينما كانت جامعة الإمام الأقل.

تفوق التخصصات العلمية على التخصصات الشرعية في تبني الاتجاهات العولمية.

الاتجاه العولمي يزداد مع التدرج في المستويات الدراسية، لكنه يعود للانخفاض في المرحلة النهائية.

عدم وجود تأثير للفروق بين الجنسين في الاتجاه العولمي، رغم تسجيل اختلافات في مكونات الهوية والقيم بين الذكور والإناث.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تبرز أهمية هذه الدراسة في تقديم إطار تحليلي واسع حول أثر العولمة الثقافية على الهوية والقيم لدى الشباب الجامعي، وهو ما يشكل مدخلاً مهماً لفهم التحديات التي تواجه الهويات المحلية في ظل العولمة. غير أنّ تركيزها اقتصر على الفئات الجامعية بالرياض دون غيرها، مما يحد من تعميم نتائجها. كما أنها لم تتناول بُعد الإعلام والصحافة كقنوات فاعلة في نقل وإعادة تشكيل الهوية الثقافية، ولا خصّت المرأة بخصوصياتها الثقافية، وهو ما يجعل صلتها بموضوع هذه الأطروحة جزئية وغير مباشرة، إذ تقدّم إطاراً عاماً يمكن الاستئناس به لفهم الضغوط العولمية التي قد تؤثر على الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية عبر وسائل الإعلام.

الدراسة الثانية: عبير ديرانية (2024). **دور المرأة في غرس الهوية الثقافية لدى الأطفال في الأردن: دراسة إثنوغرافية مختلطة**. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 44(1).

تمحورت إشكالية دراسة الباحثة عبير ديرانية حول التساؤل الرئيس: ما دور المرأة في غرس الهوية الثقافية لدى الأطفال من وجهة نظر الأمهات الأردنيات؟ وهل توجد فروق دالة إحصائية في هذا الدور تبعاً لمتغيرات العمر، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات الزواج؟ سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة هذا الدور وتحديد الفروق الديموغرافية الممكنة، وذلك من خلال مجتمع الدراسة المتمثل في الأمهات الأردنيات المتزوجات ولديهن أطفال في محافظة عمّان. اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي المختلط (كمي ونوعي)، مستخدمة مقياساً خاصاً لدور المرأة في غرس الهوية الثقافية، بالإضافة إلى استبانة إلكترونية للمقابلات. وبلغت عينة الدراسة (370) أما اختيرت بطريقة عشوائية بسيطة.

أظهرت النتائج أن دور المرأة في غرس الهوية الثقافية لدى الأطفال جاء متوسطاً، خاصة فيما يتعلق بالعادات والتقاليد واللباس التراثي، مع بروز تأثيرات العولمة وضعف التواصل المباشر نتيجة ظروف العمل وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي. كما تبين أن المحافظة على المأكولات الشعبية والهوية الغذائية حاضرة نسبياً، إلى جانب تركيز واضح على غرس الهوية الدينية والتاريخية لدى الأطفال. ولم تُسجّل فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغيرات العمر، المستوى التعليمي، أو سنوات الزواج.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تكتسي هذه الدراسة أهمية خاصة لكونها تبرز دور المرأة في عملية نقل وغرس الهوية الثقافية عبر الأجيال، مركزة على البعد الأسري والتربوي. غير أنها تظل بعيدة عن مجال الصحافة النسائية

والإعلام كوسيط في تشكيل الهوية، مما يجعل نتائجها ذات صلة غير مباشرة بموضوع الأطروحة، لكنها تساهم في إغناء الخلفية النظرية من خلال إبراز أحد الأدوار المحورية للمرأة في المحافظة على الهوية الثقافية.

الدراسة الثالثة: شكرية كوكز السراج (2014). دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات

المرأة العراقية نحو القضايا العامة. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 26.

عرضت الباحثة شكرية كوكز السراج في دراستها إشكالية بحثية تمحورت حول معرفة دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات أجندة اهتمامات المرأة العراقية تجاه القضايا العامة، وذلك من خلال تحليل مضمون عدد من الصحف النسوية المختارة. سعت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة هذه الأجندة ورصد انعكاسها على أولويات الجمهور النسوي، حيث طرحت الباحثة جملة من التساؤلات أبرزها: ما أولويات قضايا المرأة في الصحف النسوية محل الدراسة؟ ما أهم الفنون الصحفية ووسائل الإبراز والمصادر المعتمدة؟ وما دوافع المرأة العراقية لاستخدام هذه الصحف؟ وهل توجد علاقة ارتباطية بين أجندة الصحف وأجندة الجمهور؟

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، مستعينة بثلاث أدوات هي: تحليل المضمون، الاستبانة، والمقابلة المباشرة. شملت عينة التحليل الملحق الشهري «الأسرة والمجتمع» في جريدة الصباح ومجلة نرجس (12 عدداً لسنة 2012). أما العينة الميدانية فقد بلغت 400 مبحوثة من نساء بغداد (18 سنة فأكثر).

أظهرت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين أجندة الصحف النسوية وأولويات الجمهور، بما يعزز نظرية وضع الأجندة الإعلامية. كما بينت أن نوع القضايا والمتغيرات الديموغرافية تؤثر على طبيعة العلاقة، خاصة في التمييز بين القضايا الملموسة والمجردة. وأكدت النتائج أن التحقيق والتقرير الصحفيين هما أكثر الفنون توظيفاً في معالجة القضايا النسوية، بالاعتماد على مصادر داخلية أساساً.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تُبرز هذه الدراسة أهمية الصحافة النسوية في العراق كفاعل مؤثر في توجيه أولويات النساء تجاه القضايا العامة، وهو ما يقدم نموذجاً مقارنياً مع التجربة الجزائرية. ومع ذلك، فإن تركيزها على ترتيب الأولويات وفق نظرية وضع الأجندة يجعلها مختلفة من حيث المنطلقات عن موضوع الأطروحة الحالي، الذي يتناول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما تتجلى في الصحافة النسائية. ومع ذلك، يمكن الاستفادة من نتائجها في إبراز دور الصحافة النسائية في التأثير على الوعي النسوي وتوجيه الرأي العام، وهو ما يشكل خلفية نظرية مساندة لفهم البعد التأثيري للمجلات المدروسة.

الدراسة الرابعة: ستيوارت هول (2008). حول الهوية الثقافية (ترجمة بول طبر). إضافات: المجلة العربية

لعلم الاجتماع، العدد (2)

تناولت دراسة ستيوارت هول قضية الهوية الثقافية في سياق التحولات الحديثة وعصر ما بعد الحداثة، مع التركيز على أزمة الهويات الثقافية وعوامل تشكيلها وتأثيرها على الأفراد والمجتمعات.

سعت الدراسة إلى فهم طبيعة الهوية الثقافية كعملية متغيرة، وبيان العوامل التي تؤثر على تشكيلها ضمن التفاعلات الاجتماعية والثقافية، حيث طرحت أسئلة البحث حول معنى أزمة الهوية وما التطورات الحديثة التي أدت إلى ظهور هذه الأزمة.

اعتمدت الدراسة المنهج النظري التحليلي، من خلال مراجعة الأدبيات حول الهوية الثقافية وتأثير عناصر متعددة مثل اللغة، الدين، القيم، ووسائل الإعلام، مع التركيز على الهجرة وأثرها في ظهور هويات جديدة ومختلطة. أظهرت النتائج أن الهوية الثقافية ليست ثابتة، بل هي عملية مستمرة ومتغيرة تتشكل من خلال تفاعل دائم مع الثقافة والمجتمع، كما أنها متعددة الطبقات ومعقدة نتيجة لتداخل التأثيرات الثقافية المختلفة. وأكدت الدراسة الدور المحوري للإعلام في تمثيل الثقافات والتأثير على تشكيل الهوية، فضلاً عن أن الهجرة تؤدي إلى ظهور هويات جديدة ومختلطة، مما يعكس الطبيعة الديناميكية للهوية الثقافية.

صلة الدراسة بموضوع الأطروحة: تبرز هذه الدراسة الطبيعة الديناميكية للهوية الثقافية وأثر العوامل الاجتماعية والثقافية والإعلامية في تشكيلها، وهو ما يوفر إطاراً نظرياً مهماً لفهم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية. ورغم أن الدراسة نظرية ولم تتناول الصحافة النسائية أو المرأة بشكل مباشر، فإن نتائجها تدعم فهم كيفية تأثير الوسائط الثقافية والإعلامية على تشكيل الهوية، وهو محور رئيسي في دراسة المجالات النسائية الجزائرية محل الأطروحة.

3.1. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

تُعد الدراسات السابقة مرجعية أساسية في بناء البحث الحالي، خاصة في ظل محدودية المصادر المتعلقة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية والصحافة النسائية المتخصصة. ورغم أهميتها، تختلف هذه الدراسات عن دراستنا من حيث طبيعة الأهداف وأسئلة البحث، إذ لم تتناول أي دراسة بشكل مباشر الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في وسائل الاتصال المختلفة، سواء كانت سمعية، بصرية، أو مكتوبة، ولا سيما في مجال الصحافة النسائية المتخصصة. لوحظ أن معظم هذه الدراسات ركزت على موضوعات عامة تتعلق بالهوية الثقافية أو المرأة الجزائرية، أو تناولت الصحافة النسائية من زاوية صورة المرأة أو القضايا التي تخصها، دون التركيز على الهوية الثقافية كما تظهر في الصحافة النسائية. من بين هذه الدراسات، تبرز دراسة سعاد ولد جاب الله، التي تناولت الهوية الثقافية العربية

عبر الصحافة الإلكترونية، وهي الأقرب من حيث الجانب النظري، إلا أنها تختلف عن دراستنا من حيث الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

من الناحية المنهجية، استفدنا من دراستها في اعتماد المنهج الوصفي واستخدام أداة تحليل المضمون، وهي نفس الأدوات المعتمدة في بحثنا. كما كانت دراسة بحاش أميرة مفيدة، حيث استخدمت تحليل المضمون لدراسة مجلتي «موعد حواء» و«الحياة»، رغم اختلاف موضوعها، إذ ركزت على المعالجة الصحفية لقضايا المرأة الجزائرية، مما وفر لنا نموذجاً عملياً لكيفية تنظيم تحليل المضمون وتطبيقه.

بالإضافة إلى ذلك، كانت دراسة ستيوارت هول ذات أهمية كبيرة في تحديد المفاهيم النظرية للهوية الثقافية، وتوجيه اختيار المقاربات النظرية المناسبة لدراستنا، خاصة فيما يتعلق بالطبيعة الديناميكية والمتعددة الطبقات للهوية الثقافية.

يمكن تلخيص حدود الاستفادة من الدراسات السابقة في أربعة محاور رئيسية:

1. **المساهمة في الجانب النظري:** ساعدتنا الدراسات السابقة على تشخيص مفهوم الهوية الثقافية وفهم خصائص الصحافة النسائية المتخصصة، رغم أن معظمها لم يدمج بينهما مع التركيز على المرأة.
 2. **وضع تصور عام للدراسة:** مكنت الفجوات التي كشفت عنها الدراسات السابقة، سواء المتعلقة بأبعاد الهوية الثقافية أو بالصحافة النسائية، من صياغة خطة بحث متكاملة.
 3. **البناء المنهجي:** تم الاستفادة من المناهج السابقة، خاصة المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات مثل تحليل المضمون، واختيار العينة المناسبة للتحليل.
 4. **تصميم أداة البحث:** استلهمت بعض الأفكار المهمة في بناء استمارة تحليل المضمون، مما ساعد في صياغة أداة دقيقة وملائمة لأهداف الدراسة.
- وبناءً على ما سبق، يتضح أن دراستنا تقدم إضافة جديدة ومميزة في مجال دراسة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية المتخصصة، حيث لم يسبق لأي دراسة سابقة تناولها بشكل شامل ومتكامل.

2. الأطر النظرية للدراسة:

تُسهّم الأطر النظرية في تنظيم المفاهيم وتوجيه الباحث لفهم الظواهر الإعلامية والثقافية. فهي منظومات من المفاهيم والقواعد التي تُطبّق على الواقع (المشاقبة، 2011، ص143)، وتُعدّ المقاربات النظرية مجموعة المسلمات والتصورات التي يعتمد عليها الباحث لفهم المتغيرات داخل السياق المدروس (أبو جادو، 2004، ص 44)،

ويرى محمد عبد الحميد (2004، ص 19) أنها تكتسب أهمية خاصة في الدراسات الإعلامية لأنها تساعد على ضبط الإطار المفاهيمي والمنهجي وصياغة الفرضيات.

وفي هذا السياق، اعتمدت الباحثة على نظرية الغرس الثقافي لفهم كيفية مساهمة الصحافة النسائية المكتوبة في تشكيل صورة رمزية حول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، حيث لا يقتصر دورها على الواقع بل يتجاوز ذلك إلى غرس قيم وتمثيلات ضمنية. كما استعانت الباحثة بنظريتي الهيمنة الثقافية والتمثيل الثقافي ضمن المقاربات النقدية الثقافية، بوصفهما مكملتين يساهمان في تفسير الأبعاد المعقدة لتمثيل المرأة الجزائرية في الصحافة النسائية.

1.2. نظرية الغرس الثقافي وتفسير تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ظهرت نظرية الغرس الثقافي مع أعمال جورج جرنبر (Gerbner, 1969, p 137-148) في إطار مشروع المؤشرات الثقافية، الذي سعى إلى دراسة أثر التلفزيون كوسيلة إعلامية مهيمنة في المجتمع الأمريكي. وتقوم هذه النظرية على فرضية رئيسية مفادها أنّ التعرض الكثيف والمتكرر للمضامين التلفزيونية يؤدي إلى بناء تصوّر جماعي متقارب للواقع الاجتماعي، بحيث تصبح صورة العالم في ذهن الجمهور انعكاسًا للرسائل الإعلامية أكثر من كونها انعكاسًا للتجربة الواقعية (Gerbner, Gross, 1976, p 175). وترتكز النظرية على فرضين رئيسيين:

- **فرض الغرس العام:** كلما ارتفعت درجة التعرض للمضامين الإعلامية (خاصة التلفزيون)، زادت احتمالية تشكّل تصورات لدى الأفراد قريبة من الصور التي تطرحها وسائل الإعلام.

- **فرض الفجوة بين المشاهدين (Cultivation Differential):** هناك فرق إدراكي منتظم بين المشاهدين الكثيفين والخفيفين، بحيث يميل الكثيفون إلى رؤية العالم بطريقة أكثر تشابهاً مع الصورة الإعلامية، حتّى لو ابتعدت عن الواقع الموضوعي (المشاقبة، 2015، ص 175).

وقد حدد جرنبر وزملاؤه آليتين مركبتين في عملية الغرس (مكاوي، السيد، 2001، ص 30):

1. **التيار الأساسي (Mainstreaming):** أي ميل المشاهدين المنتظمين إلى تبني رؤية موحدة للعالم، بغض النظر عن اختلاف خلفياتهم الاجتماعية (توحيد الإدراكات الاجتماعية عبر الرسائل الإعلامية المتكررة).
2. **الرنين (Resonance):** وهو تضاعف أثر الغرس عندما تتطابق الرسائل الإعلامية مع الخبرات الحياتية للفرد، مما يعزّز ترسيخ الصور النمطية (الحاج، 2020، ص 131).

أما من حيث خطوات القياس، فيمكن رصد عملية الغرس عبر خمس خطوات منهجية:

1. تحليل الرسائل الإعلامية وفقاً لمضامينها ومعايير الأداء.

2. قياس درجة التعرض للتلفزيون (كثيف، متوسط، ضعيف).
 3. تحديد المعتقدات التي يكوّنها الجمهور عن الواقع بعد المشاهدة.
 4. تحليل المحتوى الإعلامي لاستخلاص القضايا الرمزية المغروسة.
 5. مقارنة إدراك الواقع الرمزي كما تعرضه الشاشة بالواقع الحقيقي (أبو شنب، 2008، ص 45).
- وترتكز النظرية في هذه العملية على متغيرات أساسية:

- المتغير المستقل: حجم ومدة التعرض للتلفزيون (كثيف، متوسط، منخفض).
- المتغير التابع: إدراك الفرد للواقع الاجتماعي من حيث القيم، الأدوار، والعلاقات (خير الله، ص 189-190).

◆ وتكتسب النظرية أهميتها في مجال الهوية الثقافية بالنظر إلى تركيزها على تأثير التكرار والتراكم، حيث ترى أن الرسائل الإعلامية الموحدة والمتواترة قادرة على غرس قيم ورؤى مشتركة في وعي الجمهور. وهذا ما يجعلها إطاراً مناسباً لدراسة تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، إذ أن المجالات النسائية -مثل «دزيريات» و«موعد حواء»- تؤدي دوراً شبيهاً بالتلفزيون من حيث الانتظام والانتشار، وتعمل كوسائط رمزية تنقل تمثيلات متكررة عن صورة المرأة، أدوارها، وقيمها الاجتماعية. ويُتيح اعتماد استمارة تحليل مضمون من خلال فئات مثل اللغة، القيم، التقاليد، التمثيلات، الصور، العناوين، والإعلانات، تفعيل النظرية بشكل عملي، إذ يمكن ملاحظة عملية "الغرس" التدريجي لهذه التمثيلات، سواء في اتجاه تكريس صورة تقليدية أو الترويج لتمثيلات حديثة معولة.

مع ذلك، لم تسلم النظرية من النقد؛ فقد أخذ عليها تركيزها المفرط على التلفزيون كمصدر شبه أوحده للتأثير، في حين أن الواقع الإعلامي اليوم يتميز بتعدد الوسائط وتنوع مصادر الرسائل، خاصة مع انتشار الإعلام الرقمي والتفاعلي. كما انتقدت لافتراضها علاقة سببية مباشرة بين التعرض والنتائج الإدراكية، دون أخذ العوامل الفردية والاجتماعية والثقافية، ودافع المشاهدة بعين الاعتبار كما يشير مدخل الاستخدامات والاشباع (البشر، 2014، ص ص 168-169). وفي هذا السياق، يرى بعض الباحثين مثل بوتّر (Potter, 2014, p 1024-1017) أن تأثيرات الغرس قد تتراجع في ظل تنوع الخيارات الإعلامية الجديدة.

رغم هذه التحفظات، تظل النظرية ذات قيمة تفسيرية عالية، خاصة إذا جُمعت مع مقاربات أخرى مثل نظرية التمثيل لفهم كيفية بناء صورة المرأة في الخطاب الإعلامي، ونظرية الهيمنة الثقافية لتحليل إعادة إنتاج القيم السائدة، وبهذا، فإن توظيف نظرية الغرس الثقافي في هذه الأطروحة يتيح تحليل الكيفية التي تُسهّم بها الصحافة

النسائية الجزائرية في صياغة إدراكات رمزية جماعية حول هوية المرأة الجزائرية، بين ثنائية الأصالة والمعاصرة، والتقليد والانفتاح.

2.2. نظرية الهيمنة الثقافية ضمن الدراسات النقدية الثقافية (ستيوارت هول)

الدراسات الثقافية ومدرسة برمنغهام كمدخل لنظريتي الهيمنة والتمثيل

ظهرت الدراسات الثقافية في ستينات القرن العشرين مع تأسيس مركز برمنغهام للدراسات الثقافية المعاصرة سنة 1971، متأثرة بمدرسة فرانكفورت ومقاربات ما بعد الحداثة، حيث وسّعت دائرة التحليل لتشمل السياسة، الإعلام، العولمة والهوية (بعلي، 2007، ص 11، ص 34)، وتميزت بانفتاحها على مرجعيات متنوعة كالتحليل النفسي والسيميولوجيا والماركسية الجديدة، مركزة على الثقافة كحقل صراع أيديولوجي وإنتاج للمعنى (إدغار وجويك، 2009، ص 299).

وقد شكّل المركز فضاءً لحماية ثقافة الطبقات الشعبية من طغيان "الصناعة الثقافية"، معتبراً أن وسائل الإعلام أداة للهيمنة الرمزية وإعادة إنتاج المصالح المهيمنة (محمدي، 2019، ص 25). ومن أبر رموزه ستيوارت هول (1932-2014)، الذي جمع بين الماركسية، السيميولوجيا، وتحليل الخطاب، مطوراً مفاهيم محورية مثل:

- نظرية التشفير وفك التشفير.
 - نظرية الهيمنة الثقافية بتأثير من غرامشي.
 - نظرية التمثيل الثقافي التي ترى أن الإعلام لا يعكس الواقع بل يُعيد تشكيله.
 - تحليلاته للهوية الثقافية كهوية متغيرة وسياقية.
- ويمثل هول نقطة وصل أساسية لفهم كيف تُنتج الثقافة صور الهيمنة والتمثيل، ما يجعل استحضار إسهاماته مدخلاً ضرورياً قبل تفصيل النظريتين.

نشأة نظرية الهيمنة

تُعد نظرية الهيمنة من أبرز الإسهامات في الدراسات الثقافية النقدية، إذ نشأت في إطار التفكير الماركسي لتفسير استمرار سيطرة النظام الحاكم في المجتمعات الرأسمالية وكيفية خضوع الطبقات الدنيا لهذه السيطرة رغم تعارضها مع مصالحها (مجموعة كتاب، 1978، ص 234).

وقد تطورت النظرية مع ستيوارت هول ضمن المدرسة الثقافية البريطانية في سبعينات القرن العشرين، حيث أبرز دور الثقافة كأداة للسيطرة الاجتماعية والسياسية، وركز على إمكان مقاومة الطبقة العاملة لهذه الهيمنة عبر التعبير عن الذات وإنتاج صحافتها الخاصة (محمدي، 2019، ص 69).

ويعود أصل مصطلح "الهيمنة" إلى الكلمة اليونانية Egeponia بمعنى الحكم أو القيادة، وقد استُخدم تاريخياً للدلالة على القيادة الطوعية المتميزة عن الاستبداد (الشملاق، ص 213). أما في الاستخدام المعاصر، فيرتبط المفهوم بالقوة والأيدولوجيا والإقناع، بحيث تُمارس السيطرة من خلال مزيج من النفوذ والإكراه، وتُدعم بأدوات الاتصال والثقافة التي تضمن تطابق المؤسسات مع قيم الفئة المهيمنة (خليل، 2020، ص 79-80).

الهيمنة في الفكر الغرامشي والمدارس النقدية

يُعتبر أنطونو غرامشي المرجع الأهم في بلورة المفهوم، إذ عدّ الهيمنة شكلاً من السيطرة يقوم على التوازن بين القوة والقبول الطوعي، تُمارس داخل المجتمع المدني والدولة معاً، حيث تتحول الثقافة إلى أداة سياسية تُستخدم لترسيخ التصورات الاجتماعية السائدة (بوراي، 2018)، وقد تبنت مدرسة فرانكفورت هذا التصور لتفسير إنتاج القيم والمعاني الأيدولوجية، فيما قدّم بيير بورديو مقارنة مكتملة عبر تحديده أربعة أنواع من "الثروات" (الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، الرمزية) التي تمكّن الفئات المهيمنة من تعزيز نفوذها (محمدي، 2019، ص 81). من جهته، ربط ميشال فوكو الهيمنة بالخطاب والمعرفة، معتبراً الخطاب أداة لفرض التصورات الرسمية للواقع (غريندبلات وآخرون، 2018، ص 06)، بينما أشار عبد الله الغدامي في السياق العربي إلى دور النخب في ممارستها عبر خطاب ثقافي يُنتج نسقاً مسيطراً (الغدامي، 2001، ص 83-84).

مفهوم نظرية الهيمنة الثقافية عند ستيوارت هول

ترتكز هذه النظرية، كما طورها ستيوارت هول، على الأسس التي وضعها أنطونو غرامشي بخصوص سيطرة الطبقة الحاكمة على الثقافة السائدة. إذ يرى هول أن وسائل الإعلام تُعد أداة مركزية للهيمنة الفكرية والثقافية، فهي لا تقتصر على نقل المعلومات، بل تشكل الوعي الجمعي وفق أيدولوجيا الطبقة المسيطرة، مما يؤدي إلى إخفاء التناقضات الاجتماعية وترسيخ البنى الطبقية (حامد، 2016، ص 67-68).

ويذهب إلى أن الإعلام، رغم ادعاءات التعددية والديمقراطية، يمارس أشكالاً من الهيمنة الرمزية ويعمل على تطبيع قيم الفئات المهيمنة لدى الجمهور (فريدة، 2018-2019، ص 52)، وتؤكد الطروحات النيوماركسية التي استند إليها هول أن السيطرة الإعلامية تعني بالضرورة سيطرة ثقافية، إذ يفرض المعنى من خلال النصوص والرموز. كما شدّد هول على الطابع الديناميكي للهيمنة باعتبارها عملية تفاوض مستمرة بين القوى المهيمنة والفئات

التابعة، وأن الثقافة ليست انعكاسًا اقتصاديًا فحسب بل ميدانًا للصراع الرمزي (آلن هاو، 2010، ص 15). ولهذا، اعتمدت النظرية على تحليل المضامين الإعلامية في سياقها الأشمل، أي ضمن البنى الاجتماعية والاقتصادية والأيدولوجية التي تنتجها (أيزابجر، 2003، ص 106).

فروض نظرية الهيمنة الثقافية عند ستيوارت هول

ترتكز نظرية الهيمنة الثقافية، كما طرحها ستيوارت هول، آليات تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، وتمتدّها في فرض القيم والمفاهيم الخاصة بالطبقات المسيطرة. وبناءً على هذا الطرح، يمكن تلخيص الفروض الجوهرية التي تستند إليها الدراسة في ثلاثة محاور أساسية:

1. **فرض التبعية الأيديولوجية والإنتاج الرمزي للهيمنة:** تفترض النظرية أن وسائل الإعلام تعمل كجهاز أيديولوجي يعكس مصالح الطبقة المهيمنة، وتعيد إنتاج قيمها وأفكارها بطريقة تجعلها تبدو طبيعية وبديهية للجمهور، مما يساهم في ترسيخ الهيمنة الثقافية واستمرارها (Hall, 1980؛ لصلج، مبني، 2020، ص 480).

2. **فرض الصراع الثقافي والتحكم في المضامين:** الثقافة تُعتبر ميدانًا دائمًا للصراع الرمزي بين القوى المهيمنة والقوى التابعة، حيث لا تُفترض الهيمنة بالقسر، بل تُنتج عبر الإقناع والتفاوض المستمر. وتشمل هذه العملية التحكم في تدفق المعلومات، وتحديد ما يُطرح أو يُهمّش من قضايا ومضامين إعلامية (Hall, 1997؛ بن عزة، 2013).

3. **فرض التأثير الجماهيري والوعي الاجتماعي:** الثقافة الجماهيرية، كما تُنتجها وسائل الإعلام، تُستخدم كأداة لتطبيع القيم المهيمنة وتشكيل وعي جماعي يخدم مصالح النظام القائم، ويساعد على إعادة إنتاج البنى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للسلطة (Hall, 1980؛ مختار، 2019، ص ص 84 - 85).

وتُوظف وسائل الإعلام كأداة للهيمنة عبر التحكم في المعلومات بتحديد ما يُعرض وما يُخفى، التحكم في الصور النمطية عبر تشكيل تصورات محددة تقلل من التعددية الثقافية، والتحكم في اللغة والمفردات كاختيار ألفاظ تعزز الأيديولوجيا المهيمنة، تظهر آليات الهيمنة أيضًا من خلال الاعتماد على الثقافة الشعبية عن طريق توجيهها بما خدم مصالح الفئات المسيطرة (Caillet, 2008, pp 103-105).

◆ وانطلاقًا من تركيز نظرية الهيمنة الثقافية على كيفية استخدام وسائل الإعلام المختلفة (المكتوبة، السمعية، البصرية) كأداة بيد النخب الحاكمة لترسيخ قيمها وأيديولوجياتها، يُعد إسقاط هذه النظرية على دراسة الهوية

الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية مناسباً جداً. فهي تتيح فهم كيفية توجيه التصورات المجتمعية وتعزيز القيم السائدة عبر الرموز والمضامين الإعلامية.

يدعم هذا التوجه استخدام تحليل المضمون، الذي يمكن من تفكيك الرموز، وتحليل الخطاب، ورصد الرسائل المضمرّة في مجلتي "دزيريات" و"موعد حواء"، ما ينسجم مع أدوات النظرية التحليلية. كما يعكس الطرح الذي أورده كارل بوشر حول تحول الصحف من مجرد ناقل للأخبار إل قادة للرأي العام أهمية التركيز على هيئات التحرير ودورها في توجيه المحتوى، وهو ما يتقاطع مع مفهوم "صناعة الثقافة" لدى ستيوارت هول، الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام تشكّل وتوجّه الأفكار بما يخدم مصالح القوى المهيمنة، وهو ما يبرز توظيف النظرية لتحليل المضامين الرمزية والأيدولوجية.

بناءً على ذلك، استُخدمت النظرية في الدراسة لتحليل عدة عناصر، من بينها:

تحديد فئات المضمون المرتبطة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وكشف المقاصد والدلالات من وراء التركيز على هذه الموضوعات.

دراسة كيفية تقديم الهوية الثقافية والكشف عن البعد الهيميني في المضامين وانتماءات الفاعلين الإعلاميين.

رصد الصور النمطية والرسائل المتكررة وتحليل القم الثقافية المؤكّد عليها في الخطاب الإعلامي.

فحص الاتجاه العام للمواد المنشورة وكشف الأيدولوجيات والسياسيات الضمنية، وأساليب الاستمالة والإقناع المستخدمة لترسيخ تصورات معينة.

تحديد الجهات الفاعلة ومصادر المعلومات والخلفيات المعرفية أو المؤسسية التي يستند إليها المحتوى.

يسمح هذا الإسقاط بفهم أعمق للمنطق الإيديولوجي الذي يحكم عمل المجلتين، والاجابة عن سؤال محوري: هل تمثل المجلتان هوية ثقافية أصيلة تعكس واقع المرأة الجزائرية، أم تعملان على تكريس هيمنة ثقافية بديلة توجهها جهات محددة، بما يعكس تأثير القوى المهيمنة في صياغة الخطاب الإعلامي للمرأة الجزائرية وتشكيل تصوراتها حول ذاتها وهويتها.

رغم ما أسهمت به نظرية الهيمنة الثقافية من نقلات نوعية في فهم العلاقة بين الثقافة والسلطة، وكشفها عن آليات السيطرة الرمزية التي تمارسها النخب المهيمنة من خلال وسائل الإعلام، وتقديمها أدوات تحليلية لفهم كيفية تمرير الأيدولوجيا، خصوصاً تجاه الفئات المهمشة كالنساء والطبقات الدنيا والمستعمرات السابقة (ضيف، ص26)، إلا أن النظرية وجّه لها نقد يتعلق بالمبالغة المحتملة في قدرة الجماهير على المقاومة الرمزية، وانحيازها إلى

خلفية ماركسية ثورية قد لا تتناسب مع كل السياقات السياسية، وارتفاع مستوى تجريدتها النظري (حمدي، 2019، ص 189)، وتركيزها الكبير على منطق الصراع على حساب التعايش الثقافي، واعتمادها على نموذج غربي للمهيمنة (هاو، 2010، ص 21)، ورغم هذه الملاحظات، تظل النظرية ذات قيمة تفسيرية عالية عند تحليل الخطاب الإعلامي والثقافة الشعبية، لا سيما إذا تم استحضارها بوعي نقدي وتكييفها وفق خصوصيات السياق المحلي، مما يجعلها أداة فعالة لفهم تأثير القوى المهيمنة على تصورات المجتمع وهوياته، وهو ما يمهد للانتقال إلى دراسة نظرية التمثيل الثقافي باعتبارها أداة تكاملية لفهم كيفية تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.

3.2. نظرية التمثيل الثقافي

قبل الخوض في مفهوم التمثيل الثقافي ونشأة النظرية، من المهم التأكيد على الدور المركزي الذي تلعبه هذه النظرية في فهم كيفية تصوير وسائل الإعلام للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فبدلاً من النظر إلى المحتوى الإعلامي على أنه مجرد نقل للواقع، تتيح نظرية التمثيل الثقافي تحليل العمليات التي من خلالها تُعاد إنتاج المعاني والقيم ضمن سياقات ثقافية واجتماعية محددة، وتفسير الأثر الذي تُحدثه هذه التمثيلات في وعي القارئات وفي تكوين تصوراتهن حول الهوية الثقافية.

مفهوم التمثيل

التمثيل يعني تصوير الشيء أو تشبيهه بشيء آخر، وهو مفهوم عرفه ابن منظور (1997، ص 611) بأنه "تسوية بين شيئين" وأشار أبادي إلى أنه تشبيه الشيء كما لو يُنظر إليه (أبادي، 2005، ص 1056). وعليه فإن الدلالة اللغوية للتمثيل تقوم على إظهار الشيء في صورة أخرى تحاكيه أو تقوم مقامه.

وفي الفلسفة والمنطق، يُعتبر التمثيل الصورة الذهنية التي تحل محل الشيء (صليبا، 1982، ص 341)، ويُستخدم في تحويل الأصل إلى نموذج أو صورة جديدة كلياً أو جزئياً (مكاكي، 2021، ص 1077). ويُقابل التمثيل الثقافي مصطلح "représentation" الفرنسي، الذي يشمل نقل الواقع إلى صورة رمزية تحتوي على صور أو علامات لغوية (Larousse, 1998, p. 881).

ويعود الاستخدام الأول لمفهوم التمثيلات إلى إميل دوركهايم سنة 1898 في كتابه التمثيلات الفردية والتمثيلات الجماعية، حيث اعتبرها تصورات اجتماعية تتأسس على شكل قيم ومعايير للتفكير والسلوك والتذوق، وتتغير بتغير الحياة الاجتماعية، وتشكل انطلاقاً من الأوضاع والميولات الثقافية التي يتحدد رؤية المجتمع للعالم وأنماط تفكيره وأسلوب عيشه (بروقي، 2009، ص 224). وقد تطوّر المفهوم لاحقاً وانتقل من علم الاجتماع إلى

علم النفس الاجتماعي مع دراسة سيرج موسكوفيتشي (S. Moscovici) حول التحليل النفسي في المجتمع الفرنسي، في كتابه التحليل النفسي: صورته وجمهوره (1976)، حيث عرّف التمثّل بأنه "إعادة إظهار الشيء للوعي مرة ثانية رغم غيابه في المجال المادي" (بن ملوكة، 2013، ص172).

ويُنظر إلى التمثّل باعتباره صورة حسية معمّمة للأشياء والظواهر يحتفظ بها الوعي دون حاجة إلى الاتصال المباشر بها وتصبح بفضل الممارسة الجماعية موضوعية تأخذ أشكال الانعكاس الحسي الجزئي، إلا أنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالقيم والمعاني المنتشرة اجتماعياً وبوساطة اللغة، مما يجعله ذا دلالة اجتماعية تتجسّد في الممارسات اليومية (Abric, 2005, pp.37-38).

وقد قدم عبد الغني مندوب فهماً سوسيولوجياً معتمداً للتمثّلات، معتبراً إياها مجموع المعتقدات والتصورات والإدراكات والمواقف التي تمنح الأفراد "نظرة إلى الكون" استناداً إلى فهم رمزي غير ممنهج نابع من الحس المشترك، تُستخدم لاستيعاب العالم الاجتماعي وإضفاء المعنى على الوقائع. ويؤكد أن هذه التمثّلات تعاش كمسلمات غير خاضعة للتساؤل، وتتوزع بطريقة ضمنية في كل البنى الرمزية والممارسات اليومية، مما يجعل رصدها منهجياً عملية معقّدة تتطلب إعادة بناء الواقع المعيش بأكمله (مندوب، 2010، ص8).

في النقد الثقافي، يرتبط التمثيل بالخطابات التي تخفي وعياً ثقافياً محدداً توجهاتها، ويُستخدم كأداة للهيمنة من قبل الفاعلين المسيطرين عبر العلامات اللغوية لإقناع المتلقي بسلطتهم الثقافية (الغدامي، 2001، ص 83-84). كما يرى فوكو أن التمثيل أداة لهيمنة الأنا الثقافية التي تحدد رؤية الآخر لذاته (كاظم، 2004، ص 450-451)، بينما يعتبر إدوارد سعيد أنه يمتلك قوة حضارية لتصبح الصورة الحقيقة التي يصعب مناقشتها (مكاكي، 2021، ص 1085). فحسب القراءة التي قدّمها كل من فوكو وإدوارد سعيد يعدّ التمثيل أداة لإحلال الصور محل الواقع، تُسهّم في إعادة إنتاج علاقات القوة والمعرفة، وتكريس التراتيبات الثقافية.

وبالانتقال إلى المجال الإعلامي، تساهم وسائل الإعلام في إنتاج تمثّلات تؤثر في وعي الأفراد، ويُعد التمثيل جوهر الفعل الإبداعي للنصوص الإعلامية التي تعكس رؤية ثقافية للعالم (مكاكي، 2021، ص 1076).

نظرية التمثيل الثقافي عند ستيفن هول

يُعد ستيفن هول أحد أبرز المنظرين لمفهوم التمثيل الثقافي، حيث يرى أنه عملية ربط اللغة بالمعنى والثقافة، وهو جزء أساسي من إنتاج المعنى وتداوله داخل المجتمع، إذ تُستخدم اللغة والعلامات لتمثيل الأفكار والمشاعر (Hall, 1997, p.10). ويتضمن ذلك نظامين: نظام التمثيل الذي يربط بين الأشياء والمفاهيم، ونظام العلامات اللغوية التي تُترجم هذه المفاهيم إلى كلمات (Hall, 1997, pp 15-17). ويشدد هول على

أن التواصل يتطلب مشاركة ثقافية مشتركة لترتيب المفاهيم وتنظيمها، بما يسمح بتأويل العالم وفهمه (محمدي، 2019، ص 168).

وقد أسس هول هذه النظرية في سياق تحولات فكرية شهدتها الدراسات الثقافية خلال عقدي الستينات والسبعينات، ضمن حقل الدراسات الثقافية النقدية نفسه الذي انبثقت منه نظرية الهيمنة الثقافية، حيث كان اهتمامه منصباً على كيفية تشكل الهوية الثقافية وتأثير البنى الاجتماعية والسياسية والإعلام في إنتاج وتوزيع المعاني الثقافية. وأكد هول أن التمثيل لا يُعد مجرد انعكاس للواقع، بل هو عملية نشطة لإعادة إنتاج المعاني ضمن سياقات ثقافية واجتماعية محددة، مما يجعل التمثيل محوراً رئيساً في الدراسات المرتبطة بالهوية والمعنى (محمدي، 2019، ص 75، 109).

ويركّز هول على عدة مرتكزات لفهم التمثيل الثقافي: فهو عملية نشطة تُسهم في تشكيل كيفية إدراك العالم، حيث تُستخدم اللغة والرموز كأدوات لإنتاج وتداول المعاني، والهوية الثقافية ليست كياناً ثابتاً بل نتيجة تفاعلات بين الأفراد والأنظمة الرمزية، والتمثيل مرتبط بالسلطة حيث يمكن للأنظمة الثقافية والسياسية فرض تمثيلات معينة، كما يتيح التمثيل التفاوض والمقاومة من قبل الأفراد (Hall, 2013, p.10).

ويقترح هول ثلاث طرق رئيسية لفهم كيفية عمل التمثيل: النهج الانعكاسي الذي يرى المعنى موجوداً في الأشياء نفسها، والنهج القصدي الذي ينسب المعنى إلى نية المتحدث أو الكاتب، والنهج البنائي الذي يعتبر المعنى بناء اجتماعياً وثقافياً ينتج من التفاعل داخل بنى دلالية محددة، ويعتمد على النهج السيميائي والخطابي لفهم العلاقة بين العلامة والدلالة ضمن شبكات القوة والمعرفة (Hall, 1997, pp.24-25؛ أزراج، 2019).

وباختصار، ينطلق نموذج هول من فكرة أن التمثيل هو العملية التي يستخدم من خلالها أعضاء الثقافة اللغة والعلامات والرموز لإنتاج المعنى ضمن سياق اجتماعي وثقافي معين، وهو ليس مجرد انعكاس للواقع، بل عملية بنائية تتفاعل مع السلطة وتعيد تشكيل تصورات الأفراد والعلاقات الاجتماعية والثقافية.

فروض نظرية التمثيل الثقافي حسب ستيوارت هول (1997)

تستند هذه النظرية إلى مجموعة من الفروض التي توضّح كيفية إنتاج المعاني الثقافية عبر اللغة والإعلام، مع التركيز على التمثيل الانعكاسي، التمثيل القصدي، والتمثيل البنائي، لتقديم إطار تحليلي لفهم تشكّل الهوية داخل النصوص الإعلامية.

1. الفروض المتعلقة بالتمثيل الانعكاسي (Reflexive Representation)

- اللغة تعمل كمرآة تعكس الواقع الموضوعي، حيث يكمن المعنى في الأشياء أو الظواهر كما هي موجودة في العالم الواقعي.
- المعاني في هذا السياق ثابتة ومستقلة عن السياقات الثقافية والاجتماعية، وتقوم اللغة فقط بنقلها دون أي تحوير أو إعادة إنتاج.

2. الفروض المتعلقة بالتمثيل القصدي (Intentional Representation)

- المعنى يُبنى بناءً على نية المتكلم أو الكاتب، أي أن اللغة تُستخدم للتعبير عن قصيدة الفرد في نقل رسالة محددة.
- الرسالة محملة بالمعنى الذي يرغب المرسل في نقله، ويُنظر إلى التمثيل على أنه انعكاس للإرادة الفردية أكثر من كونه ظاهرة ثقافية جماعية.

3. الفروض المتعلقة بالتمثيل البنائي (Constructivist/Structural Representation)

- اللغة ليست مجرد مرآة للواقع أو أداة لنقل نوايا الأفراد، بل نظام دلالي يُنتج المعنى ضمن سياقات اجتماعية وثقافية محددة.
- بناء المعاني يتم ضمن أنظمة التمثيل الثقافية والاجتماعية، حيث تلعب اللغة والسياقات الثقافية دورًا محوريًا في تشكيل الفهم الجمعي للواقع.
- المعاني ليست ثابتة، بل تخضع لتأويلات متعددة وتُعاد صياغتها باستمرار تبعًا للموقع الاجتماعي والسياسي للمرسل والمستقبل، مع إدراك تأثير السلطة والخطابات المهيمنة وإمكانات المقاومة.

وتسعى نظرية التمثيل الثقافي حسب ستيوارت هول (1997) إلى فهم آليات تشكيل الهوية الثقافية من خلال التمثيلات الإعلامية والثقافية، واستكشاف كيفية تأثيرها على تصورات الأفراد والجماعات عن ذواتهم والآخرين، مع تسليط الضوء على الصور النمطية والتحيزات الثقافية التي قد تتخلل هذه التمثيلات وتعيد إنتاج علاقات اجتماعية غير متكافئة. كما تهدف النظرية إلى تحليل العلاقة بين السلطة والمعرفة، وفهم كيف يمكن للتمثيلات الثقافية أن تُستخدم لتعزيز الهياكل الاجتماعية القائمة أو لتحديها، وتعمل على تعزيز التفاهم بين الثقافات المختلفة من خلال نقد التمثيلات التي تؤدي إلى سوء الفهم والتحيز. إضافة إلى ذلك، تسعى النظرية إلى كشف الخطابات السائدة والأيديولوجيات الكامنة خلفها، ما يتيح فهم كيفية صناعة وتوجيه المعاني لخدمة مصالح

اجتماعية وسياسية معينة، بما يجعل التمثيل الثقافي مساحة ديناميكية لصراع القوى، وتشكيل وعي الأفراد والجماعات.

◆ إسقاط نظرية التمثيل الثقافي على الدراسة

نظرية التمثيل الثقافي تقدم إطارًا مهمًا لفهم كيفية إنتاج الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في وسائل الإعلام، حيث تُركز على دور اللغة والرموز والصور في تشكيل المعاني وليس مجرد نقل الواقع. وفقًا لهول، لا تعكس وسائل الإعلام العالم كما هو، بل تُعيد إنتاجه من خلال عمليات التمثيل التي تتضمن الاختيار، التفسير، وإبراز جوانب محددة من الواقع وفقًا لسياقات اجتماعية وثقافية معينة. من هذا المنطلق، ترى الباحثة أن هذه النظرية تكمل نظرية الهيمنة الثقافية، حيث تسمح بفهم العلاقة بين السلطة والتمثيلات الإعلامية، وتطبيقها على دراسة المجالات النسائية «دزيريات» و«موعد حواء» يتيح الكشف عن الطريقة التي تُصوّر بها الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، والرسائل التي تحاول هذه المجالات تمريرها. كما يُظهر التمثيل الثقافي كيفية تقديم بعض جوانب الهوية وتهميش أخرى، أو تحيز المجالات في عرض واقع ثقافي محدد، مما يساهم في تشكيل تصورات الجمهور عن النساء الجزائريات. وتتيح النظرية أيضًا إدراج عناصر مثل الجمهور المستهدف والموقع الجغرافي ضمن تحليل المضمون، كما توضح التداخلات مع نظرية الغرس الثقافي في كيفية زرع القيم والمعايير، ومع الهيمنة الثقافية في إمكان تعزيز أو تحدي هذه الصور عبر التمثيلات الإعلامية البديلة أو النقدية.

نقد وإيجابيات نظرية التمثيل الثقافي

على الرغم من القيمة الكبيرة التي تقدمها نظرية التمثيل الثقافي في الدراسات الثقافية والإعلامية، فإنها لا تخلو من بعض الانتقادات. إذ يركز ستيوارت هول بشكل كبير على القوى الاجتماعية والسياسية وعلاقتها بالتمثيلات، ما قد يُغفل أحيانًا الأبعاد الفردية والنفسية التي تؤثر في تفسير الأفراد للمعاني (مختار، 2019). كما تميل النظرية إلى التعامل الأحادي مع مفهوم السلطة، مع صعوبة في تفسير التمثيلات داخل المجتمعات المتجانسة ثقافيًا، أو خارج النصوص الإعلامية التقليدية (محمدي، 2019، ص 78) إضافة إلى ذلك، قد تواجه صعوبة في التعامل مع التمثيلات ذات الثبات النسبي على مدى فترات زمنية طويلة (عائشة، مبني، 2020).

مع ذلك، تظل النظرية ذات قيمة علمية كبيرة، إذ توفر إطارًا لفهم العلاقة بين اللغة والمعنى، وتبرز الطبيعة الديناميكية للهوية الثقافية، وتكشف عن دور السلطة في تشكيل المعاني، مع إتاحة مجال للمقاومة والتفاوض

من قبل الأفراد (عائشة، مبني، 2020). كما تمنح الباحثين إطاراً تحليلياً متعدد الأبعاد يجمع بين الجوانب اللغوية والثقافية والسياسية، مما يجعلها أداة قوية لدراسة التمثيلات الثقافية في مختلف السياقات.

بناءً على ما سبق، ترى الباحثة أن استخدام نظريات الدراسات الثقافية النقدية، وخاصة التمثيل الثقافي والهيمنة الثقافية، مدعوماً بمفاهيم الغرس الثقافي كنظرية وظيفية، يتيح فهماً معمقاً لدور الصحافة النسائية في تشكيل تصورات المرأة الجزائرية لهويتها الثقافية. فبينما توضح نظرية الهيمنة كيفية تعزيز القيم والمعايير السائدة عبر وسائل الإعلام، يركز التمثيل الثقافي على كيفية تصوير المجموعات والأحداث وتأثير هذه التصورات على الجمهور، ويكمل الغرس الثقافي الصورة من خلال تفسير الآليات التي تُزرع بها هذه التصورات المتكررة. ومن خلال هذا التقاطع، تمكنت الباحثة من التعرف على أبرز تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»، وفهم كيفية تقديم القضايا الثقافية المختلفة ضمن المضامين الإعلامية، مع إبراز الأبعاد التي تعمل على تعزيز أو تحدي القيم والمعايير المجتمعية.

مراجع الفصل

- إميل بديع يعقوب. (2004). المعجم المفصل في الجموع (ط. 1). بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- سميح دغيم. (2000). مصطلحات في العلوم الاجتماعية والسياسية في الفكر العربي والإسلامي (ط. 1). بيروت، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- محمد عميم الإحسان مجدي البركي. (2009). التعريفات الفهية. بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- جهامي جيار. (2005). الموسوعة الجامعة لمصطلحات الفكر العربي الإسلامي (ج. 1). بيروت، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- المنجد في اللغة والإعلام. (2002). (ط. 1). بيروت، لبنان: دار الشروق.
- عهد كمال شلغين. (2015). الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع: دراسة في الفكر العربي المعاصر. سورية: الهيئة العامة السورية للكتاب.
- أبو البقاء الكفوي. (1992). كتاب الكليات (تحقيق عدنان درويش، محمد المصري، ط. 1). بيروت: مؤسسة الرسالة.
- محمد مسلم. (2009). الهوية في مواجهة الاندماج عند الجيل المغاربي الثاني بفرنسا (ط. 1). الجزائر: دار قرطبة للنشر والتوزيع.
- أحمد بعلبكي، وآخرون. (2013). الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- بدوي أحمد زكي. (1982). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. بيروت، لبنان: مكتبة لبنان للنشر.
- العربي ولد خليفة. (2007). المسألة الثقافية وقضايا الإنسان والهوية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- ابن منظور أبو الفضل جمال الدين. (1997). لسان العرب (مج. 1). بيروت، لبنان: دار صادر.
- محمد أحمد بيومي. (2009). علم الاجتماع الثقافي. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.

الفصل الأول الإطار المنهجي

أنتوني غيدنز، فيليب صانن. (2018). مفاهيم أساسية في علم الاجتماع (ترجمة محمود الذوايدي، ط. 1). بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representation and signifying practice*. London: Sage.

محمد جمال الفاز. (2006). معجم الإعلام. عمان، الأردن: دار الأسامة للنشر.

مالك بن نبي. (2000). مشكلات الحضارة: مشكلة الثقافة (ترجمة عبد الصبور شاهين). دمشق، سورية: دار الفكر.

سعاد ولد جاب الله. (2005-2006). الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية: دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية (1 سبتمبر 2004 - 31 أوت 2005)، أطروحة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.

محمد عبد الرؤوف عطية. (2009). التعليم وأزمة الهوية الثقافية (ط. 1). مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

شرقي رحيمة. (2013). الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (11).

دينيس كوش. (2007). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية للترجمة.

أحمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة (مج. 2، ط. 1). القاهرة: عالم الكتاب.

صراح سكيبة تلمساني. (2013). مفاهيم أولية في لغة التخصص. مجلة تعليمات، (4).

بشرى جميل إسماعيل. (2012). الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية (ط. 1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

محمد جمال الفاز. (2006). المعجم الإعلامي. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر، دار المشرق العربي.

أديب خضور. (1994). الإعلام الرياضي. دمشق، سورية: المكتبة الإعلامية.

مهنا عبد الله علي. (1993). لسان اللسان (ج. 1). بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.

غازي زين عوض الله. (2006). الأسس الفنية للصحافة النسائية في العالم العربي (ط. 1). القاهرة، مصر: دار الهاني.

إبراهيم إسماعيل. (1996). الصحافة النسائية في الوطن العربي (ط. 1). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

فاروق أبوزيد. (1986). الصحافة المتخصصة (ط. 1). القاهرة: عالم الكتب.

بودهان آمال، عكاك فوزية. (2018). قراءة في مفهوم الصورة الذهنية. مجلة الصورة والاتصال. (7)1.

خضير شعبان. (2001). مصطلحات في الإعلام والاتصال (ط. 1). الجزائر: دار اللسان العربي.

جميل صليبا. (1994). المعجم الفلسفي (ج. 1). بيروت: الشركة العالمية للكتاب.

سلافة فاروق الزغي. (2001). صورة العرب في الإعلام الأمريكي (ط. 1). الأردن: دار ورد للنشر والتوزيع.

إرادة زيدان الجبوري. (2010). مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة. مجلة الباحث الإعلامي. (9-10).

Lipmann. Walter. (1922). *Public opinion*. New York : Harcourt, Brace and Company.

Boulding, Kenneth.E. (1956). The image : Knowledge in life and society. University of Michigan Press.

- محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط. 1). القاهرة: عالم الكتب.
- موريس أنجوس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (ترجمة بوزيد صحرأوي وآخرون). الجزائر: دار القصة.
- أحمد بن مرسل. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (ط. 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- مروان عبد المجيد إبراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط. 1). عمان، الأردن: مؤسسة الوراق.
- عامر مصباح. (2008). منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام (ط. 1). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عمار بوحوش. (2002). دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية. الجزائر: موفم للنشر والتوزيع.
- عامر إبراهيم قنديلجي. (2007). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية (ط. 2). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

Grawitz, M. (2000). *Méthodes des sciences sociales* (11ème éd.). Paris: Dalloz.

- سمير محمد حسين. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ط. 2). القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
- شارلين هس، باتريشيا ليفي. (د.ت). البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية (ترجمة هناء الجوهري). مصر: المركز القومي للترجمة.
- أحمد فلاق. (2016). دراسات عن الصحافة الرياضية الجزائرية: مشكلات العنف، المصادقية والأخلاقيات في الكتابة الصحفية. الجزائر: مركز البحوث والدراسات حول العالم.
- عطية هشام. (1995). تأثير السياسة الخارجية للدول في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية: دراسة تحليلية مقارنة للصحافة المصرية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- بشير إبرير. (2009). الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية. مجلة بحوث سيميائية، 4(5).
- الزواوي بغوة. (2000). مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو. المجلس الأعلى للثقافة.
- خليل محمود. (1998). تكنولوجيا برامج التحليل العلمي ببحوث الإعلام. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- أميرة محمد سيد أحمد. (2019). تحليل الخطاب الإعلامي: مدخل نظري. مجلة علوم الإنسان والمجتمع.
- هشام عطية عبد المقصود. (2010). دراسة الخطاب: المدونات العربية (ط. 1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- يوسف ثمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (ط. 1). الجزائر: طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع.
- سعد بن الحاج جخلد. (2019). العينة والمعاينة. عمان، الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون.
- رشدي طعمية. (1987). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه أسسه استخدامه. القاهرة: دار الفكر العربي.
- محمد مهدي القصاص. (2007). الإحصاء والقياس الاجتماعي. العراق: دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع.
- فضيل دليو وآخرون. (1999). أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية. الجزائر: منشورات جامعة قسنطينة.

الفصل الأول الإطار المنهجي

- إيمان سكور. (2019-2020). بناء الهوية الثقافية على الخط وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك: دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الشباب الجزائري (2018-2019)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- لبليلا شاي. (2014-2015). أنماط تلقي جمهور مستمعي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية: دراسة إثنوغرافية لعينة من الأسر الجزائرية جانفي 2010- جانفي 2015، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الإعلام.
- ميمونة مناصرية. (2011-2012). هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- بريجة شريفة. (2015-2016). التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري: دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير عبر بعض المدن الجزائرية أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.
- سعاد ولد جاب الله. (2006-2005). الهوية الثقافية من خلال الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- كلفاح أمال. (2018-2017). تأثير الإنترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه في علم النفس العيادي، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.
- رضا قنفود. (2023-2022). نشأة وتطور الصحافة المتخصصة في الجزائر: دراسة وصفية تاريخية عن نشأة الصحافة النسائية وتطورها في الجزائر (1970-2020) أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة الجزائر 3.
- بخاش أميرة. (2020-2021). المعالجة الصحفية لشؤون المرأة الجزائرية: دراسة تحليلية لمجلتي الحياة و«موعد حواء» في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2020، رسالة ماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- بوش ريم. (2014). الصورة الذهنية للمرأة العربية في الإعلام العربي. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 2(3).
- سليمة بوعسيلة. (2016-2015). صورة المرأة في الصحافة النسائية الإسلامية في الوطن العربي: مجلة الزهور المصرية نموذجا، دراسة وصفية تحليلية (2000-2007). أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- بدر بن جويعد العتبي. (2008-2007). العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم وسبل المحافظة عليها. دراسة قدمت في إطار برامج المنح البحثية بمدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية.
- عبر ديارنية. (2024). دور المرأة في غرس الهوية الثقافية لدى الأطفال في الأردن: دراسة إثنوغرافية مختلطة. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 44(1).
- شكرية كوكز السراج. (2014). دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة. مجلة الباحث الإعلامي، 26(2).
- ستيوارت هول. (2008). حول الهوية الثقافية (ترجمة بول طبر). مجلة إضافات، 2(2).
- بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2015). نظريات الاتصال. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صالح محمد أبو جادو. (2004). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية (ط. 5). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الفصل الأول الإطار المنهجي

Gerbner, G. (1969). Toward "Cultural Indicators": The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. *Av Communication Review*, 17(2).

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, 26(2).

حسن عماد مكاوي، & ليلي حسن السيد. (2001). *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

كمال الحاج. (2020). *نظريات الإعلام والاتصال*. سورية: الجامعة الافتراضية السورية.

جمال محمد أبوشنب. (2008). *نظريات الاتصال والإعلام: المفاهيم - المداخل النظرية - القضايا*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.

هشام رشدي خير الله. (د.ت). *محاضرات في نظريات الإعلام*. قسم العلوم والإعلام، كلية التربية، جامعة المنوفية.

محمد بن مسعود البشير. (2014). *نظريات التأثير الإعلامي* (ط1). الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع.

Potter, W. J. (2014). A critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015-1036.

حنفاوي بعلي. (2007). *مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن: المنطلقات - المرجعيات - المنهجيات* (ط1). لبنان: الدار العربية للعلوم.

أندرو إدغار، & بيتر سيدجويك. (2009). *موسوعة النظرية الثقافية: المفاهيم والمصطلحات* (ترجمة محمد الجوهري وهناء الجوهري). القاهرة: المركز القومي للترجمة.

حسين حاج محمد. (2019). *مدرسة برمنغهام: ماهيتها ورؤاها في بوتقة النقد والتحليل* (ترجمة أسعد مندي الكعبي، ط1). بيروت، لبنان: العتبة العباسية المقدسة، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.

مجموعة كتاب. (1978). *نظرية الثقافة. عالم الفكر* (ترجمة علي سيد الصاوي والفروق زكي يونس). الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب.

مروة خليل. (2020). *مفهوم الهيمنة في نظريات العلاقات الدولية*. كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، جامعة الإسكندرية.

مايكل بوراوي. (2018). *الهيمنة الثقافية عندما يلتقي غرامشي ببورديو* (ترجمة خلود الزعتر). استرجع من <https://aljumhuriya.net/ar/2018/07/09/الهيمنة-الثقافية-عندما-يلتقي-غرامشي-ب-ب/>

عبد الله الغدامي. (2001). *النقد الثقافي في الأنساق الثقافية العربية* (ط2). بيروت، لبنان: المركز الثقافي العربي.

خالدة حامد. (2016). *غيبش المرايا: فصول في الثقافة والنظرية الثقافية* (ط1). ميلانو، إيطاليا: منشورات المتوسط.

بن عمروش فريدة. (2018-2019). *الاتجاهات النقدية في الإعلام والاتصال*. قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

آلن هاو. (2010). *النظرية الثقافية: مدرسة فرانكفورت* (ترجمة ثائر ديب، ط1). القاهرة، مصر: دار العين للنشر، المركز القومي للترجمة.

آرثر أيزنبرجر. (2003). *النقد الثقافي: تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية* (ترجمة وفاء إبراهيم ورمضان بسطاويسي، ط1). القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، المشروع القومي للترجمة.

Hall, S. (1980). *Culture, media and the ideological debate*. London: Hutchinson.

الفصل الأول الإطار المنهجي

لصلح عائشة، مبني نوالدين. (2020). مفهوم التلقي في سياق الدراسات الثقافية: مقارنة ستيوارت هال لفهم الخطاب التلفزيوني. *مجلة آفاق سينمائية*، 7(1).

إبراهيم الخليل بن عزة. (2013). *الدراسات الثقافية: النشأة - الأساس النظري*. محاضرة أُلقيت في إطار برنامج جمعية الكتب أحمد بوحسن، المكتبة الوسائطية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط.

مروة مختار. (2019). ستيوارت هول وتشكل الهوية الثقافية. *مجلة الفيصل*، 511-512.

Caillet, E. (2008). Stuart Hall, identités et cultures: Politique des Cultural Studies. *Culture & Musées*, 11(1), 37-61.

ضيف ليندة. (2023). محاضرات في مقياس الاتجاهات النقدية في الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي. استرجع من <http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=5183&lang=ar>

فيروز أبادي. (2005). *القاموس المحيط* (ط8). لبنان: مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع.

جميل صليبا. (1982). *المعجم الفلسفي*. بيروت، لبنان: دار الكتاب اللبناني.

وسيلة بروقي (2009). *الذكورة والأنوثة بين الموروث الشعبي الجزائري وتمثيلات سكان منطقة تبسة، دراسة سوسيولوجية*. أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علم الاجتماع.

شهيناز بن ملوكة (2013). *من الأبعاد النظرية إلى نظرية النواة المركزية*. مجلة الحوار الثقافي، مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلام. دار AGP.

Arbic, J.C. (2005). *Méthodes d'étude des représentations sociales*. Editionaires Toulous.

عبد الغني منديب (2010). *الدين والمجتمع: دراسة سوسيولوجية للتدين بالمغرب، إفريقيا الشرق*. (ط 2). الدار البيضاء - المغرب.

محمد مكاي. (2021). *النقد الثقافي وأسئلة التمثيل: المفهوم والتحديات*. مجلة المدونة، 8، 45-68، (2).

Le Petit Larousse illustré. (1998). Paris, France: Larousse.

Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2013). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (2nd ed.). London; Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

أزراج عمر. (2019). كيف تعمل أنظمة التمثيلات في النقد المعاصر. استرجع من <https://alarab.co.uk/> كيف-تعمل-أنظمة-التمثيلات-في-النقد-المعاصر

الفصل الثاني

من الثقافة إلى الهوية:

تأصيل نظري لمسألة الهوية

الثقافية للمرأة الجزائرية

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تمهيد

يُعدّ هذا الفصل امتدادًا نظريًا ضروريًا لفهم الخلفية المفاهيمية التي تُؤطر مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، إذ ينطلق من تحديد الإطار العام للثقافة بوصفها منظومة رمزية ومعرفية تُشكّل الفضاء الذي تنبثق منه الهويات الفردية والجماعية. عبر تقديم مقارنة تحليلية تجمع بين المفاهيم المرجعية للثقافة، ومحددات الهوية الثقافية، ثم استجلاء أبعاد الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في ضوء التحولات المعاصرة. ويهدف هذا البناء النظري إلى تزويد البحث بقاعدة معرفية متينة تمكّن من فهم إشكالية الدراسة في سياقها المفاهيمي والسوسيولوجي.

وقد جرى تناول هذا الفصل من خلال ثلاثة مباحث أساسية مترابطة:

يُقدّم المبحث الأول تأصيل نظري وتاريخي لمفهوم الثقافة، ويبرز تعدد مقارباتها وعلاقتها وتداخلها مع الحقول المعرفية الأخرى، إلى جانب إبراز أنماطها ومقوماتها الأساسية ووظائفها التنشئية، مما يمهد لفهم الهوية بوصفها نتاجًا ثقافيًا مركّبًا.

ينتقل الفصل في مبحثه الثاني إلى تفكيك مفهوم الهوية الثقافية من زاوية جدلية تجمع بين الذات والموضوع، حيث تُفكك الهوية بوصفها بناءً رمزيًا يتشكل عبر التفاعل بين التمثيلات الذاتية والخطابات الجماعية، وبين الانتماء الفردي والمرجعيات الجماعية. هذا التناول يُتيح فهمًا نقديًا للهوية كفضاء تفاوضي، لا كجوهر مغلق.

أما المبحث الثالث، فيُخصص لتحليل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال مقارنة نظرية تُراعي تعدد الروافد التي تُسهم في تشكيل هذه الهوية، بدءًا من المرجعيات السوسيو- تاريخية، مرورًا بدور المرأة كفاعل ثقافي حامل لمقومات الهوية، وصولًا إلى ديناميكية الهوية في ظل العولمة وما تطرحه من تحديات تفاوضية، بما يمهد لفهم طبيعة التمثيلات الإعلامية.

ويُشكل هذا المبحث حلقة وصل بين التأصيل النظري والتحليل التطبيقي الذي سيُعالج لاحقًا في الفصول التالية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المبحث الأول: الإطار النظري للثقافة: المفاهيم والمقاربات

إنّ تناول الهوية الثقافية يقتضي بالضرورة العودة إلى مفهوم الثقافة في أبعاده الكلية، إذ تمثل الثقافة الإطار المرجعي الذي تنبثق منه الهوية وتتحدد في ضوئه مكوناتها ووظائفها. فالهوية ليست معطى معزولاً أو منفصلاً، بل هي انعكاس للتجربة الثقافية في مستوياتها المختلفة، بما تحمله من قيم ورموز ومعايير وأنماط عيش. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا المبحث إلى وضع الأساس النظري للثقافة من خلال مقارنة تأصيلية لمفهومها، ورصد ارتباطها بمفاهيم أخرى، ثم إبراز أنماطها ومقوماتها الأساسية، وكذا وظائفها وأدوارها في التنشئة الاجتماعية والثقافية، مع التوقف عند علاقتها بوسائل الإعلام. إن هذا التأسيس يعد خطوة ضرورية لفهم أعمق للهوية الثقافية، باعتبارها إحدى أهم تحليلات الثقافة ومظهرًا من مظاهر استمراريتها عبر الزمن والمجتمع.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة: التأصيل النظري والتاريخي

أصبحت الثقافة موضوعاً محورياً في العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث ينظر إليها باعتبارها تنظيمًا لمظاهر الأفعال والأفكار والمشاعر التي يعبر عنها الإنسان بواسطة الرموز واللغة.

أولاً: مفهوم الثقافة

1. **المفهوم اللغوي:** يتضح من تتبع اللغوي أن كلمة ثقافة في العربية تحمل معنيين رئيسيين: الحذق والفطنة وسرعة التعلم من جهة، والتقويم والتهذيب من جهة أخرى (ابن منظور 1997، ص 19؛ مجموعة من الباحثين، 2000، ص 71؛ بن زبيدي، 2009، ص 11). هذا الثراء الدلالي يعكس ارتباط اللفظ في التراث العربي والإسلامي بالبعدين المعرفي والأخلاقي في آن واحد، بحيث لا تُحتزل الثقافة في كونها معارف نظرية فحسب، بل تشمل أيضاً وظيفة إصلاحية تقويمية للفرد والمجتمع.

وإذا كان اللفظ قد استُخدم في القرآن بمعاني الغلبة والتمكن (البقرة: 191؛ الأنفال: 57)، فإن ذلك يكشف عن بعد آخر للثقافة باعتبارها أداة للسيطرة والتمكن من المعارف أو الأشياء.

هذا التعدد الدلالي يمنح المفهوم العربي للثقافة مرونة أوسع مقارنة ببعض اللغات الأوروبية التي حصرت الكلمة في مدلول واحد، كما سيمر بنا لاحقاً. ومع ذلك، يبقى هذا الاستخدام التراثي أقرب إلى البعد التربوي والأخلاقي منه إلى المفهوم الاصطلاحي الحديث للثقافة الذي تطور في العلوم الاجتماعية لاحقاً.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

2. المفهوم الاصطلاحي: نظرًا لمركزيته، ينبغي ضبط مفهوم الثقافة بدقة عبر استحضار أبعاده المتعددة. وقد قُسم هنا إلى بُعدين:

- تأصيل المفهوم ودلالاته عند الأوروبيين.
- ترجمة الثقافة ودلالاتها عند العرب.

أ- مفهوم الثقافة في الدلالات الأوروبية

يكشف المسار التاريخي لمفهوم الثقافة في الفكر الغربي عن تطور تدريجي من المدلول المادي إلى المدلول الرمزي والاجتماعي. فقد بدأت الكلمة بالارتباط بالحرث والزراعة (colere)، وهو ما يعكس نظرة عملية ضيقة للثقافة باعتبارها نشاطًا ماديًا (عارف، 1994، ص 19). ومع تطور الفلسفة الإغريقية والرومانية، تحوّلت الدلالة إلى "زراعة العقل" وتنميته (شيشرون)، لتدخل لاحقًا مجال الفنون والتربية في عصر النهضة (السويدي، ص 19؛ كوش، 2007، ص 17-18).

التحول الحاسم جاء مع المفكرين الألمان الذين ربطوا الثقافة بالحضارة والتقدم الفكري (Kultur)، وهو ما أرسى أسس النظرة الحديثة التي تنظر إلى الثقافة كإطار شامل للوجود الإنساني (مؤنس، 1978، ص 324-326). غير أن هذا التطور لم يخلُ من قصور؛ ففي مراحله الأولى ظل المفهوم أسيّرًا للزراعة أو الطقوس الدينية، أي مرتبطًا بالمجال المادي أكثر من ارتباطه بالشأن الاجتماعي.

لاحقًا، عالج علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا هذا القصور عبر تعريفات أكثر شمولًا. فاعتبر تايلور الثقافة "كلًا مركبًا يضم المعرفة والمعتقد والفن والأخلاق والعادات..." (السويدي، 2007، ص 51)، بينما ركّز كلكهون وهوايت وسوركين على الطابع الموروث والنسقي للثقافة باعتبارها منظومة تنظم السلوك الاجتماعي وتحدد أنماط التفكير والشعور (كلكهون، 1964، ص 24).

هذا التوسع يبرز أن الثقافة لم تعد مجرد حصيلة معرفية فردية، بل تحولت إلى نسق اجتماعي شامل يحدد هوية المجتمعات ويضبط تمايزها. ورغم تعدد التعريفات (أكثر من 164 تعريفًا بحسب كلكهون وكوبر، 1952)، فإن القاسم المشترك بينها هو اعتبار الثقافة بنية متكاملة لا يمكن فصل عناصرها المادية عن الرمزية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ب- ترجمة مفهوم (Culture) إلى "ثقافة" في الدلالات العربية

عرف الفكر العربي صعوبة في ضبط مفهوم الثقافة بدقة، إذ ظل المعنى يتسع بتطور المجتمعات وإنجازاتها الحضارية والفكرية. فقد استخدم ابن خلدون المفهوم في سياق قريب من الحضارة، معتبراً أن الإنسان وحده صانع الثقافة بفضل الفكر واليد، في مقابل الحيوان الذي يفتقر إليها (ابن خلدون، 1960، ص ص 871-881). هذا الربط بين الثقافة والعمران كشف عن تصور مبكر يربط الثقافة بالمدنية وبأنماط العيش المستقر. وفي العصر الحديث، قام سلامة موسى بترجمة كلمة Culture إلى "ثقافة" عام 1927، مؤكداً أنه استلهم اللفظ من استعمال ابن خلدون (موسى، 1927، ص 171)، ما يبين أن الدلالة كانت كامنة في التراث العربي قبل أن تُبلور كمصطلح معاصر.

ضمن الفكر العربي الإسلامي، قدّم مالك بن نبي تعريفاً مؤثراً للثقافة باعتبارها نسقاً من القيم والصفات التي تُشكّل سلوك الفرد ضمن محيطه الاجتماعي (بن نبي، 1984، ص ص 50-76). ويرى أن الثقافة لا تقتصر على بناء الفرد، بل تُؤسس للتاريخ وتحدد علاقة الأمة بذاتها وهويتها. هذا الطرح يجعل الثقافة إطاراً أخلاقياً واجتماعياً موجهاً للفعل الحضاري. أما الجابري، فقد ركّز على البعد التاريخي والحضاري، حيث اعتبر الثقافة مركباً متجانساً من القيم والرموز والإبداعات التي تمنح الأمة خصوصيتها (الجابري، 1999، ص 18). وهو تعريف يعكس التفاعل الجدلي بين الثقافة والتاريخ والهوية.

تعددت أيضاً تعريفات المفكرين العرب المحدثين: فالساعاتي (1983، ص 27) ربطت الثقافة بأسلوب الحياة الجماعي وبالتنشئة الاجتماعية المتوارثة، بينما قدّم حامد عمار تصوراً يبرز العلاقة بين الثقافة والمجتمع كنسق منظم للعلاقات والقيم (السويدي، 1991). أما محمد الهادي عفيفي، فقد وسّع الدلالة لتشمل كل ما يصنعه الإنسان في بيئته عبر التاريخ، من اللغة والقيم إلى الأنظمة السياسية والاجتماعية (عفيفي، 1993، ص 45). وذهب أحمد زكي إلى تعريف شامل يرى الثقافة "بيئة من صنع الإنسان" تشمل المادي وغير المادي، وهي رؤية تضع الثقافة في إطار رمزي وسلوكي متكامل (البدوي، 1982، ص 92).

ما يجمع بين هذه التصورات هو التأكيد على أن الثقافة ظاهرة إنسانية مكتسبة، تنتقل بين الأجيال وتخضع للتغير والتطوير، وتشمل الأبعاد المادية (الأدوات، التقنيات) والرمزية (القيم، المعتقدات، العادات). إلا أن التباين

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

يكن في زاوية التركيز: فبعض التعريفات ركزت على بعدها الأخلاقي والديني (مالك بن نبي)، وأخرى على بعدها التاريخي والهوياتي (الجابري)، وأخرى على بعدها الاجتماعي والأنثروبولوجي (الساعاتي، عمار).

من هنا، يصعب اختزال مفهوم الثقافة في تعريف جامع مانع، إذ يتقاطع مع مفاهيم أخرى مثل الحضارة والهوية والأيدولوجيا. لكن يمكن النظر إليها كمركب تراكمي شامل يضم القيم والمعتقدات والعادات والمعارف والعلوم والفنون، ويمثل الإطار المرجعي الذي يحدد هوية المجتمع ويوجه سلوك أفراده (بغداد، 1993، ص21).

يتبين من خلال استعراض المفهوم اللغوي للثقافة، وتطور دلالاته في الفكر الأوروبي، ثم تبلوره في السياق العربي والإسلامي، أنّ الثقافة ليست مصطلحاً أحادي البعد بل وعاء شامل تتفاعل داخله القيم والمعتقدات واللغة والرموز والعادات والمعارف والفنون. وقد انتقلت دلالتها من معنى الحرث والتهديب إلى معنى أشمل يتضمن بناء الإنسان والمجتمع، مما يجعلها أساساً لفهم الهوية والتغير الاجتماعي عبر التاريخ.

المطلب الثاني: الثقافة في علاقتها بالمفاهيم البنيوية: الحضارة، الأيدولوجيا، الهوية، الشخصية والمجتمع

أولاً: الثقافة والحضارة

يُعدّ التمييز بين مفهومي الثقافة والحضارة من أكثر الإشكالات حضوراً في الدراسات الاجتماعية، إذ كثيراً ما يُستخدم المصطلحان كمرادفين أو متكاملين. فالحضارة *civilisation* ارتبطت في الاستخدام الغربي الحديث منذ القرن التاسع عشر بفكرة المجتمع المتقدم علمياً وفنياً ودينيّاً وتنظيمياً؛ غير أن تزايد الاهتمام بالشعوب "البداية" دفع بعض الأنثروبولوجيين إلى الاعتراف بوجود حضارات خاصة بها، مما أدى إلى توسيع الدلالة لتشمل "النمط المميز لثقافة شعب ما" (السويدي، 1991، ص199). وقد تبلورت اتجاهات مختلفة في تحديد العلاقة بين المصطلحين:

• **الاتجاه الأول** اعتبر الحضارة مرادفاً للثقافة، كما عند تايلور ومالك بن نبي، حيث تعكس الثقافة حين تبلغ درجة الرقي.

• **الاتجاه الثاني** ميّز بينهما، فجعل الثقافة مرتبطة بالمكونات اللامادية كاللغة والدين والفن، بينما تشير الحضارة إلى الإنجازات المادية والتقنية، وهو ما تبناه رالف لينتون وعدد من الألمان (أما، 2007، ص100).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- أما في الفكر الفرنسي والإنجليزي، فقد غلب اعتبار الحضارة مرحلة متقدمة من التطور، في حين خصّ الألمان الثقافة بالجانب الروحي والقيمي والحضارة بالجانب الميكانيكي والمادي (السويدي، 1991، ص120).
 - وفي التراث العربي الإسلامي، استُخدم مصطلح الحضارة مبكرًا مع ابن خلدون الذي عرّفها بأنها "نهاية العمران وخروجه إلى الفساد" (ابن خلدون، 2004، ص284)، في إشارة إلى المرحلة التي يبلغ فيها المجتمع درجة من الترف والانحلال. ومع النهضة العربية الحديثة، تبني المفكرون العرب مصطلح الحضارة بمعناه الأوروبي (civilization)، بينما استُخدم مصطلح الثقافة لمقابلة culture (موسى، 1927، ص172).
- وتتضح العلاقة بين الثقافة والحضارة في كون الأولى تمثل البعد القيمي والمعنوي للمجتمع، بينما تمثل الثانية تجلياته المادية والتنظيمية. فالثقافة عند هنتنغتون تُعرّف بأنها الوعي بالانتماء إلى جماعة من خلال الدين والتاريخ والعادات والمؤسسات، بينما تُعرّف الحضارة بأنها أعلى مستوى للتجمع الثقافي والهوية الجامعة (هنتنغتون، 1998، ص416-418). ومن ثمّ، فإن الحضارة أشمل وأوسع من الثقافة، إذ نتحدث عن الحضارة الإسلامية أو الغربية، بينما تُنسب الثقافة غالبًا إلى مجتمع أو إقليم محدد، مثل الثقافة المصرية أو الفرنسية (السويدي، 2007، ص120).
- ويؤكد علي عزت بيجوفيتش (1994، ص96-97) أن الثقافة مرتبطة بالإنسان كقوة ذاتية مكتسبة بالتنشئة، بينما الحضارة تعكس قوة المجتمع في السيطرة على الطبيعة بالعلم والتقنية. فالحضارة تُعلّم أما الثقافة فتُنوّر، ويشكّلان معًا وحدة جدلية حيث تمثل الثقافة روح الحضارة، في حين تشكل المدنية مادتها (خريسان، 2001، ص37).

ثانيا: الثقافة وارتباطها بمفهوم الأيديولوجيا

يُثير الربط بين الثقافة والأيديولوجيا إشكالات نظرية نظرًا لتداخل مجالهما المفهومي؛ فغالبًا ما يُستعمل المصطلحان بشكل متقارب في التحليلات الثقافية، وإن كانت الأيديولوجيا تضيف بعدًا سياسيًا مباشرًا. من الناحية الاشتقاقية يتكون المصطلح من (Idio) بمعنى الفكر و (Logo) بمعنى العلم، أي "علم الأفكار"، وقد استُخدم للدلالة على منظومة تصورات وأوهام وقيم توجه سلوك الجماعات والأفراد (جندلي، 2007، ص93). ويذهب ألتوسير إلى أنّ الأيديولوجيا تُعاد إنتاجها عبر أجهزة الدولة كالمدسة والدين والإعلام بما يرسّخ قيم السلطة المهيمنة (عبد اللطيف، 2010، ص48).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

في المنظور الماركسي، الإيديولوجيا انعكاس لبنية المجتمع الاقتصادية، إذ تُنتج الطبقة المهيمنة رؤاها لتبرير السيطرة وإخفاء علاقات الاستغلال (ستوري، 2014، ص21). بينما في الدراسات الثقافية المعاصرة اعتُبرت الإيديولوجيا المفهوم الأكثر مركزية، حيث تُحلّل النصوص والممارسات الثقافية باعتبارها وسائط لإعادة إنتاج الهيمنة أو مقاومتها، وغالبًا ما تُظهر "وعيا زائفا" للواقع (باركر، 2018، ص117)، وفي هذا السياق يرى رولان بارت أنها تعمل على إضفاء طابع طبيعي على ما هو ثقافي وإنساني.

تعد الإيديولوجيا إذن أحد مكونات الثقافة دون أن تستغرقها، فهي نسق فرعي ذو فعالية مستقلة، وقد تتعارض أحيانًا مع الثقافة السائدة، كما في حالة الأنبياء الذين قدّموا أنساقًا فكرية مغايرة لما هو مألوف (خليفة، إسماعيل، 2006، ص196). ومن ثمّ فالعلاقة بين المفهومين علاقة تكامل وتأثير متبادل: الثقافة تشكل الإطار الكلي للقيم والرموز والمعارف، بينما تضيف الإيديولوجيا البعد السياسي في تنظيم التصورات والخيارات الاجتماعية (بن نعمان، 1996، ص157). ولهذا فالتفريق الحاد بينهما يغدو مجحفًا، إذ لا يمكن فهم الثقافة بمعزل عن رهانات الإيديولوجيا، ولا الإيديولوجيا خارج البنية الثقافية.

ثالثا: الثقافة وارتباطها بمفهوم الهوية

أضحى مفهوم الثقافة والهوية متداخلين إلى حد بعيد، حتى باتت الهوية تُعدّ في كثير من المقاربات امتدادًا لازدهار الثقافة (Vinsonneau, 2002, p.10) فالعلاقة بينهما جدلية بطبيعتها؛ إذ تتيح الثقافة مرجعيات رمزية وقيمية لتشكيل الهوية، فيما تُسهم الهوية في توجيه الحقول الثقافية التي تنشأ داخلها. وتقوم هذه العلاقة على التشكيل والتشكل: فمن الثقافة تستمد الهوية مقوماتها، غير أنّ الثقافة الواحدة قد تفرز هويات متعددة، والهوية الواحدة قد تُصاغ من عناصر ثقافات مختلفة (إدريس، 2009، ص31).

لا وجود لهوية بمعزل عن منظور ثقافي، كما أنّ كل ثقافة تنطوي بالضرورة على هوية. غير أنّ الهوية ليست معطى ثابتًا أو بنية مغلقة، بل عملية تاريخية متغيرة تتأثر بالزمان والمكان والتفاعلات الاجتماعية، وهي بذلك تتسم بالمرونة والانفتاح، لكنها في الوقت ذاته تستند إلى ثوابت جوهرية كالدين واللغة والتاريخ والجغرافيا التي تشكل عناصر استمراريتها (عيد، 2001، ص120).

وقد ربطت الدراسات الاجتماعية بين الهوية وعمليات التنشئة التي تُكسب الأفراد منظومات قيم ورموز، حيث يرى الذواودي أنّ الهوية ذات طبيعة مزدوجة: بيولوجية ورمزية ثقافية، مع أولوية للبعد الرمزي في تحديد السلوك

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الإنساني (الذوادي، 2006، ص147). ومن ثمة، تتحدد الهوية الفردية والجماعية تبعاً لتصورات الذات ومكانتها داخل الجماعة، في تفاعل مع حقول الخبرة والتجارب الثقافية (هارلمبس وهولبورن، 2010، ص14). رغم هذا التداخل، يميز باحثون بين المفهومين. فالثقافة إطار أوسع يوفر الرموز والمرجعيات، أما الهوية فهي وحدة سلوكية أكثر ثباتاً نسبياً. كما قد تشترك جماعات متعددة في ثقافة واحدة دون أن تمتلك بالضرورة الهوية ذاتها، والعكس صحيح؛ وقد أشار بارث إلى أن الهوية تُبنى علائقيًا عبر التمييز والتفاعل مع الآخر، وأنها تُعاد صياغتها باستمرار من خلال التبادلات الاجتماعية (Barth, 1969, p9-10).

من جهة أخرى، كثيراً ما جرى الخلط بين المفهومين في الدراسات الإنسانية والعلاقات الدولية، خاصة مع قضايا الإثنية والتعدد الثقافي والاندماج، حيث طغت المرادفة بين الثقافة والهوية (بركان، 2010، ص63). لكن التحديد الدقيق يبرز أن الثقافة يمكن أن تنشأ أحياناً بلا وعي هوياتي، في حين أن الهوية ترتبط غالباً بمعيّار انتماء واعي ومقصود (كوش، 2002، ص147).

خلاصة القول: إن العلاقة بين الثقافة والهوية متعددة الأبعاد، تقوم على التكامل والتأثير المتبادل. الهوية ليست ثابتة مطلقة بل مشروع مفتوح على التحول، لكنها مع ذلك تُحافظ على مقوماتها الجوهرية التي تمنحها الاستمرارية والتميّز.

رابعاً: الثقافة في علاقتها بالشخصية والمجتمع

1. علاقة الثقافة بالشخصية

حظيت الشخصية الإنسانية بمكانة بارزة في الدراسات النفسية والاجتماعية، إذ لا يمكن فصلها عن الوسط الثقافي الذي تنشأ فيه. فالفرد يكوّن أنماطه الفكرية والسلوكية من خلال تفاعله مع الثقافة المحيطة، مما ييسّر تكيفه مع بيئته الاجتماعية. لذلك رأت بندكت أن الثقافة والشخصية يمثلان وجهين لحقيقة واحدة، فالشخصية هي المقابل السيكلولوجي للثقافة.

وقد طورت مدرسة "الثقافة والشخصية" هذا التصور، معتبرة أنّ تنوع الثقافات يقود إلى تنوع أنماط الشخصية، وأن لكل ثقافة نموذجاً سلوكياً يطبع الأفراد المنتمين إليها (لينتون، 1964، ص609). فعملية التنشئة الاجتماعية

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تتجلى في دمج الأدوار الاجتماعية داخل نسق ثقافي، بما يجعل الشخصية بناءً تصوريًا يعكس السلوك السائد في ثقافة ما. ولا يمكن إذن فهم الفرد بمعزل عن ثقافته، ولا الثقافة بمعزل عن أفرادها.

وأكد سابير على هذه العلاقة من خلال البعد اللغوي، حيث إن أنماط الشخصية تؤثر في الجماعة، كما تترسخ أشكال السلوك الاجتماعي في شخصيات أفرادها. (Sapir, 1967, p.75) وتبرز هنا مساهمة الأنثروبولوجيا النفسية التي أوضحت أثر الثقافة على أبعاد الشخصية: الجسمي، العقلي، الانفعالي والأخلاقي (الساعاتي، 1983، ص 213-218). فالثقافة تحدد أنماط الممارسات، توجه التفكير، تهذب الانفعالات، وتؤطر المعايير الأخلاقية التي تحكم السلوك.

إلا أن بعض الباحثين، مثل كاردنير، انتقدوا القول بأسبقية الثقافة المطلقة، مؤكدين أهمية مرحلة الطفولة والعلاقات الأسرية في تكوين الشخصية، وضرورة فهم التفاعل الديناميكي بين العوامل السيكولوجية والثقافية (وصفي، 1975، ص 105). أما ميد، فترى أن كل جيل يسهم في إعادة تفسير الأشكال الثقافية، بما يعكس التأثير المتبادل بين الثقافة والشخصية.

وبناء على ذلك، يمكن التمييز بين ثلاث مقاربات لدراسة التفاعل بين الثقافة والشخصية:

1. الأشكال الثقافية: تركيز على الأنماط السائدة التي تعزز نماذج معينة للشخصية.
2. الشخصية النموذجية: إبراز ردود فعل الفرد إزاء الوسط الثقافي عبر النظم الاجتماعية.
3. الطرائق الإسقاطية: مثل اختبارات رورشاخ، لقياس البناء النفسي للشخصية داخل مجتمع معين (ميلفيل، 1974، ص 47-48).

وعليه، ورغم اختلاف الأسس البيولوجية للشخصية عن الأسس الاجتماعية للثقافة، فإن العلاقة بينهما وثيقة وتفاعلية، تجعل من الثقافة محددًا جوهريًا للسلوك والمعنى، مع بقاء الفروق الفردية عاملاً مؤثرًا في هذا التفاعل.

2. علاقة الثقافة بالمجتمع

الثقافة مفهوم اجتماعي بالأساس، إذ تمثل الإطار الرمزي الذي ينظم حياة الجماعة من خلال العادات والقيم والتقاليد. فهي لا تقوم إلا بوجود مجتمع، كما أن المجتمع لا يكتسب معناه دون ثقافة (إليوت، 2001، ص 29).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ولهذا انتقد إليوت التصورات التي حصرت الثقافة في بعدها الفردي، مؤكداً على ضرورتها كأساس للنمو الاجتماعي (إيجلتون، 2012، ص32).

ويتضح من تعريف تايلور الكلاسيكي، وكذا تعريف بيرستد، أن الثقافة هي الكل المركب الذي يتألف من كل ما يفكر فيه الإنسان أو يفعله أو يمتلكه بوصفه عضواً في مجتمع (مجموعة من الكتاب، 1997، ص9). غير أنّ العلاقة بين المجتمع والثقافة أثارت جدلاً حول الأسبقية: هل تصنع الثقافة المجتمع، أم العكس؟ وقد خلصت الدراسات إلى أنّ العلاقة تبادلية؛ فالمؤسسات الاجتماعية تنتج قيماً معينة، وهذه القيم بدورها تضفي المشروعية على تلك المؤسسات.

يرى الفاروق زكي يونس أنّ الثقافة والمجتمع مفهومان لا ينفصلان نظرياً ولا واقعياً؛ فالثقافة تمد المجتمع بأدوات الاستمرار، بينما يوفر المجتمع البيئة الحاضنة لتطور الثقافة (مجموعة من الكتاب، 1997، ص59). كما أكد مالك بن نبي هذه الجدلية، معتبراً الثقافة محيطاً يصوغ طباع الفرد ويعكس حضارة المجتمع، فهي ليست مجرد معارف بل أسلوب حياة مشترك. وقد حدد عناصرها الجوهرية في الأخلاق، الذوق الجمالي، المنطق العملي، والتقنية، ورأى أن توازنها شرط لتقدم المجتمع وازدهار الحضارة (بن نبي، 1986، ص101-102).

إذن، العلاقة بين الثقافة والمجتمع علاقة عضوية قائمة على التأثير المتبادل. فالثقافة تشكل ملامح المجتمع وتوجه نشاطاته، بينما يمثل المجتمع الحاضنة التي تمنح الثقافة ديناميتها واستمراريتها.

يتضح من خلال ما سبق أنّ الثقافة ليست مفهوماً معزولاً، بل ترتبط ارتباطاً عضوياً بعدد من المفاهيم الكبرى التي تؤطر الوجود الإنساني والاجتماعي. فهي تشكّل مع الحضارة إطاراً جامعاً للتطور المادي والرمزي، وتمنح الهوية جذورها ومعانيها في سياق تاريخي متغير، كما تتقاطع مع الأيديولوجيا باعتبارها أداة لتوجيه الوعي الجمعي وصياغة المواقف، وتتجلى في الشخصية بما تتيحه من أنماط سلوك وتفكير وانفعال، إضافة إلى تلازمها البنوي مع المجتمع الذي يُنتجها ويتحدد بها في آن واحد. ومن ثمّ، فإن الثقافة تُعدّ عنصراً مركزياً في فهم مختلف الظواهر الإنسانية، إذ لا يمكن مقارنة الحضارة أو الهوية أو الأيديولوجيا أو الشخصية أو المجتمع بمعزل عنها.

المطلب الثالث: أنماط الثقافة ومكوناتها الأساسية

تُعَدّ الثقافة من أكثر المفاهيم تركيباً وتشعباً، إذ يتعدّد الإحاطة بها من زاوية واحدة. ولأجل ذلك، اجتهد العديد من الباحثين في وضع تقسيمات وتصنيفات تُبرز تنوع مظاهرها وتعدد مكوناتها، بحيث يمكن النظر إليها باعتبارها أنماطاً متباينة من الإنتاج الرمزي والمادي، كما يمكن فهمها من خلال العناصر البنيوية التي تؤلّف نسيجها العام. وفي هذا السياق، يمكن التمييز بين ثلاثة محاور أساسية: أنواع الثقافة، مكونات الثقافة العامة، ثم مكونات الثقافة في المنظور الإسلامي.

أولاً: أنواع الثقافة

من أبرز المحاولات التي سعت إلى توضيح أنواع الثقافة تلك التي قدّمها جمال العيفة، الذي صنّفها وفق عناصر العملية الاتصالية إلى ثلاثة أصناف رئيسية: **الثقافة النخبوية**، و**الثقافة الشعبية**، و**الثقافة الجماهيرية** (العيفة، 2003، ص 45-48).

• **الثقافة النخبوية** تشمل الأعمال الراقية في الأدب والفن والفكر، وتتميز بجديتها وعمقها، وهي تُقدّم عبر قنوات أكاديمية وعلمية كالمؤلفات والندوات. ويُشترط في متلقيها مستوى معرفي يمكنه من التفاعل النقدي مع مضامينها.

• **الثقافة الشعبية**، أو الفلكلور، فهي تعبير عفوي عن الموروث الشفهي من حكايات وأمثال وأساطير وأغانٍ، يتناقلها المجتمع من جيل إلى جيل. وتتماز ببساطتها وبأنها تحمل قيماً أخلاقية واجتماعية مباشرة، مع حضور قوي للتفاعل الحي بين المبدع والمتلقي.

• **الثقافة الجماهيرية** برزت مع تطور وسائل الإعلام الحديثة، وتقوم على إنتاج رسائل موجهة إلى جمهور واسع ومجهول. وهي في الغالب ثقافة مُصطنعة تخضع لمقتضيات السوق والعرض والطلب، وتتسم بالسرعة والتكرار وقلة التفاعل المباشر بين المرسل والمتلقي.

إن هذه الأنواع الثلاثة تكشف أن الثقافة ليست نسقاً واحداً متجانساً، بل هي مستويات تتباين من حيث طبيعة الخطاب، والوسائط المستخدمة، وطبيعة الجمهور، وهو ما يعكس تعددية السياقات الاجتماعية والاقتصادية التي تنتج الثقافة وتستهلكها.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ثانياً: مكونات الثقافة العامة

إلى جانب الأنواع، اهتم الباحثون بتحديد مكونات الثقافة من حيث البنى والعناصر التي تتشكل منها. ويرى بعضهم أن الثقافة تتألف من الأفكار (المعتقدات والاتجاهات)، والأشياء (المنتجات المادية)، والعلاقات (شبكات التفاعل بين الأفراد) (بن نعمان، 1996، ص20). بينما ميّز آخرون بين مكونات مادية كالملبس والمسكن، وفكرية كالعلم والفن والدين، واجتماعية كالبناء والهيكل الاجتماعي (مساعدية، 2017، ص36).

أما هاري جونسون فقد وسّع دائرة التحليل ليشمل:

- العناصر المعرفية، وهي المعارف التي تفسر العالم وتساعد على التكيف مع البيئة.
- المعتقدات، وهي تصورات غير خاضعة للتجريب العلمي لكنها مؤثرة في السلوك الاجتماعي.
- القيم والمعايير، التي تحدد ما هو مرغوب أو مرفوض داخل الجماعة، وتؤدي دوراً أساسياً في تحقيق التكامل الثقافي (السويدي، 1991، ص71-72).

وفي هذا الإطار، يشير الجابري إلى أن الثقافة تنوزع على منظومات متكاملة: منظومة التفكير والتمثيلات، منظومة المعايير الأخلاقية والدينية والجمالية، منظومة التعبير، ومنظومة العمل التي تشمل الوسائط التقنية (الجابري، 1999، ص214). ويرى أن الثقافة تعمل في مستويات ثلاثة: فردي، شعبي، وإنساني عام، بحيث يشكل كل مستوى بعداً متداخلاً مع الآخر في بناء الثقافة (الجابري، 2007، ص14-15).

انطلاقاً من هذه التصورات، يمكن القول إن المكونات الأساسية للثقافة تُحتزل غالباً في ثلاثة أبعاد مترابطة:

1. البعد الفكري/المعرفي: يشمل المنظومات الرمزية من أفكار، معارف، ومعتقدات تشكل رؤية الفرد والمجتمع للعالم.
2. البعد المادي/العملي: يتجلى في الأدوات والوسائل والتقنيات والمنتجات التي يستخدمها الإنسان في حياته اليومية.
3. البعد الاجتماعي/القيمي: يضم العلاقات والمعايير والقيم التي تنظم السلوك وتضمن التماسك الجماعي.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

هذا التقسيم الثلاثي يُبرز أن الثقافة ليست مجرد تراكم معرفي أو إنتاج مادي، بل هي نسيج معقد يجمع بين الفكر والممارسة والقيم، ويمنح المجتمع هويته المميزة.

ثالثاً: مكونات الثقافة في المنظور الإسلامي

تميّزت الثقافة الإسلامية برؤية خاصة لمكوناتها، عبّر عنها العديد من المفكرين، ويعدّ مالك بن نبي أبرز من أسّس لهذا الطرح. فقد اعتبر أن العناصر الجوهرية للثقافة تتمثل في: الأخلاق، الذوق الجمالي، المنطق العملي، والتوجيه الفني (بن نبي، 1986، ص 88-124).

- **الأخلاق:** هي قوة التماسك التي تربط الأفراد وتبني المجتمع، وتشكل الأساس الذي يقوم عليه السلوك الجماعي. وقد ربط بن نبي بين البعد الأخلاقي والدور الحضاري للإسلام في صياغة مجتمع متماسك وفاعل.
- **الذوق الجمالي:** يمثل الحس الذي يوجّه الأفكار والأعمال نحو الإبداع والسمو، ويؤثر في تفاصيل الحياة اليومية، من الفن والعمارة إلى السلوك والعلاقات الاجتماعية.
- **المنطق العملي:** يقصد به تحويل الأفكار إلى أفعال ملموسة، واعتبره شرطاً ضرورياً للخروج من حالة "اللافاعلية" التي تعيق المجتمعات الإسلامية.
- **التوجيه الفني (التقني):** يعبر عن امتلاك الوسائل والقدرات التطبيقية التي تمكّن المجتمع من إنتاج حضارته والحفاظ على كيانه.

ويجمع بن نبي بين هذه العناصر في معادلة حضارية تقوم على التوازن بين المبدأ الأخلاقي والذوق الجمالي والمنطق العملي والتوجيه الفني. فالثقافة الإسلامية، في نظره، ليست مجرد إنتاج معرفي أو مادي، بل هي منظومة متكاملة توجّه الإنسان نحو بناء حضارة ترتكز على الروح والقيمة والمعرفة والعمل (بن نبي، 1984، ص 67-74).

إن خصوصية الثقافة الإسلامية تكمن في هذا التداخل بين الأخلاق والجمال والعمل والتقنية، بما يجعلها قادرة على الحفاظ على هويتها الخاصة، وفي الوقت نفسه المساهمة في الحضارة الإنسانية على أسس شاملة ومتوازنة.

خلاصة القول، إنّ الثقافة تشكّل منظومة متشابكة تتوزّع عبر أنماط مختلفة، منها ما يرتبط بالتراث الشعبي والعفوي، ومنها ما يعكس الإبداع النخبوي، ومنها ما يتجسد في الثقافة الجماهيرية التي صنعتها وسائل الإعلام الحديثة. وهذا التنوع لا ينفى وحدة الثقافة، بل يبرهن على دينامييتها وقدرتها على التكيف مع تحولات المجتمعات.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

كما أنّ مكوناتها لا تقتصر على البعد المادي وحده، بل تشمل أبعادًا فكرية ومعرفية، واجتماعية وقيمية، تجعل منها ظاهرة تتجاوز حدود العادات والتقاليد لتصبح نسقًا موجّهًا للفعل الإنساني في مختلف أبعاده.

وفي السياق الإسلامي، يكتسب مفهوم الثقافة خصوصية إضافية، إذ نظر إليها المفكرون المسلمون، وفي مقدمتهم مالك بن نبي، بوصفها مجموعًا متكاملًا من الأخلاق والذوق الجمالي والمنطق العملي والتوجيه الفني، وهي مقومات تجعل الثقافة أداة لتشكيل إنسان فاعل قادر على الإسهام الحضاري. ومن ثمّ، يتأكد أن الثقافة ليست مجرد انعكاس للواقع الاجتماعي، وإنما هي عنصر بنائي يساهم في صياغة الهوية، وضبط السلوك، وإحداث التوازن بين الثابت والمتغير (الخطيب، 2000، ص ص22-25).

وعليه، فإن الثقافة، بتعدد أنماطها وتنوع مكوناتها، تظل الركيزة التي تمنح المجتمعات إمكانات التجديد والابتكار، وتوفر لها في الوقت نفسه إطارًا مرجعيًا يضمن تماسكها الداخلي واستمراريتها التاريخية.

المطلب الرابع: أدوارها الثقافية في البناء الاجتماعي والتواصل

أولاً: خصائص الثقافة

تمثل الثقافة سمّةً إنسانية مميزة، فهي خاصية ملازمة للإنسان دون غيره من الكائنات، بما تحمله من أفكار ورموز وقيم تنظم السلوك وتمنحه معناه. وهي بهذا تعكس طابعًا ماديًا ومعنويًا في آن واحد، إذ تشمل الإنجازات التقنية والاقتصادية من جهة، والمعارف والمعتقدات والقيم من جهة أخرى، في تفاعل عضوي متكامل يضمن استمرارها وديمومتها (استيتية، 2008، ص233).

ومن أبرز سمات الثقافة أنها مكتسبة وليست فطرية، حيث تُنقل عبر التنشئة الاجتماعية والتعلم، ما يجعلها تراثًا اجتماعيًا متراكمًا ينتقل عبر الأجيال، فيكتسب الأفراد مع مرور الزمن منظومات من القيم والمعايير والعادات التي تؤطر سلوكهم وتحدد انتماءهم. ويؤدي هذا الطابع التراكمي والاستمراري إلى جعل الثقافة وعاءً يحتزن خبرات الماضي ويعيد توظيفها في الحاضر والمستقبل، من خلال آليات التلقين والمحاكاة والتكيف (علي أبو جادو، 2004، ص124).

وتتميز الثقافة في الوقت نفسه بالثبات والتغير؛ فهي تحافظ على بعض عناصرها الجوهرية مثل العقائد الدينية والقيم الاجتماعية الكبرى، لكنها تظل قابلة للتحويل في جوانبها المادية وأساليب التعبير عنها تبعًا للظروف

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

التاريخية والبيئية (السيد، 2003، ص12). وهي كذلك تكاملية، إذ تعمل عناصرها المختلفة في انسجام نسبي يضمن توازن المجتمع واستقراره، وإن كان التكامل لا يبلغ حدّ الكمال في الثقافات المركبة وغير المتجانسة (عبد الحميد رشوان، 2006، ص52).

كما تتسم الثقافة بطابعها الاجتماعي والتوافقي، فهي ظاهرة تُكتسب وتُمارَس داخل الجماعة، وتعمل على ضمان التكيف والتوافق بين الأفراد، بما يتيح استمرار الحياة الاجتماعية بحدّ أدنى من الصراع والاضطراب (الخطيب، 2005، ص26). وإلى جانب ذلك، فهي قابلة للانتشار عبر أدوات متعددة كاللغة، والتجارة، والاحتكاك الحضاري، ما يجعلها نتاجًا إنسانيًا متحرّكًا ومعقدًا، يعبر في النهاية عن هوية المجتمع وخصوصيته (أبو شعيرة، غباري، 2009، ص12).

وتتجلى هذه الخصائص بوضوح في الثقافة العربية التي عُرِفَتْ بعراقتها التاريخية، وارتكازها على قيم إنسانية أصيلة، وانفتاحها على التفاعل مع الثقافات الأخرى دون التفريط في أصالتها، وهو ما جعلها ثقافة قادرة على تجاوز الانقسامات وتحقيق التوازن بين الأصالة والمعاصرة (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د.ت، ص29-34).

ثانيا: أدوار الثقافة

لا تقتصر الثقافة على كونها ميراثًا رمزيًا واجتماعيًا، بل تؤدي أدورًا أساسية بالنسبة للفرد والجماعة والمجتمع. فهي أولاً تمنح الأفراد شعورًا بالوحدة والانتماء، وتوفر لهم الأطر والمعايير التي تنظم حياتهم اليومية وتحدد أشكال السلوك المقبولة (أبو شعيرة، غباري، 2009، ص27). كما تكفل لهم إشباع حاجاتهم البيولوجية والاجتماعية عبر أنماط مألوفة من السلوك، وتزوّدهم بقوانين وأنظمة تساعد على التكيف مع المواقف الحياتية وتجاوز الأزمات (عبد الحميد رشوان، 2006، ص35).

إلى جانب ذلك، توفر الثقافة للأفراد تفسيرات للظواهر الطبيعية والاجتماعية، سواء في شكل معتقدات تقليدية أو معرفة علمية، ما يمنحهم القدرة على التنبؤ بالأحداث والتصرف وفقًا لمعايير مجتمعية مستقرة (الخطيب وآخرون، 2003). كما تُغرس في الأفراد ضميرًا جمعيًا ينبع من استبطان القيم الجماعية، وهو ما يخلق لديهم إحساسًا بالذنب عند مخالفتها، ويعزز تماسك المجتمع (السويدي، 1991، ص90-92).

ويمكن تلخيص هذه الأدوار في ثلاث وظائف كبرى:

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

• **الوظيفة الاجتماعية:** إذ توحد الثقافة الأفراد في جماعة واحدة عبر اللغة والدين والقيم المشتركة، وتضمن استقرارهم وتكامل علاقاتهم.

• **الوظيفة النفسية:** حيث تتيح للفرد الشعور بالأمان والانتماء، وتمنحه هوية ثقافية تحدد موقعه داخل المجتمع.

• **الوظيفة التنبؤية:** إذ توفر نماذج تفسيرية وسلوكية تساعد الإنسان على مواجهة مواقفه الحياتية والتكيف مع التغيرات (الخطيب وآخرون، 2003).

وبذلك، تظهر الثقافة ليس فقط كتراث إنساني متراكم، بل كمنظومة حية تُمكن الفرد من التكيف مع بيئته، وتمنح المجتمع تماسكه واستمراره، وتشكل إطاراً ناظماً لعلاقاته الداخلية والخارجية.

يتضح مما سبق أن الثقافة ليست مجرد معطى رمزي أو تراثي، بل هي نسق حيي يتميز بخصائص متشابكة تجمع بين الثبات والتغير، والمادية والرمزية، والاكتساب والانتقال. كما أنها تؤدي وظائف حيوية تمس الفرد والمجتمع معاً، إذ تمنح الانتماء والهوية، وتحدد المعايير السلوكية، وتفسر الظواهر وتوجه التوقعات، فضلاً عن دورها في التماسك الاجتماعي والتكيف مع المتغيرات. وبهذا تغدو الثقافة البنية العميقة التي تقوم عليها المجتمعات، والإطار الناظم الذي يضمن لها الاستمرارية والقدرة على التفاعل الحضاري.

المطلب الخامس: التنشئة الثقافية والإعلام: جدلية التأثير والتشكيل

تُعَدُّ عملية التنشئة الثقافية من الركائز الأساسية في بناء المجتمعات، إذ تُسهم في نقل القيم والمعايير والرموز من جيل إلى آخر، وتُحدد أنماط السلوك والتفكير التي تميز الأفراد والجماعات. فالتنشئة الثقافية هي العملية التي يكتسب من خلالها الإنسان ثقافة مجتمعه عبر التفاعل مع مؤسساته المختلفة كالأسرة، والمدرسة، وجماعات الأقران، فضلاً عن مؤسسات الإعلام التي أصبحت في العصر الحديث من أقوى أدوات التأثير والتوجيه.

ويُلاحظ أنَّ التنشئة الثقافية لا تقتصر على غرس المعارف أو المهارات، بل تشمل بناء الشخصية الاجتماعية والوجدانية للأفراد، بما يجعلها قادرة على الاندماج في محيطها والتكيف مع متغيراته. ومن هنا، فإن الثقافة لا تنتقل بصورة تلقائية، وإنما عبر وسائط اجتماعية وإعلامية تُؤطر عملية التفاعل وتمنحها دلالاتها ومعانيها (شنيط، 2022، ص 650-658).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وفي هذا السياق، يبرز الإعلام باعتباره وسيطاً ثقافياً محورياً في تشكيل الهوية الفردية والجماعية، فهو لم يعد مجرد ناقل للمعلومة، بل أصبح أداة لإنتاج الرموز والمعاني وإعادة صياغة الوعي الجمعي. فوسائل الإعلام، التقليدية منها والحديثة، تشارك بفاعلية في ترسيخ القيم الثقافية أو إعادة تعريفها بما يتلاءم مع التحولات المجتمعية والتكنولوجية. (McQuail, 2010, p. 87)

ويذهب بعض الباحثين إلى أنّ الإعلام يمثل شكلاً موازياً من أشكال "التنشئة المستمرة"، حيث يُعيد تشكيل القيم والمعايير باستمرار وفقاً للرسائل المتدفقة التي يتعرض لها الأفراد يومياً. فالأسرة مثلاً كانت في المجتمعات التقليدية المصدر الأول للتنشئة، غير أنّ الإعلام اليوم ينافسها بل ويتجاوزها في التأثير، خاصة في ظل الانتشار الواسع للفضائيات والإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي (طه عبد العاطي، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، ص 68 70).

ومن الجدير بالذكر أنّ العلاقة بين التنشئة الثقافية والإعلام ليست علاقة خطية بسيطة، بل هي علاقة تفاعلية وجدلية؛ فكما يسهم الإعلام في تشكيل الثقافة ونقلها، فإنه يتأثر بدوره بالبيئة الثقافية السائدة، ويعيد إنتاجها وفقاً لمصالح القوى الاجتماعية والاقتصادية المسيطرة. وهنا يظهر البُعد الأيديولوجي للإعلام الذي قد يُسهم في ترسيخ أنماط الهيمنة الثقافية أو في المقابل فتح المجال أمام التنوع والتعددية الثقافية (Hall, 1997, p63).

كما أنّ الإعلام في بعده التعليمي والتوعوي يفتح أمام الأفراد آفاقاً جديدة للاطلاع على ثقافات أخرى، ما يؤدي إلى توسيع دائرة الانتماء والهويات المركبة. غير أنّ هذا الانفتاح قد يُنتج أيضاً صراعاً هوياتياً أو اغتراباً ثقافياً إذا لم يُدار في إطار مرجعية واضحة تحفظ الخصوصيات الثقافية للأمة. (Castells, 2004, p. 55)

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن التنشئة الثقافية والإعلام يشكلان معاً عملية متداخلة تتجاوز حدود نقل المعرفة إلى تشكيل الوعي الجمعي وصياغة الهويات. فالإعلام لم يعد مجرد انعكاس للثقافة، بل هو فاعل رئيسي في إنتاجها وإعادة تشكيلها، الأمر الذي يجعل من دراسته في ضوء التنشئة الثقافية ضرورة لفهم ديناميات التغيير في المجتمعات المعاصرة.

يتبين من خلال ما سبق أنّ التنشئة الثقافية والإعلام يمثلان معاً آليتين محورتين في ترسيخ الثقافة ونقلها عبر الأجيال، وفي إعادة إنتاجها بما يتلاءم مع التحولات الاجتماعية والتكنولوجية. وإذا كانت الثقافة قد ظهرت في ارتباطها بالحضارة والهوية والأيديولوجيا والشخصية والمجتمع في المطالب السابقة، فإنّ الإعلام يُمثل اليوم الأداة

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الأكثر تأثيراً في تكثيف هذه الروابط وإعادة صياغتها. فهو لا يكتفي بتعزيز الهوية والانتماء، بل يفتح المجال أيضاً أمام التعددية الثقافية والانفتاح على الآخر، الأمر الذي يجعل العلاقة بين الثقافة والإعلام علاقة جدلية متغيرة، تستدعي فهماً نقدياً متواصلاً لضمان التوازن بين الأصالة والتجديد.

من خلال ما سبق يمكن القول إن الثقافة تمثل الإطار الأشمل لفهم المجتمع والإنسان، فهي ليست مجرد مفردات معرفية أو ممارسات مادية، بل بناء متكامل يجمع بين الفكر والقيم والسلوك. وقد تبين أنها تمتاز بخصائص تجعلها إنسانية ومكتسبة وتراكمية، قادرة على الاستمرار والتجديد في آن واحد. كما أن أنماطها ومكوناتها المختلفة تؤكد دورها الحيوي في تشكيل الهوية، وتنظيم الحياة الاجتماعية، وتحقيق التوازن بين الأصالة والتطور.

وعليه، فالثقافة ليست موضوعاً نظرياً فحسب، بل هي قوة فاعلة في بناء الوعي وتوجيه السلوك وتوحيد الجماعة، كما أنها الأداة التي تمكن المجتمع من حفظ تراثه والتكيف مع متغيراته، مما يجعلها بحق الإطار المرجعي لأي مشروع حضاري أو نهضوي.

المبحث الثاني: الهوية الثقافية: بين الذات والموضوع، المستويات والمقومات

إذا كانت الثقافة تمثل الإطار المرجعي العام لفهم الهوية، فإن الهوية الثقافية تظل المفهوم الأكثر التصاقاً بجوهر الانتماء والخصوصية. فهي البعد الذي يمنح الجماعة تماسكها الرمزي، ويحدد ملامح تميزها داخل التعدد الإنساني. ومن هذا المنطلق، يسعى هذا المبحث إلى معالجة الهوية الثقافية في أبعادها النظرية، من خلال تحديد مفهومها ورصد مستوياتها، ثم الوقوف عند مقوماتها وأسسها التي تتوزع بين ما هو اجتماعي ورمزي وما هو تاريخي وبنوي. والغاية من ذلك تقديم رؤية شمولية للهوية الثقافية، بوصفها نتاجاً للتفاعل بين البعدين الذاتي والموضوعي، الفردي والجماعي، بما يسمح بفهم دينامييتها وقدرتها على الاستمرار في مواجهة تحديات العولمة والتحول المعاصرة.

المطلب الأول: مفهوم الهوية: التحديد النظري والمقاربات المعرفية

يُعدّ مفهوم الهوية من أكثر المفاهيم إثارة للنقاش والجدل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، إذ تتباين تعريفاته بتباين الحقول المعرفية التي تتناوله، من علم النفس وعلم الاجتماع والسياسة إلى الفلسفة والفكر الثقافي. فكل علم يقارب الهوية انطلاقاً من أدوات ومناهجه الخاصة، الأمر الذي يجعلها مفهوماً مركباً ومرناً في آن واحد، يتأثر بالسياقات التاريخية والاجتماعية وبالتحولات الفكرية الكبرى (أبو زيد، 1987، ص 61). وقد ذهب بعض الباحثين إلى اعتبار الهوية مفهوماً "قلقاً" من الناحية النظرية، نظراً لما يثيره من إشكاليات أكثر مما يقدم من إجابات (العاني، 2009، ص 40). بل إن صعوبة ضبطه دفعت بعض الفلاسفة، مثل فراج Gottlob

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

Frege، إلى القول بأن "كل تعريف في حد ذاته هوية، إذن الهوية لا يمكن تعريفها" (موسلي، 2010، ص19).

انطلاقاً من ذلك، يمكن القول إن الهوية ليست مفهوماً أحادي البعد، وإنما هي بناء متداخل المستويات، يتجلى في أبعاده الفردية والجماعية، ويُستدعى في مستويات متعددة من الانتماء. لذا فإن محاولة ضبطه تقتضي استعراض دلالاته اللغوية والتاريخية والاصطلاحية على حد سواء.

أولاً: الهوية في الدلالة اللغوية

تحمل الهوية في أصلها اللغوي معنى الماهية أو حقيقة الشيء. فهي مشتقة من الضمير "هو" مضافاً إليه ياء النسبة، لتدل على ماهية الشيء وتميّزه عن غيره (المنجد في اللغة والإعلام، 2002، ص39). وقد ارتبطت الكلمة في التراث العربي بمفاهيم مثل التشخيص والعينية والوجود الخاص، إذ عُرِّفت بأنها "ما به الشيء هو هو، أي من حيث تشخصه وتحققه في ذاته وتمييزه عن غيره" (التويجري، 2015، ص18-19).

أما في الفلسفة الإسلامية، فقد عُدَّت الهوية مرادفاً للحقيقة والماهية والوجود مع بعض الفروق الدقيقة، حيث ذهب الكفوي إلى أن الهوية هي ما به يمتاز الشيء عن الأغيار، بينما تُسمى "ماهية" إذا نظرنا إليها من جهة السؤال "ما هو"، و"حقيقة" إذا أخذت من جهة وجودها في الخارج (الكفوي، 1998، ص961). وفي السياق نفسه، اعتبرها الفارابي مفهوماً منقولاً عن اللغات الفارسية واليونانية للدلالة على فعل الكينونة (شليغن، 2015، ص18).

وقد وُجد في التراث العربي الإسلامي ربطٌ بين الهوية ومفاهيم مثل الأصالة والذاتية، إذ يرى الجرجاني أنها "الحقيقة المطلقة المشتملة على الصفات الجوهرية التي تميّز الشيء عن غيره، وتُسمى وحدة الذات" (الجرجاني، 1983، ص257). كما عرّفها ابن حزم بأنها ما يميز الشيء عن غيره بصورة مطلقة، دون وسيط بين الهوية والغيرية (ابن حزم، 1996، ص305).

ثانياً: الهوية في الاصطلاح

إذا كانت الهوية لغوياً تشير إلى التشخيص والتمييز، فإنها اصطلاحاً أكثر تعقيداً وتشابكاً. فهي تتعلق بمختلف الأبعاد المكوّنة للإنسان فرداً وجماعة: البعد النفسي والاجتماعي والثقافي والقانوني والسياسي. ولهذا السبب

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تعددت المقاربات النظرية في تعريفها. فقد ذهب بعض الباحثين إلى أنها "إحساس بكيانات ذاتية تتدرج من الأسرة إلى الإنسانية" (مناصرة، 2011-2012، ص 71-90). فيما عرّفها Tap بأنها "مجموعة المميزات الجسمية والنفسية والمعنوية والاجتماعية والثقافية التي تمكّن الفرد من الشعور بوجوده ومن اعتراف الآخرين به" (مسلم، 2009، ص 89).

من زاوية أخرى، تُعرّف الهوية بأنها "مجموعة مقومات تميز جماعة من البشر كاللغة والتاريخ والتراث والفنون والأماشي المشتركة" (بعلبكي، 2013، ص 369). وهو تعريف يربط الهوية بالخصوصيات الثقافية التي تُميز جماعة عن أخرى، سواء من خلال عوامل داخلية موروثية أو عبر التفاعل مع عوامل خارجية متغيرة (عبد الباسط، 2012، ص 156). ولهذا ذهب الجابري إلى النظر إليها باعتبارها "رد فعل ضد الآخر، ونزوعاً لتأكيد الأنا" (الجابري، 2012، ص 17)، في حين اعتبرها آخرون آلية لحماية الذات الفردية والجماعية من الاختراق (بشري، 2012، ص 292).

يتضح من ذلك أنّ الهوية تتجاوز التعريف الجامد لتصبح دينامية تُعاش في الواقع الاجتماعي والثقافي، وتتأرجح بين الثبات في عناصرها الجوهرية وبين التغير استجابةً لمقتضيات التاريخ والتفاعل مع الآخر.

ثالثاً: مفهوم الهوية بين الفكر الغربي والفكر العربي

حظي مفهوم الهوية بمكانة مركزية في الفكر الفلسفي الغربي منذ بداياته الأولى مع الفلاسفة اليونان، حيث ارتبط بمفاهيم الوجود والماهية. فقد رأى هرقليطس أن الهوية تتجسد في مبدأ الحركة والتغير الدائم، في حين اعتبر بارمنيدس الثبات أساس الوجود والهوية (الشاروني، 2002، ص 19). أما أفلاطون فربطها بعلاقة الذات بالآخر، مؤكداً أن الهوية لا تُفهم إلا من خلال الاختلاف والمغايرة؛ بينما قدّم أرسطو تصوراً وسطياً يجمع بين الثبات والتحول، معتبراً أن جوهر الشيء وهويته تتكشف بالتدرج بين القوة والفعل (النشار، 2016، ص 10-13).

في العصور الوسطى ارتبطت الهوية بالدين وبالانتماءات الجماعية، قبل أن تنتقل في الفكر الحديث إلى ربطها بالذات والفكر (كامل، 2013، ص 13)، فديكارت جعل الفكر أساس الهوية حين قال "أنا أفكر إذن أنا موجود"، بينما اعتبر شيلنغ أن الهوية جوهر العقل وماهيته (حافظ، 2012، ص 28). ومع الفكر المعاصر، اتجهت المقاربات نحو الفردية والتعددية؛ فتايلور ربط الهوية بالذاتية والاعتراف بالآخر (بن تمسك، 2014،

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ص13)، في حين طرح تاجفيل مفهوم "الهويات المتعددة" التي ينتمي إليها الفرد وفق انتماءاته المختلفة (Tajfel, 1974, p65). أما النظريات النسوية مثل كريستيفا وبتلر (2014، ص11) فقد أبرزت دور

اللغة والجسد والعلاقة مع الآخر في بناء هوية المرأة وتحررها من الثقافة الذكورية (مرسول، 2012، ص79).

أما في الفكر العربي الإسلامي، فقد غاب سؤال الهوية في عصور القوة والازدهار، ليتبلور لاحقاً في سياقات الاستعمار والعملة، باعتباره رد فعل لمواجهة التهديدات الخارجية. وقد تعددت التعريفات الحديثة: فاعتبرها سعيد إسماعيل علي جملة المعالم المميزة للأفراد والجماعات (علي، 1997، ص95)، ورأى محمد عمارة أنها الثابت الجوهرية التي لا تتغير وإن تحددت فاعليتها (عمارة، 1999، ص06). بينما ربطها بنعمان بالصفات المشتركة التي تميز الأمة كالبصمة الجماعية (بن نعمان، 1996، ص21-22)، واعتبرها محمود أمين العالم نتاجاً لتفاعل عناصر متعددة: الدين، اللغة، الثقافة، التجربة الذاتية (العالم، 1998، ص376).

كما شدد الجابري على طبيعتها الدينامية المتحركة التي تتطور بتجارب الجماعة واحتكاكها بالآخر (الجابري، 1998، ص298)، في حين رأى علي حرب أنها صيغة مركبة وملتبسة تُبنى على التعدد والتعارض أكثر من الثبات والتماثل (حرب، 2008، ص205). أما حسن حنفي فقد اعتبر الهوية إمكانية حركية تتفاعل مع الحرية وليست معطى ثابتاً (حنفي، 2012، ص11-24)، في حين ذهب محمد العربي ولد خليفة إلى أن الهوية لا تُفهم بمعزل عن الإحساس بالانتماء والاختلاف (ولد خليفة، 2007، ص122).

يتضح إذن أن الهوية في الفكر الغربي تمحورت حول ثنائية الذات والآخر، مع انتقالها من الماهية والوجود إلى الفردية والتعددية، بينما ارتبطت في الفكر العربي أكثر بخصوصية الجماعة والبعد الدفاعي في مواجهة الغزو الثقافي والسياسي. غير أنّ الاتجاهين يلتقيان في التأكيد على أن الهوية تقوم بالتمييز عن الآخر وترسيخ الاختلاف كعنصر جوهري في بناء الذات الفردية والجماعية.

رابعاً: مفهوم الهوية من المنظور الأنطولوجي

يُعَدّ البعد الأنطولوجي من أبرز المداخل الفلسفية لفهم الهوية، إذ ينطلق من البحث في طبيعة الوجود والماهية والكينونة. فالإنسان في نظر الفلسفة الوجودية كائن حر، مسؤول عن اختياراته وممارساته، وهو وحده من يحدد ماهيته وحقيقته. وتُحتزل هذه الرؤية في المقولة الشهيرة "الوجود سابق على الماهية"، أي أن هوية الإنسان تتحدد أولاً بوجوده الفعلي قبل أي تصور مسبق لماهيته (حسيبة، 2009، ص680).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ويُعدّ مارتن هايدغر أحد أبرز من بلوروا هذا التصور، حيث ميّز بين الهوية الفردية والهوية الجماعية من منطلق أن الكائن الإنساني (الدزائن) هو كائن واعٍ بوجوده، يمارس كينونته على نحو متجدد ومستمر. فالهوية عنده تتجلى في الممارسة الفعلية للوجود، لا في التصورات النظرية عنه، إذ "ماهية الدزائن تكمن في وجوده" (هايدغر، 2012، ص 117). كما يؤكد على أن الكائن لا يحقق هويته إلا في علاقته بالآخرين، إذ يشكل الآخر جزءاً من تحقق الكينونة والهوية الجماعية، في تفاعل بين الحضور الفردي والحضور المعنوي الوجداني (هايدغر، 2012، ص 240).

وعليه، فإن المنظور الأنطولوجي يقدم الهوية كمعطى مزدوج: فهي من جهة وعي فردي حرّ يسعى لتحديد ذاته، ومن جهة أخرى علاقة بالآخرين تُسهم في تحقيق الكينونة الجماعية.

خامساً: مفهوم الهوية من المنظور الإستمولوجي والسيكولوجي

يرتبط المنظور الإستمولوجي للهوية بالبحث في أسس المعرفة والمنطق التي تتيح للفرد إدراك ذاته وتمييزها عن غيرها (مدكور، 1983، ص 122). ويُعد أرسطو من أوائل من وضعوا أسس هذا التصور، من خلال قوانينه الثلاثة: **قانون الهوية** الذي يقرر أن الشيء هو ذاته مهما طرأت عليه من تغييرات، و**قانون عدم التناقض** الذي ينفي اجتماع الإثبات والنفي في آن واحد، و**قانون الثالث المرفوع** الذي يستبعد أي وسط بين نقيضين (بحيث، 2013، ص 121). هذه المبادئ المنطقية تمثل الأساس الذي يجعل الذات قادرة على إدراك هويتها باعتبارها جوهرًا ثابتًا وسط التغيرات (جباس، 2005، ص 73).

أما من زاوية علم النفس، فقد ارتبطت الهوية بوعي الفرد بذاته واستمرارية شعوره بكيانه عبر الزمن (إبراهيم عيد، 2002، ص 19)، ويُعد إريك إريكسون رائد هذا الاتجاه من خلال نظريته في التطور النفسي-الاجتماعي، حيث عرّف هوية الأنا بأنها الإحساس بالاستمرارية والوحدة، وبالقدرة على التكيف مع نظرة الآخرين للفرد (عبد الرؤوف عطية، 2009، ص 24).

كما حدد جيمس مارشيا أربع رتب للهوية الأنا: تحقيق الهوية، تعليق الهوية، انغلاق الهوية، وتفكك الهوية، تعكس قدرة الفرد على حسم خياراته وتجاوز أزمات الهوية (الغامدي، 2000، ص 188).

ويبرز هنا أن الهوية، من منظور سيكولوجي، ليست معطى نهائياً، بل عملية مستمرة من التكوين وإعادة التكوين عبر التفاعل الاجتماعي، ترتبط بالشعور بالاستمرارية الزمنية والانتماء والمشاركة العاطفية (Erikson،

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

100-91, 22-16, pp 1968). فهي في جوهرها بناء سردي يدمج الماضي والحاضر والمستقبل في وعي الفرد بذاته، وهو ما ينسجم مع مقاربة هابرماس للهوية كتشكل تواصلية - سردي. (Habermas, 1987)

سادسا: مفهوم الهوية من المنظور السوسيولوجي

تعد الهوية من المفاهيم المركزية في علم الاجتماع، إذ تتحدد باعتبارها نتاج التفاعلات الاجتماعية التي ينسجها الفرد ضمن محيطه، فهي تعبير عن موقع الذات داخل النسق الاجتماعي بما يتضمنه من أبعاد طبقية، عمرية، مهنية أو ثقافية (كوش، 2007، ص52). وتظهر هنا الثنائية الأساسية بين الهوية الذاتية التي يعكس الفرد من خلالها تصورات عن نفسه، والهوية الاجتماعية التي يُعرّف بها الآخرون في ضوء انتماءاته وعضويته في الجماعات المختلفة (غدنز، 2005، ص90).

وقد بلور هنري تاجفيل منذ سبعينيات القرن الماضي، مع تلامذته، نظرية الهوية الاجتماعية، التي أبرزت كيف يستمد الأفراد معنى ذواتهم من خلال عضويتهم في جماعات معينة، وكيف تؤثر آليات التصنيف الاجتماعي والمقارنة بين الجماعات على تشكيل المكانة والاعتراف الاجتماعي (عبد الغني، 2017، ص137). فالهويات هنا ليست معطى ثابتاً، بل سيروية ديناميكية تتأثر بالمرجعيات القيمية والثقافية والتصورات السائدة داخل المجتمع (Hall, 1996, pp. 15-18).

ويرى دوركايم وتبعه عدد من السوسيولوجيين أن الهوية تمثل آلية للاندماج الاجتماعي، إذ تمنح الأفراد شعوراً بالانتماء والاستمرارية، وتؤسس لعلاقات التضامن ضمن الجماعة. ومن هذا المنظور، تصبح الهوية مشروطة بفاعلية الروابط الاجتماعية وما تخلقه من قيم ومعايير مشتركة (عطية، 2009، ص25). كما اهتمت المقاربات السوسيولوجية الحديثة بأبعاد التفاعل الرمزي، حيث تركز مقاربة إرفنغ غوفمان (Goffman, 1973, p. 256) على أن الهوية لا تتشكل إلا داخل فضاء التفاعل الاجتماعي، إذ يسعى الأفراد إلى تقديم ذواتهم وفق أدوار اجتماعية محددة تتأثر بآراء الآخرين وتوقعاتهم. فالهوية هنا نتاج "لعبة التداخل" بين ما تعترف به الذات عن نفسها وما يقرره الآخرون عنها (مصباح، 2010، ص263). ومن ثم فإن الهوية السوسيولوجية يمكن النظر إليها كشفرة جماعية تُختزن عناصرها عبر التاريخ المشترك، التراث، وطابع الحياة اليومية للجماعة، وهي في الوقت نفسه عملة مزدوجة الوجه: وجه للتشابه يعكس الانتماء، ووجه للاختلاف يؤسس العلاقة مع الآخر. (Hall, 1980, pp. 128-138)

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

سابعاً: مفهوم الهوية من المنظور التاريخي والأنثروبولوجي

تُعَدُّ دراسة الهوية من خلال البعد التاريخي والأنثروبولوجي مدخلاً أساسياً لفهم علاقتها بالإنسان والمجتمع، حيث يكشف البعد التاريخي عن جذور الهوية في الماضي واستمراريتها عبر الزمن، بينما يسلط المنظور الأنثروبولوجي الضوء على تنوعها وتشكّلها في إطار الثقافة والعلاقات الاجتماعية.

1. الهوية في المنظور التاريخي

يرى ابن خلدون أن التاريخ ليس مجرد سرد للأحداث، بل هو "فن في ظاهره لا يزيد عن أخبار الأيام والدول... وفي باطنه نظر وتحقيق وتعليل دقيق للكائنات" (ابن خلدون، 2004، ص 35). وبناءً على هذا الفهم يصبح التاريخ ركيزة أساسية لتكوين وعي الفرد والجماعة بذواتهم، وتعزيز انتمائهم وهويتهم. وانطلق مالك بن نبي من تصور يُقرن بين الثقافة والتاريخ معتبراً أن "الشعب الذي يفقد ثقافته، يفقد حتماً تاريخه" (بن نبي، 1984، ص 76)، مما يجعل الثقافة شرطاً لاستمرارية الهوية التاريخية للشعوب، لا مجرد مظهر لها، فالتاريخ عنده لبس سرّاً للأحداث، بل تجسيد لفاعلية ثقافية تُعيد إنتاج الذات عبر الزمن. في المقابل، ويذهب عبد الله العروي إلى أن الهوية لا تنفصل عن الوعي بالماضي، فهي مرادفة للاستمرارية التاريخية، لكنه لا يُساوي بين الهوية والماضي، بل يقترب فكره من القول إن هويتنا هي ما خلفه الأسلاف، ولكن كشرط ضروري لأي تحول. فالماضي في تصوره، لا يُستدعى للمجيد، بل يُفكك نقدياً ويُعاد توظيفه ضمن مشروع حدائني يتجاوز البنى التقليدية دون القطيعة معها (العروي، 1995).

أما حسن حنفي فيعتبر أن هوية الإنسان والأمة لا تنفصل عن التاريخ، بل تتجسد داخله من خلال العلاقة بالتراث، الذي يراه "كل ما وصل إلينا من الماضي داخل الحضارات السائدة" (حنفي، 1992، ص 13). لكنه يطرح التاريخ أيضاً بوصفه مجالاً للتأويل وإعادة البناء، حيث يُعاد استحضار التراث لا بوصفه ماضٍ منتهى، بل كمخزون رمزي يُوظف في بناء مشروع نهضوي معاصر. فالتاريخ عنده ليس مرآة للهوية، بل مادة تُعاد قراءتها وفق حاجات الحاضر، مما يمنح الهوية طابعاً جدلياً بين الاستعادة والتجاوز. في حين يقترب فكر نديم البيطار في حدود الهوية القومية مع القول بأن الهوية لا تنفصل عن التاريخ، إذ يرى أن الهوية الأم هي الهوية التاريخية، أي أن الأمة تستمد هويتها من تاريخها المشترك الذي يشكل أساس الانتماء والولاء (البيطار، 2002، ص 8-8).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

12). وعليه، فإن الهوية في منظورها التاريخي تُقارب بوصفها فعلاً واعياً لإعادة تشكيل الماضي في ضوء الحاضر، لبناء الذات الثقافية.

2. الهوية في المنظور الأنثروبولوجي

أما الأنثروبولوجيا فقد انشغلت بدراسة الهوية من خلال الثقافة باعتبارها منظومة قيم ورموز وممارسات تشكل نمط حياة الجماعات (بونت، وايزار، 2011، ص 990). وقد ساهمت أبحاث مالبينوفسكي وبواس وغيرهما في إرساء منهج يقوم على دراسة الثقافة من داخلها، مع التركيز على التصورات والمشاعر والذاكرة الجماعية. يؤكد محمد الجوهري أن الهوية تتوزع عبر دوائر متعددة: الأسرة، الطبقة، الدين، الوطن...، وأن درجة الولاء لهذه الانتماءات ليست واحدة دائماً (أحمد فريد، 2005، ص 273). وفي هذا السياق يرى بارث (Barth, 1969)

أن الهوية نتاج للعلاقات بين الجماعات أكثر من كونها معطى ثابتاً، وهو ما يؤكدته العربي ولد خليفة الذي يرى أنها تتشكل عبر جسر عمليات التمايز والتصنيف والتبادل فهي إحساس بالانتماء والتعلق بالمجموعة، كما أن اثباتها مرتبط بالوضعية التي تحتلها الجماعة في المنظومة الاجتماعية ونسق العلاقات فيها (خليفة، 2007، ص 112). وتعتبر جنففييف فينسونو عن هذا البعد حين تؤكد أن البناء الهوياتي سيرورة تقوم على اللغة، والفضاء، والنسب، والوعي بالانتماء المشترك. (Vinsonneau, 2002, p119)

كما أبرزت دراسات أخرى مركزية الذاكرة في تكوين الهوية، مثل أعمال Paul Connerton، الذي اعتبر أن الذاكرة الجماعية تعيد بناء الماضي وتمنح الهويات الفردية والجماعية قوتها واستمراريتها (Connerton, 1989, pp1-5, 41, 72)، ويذهب ليفي ستراوس إلى أن الهوية هي بناء رمزي يشكله العقل بوصفها "مكاناً افتراضياً لا غنى لنا عنه (Strauss, 1987, p332)، فيما توضح Vinsonneau (2002, p 179) أن الهوية تتجسد في ثلاث صور: هوية مطلقة (ما هو كائن)، هوية موجودة (ما يسعى المرء أن يكونه)، وهوية مفروضة (ما يطلب منه أن يكونه)، وهو ما يجعل الهوية في صميم التفاعلات الاجتماعية والنفسية.

3. رؤية تركيبية نحو فهم دينامي للهوية

تكشف هذه الطروحات أن الهوية من المنظور التاريخي والأنثروبولوجي ليست معطى جامداً، بل سيرورة تتشكل في جدل مستمر بين الماضي والحاضر، بين الفرد والجماعة، وبين الذات والآخر. وهنا يلتقي هذا التصور مع ما

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ذهب إليه ستيوارت هال، الذي يرى أن الهوية ليست جوهرًا ثابتًا وإنما بناء سردي-تاريخي يتغير بتغير الخطابات والتمثيلات الثقافية. فهي تُبنى عبر الذاكرة والتجارب التاريخية، لكنها أيضًا تعاد صياغتها باستمرار داخل سياقات اجتماعية وثقافية جديدة (Hall, 1990, p225)

وعليه، فإن الهوية في بعدها التاريخي تعكس استمرارية الماضي في تشكيل الحاضر، بينما في بعدها الأنثروبولوجي تُظهر انفتاحها على التعددية الثقافية والتفاعلات مع الآخر. ومن ثم فإن الجمع بين هذين المنظورين يتيح فهمًا أشمل للهوية باعتبارها ظاهرة تاريخية-ثقافية متجددة، تتأرجح بين الثبات والتغير، بين الخصوصية والانفتاح.

ثامنًا: المنظور الحداثي وما بعد الحداثي للهوية

أثار مفهوم الهوية في الفكر المعاصر جدلاً واسعاً بين مطلب الحفاظ على الذات الأصيلة والسعي إلى الانتماء لهوية مشتركة تقوم على أسس اجتماعية وثقافية وتاريخية. (Fearon, 1999, p. 21) وفي سياق الحداثة، عُرِفَت الهوية باعتبارها ثابتة وموحدة، متجذرة في العقلانية والقيم القومية ومؤسسات الدولة، بما يعكس نزوعاً نحو التماسك والانسجام. أما ما بعد الحداثة فقد قدمت تصوراً مغايراً يجعل الهوية أكثر سيولة وتعددًا، متأثرة بالعملة والتكنولوجيا والتنوع الثقافي، مما أفرز هويات فرعية متداخلة أو متناقضة أحياناً.

يقدم ستيوارت هول إطاراً تحليلياً مميزاً لمسارات الهوية، إذ يميز بين الذات التنويرية التي تتمحور حول فرد عقلائي مكتمل الوعي بذاته، والذات الاجتماعية التي تتشكل عبر التفاعل الرمزي مع المجتمع والثقافة، ثم ذات ما بعد الحداثة التي تتسم بالتشظي والتعدد نتيجة التحولات المتسارعة وفقدان المركزية، (Hall & Du Gay, 1996, p 597؛ مختار، 2019). ويذهب زيجمونت باومان أبعد من ذلك، معتبراً أن هوية ما بعد الحداثة لم تعد تستند إلى أسس ثابتة، بل غدت مسألة اختيار فردي متغيرة بتغير الظروف، وهو ما يعكس حالة "اللايقين" التي تسم هذه المرحلة، رغم استمرار الانتماءات الاجتماعية بفاعلية نسبية (عبد المنعم، 2021، ص 223-224).

وتتلاقى هذه الرؤية مع ما طرحه ريتشارد جنكينز الذي يؤكد أن الهوية، رغم تأثرها بالتغيرات الاجتماعية، تظل مشروطة بالانتماء إلى الجماعات والتفاعلات الاجتماعية المحددة لأبعادها الأساسية، مثل الجنس والعرق والقربة (Jenkins, 1996, p. 154). كما قدّم كلود دوبار تصوراً ديناميكياً للهوية، بوصفها سيرورة تاريخية واجتماعية تُنتج في تفاعل الذات بالآخر عبر أشكال متعددة من الانتماء. (Dubar, 2008)

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

إن الانتقال من المنظور الحداثي إلى ما بعد الحداثي يكشف عن تحوّل الهوية من تصور ثابت وموحد إلى بناء متغير ومتعدد يعكس التداخل بين الفرد والجماعة، والخصوصية والانفتاح. وهكذا لم يعد ممكناً الحديث عن هوية صلبة واحدة، بل عن شبكة من الانتماءات والهويات المتقاطعة التي تتجدد باستمرار داخل السياقات التاريخية والثقافية (فلالي، 2014، ص20).

من خلال العرض السابق، يمكن القول أنّ مفهوم الهوية يظل من أكثر المفاهيم إشكالية وتشعباً في العلوم الإنسانية والاجتماعية، إذ تعددت زوايا النظر إليه باختلاف الحقول المعرفية والمقاربات النظرية. فقد تناوّلها الفكر العربي والغربي من منظور أنطولوجي باعتبارها سؤال الوجود، ومن منظور إبستمولوجي بوصفها موضوعاً للمعرفة، ومن منظور سيكولوجي بارتباطها بتطور الشخصية وإدراك الذات، ومن منظور سوسيولوجي في علاقتها بالبنى الاجتماعية والرمزية، كما جرى تحليلها في ضوء البعد التاريخي والأنثروبولوجي بما يعكس جدلية التراث والذاكرة في تشكيل الوعي الجمعي والفردى، وصولاً إلى منظور الحداثة وما بعد الحداثة الذي أبرز تحولات الهوية نحو السيولة والتعددية والتفكك أحياناً.

وعليه فإنّ الهوية ليست معطًى ثابتاً أو جوهرًا مغلقًا، بل هي سيرورة ديناميكية متغيرة، تتأسس في سياق جدلي بين الثبات والتحول، بين الذات والآخر، بين الخصوصية والانفتاح، وهو ما يجعلها إطارًا مرجعيًا لفهم تحولات المجتمعات المعاصرة وإدراك موقع الفرد والجماعة في عالم سريع التحوّل.

المطلب الثاني: مفهوم الهوية الثقافية: التأصيل والمقاربات

يعدّ الاقتران بين الهوية والثقافة من أوثق أشكال الارتباط التي تصوغ خصوصية الإنسان في الزمان والمكان، لذلك شاع استعمال مفهوم الهوية الثقافية باعتبارها الإطار الذي يحدد انتماء الفرد أو الجماعة إلى منظومة من القيم والمعتقدات والرموز والعادات المميزة (أراق، 2008، ص218). وقد عرّفها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (ص21) بأنها "النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية، والعامل الذي يحدد السلوك ونوع القرارات"، فيما تنظر إليها اليونسكو باعتبارها شعورًا بالانتماء إلى جماعة لغوية أو دينية أو وطنية، تتحدد عبر التاريخ واللغة والتقاليد (المحروقي، 2004، ص150).

ويذهب عبد الله العروي إلى أن الهوية الثقافية هي وعي الذات بخصوصياتها الحضارية في تفاعلها مع الآخر (العروي، 1997)، بينما يرى الجابري أنها بناء اجتماعي وتاريخي متجدد يتحدد من خلال الممارسات اليومية

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

والرمزية (الجابري، 1998، ص298). أما مالك بن نبي فيؤكد أن الهوية الثقافية ليست مجرد تراكم للماضي، بل هي تفاعل حي بين المكونات الروحية والحضارية للإنسان المسلم في علاقته بالزمن والمكان (بن نبي، 1986، ص60).

وفي السياق الغربي، يرى ستيفارت هول أن الهوية الثقافية ليست جوهرًا ثابتًا، بل بناء اجتماعي متغير يتشكل عبر التفاعل المستمر بين الماضي والحاضر، وبين الفرد والجماعة (Hall, 1996)، وهو ما يلتقي مع تصور أنتوني غيدنز الذي يعتبر أن الهوية في العصر الحديث أصبحت مشروعًا ذاتيًا يعاد تعريفه باستمرار في ظل العولمة والانفتاح الثقافي. (Giddens, 1991)

وعليه، فالهوية الثقافية ليست معطى جاهزًا أو ثابتًا، بل مشروع مفتوح يجمع بين الثوابت الموروثة (اللغة، الدين، القيم، التاريخ) والمتغيرات الناتجة عن التفاعل مع المستجدات، بحيث تمنح الأفراد والجماعات شعورًا بالانتماء والتميز، وتظل في الوقت نفسه قابلة للتجديد والإبداع (يحيوي، 2018، ص190).

ويمكن تمييز اتجاهين أساسيين في مقارنة الهوية الثقافية:

• **الاتجاه الستاتيكي (الثابت):** ينظر إلى الهوية باعتبارها جوهرًا قائمًا بذاته، يظل محافظًا على عناصره الأصلية مثل اللغة والدين والتاريخ، ويُنظر إليها كمعطى موروث غير قابل للتغيير، وهو ما يلح عليه عدد من المفكرين العرب كالجابري ومالك بن نبي الذين شددوا على مركزية الموروث في ضمان استمرارية الهوية (الجابري، 1998، ص301؛ بن نبي، 1986، ص63).

• **الاتجاه الديناميكي (المتحول):** يرفض فكرة الثبات المطلق، ويرى أن الهوية عملية بناء مستمر تتشكل في سياق التفاعلات الاجتماعية والسياسية والثقافية. وقد عبّر ستيفارت هول عن هذا المنظور حين اعتبر أن الهوية "ليست ما نحن عليه، بل ما نصبح عليه عبر الزمن" (Hall, 1996)، وهو ما يتقاطع مع طرح البيطار الذي أكد أن الهوية مشروع متجدد يُعاد إنتاجه باستمرار وفق رهانات الواقع والتحويلات (البيطار، 2002، ص204).

ومن ثَمَّ، يظهر أن الهوية الثقافية تتأرجح بين الثابت الذي يمنحها أصالتها وخصوصيتها، والمتغير الذي يضمن لها القدرة على التكيف والاستمرار، وهو ما يجعلها مفهومًا معقدًا يتجاوز التحديدات الأحادية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المطلب الثالث: مستويات الهوية الثقافية: من الفرد إلى الجماعة

تُعَدُّ الهوية الثقافية بنية مركبة تتجسد في مستويات متداخلة، يترابط كل منها بالآخر ليشكّل إدراك الفرد لذاته وانتماءه داخل الجماعة وفي إطار أوسع يمتد إلى الأمة والإنسانية جمعاء. إن تحليل هذه المستويات يساعد على فهم كيفية تشكل الانتماء وتحوّله عبر التفاعل بين الفرد ومحيطه، بدءًا من المجال الشخصي الضيق وصولًا إلى الأفق الكوني الواسع.

أولاً: المستوى الفردي للهوية الثقافية

يمثل هذا المستوى الوعي الشخصي بالانتماء الثقافي، وكيفية تمثّل الفرد لقيم ورموز جماعته. فالهوية هنا ليست معطى ثابتًا، بل تتكون عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والخطاب الإعلامي، وتظل ديناميكية قابلة للتحوّل تبعًا للتغيرات الاجتماعية والثقافية.

وقد أسّس إريك إريكسون لهذا المنظور حين ربط الهوية بتفاعل ثنائية الفرد-المجتمع، معتبرًا أنها تعكس استمرارية الذات عبر الزمن من جهة، واعتراف الآخرين بها من جهة أخرى (مسلم، 2009، ص 87). فالهوية ليست إحساسًا داخليًا فقط، بل هي علاقة جدلية بين الذات والآخر.

ويتقاطع هذا مع طرح محمد عابد الجابري الذي يرى أن الهوية بناء تاريخي متجدد يتفاعل فيه التراث المحلي مع الراهن الوطني والأفق الكوني. فالفرد لا يعرف نفسه في فراغ، بل من خلال انتمائه إلى جماعة محددة (قبيلة، حزب، طائفة...) حيث تتشكل "الأنا" داخل الجماعة عبر موقعها وتموضعها في مواجهة "الآخر الداخلي" (الجابري، 1998، ص 298).

ثانيًا: المستوى الجماعي/الجمعي

يتمثل هذا المستوى في اشتراك مجموعة من الأفراد في عناصر ثقافية موحدة كالعادات، التقاليد، اللغة والدين، ما يخلق شعورًا بالتماسك والتضامن. ويرى إميل دوركهايم أن الأفراد يحملون في داخلهم ما سماه الضمير الجمعي (la conscience collective)، أي نسق الأفكار والعادات المشتركة التي تشكّل النواة الثقافية للجماعة (Durkheim, 1895, pp 38–40).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أما بيير بورديو فيوضح أن الهوية الجماعية تتجسد في *habitus*، أي أنماط السلوك والتمثلات التي يعيد الأفراد من خلالها إنتاج رموز الجماعة في ممارساتهم اليومية. (Bourdieu, 1980, p.65) وفي السياق ذاته، يرى محمد عابد الجابري أن الهوية الجماعية تتميز داخل الأمة عن غيرها من الجماعات، بحيث تكون لها "أنا" خاصة تتبلور عبر تمايزها عن الآخر (الجابري، 1998، ص 298).

وهكذا يتضح أن الهوية الجماعية ليست مجرد انتماء، بل علاقة جدلية تقوم على الاعتراف المتبادل والتميز داخل الوحدة المشتركة.

ثالثاً: المستوى الوطني

يمثل هذا المستوى انتقالاً من الانتماءات الجزئية إلى شعور أوسع بالانتماء إلى الأمة أو الدولة، حيث تتجسد الهوية الوطنية في رموز موحدة وذاكرة جماعية ومصير مشترك. فهي ليست مجرد إرث ثقافي بل مشروع جماعي حديث يقوم على المواطنة والمؤسسات (العيد، 2014، ص 16).

وقد أكد الجابري أن الهوية الوطنية أكثر تجريدًا وقابلية للتعدد، إذ تمثل الهوية المشتركة لأبناء الأمة العربية، وتؤسس على مشروع ثقافي عقلائي جامع يتجاوز الولاءات الضيقة (الجابري، 1998، ص 304). وهو ما يتقاطع مع أطروحات عبد الله العروي الذي يرى أن الهوية الوطنية لا تنفصل عن مشروع الدولة الحديثة، باعتبارها إطاراً تاريخياً وسياسياً يُعاد من خلاله تشكيل الانتماء الوطني (العروي، 2006، ص 166-169). غير أن هذا البناء يتم أحياناً ضمن سياق هيمنة ثقافية ورمزية، حيث تفرض النخب تصوراً خاصاً للهوية عبر التعليم والإعلام. (Bourdieu, 1991, p 63-72) وقد أضاف بندكت أندرسون بعداً جديداً حين اعتبر الأمة "مجتمعاً متخيّلاً" يوحد أفرادهم رغم أنهم لا يعرفون بعضهم شخصياً (Anderson, 1983)، بينما شدّد أنطوني سميث على الجذور الإثنية والتاريخية للهوية الوطنية. (Smith, 1991) ويكمل هذا الطرح ما ذهب إليه عبد الوهاب المسيري من أن الهوية الوطنية ليست نفيًا للهويات الفرعية بل إطاراً جامعاً لها (المسيري، 2009، ص 145-151)، وكذا ما أكدته مالك بن نبي من أن الحفاظ على الهوية الوطنية يقتضي مشروعاً حضارياً شاملاً يركز على الإنسان والتزاد والوقت والفكرة الدينية (بن نبي، 1986، ص 44-49).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

رابعاً: المستوى الإنساني/الكويني

يمثل هذا المستوى أوسع دوائر الهوية، حيث يفتح الفرد على الانتماء إلى الإنسانية جمعاء، قائماً على قيم كونية مثل العدل، الحرية والتضامن. ويرى بيكو باريك أن الهوية الإنسانية تُضاف كمستوى ثالث، أوسع وأشمل، يجمع الأفراد على أساس انتمائهم لنفس النوع البشري (بيكو، 2013، ص 55-56). وقد أكد كانط هذا البعد في تصوره لـ"السلام الدائم"، حيث يصبح الإنسان مواطناً عالمياً بدافع أخلاقي كوني (Kant, 1795/1991, pp 93-130)، بينما طرح أمين معلوف مفهوم "الهوية المتعددة" التي تفتح على الآخر دون إلغاء الخصوصيات (معلوف، 1999، ص 41-47)، في حين دعا طه عبد الرحمن إلى "كونية قائمة على الغيرية الرحيمة" تتيح الانفتاح دون ذوبان (طه، 2000، ص 147-159). رغم إيجابيات هذا المستوى في تعزيز التسامح والاعتراف بالآخر، إلا أنه قد ينطوي على مخاطر هيمنة ثقافية أو طمس للخصوصيات. ومن هنا تكمن الحاجة إلى وعي نقدي يوازن بين الانتماء الكوني وحماية الهوية المحلية.

يتضح أن الهوية الثقافية لا تُختزل في مستوى واحد، بل هي بنية متعددة الطبقات: تبدأ من الفرد، وتتوسع إلى الجماعة، ثم الوطن، وصولاً إلى الإنسانية. وكل مستوى منها يضيف بعداً جديداً لفهم الذات والآخر. وبذلك تتشكل الهوية كنسيج مركب يجمع بين المحلي والكويني، والذاتي والجماعي، في إطار جدي متواصل يُعيد إنتاج الانتماء وفق التحولات التاريخية والاجتماعية والثقافية.

المطلب الرابع: الأبعاد الاجتماعية والثقافية والرمزية للهوية الثقافية

تُعتبر الهوية الثقافية بناءً مركباً متعدد الأوجه، لا يمكن الإحاطة به من خلال بعد منفرد، بل يتجلى عبر تفاعل عناصر رمزية واجتماعية وقيمية متداخلة تمنح الجماعة الإنسانية شعورها بالتمايز والاستمرارية. ومن هذا المنظور، يشكل التمييز بين الأبعاد التي تعكس حضور الهوية في الواقع، والمقومات التي تؤسس بنيتها الثابتة خطوة أساسية لفهم كيفية تشكلها وتطورها، لاسيما في ظل التحولات المعاصرة التي تفرض على المجتمعات إعادة النظر في أسس الانتماء ومرجعياته.

فالهوية لا تُدرك كمعطى ساكن أو ذاتي محض، وإنما تعبر عن نفسها من خلال اللغة والرموز والقيم وأنماط السلوك التي تُجسّد طبيعتها المركبة والدينامية. ومن ثمّ فإن التعرف على هذه الأبعاد يتيح فهم الكيفية التي تتمثل بها

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الجماعة هويتها، وتعيد إنتاجها في سياق الممارسة اليومية وعلاقتها بالآخر، بما يجعلها تجليات ملموسة لخصوصيتها واستمراريتها عبر الزمن.

أولاً: الأبعاد الدينية واللغوية كأسس رمزية للتماسك والانتماء

1. البعد الديني للهوية الثقافية

يُعد الدين أحد المكونات الأساسية للهوية الثقافية، حيث يشكل إطاراً مرجعياً للقيم والمعايير التي تنظم سلوك الأفراد وتوجه ممارساتهم في مختلف المجالات. فهو لا يقتصر على بعده العقدي والروحي، بل يتجاوز ذلك ليؤثر في أنماط التفكير، وفي صياغة التصورات حول الذات والآخر، وفي بلورة منظومة من الرموز والمعاني المشتركة داخل الجماعة. ومن ثم فإن الدين يسهم في ترسيخ الانتماء الجماعي عبر توفير لغة رمزية موحدة، تمكن الأفراد من إدراك ذواتهم كجزء من كلٍّ أوسع.

فالقرآن الكريم نفسه يبين شمولية مفهوم الدين حين يقول تعالى: {مَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ} (آل عمران، 85)، وقوله عز وجل: {لَكُمْ دِينُكُمْ وَلِيَ دِينِ} (الكافرون، 6)، ما يدل على أن الدين —سواء كان صحيحاً أو باطلاً— يُعد نظاماً يتخذه الناس إطاراً مرجعياً لحياتهم.

وقد عبّر مفكرون مسلمون عن هذا المعنى بطرق مختلفة؛ فحسن حنفي اعتبر الدين "نظام حياة للفرد والأسرة والمجتمع والإنسانية جمعاء"، ورأى أنه وسيلة لإسعاد البشر وتفجير طاقاتهم الإبداعية، لا أداة خوف أو قهر (حنفي، 2024/1998، ص 259). ويؤكد محمد عمارة أن الإسلام منذ اعتنقته الأمة العربية الإسلامية صار هو الهوية الجامعة لها، إذ صاغ ثقافتها وصبغها بمرجعيتها، بحيث غدا معيار الدخول أو الإقصاء عنها هو المعيار الإسلامي (عمارة، 1999، ص 7-8).

ويذهب مالك بن نبي إلى اعتبار أن الفكرة الدينية تمثل محركاً أساسياً للحضارة، إذ تُسهم في صياغة مشروع جماعي يُخرج المجتمع من حالة "القابلية للاستعمار" إلى بناء ذات تاريخية فاعلة (بن نبي، 1986، ص 8-9). وعلى المنوال نفسه شدد طه عبد الرحمن على أن أي مشروع ثقافي لا ينطلق من مرجعية روحية أخلاقية يظل فاقداً للتجذر والعمق (طه، 2000، ص ص 147-159)، في حين يرى محمد عابد الجابري أن البعد الديني للهوية لا ينبغي أن يُحتزل في بعد تراثي جامد، بل يجب أن يُستوعب ضمن أفق نقدي يوازن بين الأصالة والحداثة، بحيث يكون الدين إطاراً روحياً وأخلاقياً يساهم في توحيد الأمة ويحفزها على التقدم، لا أداة للانغلاق

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أو الانقسام (الجابري، 2012، ص36، ص57، ص195). بينما يشير عبد الوهاب المسيري إلى أن الدين، في بعده التوحيدي، يشكل رؤية شمولية للعالم، تمنح الهوية الثقافية عمقاً فلسفياً يتجاوز حدود الفولكلور أو الانتماء الشكلي، ليؤكد على دور الإنسان ككائن أخلاقي مسؤول (المسيري، 2009، ص145).

وقد أكد العديد من المفكرين الغرب على الدور المركزي للدين في تشكيل الهوية الثقافية، إذ يرى إميل دوركهايم أن الدين لا يمثل مجرد علاقة عمودية بين الإنسان والمقدس، بل هو تعبير عن تماسك الجماعة وتضامنها، بحيث تصبح الممارسات الدينية آلية لإعادة إنتاج البنية الاجتماعية وتعزيز الهوية المشتركة (طارق، 2009، ص84). ويشير أنتوني سميث (Smith, 1991) إلى أن المعتقدات المقدسة تسهم في بلورة الذاكرة الجماعية وصياغة سرديات الانتماء، وهو ما يفسر الدور المحوري للدين في صيانة الهوية ومنحها الاستمرارية عبر الزمن.

ورغم تباين هذه المقاربات، فإنها تشترك في إبراز الدور الوظيفي للدين في توجيه السلوك الجمعي وإنتاج التضامن الاجتماعي.

وعليه يمكن القول إن البعد الديني يمثل أحد الركائز الجوهرية للهوية الثقافية، لما له من قدرة على إضفاء المعنى والاتساق على التجربة الجماعية، فضلاً عن دوره في توفير أفق قيمى وأخلاقي يحفظ تماسك المجتمع، ويتيح له مواجهة تحديات التحديث والعولمة دون التفريط في خصوصيته الحضارية.

2. البعد اللغوي للهوية الثقافية

تُعد اللغة من أبرز المكونات الجوهرية للهوية الثقافية، إذ تمثل الأداة التي يتواصل بها الأفراد، ويعبرون من خلالها عن أفكارهم وقيمهم. فهي ليست مجرد وسيلة للتخاطب، بل وعاء للذاكرة الجماعية، ومخزن للرموز والمعاني التي تحفظ استمرارية الثقافة. وقد عرّف فرديناند دي سوسور اللغة بأنها "نسق من العلامات" يكشف عن بعدها الاجتماعي (دوجلاس، 1994، ص23)، فيما اعتبر فيلهلم فون هومبولت أن اللغة تُنتج العالم الذي يدركه الإنسان وتحدد رؤيته له (Humboldt, 1999)، وتذهب أبحاث حديثة إلى أن اللغة لا تعكس المجتمع فقط بل تؤسس ثقافته وتضمن استمراريته (Çelik, 2011, p56)، وهو ما كان فخته قد ألح إليه حين عدّ اللغة متغلغلة في وعي الشعب ومشاعره وتصورات (جوزيف، 2007، ص18). وأكد إدوارد سابير أن اللغة إطار ينظم إدراك الإنسان للعالم ويعيد تشكيل تجربته (Sapir, 1921, p 69) (209-207، 70)، بينما طور بنيامين وورف هذا الطرح ضمن فرضية "النسبية اللغوية"، التي ترى أن أنماط

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

التفكير مشروطة بالبنية اللغوية. (Whorf, 1956, p143-222) أما في السياق العربي، فاللغة العربية تمثل رابطاً تاريخياً وروحياً جامعاً، ارتبطت بالقرآن الكريم الذي جعل التسمية مبدأ وجودياً للإنسان {وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا} (البقرة، 31). وقد شدد طه عبد الرحمن على مركزيتها، معتبراً إياها أحد أصول المجال التداولي الإسلامي العربي إلى جانب العقيدة والمعرفة (طه، 1998، ص331). ويرى مالك بن نبي في مشروعه الفكري أن اللغة شرط أساسي لفاعلية الشعوب ونهضتها، فهي ليست مجرد أداة للتواصل، بل وعاء للثقافة ووسيط لنقل القيم والمعاني بين الأجيال. ومن هنا فإن تهميش اللغة الأم يُفضي إلى خلخلة الهوية وإضعاف الانتماء، وهو ما يفسر في نظره إصرار الاستعمار والعملة على فرض لغات الغالب باعتبارها أداة للهيمنة الثقافية. وتتكرر هذه الفكرة في أعماله الكبرى مثل شروط النهضة (1986) ومشكلة الثقافة (1984) ومشكلة الأفكار في العالم الإسلامي (2002)، حيث يشدد على أن استعادة اللغة هو جزء لا يتجزأ من استعادة الذات الحضارية.

فيما يؤكد محمد عابد الجابري أن اللغة جزء من البنية العقلية للثقافة العربية، وأن تحديد شرط لبناء هوية ثقافية متوازنة (الجابري، 2002، ص45-53).

ثانياً: البعد التاريخي كركيزة تأسيسية للهوية الثقافية

يُعتبر التاريخ أحد الركائز الأساسية في تشكيل الهوية الثقافية، إذ يمنح الجماعة الإنسانية جذوراً عميقة تربط حاضرها بماضيها، وتوفر لها رصيذاً رمزياً ومعرفياً يضمن استمرارية وجودها وتميّزها. فالتاريخ ليس مجرد تسجيل للأحداث الماضية، بل هو سرديّة كبرى تُؤطر وعي الأمة بذاتها، وتحدد معالم انتمائها في الزمان والمكان.

ويؤكد أنتوني سميث أن الهوية الثقافية لا تستقيم دون استنادها إلى ذاكرة تاريخية مشتركة، إذ تُسهم هذه الذاكرة في بناء الشعور بالاستمرارية، وتغذية الانتماء من خلال الرموز والأساطير والسرديات المؤسسة التي تشكل رصيذاً وجدانياً للأمة. (Smith, 1991, pp16-20, 40-46) كما يرى Maurice Halbwachs أن الذاكرة الجماعية هي نتاج اجتماعي، تتشكل ضمن الجماعة وتُعيد صياغة الماضي بما يتوافق مع حاجاتها الحاضرة، ما يعني أن البعد التاريخي للهوية لا يقوم على استرجاع جامد للماضي، بل على إعادة تأويله بما يعزز الحاضر ويوجه المستقبل (Halbwachs, 1950, pp 37-44, 120-132).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وفي السياق العربي الإسلامي، يشكل التاريخ الإسلامي بمراحله المختلفة (العصر النبوي، الخلافة الراشدة، الحضارة الإسلامية في أوجها) المرجعية الرمزية التي أسست لوعي الأمة بذاتها، ورسخت قيمها وثوابتها. وقد اعتبر مالك بن نبي أن لحظة الوحي القرآني شكلت نقطة الانطلاق لبناء حضارة جديدة، إذ لم تكن حدثاً عابراً بل تأسيساً لوعي حضاري أعاد صياغة علاقة الإنسان بالكون والتاريخ (بن نبي، 2000، ص 103-135). بينما يذهب محمد عمارة إلى أن التاريخ الإسلامي يمثل وعاءً حاملاً للهوية الثقافية العربية الإسلامية، لأنه يحفظ للأمة أصالتها في مواجهة محاولات الاختراق والذوبان (عمارة، 1999، ص 24).

إن البعد التاريخي لا يتجلى فقط في سرد الماضي، بل في ترسيخ وعي تراكمي يربط الأجيال المتعاقبة بمسار حضاري مشترك، ويوجههم نحو استلهام الدروس والعبر لبناء مستقبل أفضل. ولذا فإن تهميش التاريخ أو تحريفه لا يمس مجرد معارف أو وقائع، بل يضرب في عمق الهوية، لأنه يقطع الصلة بين الأفراد وجذورهم، ويفقدتهم الثقة في استمرارية وجودهم.

ثالثاً: الأبعاد الرمزية التقليدية للهوية الثقافية

يُعد البعد الرمزي أحد أكثر تحليلات الهوية الثقافية حضوراً في الحياة اليومية، إذ يقوم على منظومة من العلامات والدلالات التي تمنح الجماعة معناها الخاص، وتعكس تاريخها وذاكرتها ووجدانها الجمعي. فالرموز ليست مجرد عناصر جمالية أو شكلية، بل هي حوامل لمعانٍ عميقة تؤسس للشعور بالتمايز والاستمرارية، وتربط الأفراد بجماعتهم على مستوى الشعور والممارسة.

تتمثل هذه الرموز في أشكال متعددة: العادات والتقاليد، الأعراف الاجتماعية، الطقوس والشعائر الجماعية، المناسبات الرمزية، اللباس والعمارة، الرموز التاريخية والنضالية، الشخصيات المؤسسة، الاحتفالات الوطنية، الأمثال الشعبية والفنون التراثية. وكلها تشكل نظاماً دلاليًا يختزن ذاكرة الجماعة ويوجه تماثلها للعالم.

1. العادات والتقاليد كرموز حاملة للهوية

تمثل العادات والتقاليد أحد أبرز تماثلات البعد الرمزي للهوية الثقافية، فهي أنماط سلوكية وممارسات اجتماعية موروثة تتوارثها الأجيال وتشكل "دستوراً غير مكتوباً" يحكم التفاعلات اليومية من آداب المائدة والأزياء إلى طقوس المناسبات (الرشدان، 1999، ص 139). وما يمنحها قيمتها هو الامتثال الجماعي لها باعتبارها جزءاً من هبة المجتمع وذاكرته الجمعية (أحمد عبد الحميد، 2005، ص 174).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وبذلك تشكل العادات والتقاليد إطارًا وجدانيًا وسلوكيًا يوحد الأفراد ويؤكد انتماءهم، غير أنها تواجه خطر التآكل في ظل التحولات الثقافية المعاصرة، مما يستدعي خططًا عملية لحفظها وتوريثها للأجيال القادمة.

2. الأعراف والطقوس الاجتماعية كتمثيل رمزي للهوية الثقافية

تُعد الأعراف والطقوس الاجتماعية من أبرز المكونات الرمزية التي تجسد الهوية الثقافية، إذ تتجاوز وظيفتها التنظيمية للسلوك إلى كونها أدوات رمزية تعكس منظومة القيم والتصورات المشتركة للجماعة (Durkheim, 1895, pp. 38–40). بوصفها قواعد غير مكتوبة، تضبط العلاقات وتضمن استمرارية النظام الاجتماعي، لكنها في الوقت ذاته تحمل معاني ثقافية تعبر عن هوية الجماعة (الذوايدي، 2018). ولهذا يُميز الباحثون بين المعايير الاجتماعية التي تحدد القيم الكبرى للمجتمع، وبين الأعراف التي تجسد هذه القيم في ممارسات يومية أو موسمية (الرشدان، 1999).

أما الطقوس، فهي لحظات مكثفة يُعاد عبرها إنتاج الرموز الكبرى للجماعة. وقد نظر إليها كلود ليفي-ستروس بوصفها أنظمة رمزية تُعيد الوعي بالذات (Lévi-Strauss, 1977, pp. 271–289)، فيما اعتبرها فيكتور تورنر "دراما جماعية" تُحدد الانتماء وتوحد الأفراد عبر مشاركة وجدانية (Turner, 1967, pp. 92–111). وتشمل هذه الطقوس حفلات الزواج والختان والحصاد، إضافة إلى ما سماه فان جينيب "طقوس العبور" المرتبطة بمراحل حياة الفرد (محمود إبراهيم، 2005).

وفي السياق الحديث، اكتسبت الطقوس بعدًا وطنيًا من خلال الأعياد الرسمية والاحتفالات بالاستقلال، وهو ما أشار إليه هوبسباوم في إطار مفهوم "اختراع التقاليد" لتجديد الانتماء في غياب الروابط التقليدية (Hobsbawm & Ranger, 1983, pp. 1–14).

أما في السياق العربي المعاصر، يبرز حسن حنفي في كتابه الدين والثقافة والسياسة حين يتحدث عن "الرمضانيات" كطقوس اجتماعية-دينية تتجاوز بعدها التعبدي لتشكل فضاءً جماعيًا يستعيد فيه المجتمع تماسكه، حيث يجتمع البعد الروحي مع التضامن الاجتماعي والاحتفالية الشعبية. فشهر رمضان، وفق هذا التصور، لا يمثل مجرد شعيرة دينية بل لحظة رمزية كثيفة تُحدد الهوية وتؤكد انغراسها في الحياة اليومية (حنفي، 1998/2024، ص 303–311). وهكذا، تظل الطقوس آلية لإعادة تثبيت الهوية، سواء في المجتمعات التقليدية أو الحديثة؛ غير أن هذه الأعراف والطقوس تواجه اليوم تحديات العولمة وتسارع أنماط الحياة المعاصرة، مما أدى إلى تآكل بعض مظاهرها أو تفرغها من محتواها الرمزي. ومع ذلك، ما تزال جماعات كثيرة تسعى إلى

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

صونها أو إعادة تفسيرها بما يتلاءم مع متغيرات العصر، لتبقى الأعراف والطقوس أحد الأعمدة المرنة والفاعلة في الحفاظ على الهوية الثقافية وتجديدها.

3. الرموز التاريخية والنضالية كمرتكزات للهوية الثقافية:

تشكل الرموز التاريخية والنضالية إحدى أبرز تحليلات البعد الرمزي للهوية الثقافية، إذ لا تختزل في أحداث الماضي، بل تتحول إلى رأسمال رمزي يغذي الذاكرة الجماعية ويعزز شعور الانتماء والفخر. فالشخصيات المؤسسة، والثورات الوطنية، وأمكنة الذاكرة ليست مجرد وقائع أو مواقع، بل علامات مشحونة بالمعنى تُعيد للجماعة وعيها بذاتها وتؤكد خصوصيتها أمام التحديات. (Nora, 1984, pp. 17–42)

وقد أشار ابن خلدون إلى أن فهم التاريخ وإدراك مقاصده يثبت وجود الجماعة ويعزز هويتها (ابن خلدون، 2004). ويرى مالك بن نبي أن فقدان الصلة بالتاريخ يُحوّل الأمم إلى كيانات قابلة للاستعمار، ويجردها من طاقتها النفسية المستمدة من رموزها وذاكرتها (بن نبي، 2002). أما عبد الله العروي فيربط الهوية بما خلفه الأسلاف، معتبراً أن الاستمرارية التاريخية شرط أساس لتماسك الهوية وبقائها (العروي، 1999).

وفي السياق الغربي، ارتبطت الهوية ارتباطاً وثيقاً بالرموز النضالية، من المقاومات الشعبية إلى قادة التحرر الوطني، حيث تحولت هذه الرموز إلى ذاكرة حية تُستحضر باستمرار لتجديد الانتماء وترسيخ الوحدة. وقد أبرز إريك هوبسباوم أن استدعاء الرموز لا يمثل مجرد تمجيد للماضي، بل هو عملية مستمرة لإعادة إنتاج الهوية في مواجهة التحولات. (Hobsbawm & Ranger, 1983, pp. 10–14)

وفي ظل التحولات الرقمية الراهنة، باتت الرموز التاريخية جزءاً من صراعات السردية، إذ تستهدف محاولات التزييف والتشويه الذاكرة الجماعية إدراكاً بأن زعزعة التاريخ تعني زعزعة الهوية ذاتها. ومن هنا، فإن صيانة الرموز التاريخية والنضالية لا تمثل ترفاً ثقافياً، بل شرطاً جوهرياً للحفاظ على التماسك المجتمعي ومناعة الهوية في الحاضر والمستقبل.

رابعاً: الرموز الفنية والشفهية الشعبية للهوية الثقافية

إن التراث الشعبي هو بصمة الهوية ووشم الانتماء الذي يميّز شعباً ما ويحدّد أعماق مشاعره وأحاسيسه وتصوّراته الإنسانية، وفي هذا السياق يقول علي أسعد وطفة أنه "علينا أن نعتقد هنا بأن التراث الشعبي كامن في اللاشعور الجمعي وحاضر فيه حضوراً لا يدانيه حضور إنه الخريطة الوراثة للهوية الإنسانية" (وطفة، 2021).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

فالهوية لا تنحصر في مظاهرها المادية والمحسوسة، بل تعبر عن ذاتها أساسًا عبر أنساق رمزية لا مادية تتجلى في الفنون الشعبية، الموسيقى، الأمثال، الحكايات الشفوية، والأساطير المحلية. هذه الرموز اللامادية تمثل البنية الروحية التي تغذي الوعي الجمعي وتؤسس لرؤية الجماعة للعالم. وقد أكد ستيوارت هول أن الهوية ليست جوهريًا ثابتًا، بل عملية مستمرة لإنتاج المعنى داخل أنظمة التمثيل الثقافي (Hall, 1997)، وهو ما يبرز دور التعبيرات الفنية والشفهية في صياغة سرديات الذات والآخر.

فالهنون الشعبية هنا تمثل أبرز هذه الرموز، إذ تعكس من خلال الغناء والرقص والحرف والشعر الشعبي صورًا عن الحياة اليومية وقيم الجماعة ومخاوفها وآمالها. فهي لا تؤدي وظيفة جمالية فحسب، بل تمثل قناة رمزية لإعادة إنتاج الذاكرة الجمعية وترسيخ الانتماء. ويذهب أنطونيو غرامشي إلى اعتبارها مجالًا لصراع رمزي دائم، حيث تُمارس من خلالها الهوية الشعبية مقاومةً لمحاولات الهيمنة الثقافية. (Gramsci, 1985, pp 189-193)

إن ما يمنح الفنون الشعبية قوتها الرمزية هو أنها نتاج وجداني متجذر في التجربة التاريخية للجماعة، فتغدو بمثابة ذاكرة حية ورافعة لإبداع الحاضر. ولهذا، فإن حضورها المتجدد عبر الأجيال يعكس ديناميكيته في مواجهة العولمة الثقافية، إذ تبقى قادرة على تطوير أشكال جديدة تحافظ على جذورها الرمزية رغم تغير تقنياتها أو قوالبها. وبذلك تصبح الفنون الشعبية آلية مركزية لصون الهوية الثقافية وتجديدها في آن واحد. وقد أكد عبد الحميد يونس أن الفنون الشعبية ليست مجرد تقاليد موروثية، بل هي وعاء للذاكرة الجمعية ومرآة للهوية الثقافية تُعيد إنتاج الانتماء، إذ تحمل رموزًا ومعاني تتجدد عبر الأجيال (يونس، 1968، ص 205-210).

1. الشعر، الأغنية، والرقص الشعبي كتمثيلات وجدانية جمعية للهوية الثقافية

يمثل الشعر الشعبي والأغنية الشعبية أبرز الرموز اللامادية التي تحفظ الذاكرة الجمعية وتصور هوية الجماعات. فالشعر الشعبي، ببساطته اللغوية وعمق معانيه، ينقل التجارب المشتركة للجماعة ويعبر عن آمالها وأحزانها، وغالبًا ما يتخذ شكل الزجل أو الحدا أو القصائد الملحونة التي تُؤدى في مناسبات جماعية، فيرسخ الانتماء ويعيد إنتاج الروابط الاجتماعية. ومنه تنبثق الأغنية الشعبية التي تشكل خزانًا وجدانيًا للموروثات، إذ تجمع بين الكلمة واللحن والموسيقى لتكثيف الأثر العاطفي والوجداني (قلعه جي، د.ت، ص. 3).

وترتبط الأغنية الشعبية بالطقوس الاجتماعية والدينية والاحتفالية مثل أغاني الأعراس والحصاد، وتستمد أصالتها من الأداء الجماعي الذي يحولها إلى فعل اجتماعي يدمج الإبداع الفردي بالوجدان الجمعي. فهي بذلك تسجل

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الذاكرة وتبث المعاني المشتركة، وهو ما جعل ألبيرت لورد يصفها بأنها "ذاكرة ضد النسيان (Lord, 1960, pp. 68-98).

أما الرقص الشعبي، فيمثل الامتداد الجسدي لهذه المنظومة الموسيقية، حيث تترجم الحركات والإيقاعات الرموز الثقافية للجماعة، معبرة عن البطولة والفروسية ومؤكدة على قيم الرجولة والأنوثة في آن واحد (قاسي، 2016، ص. 217). فالرقص، مثل الحكاية الشعبية، يخزن في الجسد ما تحتزنه الكلمة في اللغة، مما يجعله جزءاً حياً من الذاكرة الثقافية البصرية والوجدانية.

وفي السياق العربي، لعب الشعر الملحون والأغاني الشعبية أدواراً محورية في التعبير عن قضايا الجماعة ومقاومة الاستعمار، وظلت قادرة على الصمود رغم هيمنة الأغاني الحديثة المدعومة بوسائل الإعلام (قلعه جي، د.ت، ص. 65).

ويرى عبد الحميد يونس أن التراث الشعبي ليس مجرد ترفيه أو بقايا من الماضي، بل هو وثيقة حيّة تكشف عن قيم المجتمع ورؤيته للعالم، ويخزن ذاكرة الجماعة. فالغناء والرقص والموسيقى الشعبية تعد وسائل تعبير رمزية تنقل مشاعر الجماعة وتؤدي وظيفة اجتماعية وثقافية إلى جانب قيمتها الجمالية (يونس، 1968، ص. 112-118).

وعليه، فإن الشعر الشعبي والأغنية الشعبية والرقص الشعبي تشكل معاً منظومة رمزية متجددة تحفظ الهوية الثقافية، إذ تجمع بين التعبير الوجداني والبعد الطقوسي والاجتماعي، وتبقى قادرة على التكيف مع التحولات دون أن تفقد جذورها الرمزية. وهو ما ينسجم مع ما ذهب إليه ستيوارت هول من أن التمثيلات الثقافية فضاءٌ لإنتاج المعنى وصياغة الهوية المشتركة (Hall, 1997, pp.223-225).

2. الحكاية والأسطورة الشعبية كسرديات رمزية للهوية الثقافية

تمثل الحكايات والأساطير الشعبية أقدم وأغنى أشكال التعبير الرمزي للهوية الثقافية، إذ تؤدي وظيفة مزدوجة: حفظ الذاكرة الجماعية وصياغة القيم والرؤى المشتركة. فالحكاية الشعبية تقوم على حبكة بسيطة قائمة على التكرار والرمزية، تُنقل شفويا عبر الأجيال لتجسد صراع الخير والشر، والانتصار والهزيمة، وغالباً ما تتمحور حول سيرة الأبطال وارتباطهم بالأرض والدفاع عنها، مما يجعلها مخزناً للدروس الأخلاقية والسرديات التربوية التي تغرس الانتماء (قاسي، 2016، ص. 216). وقد أشار يوري سوكولوف إلى أن الحكاية الشعبية لا تقتصر على التسلية، بل تنهض بوظائف تعليمية تُرسخ القيم، وترفيهية تُشبع الحاجة إلى الخيال، ورمزية تُجسد الصراعات

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الاجتماعية والوجدانية للجماعة، مما يجعلها مرآة صادقة لهويتها الثقافية (سوكولوف، 2000، ص 215-220). وفي السياق العربي، يرى عبد الحميد يونس أن الحكاية الشعبية تمثل "سجلاً حياً" لذاكرة الشعوب، إذ تعكس خبراتها التاريخية وتعبر عن رؤيتها للعالم، كما أنها وسيلة تربوية تسهم في تنشئة الأجيال على القيم والمعايير الاجتماعية، وهو ما يجعلها مكوناً جوهرياً للهوية الثقافية (يونس، 1968، الحكاية الشعبية، ص 85-90).

أما الأسطورة، فتمتاز بعمقها الرمزي وقدرتها على تفسير ظواهر الوجود وتبرير المعتقدات والعادات الجماعية في إطار تخيلي خصب. فهي ليست مجرد حكايات غابرة، بل حقولاً معرفية عالجت العلوم الاجتماعية والأنثروبولوجية بوصفها أنساقاً رمزية تعكس البنية الثقافية والذهنيات السائدة (فليف، 2012، ص 12). وفي هذا السياق يرى جيمس فريزر أن الأسطورة امتداد للطقس الذي اندثر أو تغير، حيث تظهر لتبريره وتعزيز استمراريته (السواح، 1996، ص 13-14). أما كلود ليفي-ستروس فيؤكد على بعدها البنيوي باعتبارها أنظمة فكرية تنظم العالم وفق تصورات الجماعة. (Lévi Strauss, 1977, pp 267-281) ورغم أن بعض الأساطير تقدم تفسيرات غير عقلانية للواقع، إلا أنها تنطوي على بعد عقلائي في حدود النسق الثقافي الذي أنتجها، إذ تصطبغ دائماً بلون الممارسات والاعتقادات السائدة. وقد رأى أرمسترونغ أن أهميتها تكمن في مساعدتها الجماعات على مواجهة المآزق الوجودية وتحديد موقعها في العالم (أرمسترونغ، 2008، ص 11).

3. الأمثال والحكم الشعبية كرموز بلاغية مكثفة للخبرة الجمعية للهوية الثقافية

تحتل الأمثال والحكم الشعبية مكانة مركزية في الموروث الشفهي، إذ تحتل بتراكيب موجزة خلاصة التجربة الجمعية، وتكثف الرؤية المجتمعية للحياة والقيم والسلوكيات. فهي حصيلة تراكم طويل من الخبرات والمواقف اليومية التي تحولت إلى دروس يسهل تداولها واستحضارها في السياقات المختلفة، مما يجعلها خزاناً للذاكرة الثقافية ووسيلة لترسيخ الثنائيات الأخلاقية والاجتماعية مثل: الصواب والخطأ، الحلال والحرام، الشرف والعار (أبوزيد، 2009، ص 85).

ومن حيث الوظيفة الرمزية، لا تُنسب الأمثال إلى فرد بعينه بل إلى ضمير الجماعة، فتعمل كسلطة ثقافية توجه السلوك وتصدر الأحكام (حمادة، 2012، ص 19). ويؤكد غاستون باشلار على قوة الصورة المكثفة المختزلة في شد الخيال الجمعي (باشلار، 1993، ص 42)، وهو ما يفسر التأثير العميق للمثل الشعبي. أما في التراث

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

العربي، فقد اعتبر ابن الأثير الأمثال علامات تفسيرية تحتزن حوادث وتجارب محددة، مما يجعلها مؤشرا على عمق الفكر الجمعي ورسوخ تقاليده (ابن الأثير، 1959، ص54).

ولعل ما يفسر حضورها المستمر إلى اليوم هو قابليتها العالية للتداول والتجدد داخل الخطاب اليومي والتربوي، ما يمنحها وظيفة تثقيفية لا واعية تعزز استمرارية الهوية الثقافية عبر الأجيال (حمادة، 2012، ص19). وهو ما يؤكد التلي بن شيخ حين قال: "المثل الشعبي" احتل الصدارة لدى مختلف الفئات الاجتماعية، حيث أصبح الوسيلة المفضلة في الاقناع والتوجيه والإرشاد والتربية، وهذا لسهولة تداوله وبساطة مضمونه، وقربه من عقول العامة ونفوسهم، وأيضا الخاصة الذين لا يتورعون عن الاستشهاد به في أحاديثهم، لهذا قيل: "إن المثل الشعبي أهم من الشعر والقصة، وأقرب إلى الصدق في التعبير عن الظواهر الاجتماعية" (التلي، 1990، ص157). وهو ما يعكس دور المثل الشعبي كعادة سلوكية تمثل مخزونا موروثا لنقل القيم الاجتماعية والأخلاقية، وتساهم في ترسيخ الانتماء الجماعي والهوية الثقافية.

أما الحكم الشعبية فتمثل شكلا موازيا لكنها أكثر تجريدًا وعمومية، إذ تعبر عن خلاصة عقلية أو قاعدة أخلاقية نابعة من تجربة إنسانية معمّقة. وقد ميّز محمد توفيق أبو علي بين المثل والحكمة بالقول إن المثل يُتجج به ويستند إلى تجربة جماعية، بينما الحكمة تنبه وتوجه سلوك الفرد من خلال رؤية عقلية أو حدسية، وغالبًا ما تنسب إلى حكيم بعينه (أبو علي، 1988، ص47-48). وبذلك، يجسد المثل بعدين متداخلين: ظاهرًا يحيل إلى حادثة تاريخية محددة، وباطنًا يحتزن حكمة رمزية عامة.

وفي المجتمعات التقليدية، انتقلت الحكم والأمثال شفويًا لتشكل أدوات توجيه تربوي وأدبي، ما رسخ حضورها كرموز ثقافية تُعيد إنتاج الوعي الجمعي في ثوب بلاغي وفني متوارث. وعليه، يمكن القول إن الأمثال والحكم ليست أقوالا عابرة، بل منظومة رمزية تعكس عمق التجربة الإنسانية، وتؤدي دورًا أساسيا في تكريس الهوية الثقافية وصون استمراريته.

4. المعتقدات الشعبية كمنظومة رمزية للهوية الثقافية

تمثل المعتقدات الشعبية أحد المكونات الجوهرية للتراث اللامادي، إذ تعكس رؤية الجماعة للعالم وتفسيراتها للغموض والظواهر غير المألوفة. يعرفها الجوهري بأنها "مجموعة من التصورات والأفكار الذهنية التي يؤمن أصحابها بصحتها ولا يُقبل الشكّ فيها لدى المعتقدين بها"، وهي إرث تناقله الأبناء عن الآباء والأجداد، فلازمهم مسيرة

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

حياتهم، وما زال يشكل في الوجدان الشعبي قدراً مهماً من ثقافتهم نحو تلك الحياة التي يعيشون فيها داخل مجتمعاتهم (الجوهري، 1978، ص 42)، فهي تنبثق من الحاجة إلى الطمأنينة وتنقل شفويًا عبر الأجيال، لتصبح جزءاً من المعيش اليومي. ويشير دافيد هيوم إلى أن المعتقدات من أكثر العمليات الذهنية غموضاً، فيما يربط برتراند راسل هذا المفهوم بمنظومة الأرواح والآلهة والسحر التي تكاد لا تخلو منها أي ثقافة بشرية. أما إيفانز بريتشارد فيرى أن المعتقدات ترتبط بالداخل الإنساني ولا تُدرك مباشرة، بل تُترجم أحياناً إلى ممارسات عملية (بونت، إيزار، ص 361).

وتتفق هذه الرؤية مع مقاربات أخرى تعتبر المعتقدات الشعبية أنساقاً رمزية تفترض وجود قوى خفية تجسد القناعات الجماعية وتؤطر الطقوس (تولرا، فارنييه، 2004، ص 170). ومن هنا فهي ليست مجرد أوهام بل أدوات رمزية لفهم العلاقة بين الإنسان والمجهول، كما أكد إميل دوركايم الذي اعتبرها تمثيلات ذهنية تحدد طبيعة المقدس وتفصل بينه وبين الدنيوي (هولكترانس، 1972، ص 51). ويرى إدوارد تايلور أنها تمثل مرحلة مبكرة من التفكير الديني والميتافيزيقي، تكشف عن كيفية إنتاج المعنى داخل الثقافة. (Tylor, 1871)

عملياً، تجسد المعتقدات الشعبية نفسها في اعتقادات حول الحظ والنحس والعين والأرواح والجن، وفي ممارسات مثل تعليق التمام أو استعمال الأعشاب كوسائل وقائية أو علاجية. ورغم توسع الوعي العلمي والديني، لا تزال هذه المعتقدات حاضرة في المجتمعات العربية والإسلامية، أحياناً تحت غطاء تأويلي أو ديني، أو حتى في صيغ حديثة مثل علوم الطاقة أو الممارسات المرتبطة بالحسد، وهو ما يعكس حالة من الازدواجية المعرفية بين النص الديني والوجدان الشعبي.

وعليه، فإن المعتقدات الشعبية تتجاوز التصنيف كخرافة لتؤدي وظيفة رمزية دفاعية، تمنح الجماعة أدوات للتعامل مع القلق والغموض، وتتميز بقدرتها على التكيف مع التغيرات الاجتماعية والثقافية، مما يسمح لها بالبقاء فعالة في مواجهة التحديات المستجدة (الجوهري، 1978، ص 43)، وتبقى شاهداً على مسارها التاريخي والثقافي. إنها بُعد حيوي في تشكيل الهوية، لأنها تكشف عن قدرة الثقافة على مواجهة المجهول عبر نسج أنساق رمزية تحفظ التوازن الاجتماعي والنفسي.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

خامسا: الرموز المادية كتمظهرات بصرية ملموسة للهوية الثقافية

لا تنحصر الهوية الثقافية في التمثيلات الذهنية والممارسات اللامادية، بل تتجسد أيضا في رموز مادية ملموسة تعبّر عن خصوصية الجماعة وتاريخها الاجتماعي وأسلوب عيشها وذوقها الجمالي. هذه الرموز تمنح الهوية بعدا بصريا مرئيا يجعلها قابلة للتجسيد والتمييز المباشر، فتحوّل الأشياء اليومية إلى شواهد حية على الذاكرة والانتماء (بن نبي، 1984، ص ص 87-89).

ويؤكد غي روشه Guy Rocher أن الرموز المادية تمثل المظهر الخارجي للثقافة، فهي تشمل كل ما ينتجه المجتمع من أشياء قابلة للمس كاللباس التقليدي، الأدوات، الأواني، الزينة، العمارة، الأثاث... وتستمد قيمتها لا فقط من وظيفتها الاستعمالية بل من المعاني الرمزية التي تُحمّل بها داخل الجماعة (روشه، 2006، ص ص 173-174). ويمكن توسيع هذا المفهوم ليشمل رموزا أخرى كالأوسمة، العملات، الرايات، الأزياء الرسمية، الشعارات الوطنية، وحتى الخرائط، إذ تمثل جميعها "ذاكرة بصرية" تجسد الهوية الثقافية للأمم وتعمّق الإحساس بالانتماء (Barthes, 1972, p 14-15).

وتبرز ضمن هذا البعد الرموز الفكرية المادية مثل المخطوطات، الكتب، الوثائق، الأرشيفات، التي تعد خزائن للمعرفة وشواهد على تطور الفكر الجمعي. فالمكتبة الوطنية مثلا ليست مجرد مبنى بل رمز سيادي وثقافي يعكس هوية فكرية متجذرة.

وبذلك تؤدي الرموز المادية وظائف متعددة:

- تجسيد الهوية وإبرازها عبر علامات بصرية ملموسة.
- تمييز الجماعة عن غيرها بأسلوبها وزخارفها وموادها.
- ربط الماضي بالحاضر من خلال النقل المادي للذاكرة الثقافية.
- تعزيز الفخر والانتماء خاصة في المناسبات الرسمية والدينية والوطنية.

إلا أن هذه الرموز تواجه تحديات كبرى، من أبرزها:

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

1. **التغريب والاستهلاك التجاري:** حيث تُحتزل الرموز في مجرد منتجات استهلاكية منزوعة من معناها العميق، ضمن ما يسميه أدورنو وهوركهايمر بـ "الصناعة الثقافية" التي تنتج رموزا للاستهلاك لا للتأمل أو الانتماء.
2. **انقطاع التوريث:** مع اندثار الحرف التقليدية وتهميش الصناعات الأصلية وضعف الوعي الرمزي لدى الأجيال الجديدة، ما يهدد بفقدان الدلالات الهويةية لهذه الرموز.
3. **هيمنة العولمة والرقمنة:** التي تُذيب الخصوصيات المحلية داخل أنماط موحّدة، مفرغة الرموز من سياقها التاريخي والثقافي.

إن الحفاظ على الرموز المادية إذن ليس مسألة شكلية، بل هو جزء من معركة الذاكرة الثقافية يتطلب الوعي الجماعي، الحماية القانونية، وتفعيل السياسات التربوية والثقافية، حتى تظل هذه الرموز تجسيدا للأصالة ووسيلة لترسيخ الهوية في وجدان الأفراد والجماعات. فالهوية لا تقوم على فراغ، بل على شبكة معقدة من العلامات والمعاني المادية واللامادية التي تعبّر عن خصوصية الجماعة وتؤمن استمراريتها في مواجهة التعميم والابتدال (أطروحات أركون وزكريا إبراهيم حول تآكل الرمزية وفقدان الوعي الجمعي).

يتضح من خلال ما سبق أن الهوية الثقافية ليست معطى بسيطاً أو أحادي البعد، بل هي نسق متكامل من الرموز المادية واللامادية التي تتشابك لتشكّل وعي الجماعة بذاتها وتضمن استمرارية انتمائها عبر الزمن. فالرموز اللامادية من دين ولغة وحكايات وأساطير وأمثال ومعتقدات تشكّل البنية القيمية والوجدانية التي تحفظ الذاكرة الجماعية، فيما تمنح الرموز المادية . من عمارة وأزياء ومخطوطات وصناعات يدوية وأوسمة وشعارات . بعداً بصرياً وملموساً يجعل الهوية قابلة للتجسد والمعيشة اليومية.

غير أن هذه الرموز، على اختلاف مستوياتها، تواجه اليوم تحديات حقيقية تتمثل في العولمة الثقافية، والرقمنة، والاستهلاك التجاري الذي يفرغها من معانيها، فضلاً عن ضعف التوريث وفقدان الوعي الرمزي لدى الأجيال الصاعدة. وهذا ما يجعل الحفاظ على الهوية مسؤولية مشتركة، فردية وجماعية، تقوم على إعادة تفعيل الرموز وإحيائها داخل الحياة التربوية والثقافية، واستثمارها كوسائل لإنتاج المعنى لا كسلع للاستهلاك.

وعليه يمكن القول إن الهوية الثقافية ليست مجرد ميراث ساكن، بل كائن رمزي حي يتغذى من الماضي ويعيد إنتاج نفسه في الحاضر، جامعاً بين الأصالة والقدرة على التكيف، وبين الثبات والتجدد. إنها في جوهرها معركة من أجل الذاكرة والمعنى، تتطلب وعياً دائماً للدفاع عن الخصوصية في مواجهة التعميم والابتدال.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المطلب الخامس: الأسس البنيوية للهوية الثقافية

لا تكتمل مقارنة الهوية الثقافية إلا بالوعي بأسسها العميقة التي تمنح أبعادها معناها واستمراريتها. فالعناصر المكوّنة للهوية (كاللغة، الدين، الجغرافيا...) لا تستمد قيمتها بذاتها، بل من انغراسها في أسس بنيوية تضبط علاقة الجماعة بذاتها وبالأخر. إن هوية بلا أسس راسخة تظل عرضة للتلاشي أمام التحولات السريعة والتحديات المعولة.

أولاً: الأساس الإنساني:

يمثل البعد الإنساني نقطة الانطلاق في فهم الهوية الثقافية، فهي لا تنشأ في الفراغ، بل في صلب الذات الإنسانية بوصفها منتجة داخل الإنسان وتتجلى من خلال أفعاله، واختياراته، ومواقفه من ذاته ومن الآخر، وهي نتيجة تفاعل بين الخصوصية الفردية والانتماء الجماعي، وتقوم بوظيفة مركزية في تمكين الإنسان من فهم ذاته وتحديد موقعه داخل الجماعة والعالم (وظفة، 2010).

تتميز هذه الهوية بالمرونة والانفتاح، لأنها تنمو بتراكم التجربة والاحتكاك بالآخر، وتعاد صياغتها باستمرار عبر اللغة والممارسة والإبداع. ومن ثم فإن أي مقارنة للهوية الثقافية لا تكتمل إلا بالعودة إلى هذا الأساس الإنساني الذي يمنحها حيويتها ومشروعيتها الحضارية. (العروي، 1997، ص 124).

ثانياً: الأساس القيمي والأخلاقي:

تستند الهوية الثقافية إلى نسق قيمي وأخلاقي يمثل جوهرها المعياري، ويحدد علاقتها بالذات والمجتمع والكون، فكل ثقافة تتضمن رؤيتها الخاصة للخير والشر، للحق والباطل، للحياة والموت، وهي من خلال هذه الرؤية تؤسس لخطابها الأخلاقي الذي يوجه سلوك الأفراد ويشكل معايير الانتماء (طه، 2000، ص 148).

في السياق الإسلامي والعربي، تبرز القيم المستمدة من الدين كأرضية صلبة للهوية الثقافية، مثل العدالة، الكرامة، الرحمة، الصدق، وحفظ الأمانة. فالقيم ليست عناصر تكميلية، بل مكونات بنيوية تكسب الهوية مشروعيتها واستمرارها، وهي ما يجعل الإنسان حاملاً للهوية ومسؤولاً عنها أخلاقياً أمام الذات والآخر (عمارة، 2021).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ثالثا: الأساس الثقافي:

تنتج الهوية الثقافية عبر شبكة من الرموز الثقافية التي تعبر عن المعنى وتنقله بين الأفراد والأجيال، وتتجلى هذه الرموز في اللغة، الألبسة، الطقوس والفنون، والاحتفالات، والعقائد، وغيرها من العلامات التي تضفي على الجماعة طابعها الخاص، فالرمز ليس مجرد شكل ظاهري، بل هو وعاء للذاكرة الجمعية ودلالة على الانتماء (ستروس، 1977، 228)

الهوية الرمزية تمكن الأفراد من التعبير عن ذواتهم والانخراط في نظام ثقافي مشترك، كما تمثل آلية للحفاظ على الاستمرارية الثقافية عبر الزمن (ريكور، 2005، ص ص 51-54). ومن هنا فإن تدمير الرموز أو محوها يعد من أخطر آليات طمس الهوية.

رابعا: الأساس التاريخي:

يعد التاريخ من أهم مرتكزات الهوية الثقافية، إذ لا يمكن تصور جماعة بشرية دون ذاكرة جماعية تستحضر أحداثها، رموزها، مآسيها وانتصاراتها، فالتاريخ ليس مجرد سرد للماضي، بل هو إعادة بناء للذات من خلال الوعي بالماضي، وتشكيل لمستقبل الجماعة انطلاقا من إدراكها لماضيها (جعيط، 1984).

ويمثل التاريخ فضاءً لتراكم التجارب والخبرات، ومصدرا لإنتاج الرموز والقيم. كما أن العلاقة بالتاريخ تحدد كثيرا من المواقف الاجتماعية والسياسية، وتمنح الجماعة إحساسا بالاستمرارية والانتماء عبر الزمن (الجابري، 2004، 116). ومن هنا فإن الهوية الثقافية تفقد عمقها إذا انقطعت عن سياقها التاريخي.

خامسا: الأساس الجغرافي:

الحيز الجغرافي لا يعد مجرد خليفة محايدة لوجود الإنسان، بل هو عنصر أساسي في بناء الهوية الثقافية. فالعلاقة بالمكان تنتج معاني الانتماء، وترسخ الذاكرة الجمعية، وتحدد رمزية الإنسان في علاقته بالأرض ومن خلال البيئة الطبيعية والاجتماعية تتشكل القيم والعادات وأساليب العيش التي تمنح الهوية تفريدها (حمدان، 1993، ص ص 472-499).

وقد أبرز إدوارد سعيد أن المكان ليس بريئا، بل هو مجال للتجاوزات الرمزية والسياسية، حيث تصبح السيطرة على الجغرافيا شكلا من أشكال السيطرة على الهوية. (Said, 1994, pp. 6-7) وفي السياق العربي،

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

شكّلت الصحراء والواحة والجبل والنهر ركائز متخيلة للهوية، انعكست في الأدب والفن والدين والوجدان الجمعي. فالمكان هو مستودع الذاكرة ومصدر المعنى وركيزة الاستمرارية.

سادساً: أسس إضافية

يُضيف بعض الباحثين أسساً مادية وتاريخية وثقافية- نفسية واجتماعية: تشمل الحيازات المادية، الأصول التاريخية، الرموز الثقافية، التنظيمات الاجتماعية، والعناصر النفسية والمعرفية (سعيد، 2005، ص 28-29).

جدول رقم (1): يمثل الأسس البنوية للهوية الثقافية

الأساس	المضمون	الوظيفة/ الأثر	أمثلة ورموز
الإنساني	الهوية تنشأ في الذات الإنسانية كنتيجة لتفاعل الخصوصي بالفرد والجماعي.	يمنح الهوية مرونتها وحيويتها عبر التجربة واللغة والإبداع.	التجارب الفردية، الإبداع، التفاعل مع الآخر.
القيمي والأخلاقي	نسق قيمي معياري يحدد معايير الانتماء والاختلاف.	يضمن استمرارية الهوية ويكسبها مشروعية أخلاقية	العدالة، الكرامة، الرحمة، الصدق.
الثقافي	شبكة الرموز والمعاني التي تعبر عن الذاكرة الجمعية.	يحافظ على الاستمرارية الثقافية عبر نقل المعنى.	اللغة، الفنون، الطقوس، العقائد.
التاريخي	الذاكرة الجماعية التي تعيد بناء الذات عبر الماضي.	يمنح الجماعة استمرارية ويحدد ملامح المستقبل.	الأحداث التاريخية، الرموز، المبدعون.
الجغرافي	الحيز المكاني الذي يرسخ الانتماء والذاكرة.	يحدد خصوصية الهوية عبر العلاقة بالأرض والطبيعة.	القبيلة، الصحراء، الجبل، النهر.
الإضافية	أسس مادية (اسم، مسكن، موارد)، تاريخية وإثنية (أصول، أحداث، آثار)، ثقافية (نفسية، اجتماعية)	تشكل البنية التحتية للهوية وتؤطر تماثلات الذات والآخر.	الملبس، التنظيم الاجتماعي، المعتقدات، القيم.

(إعداد الباحثة)

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

بناءً على العرض السابق للأسس البنيوية، يمكن القول أنّ الهوية الثقافية ليست معطى جاهزاً، بل بناء متجدد تتفاعل فيه الثوابت والمتغيرات، الرمزي والمادي، الفردي والجماعي. والتحدي الأبرز هو صيانة هذه الأسس دون انغلاق وتجديدها دون ذوبان، بما يجعلها جسراً للحوار لا سوراً للقطيعة

ويتضح مما سبق، أنّ الهوية الثقافية تمثل بناءً مركباً يتأسس على تداخل الأبعاد الذاتية والموضوعية في آن واحد؛ فهي من جهة وعي بالانتماء وإحساس بالتمايز، ومن جهة أخرى منظومة من الرموز والمقومات المادية واللامادية التي تمنح الجماعة خصوصيتها. كما أن هذه الهوية لا تنحصر في بعدها الفردي أو الجمعي فحسب، بل تتجسد عبر مستويات متعددة تشمل اللغة والدين والتاريخ والعادات والرموز، بما يجعلها مرنة وقابلة للتشكل دون أن تفقد جوهرها. ومن ثمّ، فإن الهوية الثقافية تُدرك بوصفها سيرورة حية تتفاعل مع تحديات العصر، محافظة على مقوماتها التأسيسية، ومفتوحة في الآن نفسه على التغيير والتجدد.

المبحث الثالث: الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية: مقارنة نظرية

يُعَدّ الحديث عن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية مدخلاً أساسياً لفهم التحولات الاجتماعية والفكرية التي عرفها المجتمع الجزائري عبر مساراته التاريخية. فالهوية ليست معطى ثابتاً أو جوهرًا مغلقاً، بل هي سيرورة تفاعلية تنبني على تراكمات تاريخية ودينية ولغوية واجتماعية، وتتجدد باستمرار في علاقتها بالذات والآخر. ومن هذا المنطلق جاء هذا المبحث ليتناول المرجعية السوسيو- تاريخية للهوية الثقافية الجزائرية في بعدها العام، ثم يبرز موقع المرأة كحاملة لهذه الهوية وفاعلة في إعادة إنتاجها، قبل الانتقال إلى إبراز ديناميكيتها وتعدد روافدها، وصولاً إلى رصد تأثيرات العولمة في إعادة تشكيل أنماط التمثل والانتماء.

المطلب الأول: المرجعية السوسيو- تاريخية للهوية الثقافية الجزائرية

تمثل المرجعية السوسيو- تاريخية مدخلاً أساسياً لفهم الهوية الثقافية الجزائرية، باعتبارها نتاجاً لتراكمات زمنية وتشابكات اجتماعية وثقافية ممتدة. فالهوية لا تُبنى في حاضرها فقط، بل تتشكل عبر طبقات الذاكرة الجماعية وما تحتزنه من تجارب وتفاعلات رمزية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أولاً: الجغرافيا كإطار مؤسس للهوية

الجزائر ليست مجرد رقعة جغرافية، بل فضاء استراتيجي متنوع يربط البحر الأبيض المتوسط شمالاً بالصحراء الكبرى جنوباً، ما جعلها جسراً بين إفريقيا والعالم المتوسطي، وموطناً لتعدد بيئي واجتماعي ساهم في إنتاج أنماط معيشية وثقافية متميزة. هذا الموقع جعلها محطة لتوافد حضارات عديدة كالقرطاجية والرومانية والعربية الإسلامية، وهو ما أفرز تراكمات هوياتية شكلت نواة الشخصية الجزائرية.

ويشكل تاريخ الأمة الأمازيغية جزءاً أصيلاً من هذا العمق التاريخي لشمال إفريقيا؛ فقد أسس ماسينيسا دولته الموحدة، ودافع يوغرطة عن سيادتها ضد الرومان، وخلد القديس أوغسطين اسمها في الفكر والفلسفة (بريجة، 2015-2016، ص. 91-92). كما برزت الكاهنة (ديها) كرمز نسوي بارز في مواجهة الغزو الأموي، حيث قادت جيوشها ودافعت عن استقلال بلادها بشجاعة وحنكة سياسية وعسكرية. وتمثل الكاهنة في الذاكرة الجماعية الجزائرية أكثر من مجرد شخصية تاريخية؛ فهي تجسيد لمكانة المرأة في المجتمع الأمازيغي، ودليل على أن الفعل المقاوم لم يكن حكراً على الرجال، بل كان للمرأة حضور مؤسس في الدفاع عن الأرض والهوية. هذه الرمزية النسوية المبكرة أسست لبعد متجذر في الشخصية الجزائرية، جعل من المرأة عنصراً فاعلاً في صون الثقافة والكيان الاجتماعي عبر العصور.

ورغم توالي الغزوات من الفينيقيين والرومان والوندال والبيزنطيين إلى العرب والأتراك فالفرنسيين، فإن الأمة الجزائرية ظلت محافظة على هويتها وخصوصيتها، قادرة على استيعاب المؤثرات الخارجية دون أن تفقد مقوماتها الجوهرية. وقد أشار عبد الله العروي إلى أن الهوية لا تختزل في وحدة إثنية أو لغوية، بل تتبلور في تفاعل مع الجغرافيا والسياسة، حيث يصوغ المكان نمط العيش قبل أن يصوغ التصور الرمزي للعالم (العروي، 1997، ص. 197-199). ومن هذا المنظور، لا يمكن مقارنة الهوية الجزائرية دون اعتبار البعد الجغرافي بما يحمله من امتدادات متوسطة وعربية وإفريقية متشابكة.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وقد تجسدت هذه الامتدادات في ثلاثة أبعاد حضارية متداخلة أثّرت بعمق في تشكيل الهوية الثقافية الجزائرية عامة، والنسوية خاصة. فالبُعد المغاربي منح الجزائريين، نساءً ورجالاً، وعيًا وحدويًا يقوم على اللغة والدين والتجربة التحررية المشتركة، ما جعل المرأة الجزائرية فاعلاً في حمل هذا الوعي. أما البُعد الإفريقي، فرغم بروزه في الفلكلور والفنون بالمناطق الصحراوية، فقد ظل محدود التأثير أمام قوة المرجعية العربية الإسلامية. في حين وقرّ البُعد المتوسطي فضاءً للتفاعل الحضاري والانفتاح على الآخر، لكنه ظل مؤطّراً بالهوية الإسلامية العربية، وهو ما ساعد المرأة الجزائرية على التوفيق بين الانفتاح الثقافي ورسوخ المرجعية الأصلية (بوقرة، 2007، ص. 205-206).

غير أنّ الاستعمار الفرنسي منذ 1830 أحدث قطيعة مع هذا الامتداد التاريخي، عبر رسم حدود سياسية جديدة وفق النموذج الأوروبي، مما حوّل الجزائر من فضاء مفتوح يتبع المركز العثماني إلى كيان محدد بوحدة ترابية مفروضة، وهو ما أعاد تعريف العلاقة بين الأرض والانتماء (سعد الله، 1992، ص. 28). فقد مثلت هذه الحدود أكثر من مجرد خطوط إدارية؛ إذ كانت أداة لإعادة تشكيل الهوية السياسية والاجتماعية، حيث انتقلت البنية التقليدية القائمة على الانتماء القبلي والجهوي إلى وعي جمعي مزدوج بين الانتماء الأصلي والإطار المفروض (Ageron, 1991, p. 28).

وعليه، فإن استحضار المرجعية السوسيوثقافية للهوية الجزائرية لا يُعدّ سردًا لمعطيات طبيعية أو حدودية فحسب، بل هو مقارنة تكشف كيف ساهمت التغيرات المكانية والسياسية والامتدادات الحضارية المتنوعة في صياغة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية عبر العصور، باعتبارها تراكمات متداخلة من التجارب التاريخية والتحويلات الرمزية.

ثانياً: الحقب التاريخية الكبرى المؤثرة في تشكيل الهوية الثقافية الجزائرية

لا يمكن فهم تشكل الهوية الثقافية الجزائرية بمعزل عن الامتداد التاريخي العميق الذي عرفته المنطقة. فالجزائر كانت عبر العصور فضاءً لتلاقح حضارات متعددة، من الكيانات السياسية المحلية الأولى، مروراً بالإمبراطوريات

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المتوسطة، وصولاً إلى الفتوحات الإسلامية والحكم العثماني، وانتهاءً بفترة الاستعمار الفرنسي. كل حقبة من هذه الحقب لم تترك فقط آثاراً مادية أو مؤسسات سياسية، بل أسهمت في صياغة تمثلات ورموز وقيم لا تزال حاضرة في الوجدان الجمعي. ومن خلال هذا التراكم يمكن رصد الملامح الجوهرية التي تميز الهوية الجزائرية في بعدها التاريخي والثقافي.

أ- الحقبة النوميديّة: الجذور السياسية والرمزية للهوية

تشكل الحقبة النوميديّة إحدى الركائز التأسيسية للهوية الثقافية الجزائرية، إذ تمثل أول تجربة لبناء كيان سياسي منظم في شمال إفريقيا قبل دخول الرومان. فقد شهدت الجزائر ميلاد مملكة نوميديا التي عُدت نواة الدولة المركزية في المجال المغاربي، تحت حكم ملوك بارزين مثل سيفاكس، ماسينيسا، ويوغرطة (جغلول، 1982، ص 18).

في أوجها (القرن الثالث إلى الأول قبل الميلاد)، عكست نوميديا قدرة الأمازيغ على تطوير مؤسسات سياسية وعسكرية وإدارية متقدمة، وأسست بدايات وعي بالانتماء السياسي والثقافي المحلي. ويشير جيمس ليفي إلى أنّ نوميديا لم تكن مجرد قوة عسكرية، بل شكّلت شاهداً على قدرة الأمازيغ على صياغة هوية سياسية مستقلة في مواجهة ضغوط القرطاجيين والرومان. (Levy, 1994, p.78)

كما يرى أبو القاسم سعد الله أنّ نوميديا تمثل أكثر من مجرد مرحلة عابرة قبل الاستعمار الروماني، فهي تجربة أصيلة في إدارة الحكم والسيادة، ومرجعية أولى في وعي الجزائري بذاته كفاعل حضاري متجذر

ورغم محدودية الوثائق والأدلة الأثرية، فإنّ ما يرد من إشارات إلى التحالفات، الحروب، وتنظيم الزراعة والعسكر يكشف عن هوية ثقافية عميقة الجذور، قائمة على الارتباط بالأرض والانتماء الجماعي. وقد ظلت هذه الهوية حاضرة رمزياً في المقاومة ضد الرومان، وامتدت جذورها حتى الذاكرة الوطنية المعاصرة (سعد الله، 1991).

وعليه، يمكن القول إنّ الوجود الروماني لم يكن بداية تشكل الهوية الجزائرية، بل محاولة لإخضاع كيان سياسي وثقافي قائم بالفعل، وهو ما يفسر المقاومة القوية التي أبدتها النخب النوميديّة، وعلى رأسها يوغرطة، في مواجهة محاولات الدمج والإلحاق (صحراوي، 2018، ص ص 113-125).

وفي هذا الإطار، ورغم شح المعلومات التاريخية حول وضعية المرأة الجزائرية بالفترة النوميديّة، إلا أنّ بعض الإشارات تكشف عن حضورها الرمزي والاجتماعي داخل الأسرة والقبيلة، خاصة في حفظ الموروث الشفهي من حكايات

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وأساطير شكلت جزءا من الذاكرة الجمعية. كما ارتبطت رمزية الملكة تينهيان بالشرعية والسلطة والانتماء، مما يعكس أن المرأة لم تكن عنصرا هامشيا، بل مثلت حلقة وصل في الاستمرارية الثقافية والوعي السياسي المبكر. ولا يزال هذا الامتداد الرمزي حاضرا حتى اليوم من خلال تسمية نوميديا التي تحملها بعض النساء الجزائريات، في دلالة على رسوخ تلك الحقبة في المخيال الثقافي والرمزي للهوية الجزائرية.

ب- الحقبة الرومانية: الامتداد الحضاري والمقاومة الرمزية

يجمع عدد من المؤرخين على محدودية الدراسات التي تناولت الحقبة الرومانية في شمال إفريقيا، وهو ما يرجعه أبو القاسم سعد الله إلى تأثير بعض المدارس الاستشراقية التي سعت إلى طمس الملامح الحقيقية للهوية الجزائرية، عبر التركيز على الروابط الجغرافية والثقافية مع أوروبا والحديث عن الجزائر كامتداد للحضارات الوندالية والبيزنطية، مع تجاهل بعدها العربي والإفريقي (سعد الله، 1991).

ومع ذلك، تبقى الحقبة الرومانية (من القرن الثاني قبل الميلاد إلى القرن الخامس الميلادي) من أطول الفترات وأكثرها حضورا في الذاكرة المادية للجزائر القديمة، إذ تركت آثارا شاخصة في مدن مثل تيبازة، تيمقاد، جميلة، تبسة وبوابة كراكلا... وهي معالم عمرانية - من مسارج وأقواس وأسواق - تعكس عمق التنظيم الحضاري الذي ميّز الفضاء الروماني (فركوس، 2003، ص ص 55-65). ويرى سعد الله أن بناء المدن وتنظيم الفضاءات العمومية يكشف عن تلاقٍ ثقافي ساهم في ترسيخ أبعاد فنية ومعمارية انعكست على بنية الوعي المحلي (سعد الله، 1991).

لم يقتصر التأثير على العمران، بل شمل اللغة والفكر. فاللاتينية صارت لغة الإدارة والنخبة، وتعمق الإمام بها إلى درجة سمحت للجزائري القديم بالانخراط في الفلسفة والتفكير المجرد، مما رسخ مكاسب فكرية شكلت جزءا من الرصيد الثقافي لاحقا أما دينيا، فقد سادت الوثنية الرومانية في البداية - بألهة مثل جوبيتر ومارس وفينوس - مع دمج بعض الرموز الأمازيغية لتيسير الاندماج. (Benabou, 1976, pp 331-337) ومع القرن الرابع، بدأت المسيحية تنتشر تدريجيا دون أن تلغي المعتقدات المحلية، خصوصا في الأرياف، حيث استمر التمسك بالمروروث الروحي الأمازيغي.

كما انعكس الحضور الروماني اجتماعيا عبر أنماط حضرية مثل الحمامات العامة، التي كانت فضاءات للاستحمام والتثقيف واللقاء الاجتماعي، وهي ممارسة ظلت متجذرة في المعيش الثقافي الجزائري (عقون، 2008،

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ص 266). وفي المجال الاقتصادي، تبنى السكان حرفا مثل النسيج وصناعة المصاييح والأواني الطينية، وانخرطوا في التجارة المتوسطية (فركوس، 2003، ص 114). حتى العادات واللباس تأثر بهوية الرومانية، إذ كان المتجنسون ملزمين بارتداء اللباس الروماني في الفضاء العام (عقون، 2008، ص 273-274).

لكن مقابل هذا التمدد الحضاري، سعت الإمبراطورية إلى تفكيك البنية القبلية الأمازيغية وفرض سياسة الرومنة الثقافية، مما هدد الخصوصيات المحلية (جغلول، 1982، ص 33). ورغم ذلك، ظل الأمازيغ متمسكين بلغتهم وتنظيمهم القبلي، خاصة في المناطق الداخلية والأوراس والقبائل، حيث حافظت مؤسسة "العرش" على دورها الاجتماعي والاقتصادي. وتجلت المقاومة أيضا في حركات مسلحة كحركة تاكفاريناس، التي واجهت محاولات الطمس والانصهار. (بريجة، 2015-2016، ص ص 91-92).

إن الوجود الروماني - برغم غناه العمراني والفكري - لم يؤسس لهوية بديلة، بل مثّل اختبارا لقدرة الهوية الجزائرية على التفاعل الانتقائي: استيعاب ما يفيد في العمران والفكر، مع الحفاظ على جوهرها المتمثل في اللغة، والعادات، والبنية القبلية. وهكذا تراكمت عناصر القوة في الهوية المحلية، لتظل متجذرة في الأرض ومقاومة لكل محاولات الطمس الثقافي.

ومن زاوية مقارنة اجتماعية، فالمرأة الجزائرية لم تكن بمعزل عن هذه التحولات، إذ انعكست سياسة الرومنة على موقعها الاجتماعي من خلال أنماط العيش واللباس وبعض الطقوس التي فُرضت في المدن الكبرى، غير أن حضور البنية القبلية الأمازيغية مكنها من الاحتفاظ بجزء معتبر من خصوصياتها الثقافية، وهو ما يعكس بدوره جدلية التكيف والمقاومة داخل التجربة النسوية الجزائرية في تلك الحقبة (Benabou, 1976).

ج- الحقبة الإسلامية: التثبيت القيمي وبناء المرجعية الحضارية

شكّل الفتح الإسلامي في القرن الأول الهجري/السابع الميلادي منعطفًا حاسمًا في تاريخ الجزائر الثقافي، إذ لم يكن مجرد توسع جغرافي، بل انتقالًا حضاريًا متكاملًا: عقيدة جديدة، لغة القرآن، وتنظيم اجتماعي مختلف. وبذلك تأسست هوية ثقافية جديدة تتجاوز الانتماءات القبلية نحو وحدة رمزية قائمة على الدين واللغة والانتماء للحضارة الإسلامية.

يشير المقرئ إلى أن الفتح الإسلامي للمغرب أدى إلى "تعريب ثقافي وسلافي لافت" (بلعرج، 2008، ص 8)، فيما يرى الزبير أن الإسلام "أعاد تشكيل البنية الاجتماعية الجزائرية، ووحد مكوناتها دون أن يلغي خصوصياتها

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المحلية" (الزيري، 1999، ص 44-46). وقد لعبت اللغة العربية دورًا حاسمًا في هذا التداخل، إذ أصبحت أداة للتعليم والإدارة، خصوصًا مع تشييد المساجد والمدارس (جغلول، 1982، تاريخ الجزائر الحديث، ص 60). كما ساهمت الهجرة الهلالية في القرن الخامس الهجري في توسيع المد العربي في الأرياف (سعدي، 1982، ص 121).

رغم مظاهر المقاومة الأولى، فإن الإسلام ترسخ أساسًا بفضل عدالة تعاليمه وانسجابه مع طموحات السكان للتحرر من الأنظمة السابقة (شريط، الميلي، 1965، ص 56). ونشأت لاحقًا دول محلية كالرستمية والموحدية والزبانية التي جسدت تداخلًا بين المرجعية الإسلامية والأرضية الأمازيغية، فطوّرت أنماط العيش والفنون والعمران، بتأثير من الأندلس والحجاز وإفريقيا (جغلول، 1982، ص ص 214_219). كما لعبت الزوايا والطرق الصوفية دورًا مركزيًا في تثبيت الهوية الشعبية، وجعلت من التصوف فضاءً للتعليم والمقاومة الرمزية.

انعكس هذا التحول أيضًا على المرأة الجزائرية، التي وجدت في الإسلام تكريمًا لمكانتها داخل الأسرة والمجتمع، وأصبحت فاعلة في نقل القيم الدينية والتربية والمشاركة في الحياة الصوفية (كشيدة، 2017، ص ص 80-90).

ويرى هشام جعيط أن الإسلام في شمال إفريقيا لم يكن دينًا فحسب، بل "مشروعًا حضاريًا وثقافيًا تحول إلى لغة للسيادة والانتماء" (جعيط، 1984، ص 43). أما محمد أركون فيؤكد أن "الهوية الإسلامية في الجزائر ليست نتيجة فرض خارجي، بل ثمرة تفاعل بين النص والواقع" (أركون، 2001، ص 132). وهكذا غدا الإسلام عمودًا فقريًا للهوية الجزائرية، ومرجعية ثقافية وروحية استند إليها الجزائريون لاحقًا في مقاومة الاستعمار الفرنسي.

د- الحقبة العثمانية: بين المحافظة الرمزية والتقيد المؤسسي للهوية

امتد الحكم العثماني في الجزائر من أوائل القرن السادس عشر حتى الاحتلال الفرنسي سنة 1830 وقد اتسم هذا الوجود بطابع مركّب يجمع بين المحافظة على المرجعية الدينية والاجتماعية للمجتمع، والتبعية السياسية والإدارية للباب العالي (Guerfi, 2007, p18).

حرص العثمانيون على دعم المؤسسات الدينية كالزوايا والمساجد، ما جعلها فضاءات للتنشئة الروحية والاجتماعية. كما حافظ السكان على أعرافهم وتقاليدهم ضمن الإطار العام للشرعية الإسلامية، وهو ما سمح باستمرار التعبيرات الرمزية والثقافية المحلية. في مجال الفقه اعتمد العثمانيون الحنفية، مع إبقاء المذهب المالكي

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أساساً للفتوى والقضاء. أما اللغة، فقد ظلت العربية لغة التعليم والدين، بينما اقتصرت التركية على الإدارة العليا والجيش، مما حال دون تحولها إلى لغة شعبية (الجيلالي، 1994، ص 510-512).

شهدت الجزائر خلال هذه الحقبة تعددية إثنية ولغوية (قبائل، شاوية، ميزاب، طوارق، عرب...) اجتمعت على الانتماء الإسلامي المشترك، فيما حافظت بعض الجماعات مثل الإباضيين على استقلالها المحلي. غير أن أبو القاسم سعد الله رأى أن العثمانيين لم يسهموا فعلياً في ترقية الحياة الثقافية، إذ لم يؤسسوا جامعات كبرى، كما أن اقتصار الإدارة على العنصر العثماني واستخدام التركية في المناصب العليا أسهم في تهميش العربية وتعزيز شعور الاغتراب السياسي (سعد الله، 2015، ص 13-18).

ورغم هذا النقد، وعلى الرغم من الروابط الدينية المشتركة، لم تكن أوضاع المرأة الجزائرية في العهد العثماني مساوية لنظيرتها العثمانية؛ فالأخيرة تمتعت بمكانة أوفر داخل البلاط والقصور، بينما ظلت الجزائرية خاضعة لسلطة الأعراف المحلية ومحدودية المشاركة العامة. وفي هذا السياق يشير أبو القاسم سعد الله إلى أن المرأة الجزائرية المسلمة لم تحظ بالاعتبار نفسه الذي مُنح للمرأة العثمانية أو حتى المسيحية، مما يعكس تمييزاً واضحاً وتهميشاً نسبياً في المعاملة (سعد الله، 2015، ص 18). ومع ذلك، لا يمكن إغفال أن العثمانيين تركوا بصمات ثقافية باقية إلى اليوم، من العمارة في القصبة وقسنطينة وتلمسان، إلى الأزياء التقليدية، والمطبخ، والموسيقى الأندلسية (المالوف) التي تأثرت بالتراث العثماني. كما ساهمت الزوايا والطرق الصوفية في حفظ الاستمرارية الروحية والاجتماعية، وهي التي قادت لاحقاً أشكال المقاومة ضد الاستعمار. وقد لعبت المرأة الجزائرية دوراً جوهرياً في هذا السياق عبر صون اللغة العربية في البيت، والمحافظة على العادات الأسرية والطقوس الشعبية المرتبطة بالمناسبات الدينية.

وعليه، مثّلت الحقبة العثمانية مرحلة تفاعل ثقافي انتقائي، احتفظ فيها الجزائريون بمرجعيتهم الإسلامية وتعدداتهم المحلية، في ظل سلطة سياسية خارجية، وهو ما أسهم في بلورة وعي جماعي صلب مهّد لمقاومة الطمس الاستعماري الفرنسي.

هـ- الحقبة الاستعمارية الفرنسية: محاولة الطمس وصمود الهوية

شكلت الحقبة الاستعمارية الفرنسية (1830-1962) إحدى أكثر الفترات قسوة على الهوية الثقافية الجزائرية، إذ لم يكن الاستعمار مجرد سيطرة عسكرية بل مشروعاً استيطانياً وإيديولوجياً يستهدف اقتلاع الذاكرة الجماعية وتعويضها بالمنظومة الفرنكفونية. اعتمدت فرنسا سياسة منهجية قوامها تفكيك البنى التقليدية، إغلاق المدارس

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

القرآنية، وتحويل التعليم إلى أداة للتغريب اللغوي والفكري، مع التضيق على المؤسسات الدينية والزوايا (رشيد، 2004، ص 47). وقد وصف مالك بن نبي هذا المشروع بأنه "استعمار للوعي قبل أن يكون استعماراً للأرض" (بن نبي، 2002، ص 98).

غير أن شراسة هذا الاستهداف أظهرت قدرة الهوية الجزائرية على المقاومة، إذ برزت الزوايا والمدارس الحرة كحصون لحماية اللغة العربية وتعليم القرآن، بينما قادت جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقيادة ابن باديس والإبراهيمي مشروعاً إصلاحياً لإحياء المقومات الدينية واللغوية، تحت شعار "الإسلام ديننا، العربية لغتنا، الجزائر وطننا" (مخلوفي، 2018-2019، ص 17). وإلى جانبها نشأ التيار الوطني الاستقلالي الذي ربط بين الدفاع عن الهوية واستعادة السيادة، في حين عبر التيار الإدماجي عن وهم الاندماج الثقافي في النموذج الفرنسي، قبل أن يتلاشى أمام تعنت الاستعمار (بعلوج، 2020، ص 261).

ولم يكن هذا الصمود حكراً على النخب أو الرجال؛ فقد أدت المرأة الجزائرية دوراً محورياً في الكفاح الثقافي والسياسي، إذ لم يكن الاستعمار الفرنسي غافلاً عن الدور التأسيسي للمرأة الجزائرية في الأسرة والمجتمع، لذلك سعى منذ بداياته إلى التحكم في تعليمها وتوجيهه بما يخدم أهدافه. فقد بين أبو القاسم سعد الله أنّ الإدارة الاستعمارية حاولت فرض تعليم مزدوج على الفتيات، يجمع بين الحد الأدنى من المعارف الأساسية وتقنيات الإبرة والخياطة، في محاولة للتقرب منها أكثر وحصر أدوارهن في المجال المنزلي وإبعادهن عن فضاء الوعي الوطني والثقافي. وبهذا المسعى تعمّدت فرنسا تجهيل المرأة الجزائرية وإقصاءها من المشاركة الفاعلة في المجال العمومي، لتصبح أداة لتمرير النموذج الثقافي الفرنسي داخل الأسرة (سعد الله، 1998، ج 3، ص 440). وقد أظهرت دراسات حديثة أن هذه السياسات الاستعمارية أسهمت في ارتفاع نسب الأمية بين النساء، غير أنّها فشلت في محو أدوارهن الرمزية، إذ واصلت المرأة عبر الفضاء الأسري والزوايا صون اللغة العربية والدين، وحماية العادات والتقاليد بما يعزز الهوية الوطنية (غربي، 2021، ص 9). ولم يكن هذا الصمود حكراً على النخب أو الرجال؛ فقد أدت المرأة الجزائرية دوراً محورياً في الكفاح الثقافي والسياسي، إذ لم يقتصر حضورها على نقل الرموز أو التعليم، بل شاركت بفعالية في المقاومة: من تهريب السلاح والمخابرة وارتداء الزي العسكري، إلى فتح البيوت كمدارس سرية لتعليم العربية والدين، فضلاً عن نضالها بالقلم والصوت في الصحف والمؤتمرات الدولية. حتى اضطرت السلطات الاستعمارية إلى تخصيص سجون للنساء المقاومات، ما يعكس حجم مساهمتهن في صون الهوية الجماعية. وهكذا، فإن مشروع الطمس الفرنسي فشل في إذابة المرأة الجزائرية في الهوية الفرنسية، بل ساهم

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ضغطه في بلورة وعي أعمق بخصوصيتها الثقافية والدينية، وترسيخ قناعة بأن الاستقلال لم يكن مجرد تحرر سياسي، بل تحرر ثقافي ورمزي بالدرجة الأولى.

و- الهوية الثقافية الجزائرية في مرحلة ما بعد الاستقلال: بين التوحيد والاعتراف بالتعدد

بعد الاستقلال سنة 1962، سعت الدولة الجزائرية إلى بناء هوية ثقافية موحدة تُؤسّس على ثلاثية "عربية، إسلامية، أمازيغية"، غير أنّ الأولوية أُعطيت للتعريب والربط بالحضارة العربية الإسلامية كرد فعل مباشر على سياسة الفرنسية، وهو ما ساهم في استعادة رمزية مفقودة لكنه همّش بعض المكونات الأخرى، خاصة الأمازيغية، فظهرت توترات هوياتية أبرزها في منطقة القبائل (بن حصير، 2012-2013، ص 72). في السبعينيات، تعزّز خيار التوحيد عبر سياسات التعليم والإدارة، بينما مثّلت الثمانينيات لحظة بروز المطالب الأمازيغية، ثم جاءت التسعينيات لتكشف تناقضات الخطاب الهوياتي مع صعود الإسلام السياسي، وصولاً إلى مطلع الألفية حين جرى الاعتراف بالأمازيغية لغة وطنية ورسمية، ما عكس انتقال النقاش من الإقصاء إلى التعدد (حمادوش، 2015، ص 75).

في هذا السياق، واصلت المرأة الجزائرية نضالها الثقافي، إذ أسهمت في التعليم والصحافة والإبداع الأدبي كفضاءات لحفظ الذاكرة الجماعية وصيانة الهوية، مركّزة على جدلية التوازن بين التقاليد والحداثة (حجال، بلحاجي، 2017، ص 70). ويُجسّد الأدب النسوي، على سبيل المثال، هذا التوتر من خلال استدعاء الموروث الشعبي واللغة المحلية إلى جانب الانفتاح على التعبير الحديث (بويرمة، سعاوي، 2022، ص 102). وعليه، فإن مرحلة ما بعد الاستقلال لم تكن مجرّد لحظة تأصيل رمزي، بل مساراً جدلياً بين التوحيد والاعتراف بالتعدد، لا يزال يلقي بظلاله على النقاش الثقافي إلى اليوم.

وعليه، يمكن القول أنّ الهوية الجزائرية في مرحلة ما بعد الاستقلال لم تتبلور كمعطى جاهز أو بناء مغلق، بل تشكّلت كسيرورة جدلية تراوحت بين مسعى الدولة إلى فرض نموذج موحّد يضمن اللحمة الوطنية، وبين مطالب المجتمع بالاعتراف بالتعددية الثقافية واللسانية، ومثّل فيها الإسلام المرجعية الرمزية الجامعة، فيما وُفّر التراث الأمازيغي والعربي معاً قاعدة للتنوع الثقافي، في حين أتاح الأدب والفنون فضاءً لتجديد التعبيرات الهوياتية. وفي قلب هذه الديناميات برزت المرأة الجزائرية فاعلاً أساسياً؛ إذ حافظت على الموروث في الحياة اليومية والفضاءات الشعبية، وفي الوقت نفسه ساهمت في الانفتاح على أنماط حديثة من التعبير والتعليم والمشاركة السياسية. وهكذا

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

فإن الهوية الثقافية الجزائرية ما بعد الاستقلال لم تكن مجرد عملية توحيد رمزي، بل هي سيرورة مفتوحة للتفاوض المستمر بين التعدد والوحدة، وهو ما يفسّر امتداد هذا النقاش إلى الحاضر وارتباطه بالتحولات الاجتماعية والسياسية الجارية.

يتضح من خلال تتبع المسار التاريخي أن الهوية الثقافية الجزائرية لم تكن معطى جاهزا أو بناءً أحادي البعد، بل تشكلت عبر سيرورة طويلة من التفاعل والصراع مع مختلف المؤثرات الحضارية. فقد أرسى العهد النوميدي أسس الانتماء السياسي والثقافي المحلي، بينما مثل الوجود الروماني امتحانا صعبا للتمايز والمقاومة الرمزية. ومع الفتح الإسلامي برزت المرجعية الدينية واللغوية التي صارت العمود الفقري للهوية، في حين حافظت الحقبة العثمانية على هذا البعد مع فسخ المجال لتعددية إثنية وممارسات محلية متجذرة. ثم جاءت الحقبة الاستعمارية الفرنسية لتكشف عمق الارتباط بالموروث الإسلامي والعربي والأمازيغي في مواجهة مشروع الطمس والفرنسة، وهو ما تعزز بعد الاستقلال بمحاولة توحيد الهوية ضمن ثلاثية جامعة مع السعي للاعتراف بالتعدد. وهكذا فإن المرجعية السوسيوثقافية للهوية الجزائرية تقوم على جدلية المقاومة والتجذر، إذ لم تنصهر في الوافد رغم قوة تأثيره، بل أعادت تشكيل ذاتها باستمرار، محافظة على مقوماتها الأساسية المتمثلة في الإسلام، اللغة العربية والأمازيغية، والانتماء إلى مجال جغرافي وحضاري خاص.

المطلب الثاني: المرأة الجزائرية كفاعل ثقافي: حاملة للهوية وممارسة لمقوماتها

لم تكن المرأة الجزائرية عبر التاريخ عنصرا هامشيا في تشكيل الهوية الثقافية، بل فاعلا محوريا في صون الذاكرة الجماعية ونقل القيم والحفاظ على تماسك البنية الرمزية للمجتمع، خصوصا في الفترات الحرجة التي شهدت اهتزاز الكيان الجماعي أو تهديده بفعل الاحتلال والتغيرات البنيوية. فقد أدت أدوارا أساسية في نقل اللغة وتعليم القيم الدينية وصون العادات والتقاليد، من خلال وظائفها الاجتماعية كأم ومربية وراوية ومنتجة للفنون الشفهية (الحكايات، الأمثال، الأهازيج...).

خلال العهد العثماني ثم فترة الاحتلال الفرنسي اكتسبت المرأة موقع "الحارسة الصامتة" للهوية، إذ تحولت الأسرة بقيادتها إلى فضاء لإعادة إنتاج الموروث الثقافي ومقاومة الاستلاب. ويشير بعض الباحثين إلى أن الموروث وصل إلينا عبر ما يسمى بـ "الاستمرارية الأنثوية"، أي عبر القنوات التي أوجدتها المرأة للحفاظ على الشخصية الجماعية من الانحواء (غربي، 2021، ص9). وفي السياق نفسه يؤكد عبد القادر جغلول أن الجزائرية "حملت الفكر

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المقاوم بالمحافظة على النمط المعيشي التقليدي، وعلى اللغة والرموز الشعبية، فكانت جدار الصد الأول أمام التفسخ الثقافي الذي روجه الاستعمار الفرنسي" (جغلول، 1982، ص91).

كما مثلت المرأة فضاءً موازيا لنقل الهوية عبر تفاصيل الحياة اليومية، في مقابل استهداف المؤسسات التعليمية والثقافية الرسمية. وعليه فإن الحديث عن المرأة الجزائرية لا يقتصر على بعدها الرمزي أو العاطفي، بل يتجلى في كونها فاعلا عضويا في إعادة إنتاج الموروث وتحديد عبر الأجيال، وحارسة لمقومات الهوية من الدين واللغة إلى القيم والرموز. فهي جسّر بين الماضي والحاضر، تحفظ الذاكرة وتصد محاولات الطمس أو التغريب، ما يجعل استحضارها ضروريا في كل تفكيك للهوية الجزائرية وفهم آليات صمودها.

أولا: البعد الديني في تشكيل هوية المرأة الجزائرية

يُعدّ الدين من أعمق المكونات التي أسهمت في تشكيل هوية المرأة الجزائرية، إذ ارتبط المجتمع الجزائري منذ الفتح الإسلامي بمرجعية الإسلام التي لم تكن مجرد منظومة اعتقادية، بل نظاما شاملا يوجه السلوك الفردي والجماعي، ويؤطر الأخلاق والأدوار الاجتماعية (بن نبي، 2000، ص103). فقد وجد الجزائريون في الإسلام ما يلئم نزوعهم التاريخي إلى الحرية وعدم الخضوع، كما عبّر عن ذلك عبد الله شريط ومحمد الميلي في كتابهما الجزائر في مرآة التاريخ، حيث اعتبرا أن الروح الجماعية البربرية وجدت في القيم الإسلامية صدى لطبيعتها التواقية إلى الانعتاق (شريط، الميلي، 1965، ص 157).

ضمن هذا السياق، لم تتلقّ المرأة الجزائرية الدين كسلطة مفروضة، بل انخرطت في مشروعه القيمي والروحي، فكانت حافظة للقرآن، مؤدية للشعائر، وناقلة للأحاديث والقصص الدينية داخل الأسرة، كما أسهمت الزوايا في تنشئتها وتكوينها عبر التعليم الديني والطقوس الاجتماعية، مما جعلها وسيطا أساسيا لإعادة إنتاج الهوية الدينية عبر الأجيال (سعد الله، 1998، ص 212). وقد تجلّى هذا الدور أيضا في حضورها بالمواسم والاحتفالات الدينية الكبرى كالأعياد والمولد النبوي وعاشوراء، حيث مثلت تلك المناسبات فضاءات للتنشئة الرمزية والتعبئة الثقافية.

كما جسدت المرأة الجزائرية الدين باعتباره درعا للممانعة الثقافية في مواجهة الاستعمار الفرنسي، إذ اعتُبرت الأم والزوجة رمزين لصون الشرف الإسلامي، فيما جعلت الحركة الوطنية من صورة "المؤمنة" أيقونةً للمحافظة على أصالة المجتمع. وقد أبرزت بعض الدراسات الحديثة أن الخطاب الثوري نفسه وظّف مفردات دينية مثل "الجهاد" و"الاستشهاد" و"الكرامة" من أجل تعبئة الجماهير وشحذ هممها (طاهري، جوية، 2023، ص

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

508). وبذلك لعبت التنشئة الدينية اليومية التي بنتها المرأة في أبنائها دورا موازيا للإنتاج الرمزي للمؤسسات الرسمية.

ورغم التحولات الاجتماعية والانفتاح الإعلامي المعاصر، ظل الدين الإسلامي أحد الثوابت في تشكيل تمثيلات المرأة الجزائرية لذاتها وعالمها، سواء من موقع التمسك بالممارسات التقليدية أو من خلال صيغ تأويلية جديدة. وهو ما يبرز ديناميكية البعد الديني بوصفه مقوما أساسيا في الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.

ثانيا: اللغة: مقوم هوياتي وحضور نسوي في صيانة الذات الثقافية

تُعد اللغة أحد أهم مقومات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، فهي ليست مجرد أداة للتواصل بل فضاء رمزي يؤثر الذاكرة الجماعية ويشكل تمثيلات الذات، كما يؤكد الشريف كرمة: "اللغة فكر ووجدان وإرادة" (كرمة، 2006، ص42).

وفي السياق الجزائري، ارتبطت الهوية باللغتين الرئيسيتين: العربية التي حملها الإسلام مع الفتوحات الإسلامية وترسخت تدريجياً لتصبح لغة رسمية وسياسية ضمن سياسة التعريب بعد الاستقلال (بن ناصر، 2024، ص261)، والأمازيغية باعتبارها اللسان الأصلي الذي أعطى المرأة الجزائرية بعداً إثنيًا وجغرافيًا، وأخذ مكانه الطبيعي في المنظومة التربوية والثقافية بعد مطالب وأزمات عديدة (مناصرة، 2014، صص168-170). أما اللهجات العامية فشكّلت امتداداً حياً للتعبير الشعبي، رغم تأثيرات اللغات الأجنبية (أبيش، 2023، صص38-39).

اضطلعت المرأة بدور محوري في صون هذا الرصيد اللغوي ونقله للأجيال، إذ كانت الوسيط الأول لتلقين الطفل لغته الأم، وناقلة للغة الشفوية عبر الحكايات والأهازيج والأمثال، ما جعلها، خاصة في الأوساط الريفية والأقل تدرّساً، حارسة طبيعية للغة العربية والأمازيغية. ويشير مالك حداد إلى أن "المرأة أنقذت العربية من النسيان لأنها لم تتعلم الفرنسية قط" (ننوع، 1995، ص62).

خلال الاحتلال الفرنسي، تحولت اللغة إلى مجال للمقاومة الرمزية؛ فقد حافظت النساء على لغتهن في الفضاء الأسري، وحرصن على تعليم العربية والقرآن بعد إغلاق المدارس القرآنية، وهو ما يعكس قول عبد السلام المسدي: "اللغة فضاء تمارس فيه المقاومة الثقافية من داخل الحياة اليومية" (المسدي، 1991، ص57).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

يُظهر التعدد اللغوي في الجزائر فسيفساء ثقافية غنية، تشمل العربية الفصحى والعامية، الأمازيغية بلهجاتها المتنوعة، الفرنسية كلغة أجنبية أولى، وبعض الكلمات المستعارة من التركية والإسبانية نتيجة الاحتكاك التاريخي بالبحر المتوسط (خلادي، 2015، ص14). وقد كانت المرأة الجزائرية الضامن الأكبر لاستمرارية هذا التعدد اللغوي من خلال دورها التربوي والاجتماعي، مما حافظ على الهوية الثقافية الوطنية ومقاوم لمحاولات الطمس والتغريب (فاسي، 2021).

وعليه، فإن التعدد اللغوي في الجزائر ليس مجرد واقع اجتماعي، بل نتاج تراكمات تاريخية واحتكاكات حضارية متواصلة، من الأمازيغية الأصيلة إلى الفتوحات الإسلامية والتأثيرات العربية، مروراً بالحقب الاستعمارية العثمانية والفرنسية، وما أفرزته من لغات ولهجات متنوعة. ويجسد هذا التنوع مرونة المجتمع الجزائري وقدرته على استيعاب المؤثرات المختلفة دون فقدان هويته الجوهرية، فيما لعبت المرأة دوراً محورياً في صيانة هذا الرصيد اللغوي ونقله للأجيال، مؤمنة باستمرارية الهوية الثقافية وحماية الانتماء الاجتماعي والثقافي، لتظل اللغة عنصراً مركزياً ومكماً للهوية الوطنية والثقافية.

ثالثاً: التاريخ كمقوم هوياتي وشخصية المرأة الثورية

يُعدّ التاريخ أحد أبرز المقومات التي أسهمت في صياغة الهوية الثقافية الجزائرية، ليس فقط بوصفه سجلاً للأحداث، بل باعتباره ذاكرة جمعية تمنح الانتماء معنى وامتداداً زمنياً وروحياً. فقد أكد مالك بن نبي أن التاريخ يشكل ركيزة أساسية في بناء الوعي الجماعي، حيث اضطلعت المرأة فيه بدور محوري لم تكن فيه مجرد شاهدة على الأحداث، بل فاعلة في حفظ الموروث ونقل القيم والمعاني للأجيال، لتغدو بذلك ضامنة لاستمرارية الهوية الثقافية (بن نبي، 1986، ص ص118-119). ومن ثمّ برزت كنموذج صلب يستمد قوته من تراكمات ثقافية وتاريخية متجذرة.

هذا الوعي يتقاطع مع ما طرحه عمار بلخوجة الذي اعتبر أنّ الاستعمار لم يكن غزواً للأرض فقط، بل اعتداءً على الذاكرة الجماعية ومحاولة لطمس الهوية، مما جعل كتابة التاريخ وإحيائه شكلاً من أشكال المقاومة الثقافية (عطار، 2017، ص ص81-82). وفي هذا الإطار، برزت المرأة كفاعل مركزي في صون الذاكرة الوطنية، إذ لم يقتصر دورها على المقاومة المباشرة بل شمل الحفاظ على الرموز والقيم التي حاول الاستعمار محوها.

وقد تجلّى هذا البعد التاريخي بصورة أوضح في شخصية المرأة الثورية إبان الاحتلال الفرنسي، حيث جسدت رموز مثل فاطمة نسومر، حسيبة بن بوعلي، وجميلة بوحيرد التكامل بين المقاومة المسلحة والمقاومة الرمزية. وقد

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أبرز فرانتز فانون هذا الدور حين اعتبر أن المرأة الجزائرية شكّلت "حجر الزاوية" في النضال التحرري، ليس فقط عبر مشاركتها في الكفاح المسلح، وإنما أيضاً من خلال إعادة إنتاج الهوية في الفضاء الأسري والاجتماعي (Fanon, 1959, p 48). وقد تنبّه الاستعمار إلى هذه المكانة الرمزية، كما عبّر الجنرال كامبون بالقول: "إذا أردنا أن نسيطر على الجزائر فعلياً أن نكسب المرأة أولاً" (سعادة، 2017، ص 300).

وعليه، فإن البعد التاريخي يكشف أن المرأة الجزائرية لم تقتصر على حفظ الذاكرة، بل ساهمت في صناعة التاريخ ذاته، لتغدو شخصية المرأة الثورية تجسيدا حياً للهوية الثقافية القائمة على المقاومة والصمود وإعادة إنتاج الذات عبر مواجهة الاستعمار وإرثه.

رابعا: البعد الأخلاقي والقيمي كمقوم هوياتي في شخصية المرأة الجزائرية

يُعَدّ البعد الأخلاقي من الركائز الجوهرية للهوية الثقافية الجزائرية؛ إذ لا يقتصر على كونه منظومة قيمية موجّهة للسلوك الفردي والجماعي، بل يمثل أيضاً ذاكرة رمزية للمجتمع تنتقل عبر التربية والدين والعلاقات اليومية. وفي هذا الإطار حضرت المرأة الجزائرية بوصفها الحارسة الأمينة لهذه المرجعية، إذ حملت على عاتقها مسؤولية غرس القيم ونقلها للنشء من خلال أدوارها في التنشئة الأسرية والاجتماعية.

لقد أسهمت المرأة في ترسيخ قيم مثل الصدق، والحياء، وصون الشرف، وصلة الرحم، والكرم، وهي قيم منحت الهوية الجزائرية عمقها الرمزي ووفرت للمجتمع تماسكه. ولم يقتصر هذا الدور على المجال العائلي، بل امتد إلى الفضاءات الاجتماعية الأوسع، حيث شكّلت المرأة سلطة رمزية تضبط التفاعلات اليومية، خاصة في الأوساط الريفية والمحافظة (بوبريمة وسعداوي، 2022، ص 111). وفي هذا السياق يرى مالك بن نبي أن لمجتمع الذي تفقد فيه المرأة وعيها الأخلاقي هو مجتمع يسير نحو الانهيار، مؤكدا مكانتها كصانعة للقوة المعنوية للأمة (بن نبي، 1986، ص 91).

كما أن المرجعية الإسلامية منحت المرأة موقعا تكريميا ضمن نسق قيمي قائم على التكامل والاحترام، وهو ما عزز دورها بوصفها "ذاكرة متحركة للقيم" (أركون، 1995، ص 189). وقد أدرك الاستعمار الفرنسي هذا الدور الحيوي فحاول اختراقه عبر سياسات التغريب ونزع الحشمة وإضعاف سلطة المرأة داخل الأسرة. وتظهر الدراسات الحديثة أن الخطاب الاستعماري صوّر المرأة الجزائرية ككائن ضعيف مسلوب الإرادة، وأن قيمها الأخلاقية ليست سوى أدوات لتكريس تخلف المجتمع، مستهدفا بذلك تقويض سلطتها الرمزية (عقال، 2024، ص 218). غير أن تشبث المرأة بهذه القيم جعل منها خط الدفاع الأول عن الهوية الأخلاقية للمجتمع، خاصة

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

خلال مرحلة الاحتلال حيث تحولت العفة وصور الشرف إلى رموز للمقاومة الثقافية بقدر ما كانت أسلحة رمزية في مواجهة محاولات التغريب.

وعليه، فإن البعد الأخلاقي لا يمثل مجرد عنصر عارض في تكوين الهوية النسائية الجزائرية، بل هو مقوم مؤسس منحها عمقا رمزيا وشرعية اجتماعية، وجعلها فاعلا ثقافيا يضمن استمرارية الموروث القيمي ونقله عبر الأجيال.

خامسا: التراث المادي واللامادي كمقومات للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

لا يمكن مقارنة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بمعزل عن التراث في مستوييه المادي واللامادي، إذ يمثل هذا الأخير الخزان الرمزي والمرئي الذي تعكس من خلاله الجماعة تصورهما لذاتها، وتعيد عبره إنتاج وجودها الثقافي واستمراره. فالتراث اللامادي يضم كل ما لا يلمس ماديا من عادات وتقاليد ومعتقدات وفنون شفوية تشكل الذاكرة الحية للأجيال، بينما يمثل التراث المادي في الأزياء التقليدية، الحرف، أدوات الزينة، والفضاءات المعمارية التي تحمل بصمات الإبداع النسوي وتجسد في الوقت نفسه تمثلات الهوية الجمعية.

ويمتاز التراث الجزائري بثناء وتنوع فريدين، إذ تتداخل فيه المكونات الأمازيغية والعربية والإسلامية والمتوسطية، وهو تنوع يجد انعكاسه في الممارسات النسوية بشكل خاص. فالمرأة لم تكن مجرد حافظة لهذا التراث، بل فاعلا أساسيا في نقله وصونه وإعادة إنتاجه، سواء من خلال الطقوس والممارسات اليومية أو عبر مساهمتها في استدامة الفنون الشعبية والصناعات التقليدية.

وعليه، فإن تناول التراث المادي واللامادي لا يراد به استحضار الماضي في صورته الجامدة، بل إبراز دوره الحيوي في تشكيل الهوية وصونها، وكذا في التعبير عن الذات النسوية الجزائرية بما تحمله من تنوع ثقافي وتجذر تاريخي في المكان والزمان.

أ- التراث اللامادي استمرارية الذاكرة الجماعية في المعيش النسوي

يُعدّ التراث الثقافي اللامادي أحد الركائز الجوهرية للهوية الجزائرية، إذ يجسد الذاكرة الجماعية ويعكس التصورات التي راكمتها الأجيال عبر التاريخ. وهو لا يقتصر على التقاليد الشفوية والفنون الشعبية، بل يشمل منظومة واسعة من الممارسات والطقوس والمعارف التي تُنقل باستمرار من جيل إلى آخر، وتُعاد صياغتها بما ينسجم مع التحولات الاجتماعية (أبو زيد، 1972، ص 310). وقد عرّفته منظمة اليونسكو بأنه "الممارسات، والتصورات،

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وأشكال التعبير، والمعارف، والمهارات التي تعترف بها الجماعات بوصفها جزءاً من تراثها الثقافي، والتي تنتقل من جيل إلى آخر وتُعاد صياغتها باستمرار (UNESCO, 2003).

في هذا السياق اضطلعت المرأة الجزائرية بدور مركزي، إذ لم تكن مجرد حافظة للموروث بل فاعلة في إعادة إنتاجه وإغنائه. فقد ساهمت في صيانة هذا التراث عبر الحكايات الشعبية، الأغاني والأهازيج، الأمثال والأساطير، كما ارتبط حضورها بالطقوس الاجتماعية والدينية مثل الأعراس، الأعياد، المواسم الفلاحية، والاحتفالات الشعبية. كذلك كان لها دور محوري في الممارسات اليومية كتحضير المأكولات التقليدية، الطب الشعبي، وصيانة العادات الجماعية (هنشيري، 2017، ص 105-106).

وقد بيّنت الدراسات الأنثروبولوجية أن المرأة مثّلت الوعاء الحي لهذا الموروث، حيث نقلته شفهيًا من جيل إلى جيل عبر الحكايات والأمثال والطقوس، مما جعلها حارسة لذاكرة رمزية غنية تتجدد باستمرار (التيجاني، 2014، ص 156). وما يميز هذا التراث أنه يتمتع بمرونة عالية، إذ يملك قدرة على التكيف مع التحولات الاجتماعية دون أن يفقد جذوره، كما يتجلى في الفنون الشفهية الشعبية التي تستحضر الذاكرة الجماعية وتعيد إنتاجها في صيغ متجددة (دياب، 1980، ص 170).

2. العادات والتقاليد المرتبطة بالمناسبات الاجتماعية والمعتقدات الدينية ودور المرأة في تمثيلها

تشكل العادات والتقاليد في المجتمع الجزائري نسيجًا متجددًا من الممارسات الرمزية التي تمنح الأفراد شعورًا بالانتماء والاستمرارية. فهي ليست مجرد أنماط سلوكية متكررة، بل مؤشرات على الهوية الجماعية ومعايير تضبط العلاقات الاجتماعية. وتترسخ الثقافة الجزائرية بأشكال متنوعة من العادات ذات الطابع الديني والاجتماعي والشعبي، مثل الأعراس، المناسبات الدينية، الأكلات الشعبية، الألبسة التقليدية، وأفعال التضامن الجماعي كـ"التويّزة".

وقد أكد الباحث الأنثروبولوجي سعيد محمد أن "الشعب الجزائري ظل يمارس عاداته وتقاليده بصورة طبيعية ومنتظمة، فهي جزء لا يتجزأ من شخصيته وهويته وحضارته" (سعيد، 2013، ص 25).

وقد صنّف عبد الحميد بورايو هذه التقاليد إلى ثلاثة محاور رئيسية: طقوس دورة الحياة (الميلاد، الختان، الزواج، الوفاة)، الأعياد والمناسبات المرتبطة بدورة العالم (الأعياد الدينية والوطنية والزراعية)، والمعاملات الاجتماعية اليومية (آداب المائدة، الاستقبال، الضيافة، فض النزاعات) (بورايو، 2007، ص 39). وفي جميع هذه الطقوس تؤدي

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

المرأة دورًا محوريًا باعتبارها الحاملة الرمزية والوعاء الحي لهذه الممارسات، إذ تنقل القيم والمعتقدات المرتبطة بها شفويًا، وتحافظ على رموزها من أزياء وأهازيج وأطعمة وأدعية، بما يعزز الانتماء الجماعي ويكرس الذاكرة الثقافية. وتبرز هذه الوظيفة الرمزية أيضًا في المعتقدات الدينية والطقوس المنزلية والمناسبات الموسمية، حيث تشرف المرأة على ممارستها وضمان استمراريتها من خلال التربية غير الرسمية التي تقوم بها الأم، والتي تُرسخ القيم بشكل أعمق من أي مؤسسة رسمية. فعلى سبيل المثال تُرسخ القيم الدينية من خلال تفاصيل الحياة اليومية كالتهنئة، الدعاء، أو تنظيم الجلسات الأسرية، وهو ما اعتبره مالك شبل غرسًا عمليًا للتدين الشعبي من خلال الطقوس الرمزية داخل البيت (Chebel, 1995, p81).

ويُعدّ الزواج أبرز مثال على هذه العادات الطقوسية، إذ يتجاوز كونه عقدًا اجتماعيًا ليُشكّل طقس عبور يجمع بين الأبعاد الدينية والرمزية والاجتماعية. وقد عُرفت الجزائر منذ العهد العثماني بطقوس خاصة في الزواج كالخطوبة، المهر، الحناء والزفاف، التي لا تزال حاضرة حتى اليوم رغم صيغها المتجددة (بن الشيخ، 2013، ص 190-191). كما تتنوع المظاهر الاحتفالية لتشمل الأزياء التقليدية (الشدة التلمسانية، الكاراكو، الجبة النيلية، البلوزة الوهرانية) والمأكولات الشعبية والموسيقى، مما يعكس ثراء التراث المادي واللامادي معًا (بريجة، 2015-2016، ص 125).

وعليه، فالمرأة الجزائرية ليست مجرد مستودع للتقاليد، بل فاعلة في إعادة إنتاجها وصياغة معانيها بما يواكب التحولات الاجتماعية دون التفريط في جوهرها الرمزي. فهي المشرفة على الطقوس، حافظة الرموز، ومنتجة المعاني التي تمنح للمناسبات بعدها الروحي والاجتماعي، الأمر الذي يجعلها عنصرًا محوريًا في استمرارية الهوية الثقافية الجزائرية وصونها عبر الأجيال.

3. الفلكلور الشعبي كذاكرة حية وهوية رمزية تحتفظ بها المرأة

يمثل الفلكلور الشعبي في المجتمع الجزائري خزانًا رمزيًا يُجسد الهوية الجماعية ويعيد إنتاج معانيها عبر أشكال تعبيرية متنوعة كالحكاية، الأسطورة، الشعر الشعبي، الأمثال والحكم، الأغاني والرقصات. وهو في مجمله تراث شفوي لا يكتسب قيمته من النصوص المكتوبة بقدر ما يستمدّها من التداول الحي الذي تشرف عليه المرأة (بورايو، 2007، ص 39).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

فالمراة الجزائرية، خصوصًا في الفضاء العائلي، هي الحكواتية التي تروي القصص للأطفال، والمغنية في الأعراس، وناقلة الأمثال في المواقف اليومية، وحافظة الشعر الشعبي الذي يؤطر قيم الشجاعة والصبر والانتماء. هذه الممارسات ليست مجرد تسلية بل تؤدي وظائف تربوية واجتماعية ومعرفية، ما يجعلها حافظة للذاكرة الجمعية.

• **الحكاية الشعبية:** شكل رمزي يفسر العالم والمجهول، ويمثل نظامًا لتأويل الواقع (ستروس، 1977، ص 235) وقد أبرزت الدراسات أن هذه الحكايات تعكس البنى الاجتماعية التقليدية (الأسرة الممتدة، السلطة الأبوية، الفوارق الطبقية) (سنوسي، 2012، ص 40). كما جسدت شخصيات نسوية رمزية مثل لالة خديجة ولالة فاطمة، ما يعكس مكانة المرأة في المخيال الشعبي.

• **الأمثال الشعبية:** خلاصة التجارب الجماعية ورأسمال رمزي يُختبر فيه الوعي الاجتماعي والقيمي (بورايو، 2007، ص 57). وقد كانت الأمهات والجندات أولى الحاملات لها في التربية والحياة اليومية، مما يؤكد الطابع الأثني للذاكرة الشعبية.

• **الشعر الشعبي:** أحد أبرز أنماط الأدب الشفوي، ارتبط بالمناسبات الاحتفالية والمقاومة، وشكل وسيلة للتعبير عن الوجدان الجماعي. وقد شاركت المرأة في إنشاده أو إلهامه، خاصة في المجتمعات الريفية والجنوبية (بورايو، 2007، ص 51).

• **الرقص وفنون الأداء:** يتجلى الثراء الثقافي الجزائري في تنوع الرقصات الشعبية التي تختلف من منطقة إلى أخرى؛ فالرقص الشاوي يمتاز بإيقاعه الحماسي، بينما يتميز القبائلي بانسيابيته المصاحبة للناي والدربوكة، في حين يعكس الرقص النايي والرحبة أبعادًا بدوية احتفالية، أما المالوف فيحمل طابعًا أندلسيًا حضريًا. وكما تتنوع الرقصات، تتنوع الأغاني التي تؤديها النساء غالبًا بشكل جماعي في الأعراس والمناسبات، حيث تختلف الألحان والكلمات باختلاف المناطق لكنها تشترك في تعزيز الانتماء والفرح. أما الأداء المسرحي التقليدي فظل محدودًا بحكم العادات والتقاليد، واقتصر على أشكال تعبيرية مدججة بالطقوس الجماعية كالاحتفالات والمواسم (هنشري، 207، ص ص 103-104).

رغم أن الثقافة الشعبية غالبًا لا توثق الأسماء الفردية، فإن حضور المرأة في الفلكلور كان مؤسسًا ومحوريًا؛ فهي الذاكرة الحية التي تضمن استمرارية هذا التراث، ليس كمستهلكة له فقط، بل كمنتجة وناقلة ومؤسسة لذاكرة شفوية تحمي المجتمع من الانقطاع الثقافي.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ب- الموروث المادي: تمثلات الهوية النسوية عبر اللمس واللون والصباغة

يمثل التراث المادي أحد الأبعاد الجوهرية للهوية الثقافية الجزائرية، إذ يجسد الخصوصيات الحضارية والاجتماعية في مظاهر ملموسة كالأزياء والزخارف والأدوات والعمارة والحرف التقليدية. فهو ليس مجرد أشياء مادية، بل منظومة رمزية تحتزن الذاكرة الجماعية وتعكس استمرارية العيش المشترك (أبو زيد، 1972، ص 47). وقد اضطلعت المرأة بدور محوري في حفظ هذا الرصيد عبر الممارسات اليومية كتحضير المأكولات وصيانة الطب الشعبي والعادات الاجتماعية، إضافة إلى إسهاماتها الحرفية التي منحت الهوية أبعادها الجمالية والرمزية (هنشيري، 2017، ص 242-243). وإذا كان التراث اللامادي يحتزن القيم والتمثلات، فإن التراث المادي يمنحها شكلاً محسوساً يربط المعنى بالشيء والذاكرة بالموضوع (سوكولوف، 2000، ص 21).

كما تؤكد الدراسات الأنثروبولوجية أنّ المرأة لم تكن ناقلة لهذا الموروث فقط، بل مساهمة في إعادة إنتاجه وتكييفه مع التحولات الاجتماعية، من خلال تطوير وصفات الطبخ وتجديد الأزياء التقليدية لتلائم العصر دون التفريط في الجذور (دياب، 1980، ص 170). ويتجلى هذا البعد أيضاً في الشواهد العمرانية والفنية كالقصبات، القصور، الزوايا، المساجد، والمخطوطات، إلى جانب الصناعات التقليدية كالفخار، النسيج والحلي. ولم تكن هذه الأخيرة مجرد وسائل للزينة، بل رموزاً للانتماء والهوية الجماعية. ورغم محاولات الطمس الاستعماري وتحديات العولمة الراهنة، ظل حضور المرأة في صون التراث المادي ضماناً لاستمراريته وجسراً يربط الماضي بالحاضر (هنشيري، 2017، ص 244-246).

1. اللباس التقليدي: هوية تُرتدى

يُعدّ الزي التقليدي النسوي المتوارث من جيل إلى آخر أحد أبرز الرموز المرئية للانتماء الاجتماعي والإثني، كما يُجسد أحد مظاهر التنوع الثقافي في الجزائر. وتُقبل المرأة الجزائرية على ارتدائه خاصة في المناسبات الكبرى كالأعياد الدينية، حفلات الزواج والمناسبات المختلفة.

وقد صَنَّف المركز التفسيري للباس التقليدي، الذي تأسس عام 2012 عقب إدراج زي الشدة التلمسانية أو لبسة القفطان ضمن لائحة اليونسكو للتراث الثقافي غير المادي للإنسانية، الأزياء النسوية الجزائرية باعتبارها جزءاً من منظومة مادية تُجسد الهوية. ويقع مقر هذا المركز في قصر الزيانين الملكي بتلمسان (قصر المشور)، وهو أحد المعالم الأثرية البارزة التي تحتفظ بالذاكرة الجماعية (خيدر، 2021، ص 204).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وتتعدد الأزياء التقليدية النسوية بين:

- **الألبسة الملحفية:** مثل الحايك (أو الكسا، السفساري، الملاية السوداء)، المنتشر في شرق البلاد (تبسة، قسنطينة، عنابة، سطيف، أم البواقي) (جعفري، 2018، ص 345-346). ومن أنواعه حايك المومة، حايك العشعاشي، وحايك السفساري (أحمد، 2018، ص 146). وقد مثّل الحايك علامة مادية تحتزن قيم العفة والخصوصية والانتماء، فيما صوّره الخطاب الكولونيالي رمزًا للتخلف والجمود، بينما ظلّ في المخيال الشعبي تجسيدًا للكرامة وصون الشرف (سعادة، 2017، ص 302).
 - **الملحفة ذات الأخراس:** التي تُعرف بها المرأة الشاوية خاصة في منطقة الأوراس.
 - **القوطة المقلّمة:** مخططة بألوان متعددة، ولا تزال منتشرة في منطقة القبائل (طيان، 1991، ص 113-114).
 - **الأزياء الرأسية:** مثل قندورة القطيفة (الفرقاني) المميزة لمدينة قسنطينة، والبلوزة الوهرانية التي تُرفق بالجلطيطة وحزام وحليّ ذهبي أو فضي في الغرب الجزائري.
 - **الفساتين الدائرية (الكشكاش):** كالفستان النايلي والبونوار (البنوار السطايفي) المنتشر في سطيف المسيلة وبوسعادة والجلفة.
 - **التاقدورت (الجبة القبائلية الأمازيغية):** تُرفق بحزام وخمار، مع تنوع طرق ارتدائها بحسب المناسبات (تمساوت، 2021، ص 539-540).
 - **السروال الجزائري:** ارتدته النساء منذ العهد العثماني بأشكال متعددة، بعضها خاص بالبيت والعمل المنزلي، وأخرى أكثر فخامة للمناسبات والأفراح، وأخرى للخروج مثل سروال الزنقة.
- كما يشمل التراث المفصل قفاطين الأفراح كالقفطان الجزائري الذي يختلف من منطقة إلى أخرى في التطريز والزخرفة. ورغم أنه كان في الأصل زياً رسمياً خاصاً برجال الدولة العثمانية، إلا أنه تحوّل لاحقاً إلى زي نسوي شعبي، خاصة في تلمسان، الجزائر العاصمة، وهران. ومن أنواعه: قفطان القرنفلة، قفطان الباي، قفطان القاضي، إضافة إلى سترة جبدولي المطرزة والمنصورية والشدة التلمسانية (طيان، 1991، ص 110).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وبفضل قيمته التاريخية والجمالية، أدرجت اليونسكو الشدة التلمسانية ضمن لائحة التراث الثقافي غير المادي للإنسانية. وهكذا، يُبرز اللباس التقليدي التعدد الثقافي والجغرافي للمجتمع الجزائري، ويُجسّد الهوية في بعدها المرئي، مؤكّداً أن الهوية لا تُحفظ فقط في الذاكرة، بل تُرتدى وتُجسّد في الفضاء العمومي.

2. الحرف التقليدية: ذاكرة الأيدي

تُعَدّ الحرف التقليدية وجهاً ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً متكاملًا، إذ تساهم في الحفاظ على التراث وصيانة التقاليد، كما تمثل إرثاً حضارياً متنوعاً نتج عن تعاقب حضارات وثقافات متعددة على الجزائر. وقد عرّف الأمر 66-69 المؤرخ في 1969/10/01، المحدّد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، هذه الأخيرة بأنها:

"كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم في أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي، وتُمارس بصفة رئيسية ودائمة، في شكل مستقر أو متنقل، وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقالة للصناعة التقليدية والحرف" (وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 1990، ص4).

وقد لعبت المرأة الجزائرية، خاصة في الأوساط الريفية، دوراً محورياً في استمرارية هذه الحرف وإعادة إنتاجها عبر الأجيال. ومن أبرز هذه الحرف:

- الزربية: تتحوّل المرأة المادة الخام إلى خطاب رمزي عبر نسج الزرابي، حيث تعبّر الألوان والزخارف عن دورات الطبيعة، الفصول، الخصوبة، أو الحماية. فكل قطعة تُختزن فيها قصة جماعية تتجاوز البعد الوظيفي لتتحول إلى سرد ثقافي. ومن ذلك زربية غرداية ولقبائل والنمامشة أو نقوش الأوراس التي تُجسّد هذا التداخل بين الجمالي والاجتماعي.

- التطريز والفخار: حيث تشكّل الأشكال الهندسية والرموز المستعملة أنماطاً بصرية متوارثة تعكس القيم الجماعية وتُحيل على الانتماء المحلي.

- الخلي الفضية ذات الرموز الأمازيغية: تُعَدّ من أبرز الإبداعات النسوية التي تجمع بين الوظيفة الجمالية والدلالة الرمزية، بما تحمله من علامات تحاكي مفاهيم الخصوبة والحماية.

- تقنيات صباغة النسيج: تمثل بدورها تراثاً تقنياً وجمالياً يربط الماضي بالحاضر.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تشكل هذه الحرف النسوية في مجموعها سجلاً بصرياً للذاكرة الجمعية، وتجسد ما ذهب إليه فوكو بأن الممارسات المادية ليست محايدة، بل تنطوي على أبعاد خطابية خفية تؤطر المعنى وتعيد إنتاجه، (Foucault, 1972, p 54)، إذ تتجاوز بعدها الوظيفي لتتحول إلى وسيلة للتعبير الرمزي عن الهوية والانتماء. وهكذا تتحول اليد النسوية إلى وعاء رمزي يحفظ التاريخ والهوية، ليس عبر النصوص المكتوبة بل من خلال الأثر الملموس الذي يجمع بين الوظيفة والجمالية والرمزية.

3. الهندسة المعمارية والفضاء المنزلي

لا يقتصر الموروث المادي على الأزياء والحرف، بل يمتد إلى الفضاء المعماري التقليدي الذي يشكل بدوره جزءاً من الهوية الثقافية. فالبيت الجزائري، من "الديوان" إلى "القصرية" و"الدهليز"، يُعاد تشكيله وفق رؤية المرأة التي تضفي عليه أبعاداً رمزية عبر الألوان والتنظيم والأثاث، ليغدو فضاءً جامعاً للقيم والطقوس الجماعية.

ورغم تحديات العولمة والتحول الاقتصادي، ما تزال المرأة الجزائرية تؤدي وظيفة الحفظ وإعادة الإنتاج، من خلال تعليم البنات فنون التطريز والخياطة، وتوارث الحلي والأزياء في المناسبات. هذا ما يُقارب الطرح الذي قدمه بيرك في *Les Arabes d'hier à demain* حيث يعيد التأكيد على أن التقليد يُعاد إنتاجه في الممارسات اليومية (Berque, 1969).

ويكشف الموروث المادي الجزائري، بما يحمله من أزياء وزخارف وحرف وفضاءات معمارية، عن غنى الهوية النسوية وتعدد البيئات والانتماءات (عربية، أمازيغية، شاوية، ميزابية، تواتية...). ومع ذلك ظل هذا التنوع عامل وحدة لا تفرقة، إذ اندمج في نسيج ثقافي موحد تحت راية الإسلام والعروبة والروح الأمازيغية الأصيلة، لتجسد المرأة الجزائرية من خلاله دورها كحافظة وفاعلة في صون الهوية الجماعية وإعادة إنتاجها.

وهكذا لم تكن المرأة الجزائرية مجرد حاملة لهذه الرموز، بل فاعلة في إحيائها وتوريثها للأجيال، لتجعل منها جزءاً من منظومة الدفاع عن الذات في مواجهة محاولات الاستعمار لاختراق الهوية الثقافية عبر الطعن في رموزها المادية واللامادية (عقال، 2019، ص 219).

تتضح إذن مكانة المرأة الجزائرية باعتبارها الحارسة الفعلية للذاكرة الجمعية وفاعلاً أساسياً في حفظ مختلف مقومات الهوية الثقافية — دينية كانت أم لغوية أو تاريخية أو مادية/لامادية — غير أنّ الهوية في السياق الجزائري لا تُحتزل

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

في هذا الدور الحافظ فحسب، بل تظل سيرورة دينامية تُعاد صياغتها باستمرار بفعل تعدد روافدها وتفاعلها، وهو ما يمهد للانتقال إلى المطلب الموالي المتعلق بدينامية الهوية وتعدد مصادر تشكيلها.

المطلب الثالث: ديناميكية الهوية وتعدد روافدها في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تُطرح الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في سياق بحثي معقد يتجاوز التصورات الجوهرانية نحو فهم ديناميكي متعدد الأبعاد، حيث لا تُقارب الهوية بوصفها معطى ثابتاً أو انعكاساً مباشراً لانتماء إثني أو ديني، بل تُفهم كسيرورة تشكّل مستمرة تتفاعل فيها الذات النسوية مع السياقات التاريخية والاجتماعية والسياسية والرمزية. هذا التصور يجد جذوره في الطرح الثقافي لما بعد الحداثة، كما عند ستيوارت هول الذي يرى أن الهوية ليست جوهرًا داخليًا بل بناء ثقافي يتشكل عبر التمثيل والتفاوض (Hall, 1996)، وهو ما يتقاطع مع ما طرحه عبد الله العروي في تأكيده على أن الهوية مشروع يُبنى عبر التفاعل مع التاريخ والواقع (العروي، 1995).

في الحالة الجزائرية، تبرز المرأة بوصفها فاعلاً ثقافياً يتقاطع فيه التنشئة الأسرية والاجتماعية التربوية مع الروافد التاريخية والجغرافية والرمزية، دون إغفال الروافد اللغوية والدينية التي تُسهم في تشكيل التمثيلات اليومية، والرافد السياسي الذي يُعيد إنتاج صورة المرأة ضمن الخطاب الرسمي، والرافد الرقمي الذي يمنحها أدوات جديدة للتمثيل الذاتي. هذا التعدد لا يُعبّر عن تشتت، بل عن قدرة المرأة الجزائرية على التفاوض مع الرموز، وإعادة إنتاج ذاتها ضمن فضاءات متغيرة، مما يستدعي مقارنة تركيبية تُراعي التداخل بين البنية والتمثيل، بين المحلي والعالمي، وبين الثابت والمتحول.

وعليه، يسعى هذا المطلب إلى تحليل الروافد الكبرى التي تُسهم في تشكّل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، من خلال تفكيك بنائها ووظائفها، واستكشاف كيفية تفاعلها ضمن سيرورة تمثيلية متغيرة، تُعيد فيها المرأة إنتاج ذاتها بوصفها منتجة للرموز، لا مجرد حاملة لها

أولاً: الروافد الجغرافية: التعدد والتفاعل

تُظهر التفاوتات الجغرافية في الجزائر — بين الشمال، الجنوب، الوسط، والهضاب العليا — أن الهوية النسوية لا تُبنى على نموذج واحد، بل تتشكل ضمن فضاءات ثقافية متباينة. فالمرأة الصحراوية، مثلاً، تحمل رموزاً مختلفة عن المرأة الساحلية، لكن هذا التباين لا يعني الانفصال، بل يُظهر قدرة المرأة الجزائرية على التفاعل مع محيطها،

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

وإعادة إنتاج رموزها ضمن خطاب وطني جامع. الجغرافيا هنا ليست مجرد خلفية، بل رافد بنائي يُعيد تشكيل التمثيلات حسب السياق.

ثانيا: الروافد التاريخية والثقافية: التراكم والتحول

تشكل الهوية النسوية الجزائرية من روافد تاريخية متداخلة، تبدأ من الجذر الأمازيغي الذي حافظ على حضوره في اللغة، الطقوس، والزينة، مرورًا بالتأثير العربي الإسلامي الذي رسّخ منظومة القيم والأدوار الاجتماعية، وصولًا إلى المرحلة العثمانية التي أضفت طابعًا زخرفيًا على بعض الرموز الثقافية. أما الاستعمار الفرنسي، فقد مثّل لحظة مفصلية في إعادة تشكيل الهوية، حيث دفعت المرأة إلى تبني أدوار مقاومة، كما تجلّى في شخصيات مثل جميلة بوحيرد (Manser, 2023). هذه الروافد لا تُفهم كطبقات منفصلة، بل كخطابات متداخلة تُعيد تشكيل رموز الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية ضمن خطاب وطني جامع، فالانتماء الإثني (أمازيغي، عربي، زنّجي...) والخصوصيات الجهوية (قبائل، شاوية، طوارق...) منحت المرأة ملامح ثقافية متعددة، تركت بصمتها على أنماط اللباس، العادات، وأنساق القيم. فالمرأة الجزائرية تجسد نقطة التقاء بين مرجعيات الأصالة والحداثة، وبين الانتماء الجماعي والتعبير الفردي، ما يجعل هويتها نتاجًا لتوازن دقيق بين الاستمرارية والتغيير.

ثالثا: الرافد التنشئي الأسري والاجتماعي التربوي: البنية التحتية للهوية

تمثل مؤسسات التنشئة المجال الحيوي الذي يُعاد فيه إنتاج المرجعيات الثقافية في الحياة اليومية. فالأسرة تغرس القيم الدينية واللغوية والاجتماعية، وتشكل الفضاء الأول لتلقين أنماط التفكير والانتماء (بيات، 2017-2018، ص78). أما المدرسة، فهي وفق تصور دوركايم "أداة لدمج الأجيال في النسق الجمعي" (Durkheim, 1961, p.87)، إذ تنقل الرموز الوطنية من خلال اللغة والتاريخ والتربية المدنية، كما تتيح للفتاة الجزائرية إمكانيات جديدة لتشكيل وعيها بذاتها. أما المجتمع المدني بمؤسساته غير الرسمية (المسجد، الجمعيات، الفضاءات العامة) فيسهم بدور مزدوج في تعزيز مكتسبات التنشئة أو تعديلها (نوال، 2019، ص 26-37). ويرى بورديو أن التنشئة لا تقتصر على نقل القيم بل تمثل سيورة لإعادة إنتاج الرموز والمعاني داخل الحقول الاجتماعية المختلفة (Bourdieu, 1986)، وهو ما يفسر تعددية الهوية النسوية الجزائرية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

رابعاً: الرفض السياسي: من التمثيل إلى التأثير

يشكل الرفض السياسي أحد المحاور الأساسية في تشكّل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، سواء من خلال السياسات العمومية المتعلقة بالمرأة، أو عبر الخطاب الرسمي الذي يُعيد إنتاج تماثلاتها في المجال العام. منذ الاستقلال، ارتبطت صورة المرأة الجزائرية بالبطولة والمقاومة، كما تجلّى في الخطاب السياسي الذي استثمر رمزية المجاهدات في بناء سردية وطنية موحدة. غير أن هذا التمثيل لم يكن دائماً متوازناً، إذ تُظهر دراسة مولدي عاشور (2019)، ص 145-146) أن الخطاب السياسي كثيراً ما يُوظف المرأة كرمز، دون أن يمنحها دائماً تمثيلاً فعلياً في مراكز القرار.

وقد شهدت العقود الأخيرة تحولات في هذا الرفض، خاصة مع إدراج آليات التمكين السياسي، كالكوتا النسوية في المجالس المنتخبة، وتوسيع المشاركة في الحياة العامة. إلا أن هذا التمكين لا يُفهم فقط كمكسب قانوني، بل كرفض ثقافي يُعيد تشكيل تماثلات المرأة عن ذاتها، ويمنحها أدوات جديدة للتفاوض مع السلطة والمجتمع. السياسة هنا ليست مجرد إطار مؤسسي، بل فضاء رمزي يُسهم في بناء الهوية، ويُعيد تشكيل العلاقة بين المرأة والرموز الوطنية، بين الذات والمجتمع، وبين التمثيل والتأثير.

خامساً: الرفض اللغوي والديني: التعددية وتمثيل العقيدة

يمثل التنوع اللغوي أحد أبرز الرفض في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فالازدواجية بين العربية والأمازيغية، والفرنسية كلغة موروثية عن الاستعمار، تجعل المرأة في مواجهة تعدد لساني يعكس بدوره تنوعاً هوياتياً، فالمرأة الجزائرية قد تختار التحدث بالأمازيغية في الطقوس العائلية، وتستخدم العربية في الفضاء العام، بينما تُوظف الفرنسية في السياقات التعليمية أو المهنية. هذا التعدد اللغوي لا يُعبّر فقط عن التعدد الثقافي، بل يُظهر قدرة المرأة على التنقل بين الرموز، وإعادة تشكيل خطابها حسب السياق (العابد، بن زينة، 2021). فاللغة ليست مجرد أداة تواصل، بل هي وعاء للذاكرة والرموز الثقافية، ومن خلالها تتحدد آفاق الانتماء الاجتماعي والسياسي.

أما البعد الديني، فيظل الإطار المرجعي الأعمق للمرأة الجزائرية، ليس فقط من خلال العقيدة، بل عبر الطقوس، القيم والتمثيلات الاجتماعية، حيث يوفر لها منظومة قيمية وأخلاقية تعيد من خلالها تفسير أدوارها ومكانتها داخل الأسرة والمجتمع (زنارة، وبلعور، 2020، ص 75-78). غير أن هذا الرفض لا يُفهم بوصفه عنصراً جامداً، بل يُعاد توظيفه حسب السياق. تُظهر دراسة (حاجي، ثابت، 2022، ص 407) أن المرأة الجزائرية

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تُعيد صياغة علاقتها بالدين من خلال ممارساتها اليومية، حيث يتداخل الدين مع الثقافي، وتُعاد قراءة الرموز الدينية ضمن خطاب نسوي تفاوضي، خاصة في الفضاء الرقمي. وهكذا يظل الدين إلى جانب اللغة من المقومات الأكثر ثباتاً وسط التحولات الاجتماعية والسياسية.

سادسا: الروافد الإعلامية والرقمية: الامتداد الجديد للهوية

إلى جانب مؤسسات التنشئة التقليدية، برز الإعلام كفاعل معاصر يعيد إنتاج صورة المرأة الجزائرية. فقد ساهمت الصحافة المكتوبة والبرامج التلفزيونية والإذاعية والمجلات النسوية في صياغة تمثيلات متباينة للأثنى، بين تكريس أدوارها التقليدية وتقديم نماذج جديدة تعكس التحولات الاجتماعية (بومعيزة، 2006). ويرى ستيوارت هول أن الإعلام لا يعكس الواقع كما هو بل ينتجه رمزياً عبر انتقاء خطابات معينة تعزز قيماً محددة وتغيب أخرى (Hall, 1997). ومن هذا المنظور يصبح الإعلام أداة مزدوجة: قد يعزز الهوية الوطنية بتسليط الضوء على التراث واللغة والقيم، أو يتحول إلى أداة هيمنة ثقافية عبر ترويج صور نمطية وأنماط استهلاكية وافد. (Bourdieu, 1998, p 18-21) وقد أظهرت دراسات عربية (خضور، 1999) أن صورة المرأة في الإعلام تتراوح بين التشبيء والتمثيل الرمزي، مما يعكس طبيعة الصراع القيمي والهوياتي الذي يعيشه المجتمع. وفي الجزائر يظهر هذا التوتر من خلال ازدواجية الخطاب الإعلامي بين التقليدي والحداثي، ما يدفع المرأة إلى التفاوض المستمر حول صورتها ومكانتها.

وفي السياق الاجتماعي الإعلامي تلعب المرأة الجزائرية دوراً مركزياً في نقل القيم وتشكيل الوعي الجمعي، خاصة في المجتمعات الريفية التي تحتفظ بتمثيلات رمزية قوية. غير أن هذا الدور لم يعد محصوراً في المجال الأسري، بل امتد إلى الفضاء العام، حيث تُعاد صياغة الهوية عبر الفضاء الرقمي الذي أصبح رافداً جديداً في تشكيل الهوية النسوية الجزائرية، حيث تُعيد المرأة إنتاج رموزها الثقافية ضمن منصات التواصل الاجتماعي، في ما يشبه امتداداً افتراضياً للهوية الواقعية. وتشير دراسة حاجي وثابت (2022) في هذا السياق إلى أن هذا التفاعل بين المحلي والرقمي يُظهر أن الهوية لم تعد تُبنى فقط داخل الجماعة، بل أيضاً عبر التمثيلات الذاتية في الفضاء العام، مما يُعيد تشكيل العلاقة بين المرأة والرمز، بين الذات والمجتمع.

يُظهر تحليل الروافد الكبرى لتشكّل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية أن هذه الهوية لا تُبنى على أساس جوهري أو خطي، بل تتشكل ضمن سيرورة تفاعلية متعددة المستويات، تتداخل فيها البنيات التكوينية (كالرافد التنشئي

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

والديني)، مع الروافد الرمزية واللغوية والجغرافية، وصولاً إلى الروافد السياسية والرقمية التي تُعيد إنتاج الذات في الفضاء العام. هذا التعدد لا يُعبّر عن تشتت، بل عن قدرة المرأة الجزائرية على التفاوض مع الرموز، وإعادة تشكيل تمثلاتها حسب السياق، مما يجعلها فاعلاً ثقافياً لا مجرد متلقٍ.

فقد بيّنت الدراسات السوسيولوجية والثقافية (بيات 2018؛ معنصر 2023؛ نوال 2019؛ عاشور 2019؛ حاجي وثابت، 2022) أن الهوية النسوية الجزائرية تُعاد صياغتها باستمرار، سواء عبر التنشئة الاجتماعية التي تُرسّخ القيم الأولى، أو عبر الخطاب السياسي الذي يُعيد إنتاج رمزية المرأة، أو من خلال الفضاء الرقمي الذي يتيح لها تمثيلاً ذاتياً جديداً. هذا التفاعل بين الروافد يُبرز أهمية المقاربة التركيبية التي لا تكتفي بتفكيك العناصر، بل تسعى إلى فهم العلاقات بينها، وكيف تُسهم في بناء خطاب ثقافي نسوي جزائري متجدد.

إن هذا العرض لا يدّعي الإحاطة بكل تمثيلات الهوية، بل يفتح المجال أمام دراسات مستقبلية تُعمّق البحث في الروافد الفنية، السينمائية، والحركات النسوية الرقمية، بوصفها فضاءات جديدة لإعادة تشكيل الذات النسوية الجزائرية في ظل التحولات المحلية والعالمية.

المطلب الرابع: الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في ظل العولمة: بين التأثير والتفاوض

شهد العالم منذ نهاية القرن العشرين تحولات عميقة في أنماط العيش والتفكير، بفعل العولمة التي تجاوزت كونها ظاهرة اقتصادية وتكنولوجية، لتغدو قوة رمزية ضاغطة تُعيد تشكيل الهويات الوطنية والنسوية على حد سواء. فبفضل الانسياب غير المسبوق للرموز، الصور، القيم، والسلع، برزت العولمة كأحد أهم العوامل المهددة للخصوصيات الثقافية، وهو ما انعكس بوضوح على الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، التي وجدت نفسها في مواجهة توتر دائم بين المرجعيات المحلية والتحولات الكونية المتسارعة.

فالمرأة، بوصفها حاملة للموروث الرمزي والاجتماعي، أصبحت في قلب هذا التحول، خاصة مع الانفتاح الإعلامي الرقمي الذي فرض منذ التسعينات أنماطاً جديدة من التمثيل. فقد ساهمت الفضائيات، ثم لاحقاً وسائل التواصل الاجتماعي، في إعادة رسم صورة الأنوثة، وإنتاج تمثيلات جديدة للجسد والدور الاجتماعي، ما أفرز ازدواجاً قيمياً ورمزياً في تصور المرأة لذاتها ولمكانتها داخل المجتمع (السعيد، 2007، ص 177).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أولاً: على المستوى القيمي

أدت العولمة إلى إعادة تشكيل منظومة القيم، حيث غلبت الفردانية والنفعية على حساب قيم التعاون والإيثار التي شكّلت نسيج الهوية الإسلامية-الاجتماعية. وبهذا تحوّلت مبادئ الخير وحب الآخرين إلى قيم تُقدّس المصلحة الخاصة (عبادة، 2019، ص40). وقد نبّه إميل دوركايم (1961) إلى أن مثل هذه الأوضاع تُفضي إلى حالة "الأنوميا"، أي فقدان المعايير وانحيار سلطة الضبط الاجتماعي، مما يُضعف التماسك الرمزي داخل الجماعة.

وقد عمّقت وسائل التواصل الاجتماعي هذا الانزياح القيمي، من خلال تكريس أنماط تواصلية تُختزل فيها صورة المرأة في بعدها الجسدي والجنسي، خاصة عبر انتشار ثقافة "الفيديو" والإعلانات الرقمية التي تُعيد إنتاج الأنثى كجسد معروض للاستهلاك. ويُشير بعض الباحثين إلى أن القيم الإنسانية والروابط الاجتماعية (القربة، الانتماء، الدين)، التي كانت تُمثّل في الخطاب الفني والإعلامي التقليدي، استُبدلت تدريجياً برموز الغواية والإثارة، مما أدى إلى إقصاء البعد القيمي والإنساني لصالح "هوية جسدية" ضيقة، تُكرّس منطق العولمة الذي يُحوّل كل شيء إلى سلعة قابلة للتداول.

إن هذا التحول الرمزي في السوشيال ميديا يُعبّر عن انتقال الهوية من بعدها الأخلاقي-الاجتماعي إلى بعد مفرغ من المعنى، يُكرّس قيم الفردانية والأنانية والجنس، على حساب المرجعيات الثقافية والدينية المحلية، كما نبّه إلى ذلك المسيري (2013، ص298).

ثانياً: على المستوى الديني

أصابَت العولمة جوهر الهوية الجزائرية، أي الدين الإسلامي، الذي لطالما شكّل مرجعية ضابطة للسلوك الفردي والجماعي. فقد تراجع حضوره في الفضاء الاجتماعي لصالح أنماط استهلاكية غريبة، وبرزت ممارسات مناقضة للضوابط الدينية، كالمجاهرة بالإفطار في رمضان، مما يُشير إلى تهميش الدين كمرجعية جامعة (باللي، 2016، ص120).

لكن تأثير العولمة لم يقتصر على السلوك الفردي، بل امتد إلى البنية الرمزية للأسرة، التي تُعدّ الحاضن المركزي للقيم الدينية والثقافية في المجتمعات الإسلامية. فالنموذج الغربي المعولم أعاد تعريف المرأة خارج إطار الانتماء الأسري والديني، مسقطاً عنها دورها في حفظ الهوية، لصالح صورة فردانية متحررة من كل قيد. ومن هذا المنظور، فإن

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

أي تراجع لدور الأسرة في المجتمع الجزائري يُفضي بالضرورة إلى إضعاف سلطة الدين ذاته، بما يمثله من مرجعية قيمية وتربوية.

ومع ذلك، تظل الأسرة المسلمة خط الدفاع الأساس في مواجهة التذويب الهوياتي، عبر استمرارها في أداء وظائفها الرمزية، رغم الضغوط المتزايدة التي تُمارسها العولمة على أنماط التنشئة والتمثيل (المسيري، 2010، ص 37).

ثالثًا: على المستوى اللغوي

تُعدّ اللغة من أبرز ركائز الهوية الثقافية، وقد مسّت العولمة هذا البعد عبر تكريس نزعة نحو تهميش اللغة العربية، مقابل الاعتزاز المتزايد باللغات الأجنبية، خاصة الفرنسية والإنجليزية. وأصبح يُنظر إلى العربية على أنها لغة "تراثية" غير قادرة على مواكبة العلوم والتكنولوجيا، مما يُضعف حضورها في الفضاء الرقمي والإعلامي، ويُعيد تشكيل تمثيلات الذات اللغوية (بلالي، 2016، ص 120).

وتُشير بعض الدراسات الحديثة إلى أن 65% من الشباب الجزائري يستعملون الفرنسية أو مزيجًا بين الفرنسية والعربية في تواصلهم عبر الوسائط الرقمية، مما يُبرز تحولًا في التمثيل اللغوي، لا يُعبّر فقط عن تغير في أدوات التعبير، بل عن إعادة تشكيل العلاقة بين اللغة والهوية (زغلاش، قجة، 2022، ص 328).

هذا التحول لا يُفهم بوصفه فقدانًا للهوية، بل بوصفه سيرورة تفاوضية تُمارَس فيها اللغة بوصفها أداة رمزية تُعيد تشكيل الذات بين المحلي والعالمي، بين التراث والتحديث.

رابعًا: على مستوى المواطنة والوطنية

تجلى تأثير العولمة في تراجع الروح الوطنية لدى فئات واسعة من الشباب الجزائري، الذين أصبحوا أكثر إلمامًا بالثقافة الغربية ورموزها من معرفتهم بتاريخهم الوطني والحضاري (بلقاسمي، مزيان، 2012، ص 48). فالمضامين الإعلامية المعولمة تستهلك وقتهم وطاقاتهم على حساب تعميق الوعي بالذات والانتماء، مما يُعيد تشكيل العلاقة بين الفرد والوطن ضمن منطق استهلاكي عابر للحدود.

وفي هذا السياق، يُشير الجابري (1998، ص 64) إلى أن العولمة تسعى إلى تجاوز حدود الأمة والدولة والوطن، عبر إعادة صياغة الفرد ليكون "مستهلكًا" في سوق عالمي، أكثر من كونه مواطنًا متميلاً لكيان وطني محدد. وهو

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

ما يجعل الهوية الثقافية عرضة للتشظي والذوبان بفعل ضغط المرجعيات الكونية التي تُعيد تعريف الانتماء وفق منطق السوق والصورة.

وإذا أسقطنا هذا التصور على المرأة الجزائرية، يتضح أنها تعيش مفارقة عميقة بين مواطنة تقليدية تُعرّفها في إطار الانتماء للأسرة والوطن والتاريخ، وبين مواطنة معولة تُعيد تشكيلها كفرد مندمج في سوق الاستهلاك والرموز العالمية. ففي حين تستند المواطنة التقليدية إلى الذاكرة الجمعية والالتزام بالقيم المحلية، تقوم المواطنة المعولة على مقاييس مادية وجمالية ومعايير غربية مثالية، تُسوّق عبر الإعلام وشبكات التواصل.

هذا التوتر يضع المرأة الجزائرية أمام خيار صعب: إما الحفاظ على هوية محلية قد تُصوّر في الإعلام المعولم كعلامة "تخلف"، وإما الاندماج في هوية كونية تُفقد جزءاً من خصوصيتها الثقافية والوطنية. وهنا يصبح الانتماء إلى الوطن ليس مجرد مسألة شعورية أو وجدانية، بل تحدياً يومياً في مواجهة سيل من القيم والرموز العابرة للحدود، التي تسعى لتوحيد الأذواق وأنماط العيش على حساب الخصوصيات الوطنية، مما يُعيد طرح سؤال التمثيل الرمزي للمرأة الجزائرية في الفضاء الإعلامي.

◆ خامساً: على مستوى التراث والنمط المعيشي

أحدثت العولمة الثقافية تحولات عميقة مست التراث المادي والرمزي للمرأة الجزائرية، حيث انحسرت الألبسة التقليدية في المناسبات الرسمية والاحتفالية، بعدما كانت جزءاً من الحياة اليومية والهوية الاجتماعية. وبرز في المقابل اللباس الغربي كرمز للحدثة والانفتاح، في حين تبنت بعض العائلات أنماطاً استهلاكية دخيلة في الأكل والاحتفالات والعلاقات الاجتماعية، مما أفرز حالة من الانفصام الثقافي بين المرجعية المحلية والإغراءات العالمية (بريجة، 2015-2016، ص 117).

وفي هذا السياق، تُشير هوكسشيلد (Hochschild, 2003, p.42) إلى أن العولمة لا تكتفي بفرض أنماط استهلاك جديدة، بل تُروّج أيضاً لما تسميه "نماذج أنثوية مثالية" عبر الصور والإعلانات، تضغط على النساء المحليات لإعادة تشكيل أجسادهن وتمثلاتهن للأنوثة وفق معايير غربية صارمة.

لكن هذه التحولات لم تعد مرتبطة فقط بتدفق السلع والرموز المادية، بل أصبحت مرتبطة أكثر بوسائل إعلامية جديدة، وعلى رأسها السوشيال ميديا. فقد أعادت هذه الوسائط تشكيل العلاقة بين المرأة وتراثها، من خلال بث صور نمطية للأنوثة والنجاح، تجعل من تبني اللباس العصري ونمط العيش الغربي علامة على الرقي الاجتماعي

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

والاندماج في الثقافة الكونية. وهكذا، لم يعد الصراع بين التقليدي والعصري يتجسد في الواقع الاجتماعي فقط، بل انتقل إلى الفضاء الرقمي، حيث تتعرض المرأة يوميًا لتدفق هائل من الصور والرسائل التي تُعيد صياغة ذوقها وتمثلاتها.

ويتقاطع هذا مع طرح محمد عابد الجابري، الذي يرى أن الهوية العربية المعاصرة تعيش تذبذبًا بين التقليدي والعصري، بين الأصالة والحداثة، مما يجعل المرأة الجزائرية اليوم تتحرك داخل فضاء مزدوج: فهي من جهة مدعوة للمحافظة على رموز تراثية تمثل أصالتها، ومن جهة أخرى تواجه إغراءات كونية تضغط عليها عبر الإعلام وشبكات التواصل لإعادة تعريف ذاتها وأنماط عيشها وفق منطق السوق المهيمن (رضا، 2011، ص 162).

وعليه، فإن التراث والعادات التقليدية بالنسبة للمرأة الجزائرية لم تعد مجرد رموز شكلية تُستحضر في المناسبات، بل غدت حقلًا للصراع الرمزي والإعلامي، يُختبر فيه مدى قدرتها على المواءمة بين انتمائها المحلي ومتطلبات العولمة. فالتحولات في اللباس ونمط العيش ليست مجرد مؤشرات على تغير الذوق الفردي أو تراجع بعض الرموز التقليدية، بل هي انعكاس لصراع أعمق حول المرجعية الثقافية للمرأة الجزائرية في ظل العولمة. فالمواجهة اليوم لا تتم فقط في المجال الاجتماعي الواقعي، بل أيضًا في الفضاء الإعلامي والرقمي، حيث تُعاد صياغة الصور والقيم وتُستبطن تدريجيًا عبر التكرار والإغراء.

يتبين من تحليل هذه المستويات أن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية لا تنجز إلى عناصر مستقلة، بل تُبنى ضمن شبكة رمزية متداخلة، حيث تؤثر التحولات القيمية في التمثيلات الدينية، وتعيد اللغة تشكيل الانتماء الوطني، بينما يُصبح التراث حقلًا للتفاوض بين الأصالة والحداثة.

ويتضح من تحليل تأثيرات العولمة على المستويات القيمية والدينية واللغوية والوطنية والمعيشية أيضًا، أن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية لم تعد تُفهم بوصفها بنية ثابتة، بل بوصفها فعلًا رمزيًا يُمارَس داخل فضاءات متعددة، بين التمثيل والمقاومة.

وفي ضوء ما سبق من عرض في هذا الفصل الموسوم بمتغيرات الدراسة، يتضح أن الثقافة والهوية الثقافية والمرأة الجزائرية. تمثل حلقات متداخلة في سيرورة واحدة، حيث تشكل الثقافة الإطار المرجعي الجامع، فيما تعد الهوية الثقافية أحد أبرز تجلياتها، وتبرز المرأة الجزائرية كفاعل أساسي في حملها واستمراريتها ومقاومة ما يهددها. وقد

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

مكّن هذا البناء النظري من ضبط المفاهيم الأساسية، ورصد أبعادها التاريخية والسوسيولوجية، مع التوقف عند التحولات التي فرضتها العولمة في بعدها الرمزي والقيمي.

وانطلاقاً من هذا التأسيس النظري، يصبح من الضروري الانتقال إلى دراسة أحد الفضاءات الرمزية التي تلعب دوراً محورياً في تشكيل الوعي الهوياتي للمرأة الجزائرية، ويتعلق الأمر بالصحافة النسائية المتخصصة. فهذه الأخيرة لا تمثل مجرد وسيلة إعلامية، بل فضاءً ثقافياً—تواصليةً يعكس التوتر بين المرجعية المحلية وخطابات العولمة، ويعيد إنتاج صورة المرأة وتمثالاتها. لذلك يأتي الفصل الموالي ليتناول الصحافة النسائية في الجزائر بالتحليل الوصفي والنقدي، بوصفها ميداناً عملياً يتقاطع فيه البعد الإعلامي مع البعد الثقافي والهوي.

مراجع الفصل

القرآن الكريم.

سورة البقرة، الآية 191.

سورة الأنفال، الآية 57.

سورة آل عمران، الآية 85.

سورة الكافرون، الآية 6.

سورة البقرة، الآية 31.

سورة القصص، الآية 34.

ابن منظور، أبو فضل جمال الدين. (1997). *لسان العرب* (مجلد 1). بيروت، لبنان: دار صادر.

مجموعة من الباحثين. (2000). *المنجد في اللغة والإعلام*. بيروت، لبنان: دار المشرق.

ابن زبيدي، عبد الرحمان. (2009). *المثقف العربي بين العصرية والإسلامية*. الرياض، السعودية: دار كنوز إشبيلية للنشر والتوزيع.

نصر، محمد عارف. (1994). *الحضارة الثقافية المدنية*. فيرجينيا، الولايات المتحدة: المعهد العالي للفكر الإسلامي.

السويدي، محمد. (1991). *مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته* (ط1). الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.

مؤنس، حسين. (1978). *الحضارة: دراسة في أصول وعوامل قيامها وتطورها*. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

كلكهون، كلايد. (1964). *الإنسان في المرأة* (ترجمة ساكر مصطفى). بغداد، العراق: منشورات المكتبة الأهلية.

ابن خلدون، عبد الرحمن. (1960). *المقدمة* (تحقيق علي عبد الواحد وافي، جزء 3). القاهرة، مصر: لجنة البيان العربي.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- موسى، سلامة. (1927). الثقافة والحضارة. مجلة الهلال، (2).
- بن نبي، مالك. (1984). مشكلات الحضارة: مشكلة الثقافة (ترجمة عبد الصبور شاهين، ط4). دمشق، سورية: دار الفكر.
- الجابري، محمد عابد. (1997). المسألة الثقافية في الوطن العربي (ط2). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الساعاتي، سامية حسن. (1983). الثقافة والشخصية. بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- عفيفي، محمد الهادي. (1993). في أصول التربية: الأصول الثقافية للتربية. القاهرة، مصر: المكتبة الأنجلو المصرية.
- بدوي، أحمد زكي. (1982). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. بيروت، لبنان: مكتبة ناشرون.
- بغدادلي، إبراهيم. (1993). الوحدة الوطنية ومشكلة الأقليات في إفريقيا (ط1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- غانم، أماني محمود. (2007). البعد الثقافي في العلاقات الدولية: دراسة في الخطاب حول صدام الحضارات. القاهرة، مصر: دار الجمهورية للصحافة.
- ابن خلدون، عبد الرحمن. (2004). مقدمة ابن خلدون (تحقيق عبد الله محمد درويش، الجزء 2، ط1). دمشق، سورية: دار يعرب للنشر.
- صامويل هنتغتون. (1998). صدام الحضارات وإعادة صياغة النظام العالمي. ترجمة طلعت الشايب، ط2، القاهرة، مصر: دار سطور.
- علي عزت بيغوفيتش. (1994). الإسلام بين الشرق والغرب (ترجمة محمد يوسف عرس، ط1). ألمانيا: مؤسسة بافاريا.
- باسم علي خريسان. (2001). العولمة والتحديات الثقافية. لبنان: دار الفكر العربي مؤسسة ثقافية للنشر والطباعة.
- عبد الناصر جندلي. (2007). التنظير في العلاقات الدولية بين الاتجاهات التفسيرية والنظريات التكوينية (ط1). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- كمال عبد اللطيف. (2010). في الأيديولوجيا والمعرفة: مدخل عام المعرفي والأيديولوجي في الفكر العربي المعاصر. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- جون ستوري. (2014). النظرية الثقافية والثقافة الشعبية (ترجمة صالح خليل أبو أصبع، فاروق منصور، ط1). أبو ظبي: هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة.
- كريس باركر. (2018). معجم الدراسات الثقافية (ترجمة جمال بلقاسم). القاهرة، مصر: دار رؤية للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمن خليفة، فضل الله إسماعيل. (2006). المدخل في الأيديولوجيا والحضارة. مكتبة بستان المعرفة.
- أحمد بن نعمان. (1996). الهوية الوطنية الحقائق والمغالطات. الجزائر: دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع.
- Vinsonneau, G. (2002). *L'identité culturelle*. Paris, France: Armand Colin.
- سامية إدريس. (2009). الرواية الجزائرية الحديثة بين الهوية الثقافية والهوية السردية. مجلة الخطاب اللغة والأدب، (5) منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري تيزي وزو. الجزائر: دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد إبراهيم عيد. (2001). الهوية الثقافية العربية في عالم متغير. مجلة الطفولة والتنمية، 1. (3) القاهرة، مصر: المجلس العربي للطفولة والتنمية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- محمود الذوايدي. (2006). أضواء جديدة على طبيعة الثقافة في الرؤية المعرفية الإسلامية. مجلة إسلامية المعرفة، (42-43) بيروت، لبنان.
- هارلبس، هولبورن. (2010). *سوشيولوجيا الثقافة والهوية* (ترجمة حاتم حميد حسن). دمشق، سورية: دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع.
- Barth, F. (1969). *Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture difference*. Bergen, Norway: Universitetsforlaget.
- إكرام بركان. (2009-2010). تحليل النزاعات المعاصرة في ضوء مكونات البعد الثقافي في العلاقات الدولية (رسالة ماجستير في العلوم السياسية). جامعة الحاج لخضر باتنة، فرع الدبلوماسية والعلاقات الدولية.
- دوني كوش. (2002). *مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية* (ترجمة قاسم المقداد). دمشق، سورية: اتحاد الكتاب العرب.
- رالف لينتون. (1964). *دراسة الإنسان* (ترجمة عبد الملك الناشف). بيروت، لبنان: المكتبة العصرية.
- Sapir, E. (1967). *Anthropologie*. Paris, France: Éditions de Minuit (Coll. Points).
- عاطف وصفي. (1975). *الثقافة والشخصية*. القاهرة، مصر: دار المعارف للنشر والتوزيع.
- هرسكوفيتز، ميلفيل. (1974). *أسس الأنثروبولوجيا الثقافية* (ترجمة رباح النفاخ). دمشق، سورية: منشورات وزارة الثقافة.
- توماس إليوت. (2001). *ملاحظات نحو تعريف الثقافة* (ترجمة شكري محمد عياد). القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- تيري إيجلتون. (2012). *فكرة الثقافة* (ترجمة شوقي جلال). القاهرة، مصر: الهيئة العامة للكتاب.
- مجموعة من الكتاب. (1997). *نظرية الثقافة* (ترجمة علي سيد الصاوي). الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون.
- مالك بن نبي. (1986). *مشكلات الحضارة: شروط النهضة* (ترجمة عبد الصبور شاهين). دمشق، سورية: دار الفكر.
- جمال العيفة. (2003). *الثقافة الجماهيرية*. الجزائر: جامعة باجي مختار عنابة.
- لزهر مساعدي. (2017). في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها. مجلة الناكزة، (9) منشورات مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الجزائري.
- محمد عابد الجابري. (2007). *المسألة الثقافية في الوطن العربي منذ الخمسينات*. مجلة المستقبل العربي، 30. (346) بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- محمد الخطيب. (2000). *الأنثولوجيا: دراسة عن المجتمعات البدائية* (ط1). دمشق، سورية: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.
- دلال ملحق استيتية. (2008). *التغير الاجتماعي والثقافي* (ط2). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- صالح محمد علي أبو جادو. (2004). *سيكولوجية التنشئة الاجتماعية*. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- السيد عبد العاطي السيد. (2003). *المجتمع والثقافة الشخصية*. القاهرة، مصر: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- حسين عبد الحميد رشوان. (2006). *الثقافة*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة الشباب العربي.
- محمد الخطيب. (2005). *أنثروبولوجيا الثقافة*. دمشق، سورية: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- خالد محمد أبو شعيرة، نائر أحمد غباري. (2009). *الثقافة وعناصرها*. عمان، الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. (د.ت). *الخطوة الشاملة للثقافة العربية* (ط2). تونس: إدارة الثقافة.
- إبراهيم ياسين الخطيب، زهدي محمد عيد. (2003). *التنشئة الاجتماعية للطفل* (ط1). عمان، الأردن: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.
- شنيط بمية. (2022). *التنشئة الثقافية ودورها في تأهيل الشخصية*. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، 10(1).
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage.
- طه عبد العاطي نجم. (2005). *الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London, UK: Sage.
- Castells, M. (2004). *The power of identity* (2nd ed.). Oxford: Blackwell.
- أحمد أبو زيد. (1987). *البناء الاجتماعي: مدخل لدراسة المجتمع* (الجزء الأول). القاهرة، مصر: دار الكتاب العربي.
- خليل نوري مسيهر العاني. (2009). *الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية* (ط1). العراق: مركز البحوث والدراسات الإسلامية.
- نادية موسلي. (2009-2010). *الهوية الوطنية من خلال أفلام مرزاق علواش* (أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال). جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- المنجد في اللغة والإعلام. (2002). (ط1). بيروت، لبنان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز بن عثمان التويجري. (2015). *الهوية والعولمة من منظور التنوع الثقافي* (ط2). الرباط: منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم الثقافية (إيسيسكو).
- أبو البقاء الكفوي. (1992). *الكليات: معجم المصطلحات* (تحقيق عدنان درويش، محمد المصري، ط2). بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة.
- عهد كمال شلغين. (2015). *الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع: دراسة في الفكر العربي المعاصر*. دمشق، سورية: الهيئة العامة السورية للكتاب.
- الجرجاني، علي بن محمد الشريف. (1983). *التعريفات* (الجزء الأول). بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- ابن حزم الظاهري. (1996). *الفصل في الملل والأهواء والنحل* (الجزء الثاني، قسم الكلام 88)، تحقيق محمد إبراهيم نصر وعبد الرحمن عميرة. بيروت، لبنان: دار الجيل.
- ميمونة مناصرية. (2011-2012). *هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة* (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية). جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية.
- محمد مسلم. (2009). *الهوية في مواجهة الاندماج عند الجيل المغاربي الثاني بفرنسا* (ط1). الجزائر: دار قرطبة للنشر والتوزيع.
- أحمد بعلبكي وآخرون. (2013). *الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر*. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- محمد ناصر عبد الباسط. (2012). *الإعلام الفضائي والهوية الثقافية*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- محمد عابد الجابري. (2012). *مسألة الهوية: العروبة والإسلام* (ط4). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- بشرى جميل إسماعيل. (2012). *الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية* (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- حبيب الشاروني. (2002). *فكرة الجسم في الفلسفة الوجودية* (ط1). القاهرة، مصر: المجلس الأعلى للثقافة.
- النشار، مصطفى. (2016). *جدل الهوية والاختلاف في الفلسفة الهيلينية*. مؤمنون بلا حدود. استرجع من <https://www.mominoun.com>
- مجدي كامل. (2013). *ديكارت: حياته، فلسفته، أفكاره ومبادئه* (ط1). القاهرة، مصر: دار الكتاب العربي.
- أشرف حافظ. (2012). *الهوية العربية والصراع مع الذات*. عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة.
- مصطفى بن تيسك. (2014). *أصول الهوية الحديثة وعملها: مقارنة تشارلز تايلور نموذجاً* (ط1). بيروت، لبنان: جداول للنشر والطباعة والتوزيع.
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2).
- جوديت بتلر. (2014). *الذات تصف نفسها* (ترجمة فلاح رحيم، ط1). بيروت، لبنان: دار التنوير.
- مازن مرسل. (2012). *مشكلة الوعي ووعي المشكلة* (ط1). بيروت، لبنان: دار الفرابي.
- علي السيد الصاوي. (1997). *نظرية الثقافة*. الكويت: دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد عمارة. (1999). *مخاطر العولمة على الهوية الثقافية* (ط1). القاهرة، مصر: دار نخضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمود أمين العالم. (1998). *الهوية مفهوم في طور التشكيل*. مؤتمر العولمة والهوية الثقافية (سلسلة أبحاث المؤتمرات، رقم 7). القاهرة، مصر: المجلس الأعلى للثقافة.
- محمد عابد الجابري. (1998). *العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات*. في *العرب والعولمة* (ط2). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- علي حرب. (2008). *خطاب الهوية: سيرة فكرية* (ط2). الجزائر: منشورات الاختلاف.
- حسن حنفي. (2012). *الهوية* (ط1). القاهرة، مصر: المجلس الأعلى للثقافة.
- محمد العربي ولد خليفة. (2007). *المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية*. الجزائر: منشورات ثالة.
- مصطفى حسيبة. (2009). *المعجم الفلسفي* (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مارتن هايدغر. (2012). *الكينونة والزمان* (ترجمة فتحي المسكيني، ط1). بيروت، لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- إبراهيم مدكور. (1983). *المعجم الفلسفي*. القاهرة، مصر: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية.
- محمد حسن مهدي بخيت. (2013). *علم المنطق: المفاهيم والمصطلحات والتصورات* (ج1، ط1). عمان، الأردن: عالم الكتب الحديث.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- هدى جباس. (2005). الاسم هوية وتراث: مقارنة أنثروبولوجية لدلالة الأسماء في قسنطينة. (1901-2001) مجلة إنسانيات، (29-30).
- محمد إبراهيم عيد. (2002). الهوية والتعلق والإبداع (ط1). القاهرة، مصر: دار القاهرة للنشر.
- محمد عبد الرؤوف عطية. (2009). التعليم وأزمة الهوية (ط1). القاهرة، مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- حسين عبد الفتاح الغامدي. (2000). تشكل هوية الأنا لدى الأحداث الجانحين. المجلة العربية للدراسات الأمنية، 15. (30) الرياض، السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action* (Vol. 2). Boston, MA: Beacon Press.
- دنيس كوش. (2007). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية (ترجمة منير السعيداني، ط1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- أنتوني غدنز. (2005). علم الاجتماع (ترجمة فايز الصياغ، ط1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- عماد عبد الغني. (2017). سوسيولوجيا الهوية: جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- Hall, S. (1996). Introduction: Who needs identity? In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of Identity* (pp. 1-17). London, UK: SAGE.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène of Cultural Identity* (pp. 1-17). London, UK: SAGE.
- de la vie quotidienne. Tome 1: La présentation de soi. Paris, France: Éditions de Minuit.
- عامر مصباح. (2010). علم الاجتماع والرواد والنظريات (ط1). الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128-138). London, UK: Hutchinson.
- عبد الله العروي. (1995). الأيديولوجيا العربية المعاصرة (ط1). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- حسن حنفي. (1992). التراث والتجديد: موقفنا من التراث القديم (ط4). بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- نديم البيطار. (2002). حدود الهوية القومية: نقد عام. بيروت، لبنان: بيسان للنشر والتوزيع.
- بوننت بيار، ميشال إيزار. (2011). معجم الأنثولوجيا والأنثروبولوجيا (ترجمة مصباح الصمد). بيروت، لبنان: مجد المؤسسة للدراسات والنشر.
- سماح أحمد فريد. (2005). التراث والتغير الاجتماعي: الإطار النظري وقراءة تأسيسية. مجلة التسامح، (10).
- Connerton, P. (1989). *How societies remember*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lévi-Strauss, C. (1987). *L'identité*. Paris, France: Presses Universitaires de France.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222–237). London, UK: Lawrence & Wishart.

Fearon, J. D. (1999). What is identity (as we now use the word)? Stanford, CA: Stanford University.

Hall, S., & du Gay, P. (Eds.). (1996). *Questions of cultural identity*. London, UK: SAGE.

مروة مختار. (2019). ستيوارت هول وتشكل الهوية الثقافية. *مجلة الفيصل*. 511-512.

هالة عبد المنعم عبد المقصود. (2021). الهوية والمقاربة المنهجية في فترتي الحداثة وما بعد الحداثة. *بحوث في التربية الفنية والفنون*, 22. (1) كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

Jenkins, R. (1996). *Social identity*. London, UK: Routledge.

Dubar, C. (2008). *La socialisation: Construction des identités sociales et professionnelles* (4e éd.). Paris, France: Armand Colin.

سليمة فلالي. (2013-2014). بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة: دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة باتنة (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

أراق سعيد. (2008). مدارات المفتوح والمغلق في التشكيلات الدلالية والتاريخية لمفهوم الهوية. *مجلة عالم الفكر*, 36. (4)

حمدي حسن عبد الحميد المحروقي. (2004). دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية (ط1). القاهرة، مصر: دار الحق للنشر.

عبد الله العروي. (1997). *ثقافتنا في ضوء التاريخ* (ط4). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press.

إبراهيم يحياوي. (2017-2018). *القنوات الفضائية وثقافة الشباب، الطالب الجامعي أنموذجاً* (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التربية). جامعة لمين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

Durkheim, E. (1895). *Les règles de la méthode sociologique*. Paris, France: Félix Alcan.

Bourdieu, P. (1980). L'identité et la représentation: Éléments pour une réflexion critique sur l'idée de région. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 35, 63–72.

وارم العبد. (2014). البعد الثقافي وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي: الجزائري نموذجاً. *مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية*, (2).

عبد الله العروي. (2006). *مفهوم الدولة* (ط8). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Cambridge, UK: Polity Press.

Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London, UK: Verso.

Smith, A. D. (1991). *National identity*. Reno, NV: University of Nevada Press.

عبد الوهاب مسيري. (2009). *الهوية والحركة الإسلامية* (ط1). دمشق، سورية: دار الفكر.

بيكو باريك. (2013). *سياسة جديدة للهوية: المبادئ السياسية لعالم يتسم بالاعتماد المتبادل* (ترجمة حسن محمد فتحي). القاهرة، مصر: المركز القومي للترجمة.

Kant, I. (1991). Perpetual peace: A philosophical sketch. In H. S. Reiss (Ed.), *Kant: Political writings* (pp. 93–130). Cambridge, UK: Cambridge University Press. (Original work published 1795).

أمين معلوف. (1999). *الهويات القاتلة: قراءات في الانتماء والعولمة* (ترجمة نبيل محسن، ط1). دمشق، سورية: ورد للطباعة والنشر والتوزيع.

طه عبد الرحمن. (2000). *سؤال الأخلاق: مساهمة في النقد الأخلاقي للحدائث الغربية* (ط1). بيروت، لبنان: المركز الثقافي العربي.

حسن حنفي. (1998/2024). *الدين والثقافة والسياسة في الوطن العربي*. القاهرة، مصر: مؤسسة هندواي.

طارق كمال. (2009). *أساسيات في علم الاجتماع الديني*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.

دوجلاس براون. (1994). *أسس تعلم اللغة وتعليمها* (ترجمة عبده الراجحي، علي أحمد شعبان). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.

Humboldt, W. von. (1999). *On the diversity of human language construction and its influence on the mental development of the human species* (P. Heath, Trans.). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Çelik, H. (2011). The use of verbal language in social media in Turkey. *International Journal of Turcologia*.

جون جوزيف. (2007). *اللغة والهوية* (ترجمة عبد النور خرافي). الكويت: سلسلة عالم المعارف، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

Sapir, E. (1921). *Language: An introduction to the study of speech*. New York, NY: Harcourt, Brace & Company.

Whorf, B. L. (1956). *Language, thought, and reality: Selected writings* (J. B. Carroll, Ed.). Cambridge, MA: MIT Press.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- طه عبد الرحمن. (1998). *اللسان والميزان أو التكوثر العقلي* (ط1). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- مالك بن نبي. (2002). *مشكلات الحضارة: مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي* (ط1). دمشق، سورية: دار الفكر.
- محمد عابد الجابري. (2002). *تكوين العقل العربي* (ط8). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- Halbwachs, M. (1950). *La mémoire collective*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- مالك بن نبي. (2000). *مشكلات الحضارة: الظاهرة القرآنية* (ط4). دمشق، سورية: دار الفكر.
- عبد الله زاهي الرشدان. (1999). *علم اجتماع التربية* (ط1). عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- حسن أحمد عبد الحميد. (2005). *التربية والمجتمع*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة للنشر.
- صالح زيادنة. (2013). التراث الشعبي: مصطلحات ومدلولات. صحيفة أخبار النقب. استرجع من <http://www.khayma.com/>
- محمود الذواودي. (2018). ظاهرة الأعراف الثقافية في المجتمعات العربية. مجلة الجديد. استرجع من <https://www.aljadeedmagazine.com/>
- Lévi-Strauss, C. (1977). *Anthropologie structurale II*. Paris, France: Plon.
- Turner, V. (1967). *The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- عباس محمود إبراهيم. (2005). *الأنثروبولوجيا: مداخل وتطبيقات* (ط1). الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (Eds.). (1983). *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire* (Vol. 1: La République). Paris: Gallimard.
- علي أسعد وطفة. (2021). جينالوجيا التراث: الأصول التراثية للهوية الثقافية. استرجع من <https://watfa.net/archives/11448>
- Gramsci, A. (1985). *Selections from cultural writings* (D. Forgacs & G. Nowell-Smith, Eds.; W. Boelhower, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- عبد الحميد يونس. (1968). *التراث الشعبي*. القاهرة، مصر: دار المعارف.
- عبد الفتاح رواس قلعة جي. (د.ت). *دراسات ونصوص في الشعر الشعبي الغنائي*. استرجع من <https://www.noor-book.com/>
- Lord, A. B. (1960). *The singer of tales*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- قاسي سليمة. (2016). دور المدرسة في الحفاظ على التراث كهوية ثقافية. مجلة العلوم الإنسانية، (6).

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

يوري سوكولوف. (2000). *الفولكلور: قضايا وتاريخه* (ترجمة حلمي شعراوي & عبد الحميد حواس، ط1). القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

عبد الحميد يونس. (1968). *الحكاية الشعبية*. القاهرة، مصر: دار الكتاب العربي للطباعة.

صلاح فليفل الجابري. (2012). *الدين والأسطورة والعلم: مستويات مختلفة للفهم والتأويل* (ط1). المغرب: الرابطة العربية الأكاديمية للفلسفة.

فراس السواح. (1996). *مغامرة العقل الأول: دراسة في الأسطورة سوريا وبلاد الرافدين* (ط1). دمشق، سورية: دار علاء الدين.

كارين أرمسترونغ. (2008). *تاريخ الأسطورة* (ترجمة وجيه قانصو، ط1). بيروت، لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون.

جمال أبوزيد. (2009). *علم الفولكلور: دراسة في المأثورات الشعبية*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.

أحمد حمادة. (2012). *الأمثال الشعبية مرآة المجتمع*. القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

باشلار، غاستون. (1984). *جماليات المكان* (ترجمة غالب هلسا، ط2). بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

ابن الأثير، ضياء الدين. (1959). *المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر* (الجزء 1). القاهرة، مصر: دار النهضة للطبع والنشر.

التلي بن الشيخ. (1990). *منطلقات التفكير في الأدب الشعبي الجزائري*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.

أبو علي محمد توفيق. (1988). *الأمثال العربية والعصر الجاهلي: دراسة تحليلية*. بيروت، لبنان: دار النفائس.

محمد الجوهري. (1978). *الدراسة العلمية للمعتقدات الشعبية* (الجزء 1، ط1). القاهرة، مصر: دار الكتاب للتوزيع.

بونت بيار، ميشال، & إيزار، ميشال. (2006). *معجم الأنثروبولوجيا والإثنولوجيا* (ترجمة مصباح الصمد، ط1). بيروت، لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

فيليب لا بورث تولرا، & جان بيار فارنييه. (2004). *إثنوبولوجيا* (ترجمة مصباح الصمد، ط1). بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

إيكه هولكتراس. (1972). *قاموس ومصطلحات الإثنولوجيا والفولكلور* (ترجمة محمد الجوهري & حسن الشامي، ط1). القاهرة، مصر: دار المعارف، الهيئة العامة لقصور الثقافة.

Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture*. London, UK: John Murray.

غي روشه. (2006). *مقدمة في علم الاجتماع* (ترجمة خليل أحمد خليل). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.

Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Paris, France: Seuil.

علي أسعد وطفة. (2010). *الهوية الثقافية في عصر العولمة*. مجلة المعرفة، (567).

محمد عمارة. (2021). *الهوية والحضارة الإسلامية: الأصالة والمعاصرة والتحديات*. مركز الأمة للدراسات والتطور. استرجع من

<https://alummcenter.com/?p=3026>

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- كلود ليفي ستروس. (1977). *الأنثروبولوجيا البنيوية* (ترجمة مصطفى صالح). دمشق، سورية: منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي.
- بول ريكور. (2005). *الذات عينها* كآخر (ترجمة جورج زيداني، ط1). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية.
- هشام جعيط. (1984). *الشخصية العربية الإسلامية والمصير العربي* (ترجمة المنجي صيادي، ط1). بيروت، لبنان: دار الطليعة للطباعة والنشر.
- محمد عابد الجابري. (2004). *وجهة نظر نحو إعادة بناء قضايا الفكر العربي المعاصر* (ط3). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- جمال حمدان. (1993). *شخصية مصر: دراسة في عبقرية المكان* (الجزء الرابع). القاهرة، مصر: دار الهلال.
- Said, E. W. (1993). *Culture and imperialism*. New York, NY: Alfred A. Knopf.
- سعيد إسماعيل علي. (2005). *الهوية والتعليم* (ط1). القاهرة، مصر: عالم الكتاب.
- بريجة شريفة. (2015-2016). *التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري: دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير* نموذجاً عبر بعض المدن الجزائرية. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.
- عبد الله العروي. (1997). *ثقافتنا في ضوء التاريخ* (ط4). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- كمال بوقرة. (2007). *المسألة الثقافية وعلاقتها بالمشكلات التنظيمية في المؤسسة الجزائرية*. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- أبو القاسم سعد الله. (1992). *الحركة الوطنية* (ج3، ط4). بيروت، لبنان: دار الغرب الإسلامي.
- Ageron, C.-R. (1977). *Histoire de l'Algérie contemporaine (1830-1966)*. Paris: Presses Universitaires de France.
- عبد القادر جغلون. (1982). *مقدمات في تاريخ المغرب العربي القديم والوسيط* (ترجمة فضيلة الحكيم، ط1). بيروت، لبنان: دار الحداثة للطباعة والنشر.
- Levy, J. (1994). *North Africa: Ancient peoples and civilizations*. London, UK: Routledge.
- أبو القاسم سعد الله. (1991، 7 ديسمبر). حوار حمراوي حبيب شوقي مع شيخ المؤرخين الأستاذ أبو القاسم سعد الله [برنامج تلفزيوني]. التلفزيون الوطني الجزائري. متاح على https://www.youtube.com/watch?v=_aldb9agS7g&t=1016s
- عبد القادر صحراوي. (2018). *الاحتلال الروماني لمملكتي نوميديا وموريتانيا (46 ق.م-40م)*. مجلة الحوار المتوسطي، 9(3).
- مصطفى فركوس. (2003). *المختصر في تاريخ الجزائر من عهد الفينيقيين إلى خروج الفرنسيين*. الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- Benabou, M. (1976). *La résistance Africaine à la romanisation*. Paris, France: Éditions Découverte.
- محمد العربي عقون. (2008). *الاقتصاد والمجتمع في الشمال الإفريقي القديم*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- بلقاسم بلعرج. (2008). *الدارجة الجزائرية وصلتها بالعربية الفصحى: دراسة لسانية للهجة بني فتح جيجل*. قالمة: مديرية النشر لجامعة قالمة.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- محمد العربي الزبيري. (1999). تاريخ الجزائر المعاصر (الجزء الأول). دمشق، سورية: منشورات اتحاد الكتاب العرب.
- عبد القادر جغلول. (1982). تاريخ الجزائر الحديث: دراسة سوسيولوجية (ترجمة فيصل عباس، ط2). بيروت، لبنان: دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع.
- عثمان سعدي. (1982). عروبة الجزائر عبر التاريخ. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- عبد الله شريط، محمد الميلي. (1965). الجزائر في مرآة التاريخ (ط1). الجزائر: مكتبة البعث.
- بلال كشيدة. (2017). جهود المرأة الصوفية في المجتمع الجزائري: السيدة لالة زينب القاسمية أنغودجًا. مجلة روافد للبحوث والدراسات، (3).
- محمد أركون. (2001). الإسلام، أوروبا، الغرب: رهانات المعنى وإرادات الهيمنة (ترجمة هشام صالح، ط2). بيروت، لبنان: دار الساقي.
- عبد الرحمن الجيلالي. (1994). تاريخ الجزائر العام (الجزء الثالث، ط7). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- أبو القاسم سعد الله. (2015). تاريخ الجزائر الثقافي: من الفتح الإسلامي إلى نهاية القرن التاسع الهجري (ج1، ط1). الكويت: عالم المعرفة.
- رشيد عبد الرزاق. (2004). الهوية الثقافية في ظل العولمة. الجزائر: دار الهدى.
- جمال مخلوفي. (2018-2019). السياسة الثقافية الاستعمارية في الجزائر خلال الفترة 1900-1954م. أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم التاريخ وعلم الآثار، جامعة أحمد بن بلة وهران.
- سليم بعلوج. (2020). تأثير التعليم العربي الحر في الجزائر خلال الفترة الاستعمارية 1931-1954: تجربة جمعية العلماء المسلمين أنغودجًا. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 12. (198)
- أبو القاسم سعد الله. (1998). تاريخ الجزائر الثقافي 1830-1954 (الجزء الثالث). بيروت، لبنان: دار الغرب الإسلامي.
- محمد غربي. (2021). واقع المرأة الجزائرية ودورها في الفترة الاستعمارية 1830-1962. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، (73).
- بن حصير رفيق. (2012-2013). الأمازيغية والأمن الهوياتي في شمال إفريقيا: دراسة حالة الجزائر والمغرب. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- حامدوش نوال. (2015). المرأة الأمازيغية الجزائرية: التراث والهوية، أي دور؟ رؤية سوسيولوجية. المجلة الجزائرية للأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، 5. (4)
- سعود حجال، محمد بلحاجي. (2017). المرأة الجزائرية المعاصرة بين خطاب التقليد والحداثة: مقارنة سوسيوأنثروبولوجية. مجلة التغير الاجتماعي، 2. (2)
- بوبريمة كوثر، سعداوي زهرة. (2022). دور ومكانة المرأة الجزائرية قبل وبعد الاستقلال: قراءة تحليلية للأدوار والتحديات. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، 11. (1)
- فاطمة طاهري، عبد الكامل جويبة. (2023). البعد الديني في مفردات الثورة الجزائرية. (1962-1954) مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 13. (1)

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- شريف كرمة. (2006). اللغة العربية وعلاقتها بالهوية. مجلة حوليات التراث، (6).
- حاجة بن ناصر. (2024). إشكالية التعريب وأزمة التعريب: عبد الله شريط أمودجًا. مجلة قضايا لغوية، 5. (1)
- عز الدين مناصرة. (2014). الهويات والتعددية اللغوية: قراءات في ضوء النقد الثقافي المقارن. عمان، الأردن: الصايل للنشر والتوزيع.
- سمير أبيش. (2023). التعدد اللغوي وسؤال الهوية: قراءة في المفهوم والدلالات. مجلة اللغة العربية، 25. (64)
- عبد السلام المسدي. (2014). الهوية العربية والأمن اللغوي: دراية وتوثيق. بيروت، لبنان: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- محمد الأمين خلادي. (2015). التعدد اللغوي في الجزائر. مجلة الإنسان والمجال، 1. (1)
- عمر فاسي. (2021). التعريب والفرنكوفونية في الجزائر: تعايش أم صراع؟ مجلة الرواق، 7. (2)
- عطار أحمد. (2017). التاريخ والهوية في كتاب عمار بلخوجة. مجلة الخلدونية، 10. (1)
- Fanon, F. (1959). *L'An V de la révolution algérienne (Sociologie d'une révolution)*. Paris, France: François Maspero.
- ياسين سعادة. (2017). المرأة بين ما كتبه الفرنسيون الكولونياليون وبعض الجزائريين وما أبرزه الواقع. مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، 4. (2)
- محمد أركون. (1995). أين هو الفكر الإسلامي المعاصر؟ (ترجمة هاشم صالح، ط2). بيروت، لبنان: دار الساقى.
- فاطمة الزهراء عقال. (2024). التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية في الكتابة النسوية لرؤايات الاستعمار في الجزائر. مجلة ألف: اللغة، الإعلام والمجتمع، 11. (2-5)
- أحمد أبو زيد وآخرون. (1972). دراسات في الفولكلور. القاهرة، مصر: دار الثقافة للطباعة والنشر.
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris, France: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- إيمان هنشري. (2017). الموروث الثقافي الجزائري: الواقع والآفاق. مجلة حوليات التراث، (17).
- التيجاني مياطة. (2014). دور التراث المادي واللامادي لمجتمع وادي سوف في تحديد ملامح الهوية الثقافية وتكاملها. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، (6).
- فوزية دياب. (1980). القيم والعادات الاجتماعية (ط2). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- محمد سعيدي. (2013). مقدمة في الأنثروبولوجيا: مظاهر الثقافة الشعبية (ط1). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد بورايو. (2007). الثقافة الشعبية الجزائرية: التاريخ والقضايا والتجليات. الجزائر: فيسر للنشر والتوزيع.
- Chebel, M. (1995). *Dictionnaire des symboles musulmans: Rite, mystique et civilisation*. Paris, France: Albin Michel.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

- بن الشيخ، حكيم. (2013). *مدينة الجزائر: الأوضاع الاجتماعية والأنثروبولوجية 1945-1954*. الجزائر: دار الهومة للنشر والتوزيع.
- سنوسي، صليحة. (2012). *السلوك الاجتماعي والقيم الأخلاقية في الحكاية الشعبية في الغرب الجزائري* (أطروحة دكتوراه، تخصص أدب شعبي). قسم الثقافة الشعبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، الجزائر.
- خيدر، جميلة. (2021). التنوع الثقافي في الجزائر من خلال الأزياء التقليدية: مقارنة سوسيوأنثروبولوجية لمجموعة متحفية تابعة للمركز التفسيري للباس التقليدي. *مجلة العالم*، 19.
- أحمد، محمد. (2018). لباس السفساري والهوية في تونس. *الموروث*، 12. (3).
- طيان، شريفة. (1991). *ملابس المرأة بمدينة الجزائر في العهد العثماني* (رسالة ماجستير). معهد الآثار، جامعة الجزائر.
- تمساوت، فائزة. (2021). مضامين رسائل الاتصال غير اللفظي: اللباس التقليدي للمرأة القبائلية أنموذجاً. *مجلة المعيار*، 25. (5).
- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (2005). *مدونة النصوص القانونية والتنظيمية الخاصة بقطاع الصناعة التقليدية* (الأمر رقم 96/1 المؤرخ في 10 يناير 1990، المحدد للقواعد والحرف التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف). الجزائر.
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York, NY: Pantheon Books.
- Berque, J. (1969). *Les Arabes d'hier à demain*. Paris, France: Éditions du Seuil.
- Manser, M. (2023). The sociocultural contribution of women and their effectiveness in Algerian society. *Aleph*, 10(1).
- بيات، خديجة. (2017-2018). *الدور التربوي للمرأة في الأسرة الجزائرية: دراسة ميدانية بمدينة وادي سوف* (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التربية). جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- Durkheim, É. (1961). *Moral Education*. New York, NY: Free Press.
- زغبنة، نوال. (2019). التنشئة الاجتماعية ودورها في تشكيل هوية الفرد في ظل رهان العولمة. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 13. (1).
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York, NY: Greenwood.
- عاشور، مولدي. (2019). تمكين المرأة وجدلية ترسيخ الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 4. (3).
- العابد، شيماء، وبن زينة، صفية. (2021). التعايش اللغوي ودوره في تحقيق الأمن الثقافي الجزائري. *جسور المعرفة*، 7. (4).
- زنانة، رمة، وبلعور، الطاهر. (2020). قراءة سوسيوولوجية لدور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد. *مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع*، 33. (3)، جامعة جيجل.

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

حاجي، حنان، وثابت، مصطفى. (2022). المرأة وإشكالية بناء الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي: مقارنة سوسيوثقافية في بناء الهوية الرقمية للمرأة الجزائرية. *مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، 7(1).

بومعيرة، السعيد. (2006). *أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب* (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر.

Bourdieu, P. (1998). *On television*. New York, NY: The New Press.

خضور، أديب. (1999). *صورة المرأة في الإعلام العربي* (ط1). الجزائر: دار الأيام ش.ذ.م.م. للطباعة والنشر والتوزيع.

عثمان، السعيد محمد. (2007). *العولمة السياسية بين الفكرين الإسلامي والغربي من المنظور التاريخي*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.

عبادة، نور الهدى. (2019). *الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية: المهددات وسبل الوقاية*. *مجلة الاتصال والصحافة*، 5(1).

المسيري، عبد الوهاب. (2013). *العلمانية والحداثة والعولمة* (ط1). دمشق، سورية: دار الفكر.

بلالي، عبد المالك. (2016). *العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للشباب*. *مجلة المعيار*، 7(2).

المسيري، عبد الوهاب. (2010). *قضية المرأة بين التحرر والتمركز حول الأنثى* (ط2). القاهرة، مصر: دار نخب مصر.

زغلاش، ليندة، وقجة، رضا. (2022). *أزمة الهوية الجزائرية في ظل التعدد اللغوي للنسيج الاجتماعي*. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 8(2).

بلقاسمي، آمنة ياسين، ومزيان، محمد. (2012). *العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين*. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 8(8).

Hochschild, A. R. (2003). *The commercialization of intimate life: Notes from home and work*. Berkeley, CA: University of California Press.

رضا، شريف. (2011). *الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العولمة عند الجابري*. الجزائر: كنوز الحكمة.

الفصل الثالث

الصحافة النسائية الجزائرية:
من التخصص الإعلامي
إلى التمثيل الثقافي

تمهيد

يشكّل هذا الفصل الإطار المفاهيمي الذي يضع أسس الدراسة ويوضح خلفياتها النظرية والمعرفية. فقد توقفنا في بدايته عند الصحافة المتخصصة من خلال تحديد مفهومها، وخصائصها، وأنماطها المعرفية، فضلاً عن وظائفها الاتصالية والمعرفية ومقوماتها الأساسية، بما يبرز خصوصيتها داخل الحقل الإعلامي. ثم خصّصنا محوراً للصحافة النسائية باعتبارها أحد أنماط الصحافة المتخصصة، فتناولنا مفهومها ونشأتها وتطورها، والأطر النظرية المؤسّسة لها، مع استعراض أنواعها واتجاهاتها التحريرية السائدة، وخصائصها النوعية والمضمونية، وكذا أدوارها في تشكيل الوعي النسوي، بين ما هو وظيفي وما يُنظر إليه كواجب اجتماعي.

وانتقلنا بعد ذلك إلى الصحافة النسائية الجزائرية، حيث عرضنا جذورها التاريخية، ودور الحركات النسوية في صياغة وتحولات خطابها، مع التوقف عند ملامح الهوية التحريرية والبصرية عبر نماذج مختارة تعكس خصوصيات مرحلتَي الأحادية الحزبية والتعددية السياسية. كما سعينا إلى رصد التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية الوطنية، بين ثنائية الموروث والحداثة، بالاعتماد على تحليل مضمون تلك النماذج.

وختمنا الفصل بالوقوف عند التحديات المهنية والسوسيوثقافية التي واجهت الصحافة النسائية الجزائرية، من الإكراهات البنيوية والوظيفية في السياق الورقي، إلى رهانات الرقمنة والتحولات التكنولوجية والعولمية في السياق الراهن، بما أتاح فهمًا أعمق لواقع هذه التجربة وحدودها وآفاقها.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصحافة المتخصصة

تُمثّل الصحافة المتخصصة أحد أهم مظاهر تطوّر العمل الإعلامي، إذ جاءت استجابةً للتحولات التي شهدتها المجتمعات الحديثة، ولتزايد حاجات الجمهور إلى معرفة معمّقة ودقيقة تتجاوز ما تقدمه الصحافة العامة من معالجة سطحية وشمولية. فقد أصبح الفرد المعاصر يواجه قضايا متشابكة في مجالات الاقتصاد والسياسة والثقافة والعلم، مما فرض على الصحافة أن تتخصص في موضوعات بعينها لتقديم محتوى أكثر وضوحاً ودقة. ومن هذا المنطلق، يُعنى هذا المبحث ببلورة الإطار المفاهيمي للصحافة المتخصصة، من خلال تتبع سياقات نشأتها وتطورها، وتوضيح خصائصها العامة، ورصد وظائفها المعرفية والاتصالية، فضلاً عن إبراز مقوماتها التي تُمكنها من أداء رسالتها داخل المنظومة الإعلامية الراهنة.

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المتخصصة: النشأة والسياقات المؤثرة

شهد الحقل الإعلامي تطورًا متسارعًا بفعل التحولات الاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية، وهو ما أسهم في نشأة أنماط جديدة من الممارسة الصحفية، وفي مقدمتها الصحافة المتخصصة التي جاءت لتلبية الحاجة إلى محتوى إعلامي معمق وموجه نحو فئات نوعية من الجمهور (عبد العليم، 2004، ص 21). ويُنظر إليها باعتبارها معالجة إعلامية تقتصر على موضوعات محدّدة، تُقدّم وفق أسلوب تحليلي يراعي الخصوصيات المعرفية والثقافية للفئة المستهدفة (حمزة، 2021، ص 44).

ويرى خليل الرفاعي (2020، ص 6) أنّ الصحافة المتخصصة تمثل استجابة لاحتياجات الجمهور المعاصر، كونها "صحافة نوعية تشغل ضمن نطاق معرفي ضيق نسبيًا، وتخطب جمهورًا محدّدًا"، وهو ما يرفع من قدرتها على التأثير مقارنة بالصحافة العامة. في السياق نفسه، يؤكد (McQuail 2010) أنّ التخصص في الصحافة يُعد انعكاسًا مباشرًا لتطور الجمهور وتنوع اهتماماته، حيث لم يعد المتلقي يكتفي بالمعلومة العامة، بل يبحث عن خطاب إعلامي يمس واقعه المهني والاجتماعي والثقافي.

وقد ميّز أبو زيد بين نوعين من الصحافة المتخصصة: الأولى موجهة لجمهور متخصص في مجالات كالمجال الطبي أو الاقتصادي، والثانية تخطب جمهورًا واسعًا من خلال موضوعات محدّدة كالفن والرياضة، مع اعتبار الصفحات المتخصصة داخل الصحف العامة امتدادًا لهذا المفهوم (أبوزيد، ليلي، 2009، ص 18). في حين ربط خضور (2003، ص 70) ظهور الصحافة المتخصصة بالتقسيم الاجتماعي للعمل وبنمو حاجات القراء ووعيهم، معتبرًا أنها ضرورة موضوعية فرضتها تحولات البنية الاجتماعية والثقافية.

وبناءً على ما سبق، تتحدد الصحافة المتخصصة باعتبارها إعلامًا موجّهًا نحو فئات نوعية، يركّز على مجال بعينه ويستجيب لحاجات معرفية محدّدة، مع صعوبة حصر أشكالها نظرًا لتعدد فروع المعرفة وتشعبها.

السياقات والعوامل المؤثرة في نشأة الصحافة المتخصصة

يُجمع الباحثون في الإعلام على أنّ نشأة الصحافة المتخصصة لم تكن حدثًا عرضيًا، بل نتيجة طبيعية لتحولات اجتماعية وسياسية واقتصادية ومعرفية متشابكة. ورغم أنّ الجوانب التاريخية التقنية لهذا التطور باتت معارف أساسية متداولة، فإن الأهمية تكمن في فهم السياقات البنيوية والوظيفية التي فرضت الحاجة إلى هذا الشكل من

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

الإعلام. فقد أضحت الصحافة العامة عاجزة عن استيعاب تعقيدات الحياة الحديثة، في وقت تزايد فيه وعي الجمهور وتنوّعت اهتماماته.

• **السياق المجتمعي والثقافي:** أدى تعقّد البنية الاجتماعية وبروز شرائح ذات اهتمامات محددة، كالنساء والشباب والمهنيين، إلى نشوء الحاجة لإعلام يعكس قضايا هذه الفئات ويستجيب لتطلعاتها. ومع انتشار التعليم وتعميق التخصصات، ارتفعت مستويات الوعي والطلب على مضامين إعلامية أكثر دقة وتحديداً (الخصاونة، 2012، ص 37). وبناءً على ذلك، اتجهت العديد من الصحف العامة إلى إدراج صفحات أو ملاحق متخصصة في مجالات الأدب والفن والاقتصاد والدين والمرأة، وهو ما شكّل استجابة مباشرة لتنوّع الجمهور وتزايد مطالبه (أبو زيد، 2008، ص 5).

• **السياق الفكري والسياسي:** ساهم تنوّع التيارات الفكرية والسياسية والاجتماعية، خاصة بعد الحرب العالمية الأولى في رسم مشهد إعلامي متعدد الأوجه. وقد انعكس ذلك على الصحافة التي بدأت تتمايز في توجهاتها ومضامينها، مما مهّد لظهور أنماط متخصصة تعكس مواقف وتيارات فكرية أو فئات مجتمعية بعينها، وهو ما عزّز الطابع الفتوي للخطاب الإعلامي (عبد اللطيف، 2002، ص 12).

إلى جانب العوامل المجتمعية والفكرية، برزت جملة من السياقات الأخرى التي ساهمت في نشأة وتطوّر الصحافة المتخصصة، وأعطتها شرعيتها البنيوية والوظيفية داخل الحقل الإعلامي.

• **السياق الاقتصادي:** فرضت الليبرالية الاقتصادية ومنطق السوق التنافسي على المؤسسات الإعلامية ضرورة البحث عن استراتيجيات جديدة لاستقطاب الجمهور. ومن ثمّ، اتجهت الصحف إلى استهداف شرائح نوعية بغرض تحقيق عوائد من الإعلانات أو الرعاية التجارية، الأمر الذي جعل الصحافة المتخصصة آلية فعّالة لضمان الاستمرارية والربحية في سوق يتسم بالتحوّل والتنافسية.

• **السياق التكنولوجي والاتصالي:** أسهم التطوّر التكنولوجي في الطباعة، والبث الرقمي، وتقنيات الاتصال الحديثة، في تسهيل نشوء منصات إعلامية متخصصة، من مجالات قطاعية إلى مواقع إلكترونية موجهة. كما مكّن التقدّم في أدوات النشر من الوصول إلى جمهور نوعي بتكلفة أقل وسرعة أكبر، ما عزّز فعالية التوزيع والتفاعل (الخصاونة، 2012، ص 37).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

• **السياق المهني والمعرفي:** لعب التكوين الأكاديمي المتخصص للصحفيين دورًا جوهريًا في ترسيخ مكانة هذا النمط الصحفي، حيث بات الصحفي قادرًا على تبسيط المعارف العلمية والاقتصادية والثقافية بلغة دقيقة ومفهومة. وقد أضفى ذلك استقلالية أكبر على الصحافة المتخصصة ورفع من مشروعيتها المهنية، خصوصًا مع توسّع هامش حرية التعبير وتراجع الرقابة السياسية (حسنين، 2006، ص 116).

ويجمع الباحثون على أنّ هذه العوامل أفرزت اتجاهات رئيسية في المشهد الإعلامي، أشار إليها فاروق أبو زيد وليلى عبد المجيد (2009، ص 33)، وتتمثل في:

1. تخصيص الصحف العامة لأركان أو صفحات متخصصة تعكس اهتمامات القراء المتنوعة (فن، أدب، اقتصاد، دين، امرأة).

2. صدور صحف متخصصة تركز على مضمون محدد، قد يكون موجّهًا للجمهور العام باختلاف فئاته.

3. تزايد اهتمام المؤسسات الإعلامية بتأهيل صحفيين متخصصين في مجالات دقيقة، بل ظهرت تخصصات فرعية مثل صحافة الطاقة أو البيئة.

وفي هذا السياق، يلاحظ محمد منير حجاب (2010، ص 108) أنّ ظهور الصحف المتخصصة واختلافها يتأثران إلى حد كبير بخصوصيات البيئة والمجتمع، وأن جمهور القراء، بما لديه من اهتمامات، يظل العامل المحدد في رواج هذا النوع من الصحافة أو كساده.

وبالنظر إلى هذه المقاربات المتعددة، يمكن القول إنّ الصحافة المتخصصة لا تُحتزل في كونها مجرد تقسيم موضوعي داخل الصحف العامة، بل هي بنية إعلامية قائمة بذاتها، تتحدد بوضوح من خلال موضوعاتها، وأسلوب معالجتها، والجمهور الذي تتوجه إليه. وإذا كان بعض الباحثين قد ركّز على بعدها البيئي (الصحف أو الصفحات المخصصة لمجال معيّن)، وآخرون على بعدها الوظيفي (الاستجابة لحاجات الجمهور النوعي)، فإنّ هذه الدراسة تنطلق من اعتبار الصحافة المتخصصة نتاجًا لتفاعل هذين البعدين معًا؛ فهي في الوقت نفسه بنية إعلامية مميزة، ووسيلة للتأثير الاجتماعي والثقافي والمعرفي عبر خطاب موجّه إلى جمهور محدد.

المطلب الثاني: الخصائص العامة والأنماط المعرفية للصحافة المتخصصة

يتّضح أنّ الصحافة المتخصصة تنفرد عن الصحافة العامة بخصائص بنيوية ووظيفية تجعلها أكثر عمقاً ودقّة، فهي تركز على موضوع محدّد وتقدّم معالجة معمّقة تتناسب مع الخصوصية المعرفية أو المهنية للجمهور المستهدف. وقد ساهم تزايد الحاجة إلى التخصص في دفع هذا النمط الإعلامي إلى التطوّر والازدهار، وهو ما أكّدت عليه تقارير اليونسكو التي أشارت إلى أنّ الصحافة المتخصصة تتقدّم بخطوات متسارعة في الوقت الذي تعاني فيه الصحافة العامة من أزمت متكررة (ماكبرايد، 1981، ص 164).

وبالاستناد إلى الأدبيات الإعلامية، يمكن التمييز أولاً بين ثلاثة مستويات رئيسية للصحافة المتخصصة:

1. **المستوى العام**: وهو الذي يستهدف جمهوراً واسعاً لكن ضمن اهتمامات محدّدة مثل الصحافة النسائية أو الشبابية أو الثقافية.

2. **المستوى المهني**: ويُعنى بمجالات عملية محدّدة كالقانون، الطب، الزراعة، أو الهندسة.

3. **المستوى الأكاديمي أو العلمي**: وهو الأكثر تخصّصاً من حيث اللغة والمحتوى، حيث يخاطب الباحثين والخبراء ويعتمد على التوثيق والمعايير العلمية الصارمة (أبوزيد، ليلي، 2009، ص 16).

وعليه، يمكن القول إنّ الصحافة المتخصصة ليست مجرد تنوع في المضامين، بل هي بنية معرفية متكاملة تعكس خصوصيات الفئات التي تخاطبها، سواء على المستوى العام أو المهني أو الأكاديمي.

ثانياً: أنواع الصحافة المتخصصة

يصعب حصر الصحافة المتخصصة في عدد محدود من الأنماط، لأنها بطبيعتها تمتد لتشمل مختلف فروع المعرفة البشرية، وتتفرّع إلى تخصّصات أدق وفق حاجات المجتمع وتطوّر المعرفة (الهيبي، 2011، ص 19). وقد بيّن صلاح عبد اللطيف (2002) أنّ الدوريات المتخصصة تعكس تنوعاً واسعاً يستحيل معه التعميم، حيث بلغ عددها سنة 1987 حوالي 70,800 دورية موزعة على 542 تخصّصاً مختلفاً (حسنين، 2006، ص 111).

ومن أبرز المجالات التي تناولتها الإحصاءات القديمة: الصحافة النسائية (1137 دورية)، الصحافة الرياضية (3087 دورية)، الصحافة الأدبية (5177 دورية)، الصحافة الطبية (8649 دورية)، فضلاً عن تخصّصات

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

أخرى كالسياسة، الدين، الزراعة، الإعلام، والفنون بأنواعها. هذه الأرقام تكشف عن شمولية الصحافة المتخصصة وتنوعها لتلبية حاجات فئات اجتماعية ومعرفية متعددة.

وإذا قارنا هذه المعطيات بما سجّله تقرير (Journal Citation Reports (JCR) لسنة 2024، نجد أنّ عدد الدوريات النشطة بلغ 21,848 دورية تغطي 254 تخصصًا بحثيًا. أما قاعدة بيانات Scopus فتشير إلى نحو 28,000 دورية نشطة، في حين يورد دليل أورليخ (Ulrich's periodicals Directory) أكثر من 336,000 دورية نشطة تشمل الدوريات الأكاديمية، الصحف، المجلات، والنشرات الإخبارية. ويعود هذا التباين إلى اختلاف معايير التصنيف والتغطية؛ فبينما يركّز JCR على الدوريات ذات التأثير العلمي المرتفع، تملّ قاعدة Ulrich إلى الشمول الأوسع (Clarivate, Wikipedia Scopus, Wikipedia Ulrich's).

وتبرز هنا ملاحظة أساسية، وهي أنّ تطوّر الصحافة المتخصصة لم يعد مرتبطًا بالورقي فقط، بل توسّع بشكل ملحوظ في الفضاء الرقمي، حيث ظهرت منصّات إلكترونية متخصصة في مجالات دقيقة يصعب حصرها بسهولة كما في النماذج الورقية الكلاسيكية.

ورغم هذا التوسّع عالميًا، يبقى المشهد الجزائري محدودًا نسبيًا من حيث الكم والتنوّع؛ فعلى سبيل المثال لا يتجاوز عدد المجلات النسائية المنتظمة بضع عناوين، مثل «موعد حواء» و«دزيريات»، مقابل مئات العناوين في بلدان عربية وغربية. وهو ما يعكس ضعف الاستثمار الإعلامي محليًا وفجوة في مواكبة حاجات الجمهور النسوي المتعدّد الاهتمامات.

ويقترح صلاح عبد اللطيف (2002، ص14) تقسيم الصحافة المتخصصة إلى أحد عشر نوعًا أساسيًا، بناءً على الاهتمامات الإنسانية والفئات العمرية، مما يوفّر إطارًا مرجعيًا لتصنيف أنماط هذا النمط الإعلامي.

1. صحافة تتعلق بسنوات العمر كالصحافة المتخصصة الموجهة للأطفال، وصحافة الشباب، صحف متخصصة لكبار السن... الخ

2. صحافة المرأة والرجل: وهي الصّحف التي تهتم بالمرأة وأخرى بالرجل حيث تختلف متطلبات المرأة عن متطلبات الرجل

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

3. صحافة تتعلق بالدين
 4. صحافة الهوايات والأنشطة الفردية ويتفرّع عن هذا التخصص تخصصات دقيقة فالرياضة مثلاً يتفرّع منها مجالات في كرة القدم، وأخرى في التنس وغيرها...
 5. صحف ذات اتجاهات أدبية وفنية
 6. صحف ذات اتجاهات سياسية
 7. صحف ذات اتجاهات علمية وتتعدد بسبب تعدّد فروع العلوم المختلفة.
 8. صحف في الاقتصاد والتجارة
 9. صحف الدعاية والإعلان
 10. صحف الحدوادم والجرائم والأخبار المثيرة
 11. صحف تتعلق بالمهن والوظائف المختلفة (عبد اللطيف، 2002، ص 14).
- غير أن هذا التقسيم التقليدي للصحافة المتخصصة إلى أحد عشر صنفاً لا يمكن اعتباره ثابتاً أو جامداً، بل هو تقسيم دينامي يتطور بتطور حاجات الجمهور وتغير الوسائط. فقد أفرزت الرقمنة والانتقال نحو الإعلام الجديد أنماطاً هجينة يصعب تصنيفها ضمن قالب واحد، مثل المجالات الإلكترونية ذات الطابع التثقيفي والترفيهي في آن، أو تلك التي تجمع بين الأدوار النسائية والاجتماعية والصحية. كما أظهرت بعض الدراسات الحاجة إلى إعادة النظر في بعض التصنيفات الكلاسيكية، التي قد لا تعكس بدقة تحولات السلوك الإعلامي لدى المتلقي الحديث. ومن هذا المنطلق فإن التصنيف المعتمد في هذا البحث سيأخذ في الحسبان هذا الطابع التحويلي للصحافة المتخصصة.

ثالثاً: الخصائص العامة للصحافة المتخصصة

- تتميّز الصحافة المتخصصة بخصائص بنيوية ووظيفية تميّزها عن الصحافة العامة، أبرزها:
- التخصص الموضوعاتي: تركيزها على مجال محدّد بدقة، ما يجعل محتواها موجّهاً لفئة ذات اهتمامات خاصة.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- **توظيف لغة مفاهيمية وتقنية:** اعتمادها مصطلحات تخصّ المجال موضوع المعالجة، وهو ما يستدعي أحياناً معرفة مسبقة لدى القارئ.
- **الانتقاء الصارم للمواضيع:** اختيار القضايا بعناية بما ينسجم مع اهتمامات الجمهور المستهدف، مع تقديم معالجة معمّقة وتحليلية.
- **الاستمرارية والتركيز:** تناول الموضوعات ذاتها بتكرار وتحديث دائم، مما يخلق تراكمًا معرفيًا يفيد المتلقي (الحديدي واللبان، 2009، ص135).

رابعاً: الأنماط المعرفية للصحافة المتخصصة

إلى جانب خصائصها البنيوية، تُظهر الصحافة المتخصصة أنماطاً معرفية متنوعة تجمع بين البعد الإخباري والتثقيفي والتفسيري، ويمكن تصنيفها إلى:

1. **النمط التفسيري التحليلي:** لا يكتفي بالعرض الإخباري، بل يسعى إلى تفسير الظواهر وفهمها في عمقها.
2. **النمط الإخباري المتخصص:** يقدّم أخباراً دقيقة مرتبطة بالمجال التخصصي، مع الالتزام بالمصطلحية والموضوعية.
3. **النمط التوعوي والتثقيفي:** يهدف إلى رفع الوعي لدى الجمهور، خصوصاً في مجالات كالصحة أو البيئة أو قضايا المرأة.
4. **النمط النقدي التمثيلي:** يُبرز القضايا الخلافية أو المسكوت عنها، مع تقديم زوايا نظر متعدّدة.

وتجدر الإشارة إلى أنّ هذه الأنماط لا تُمارس في قوالب مغلقة، بل قد تتقاطع داخل الممارسة الصحفية الواحدة، بما يمنح الصحافة المتخصصة مرونة أكبر في مخاطبة جمهورها النوعي (هبة، 2018، ص146).

إن تنوّع خصائص الصحافة المتخصصة وأنماطها المعرفية يجعلها أحد المكوّنات المحورية في المنظومة الإعلامية الحديثة. فهي لا تكتفي بتقديم المعلومة، بل تؤدي أدواراً معرفية وتنويرية عميقة، وتواكب التحوّلات الاجتماعية والثقافية، بما يعزّز مكانتها في بناء الوعي الجماهيري وصياغة الأدوار الاجتماعية للفئات المختلفة.

المطلب الثالث: وظائف الصحافة المتخصصة في الإعلام المعاصر: الاتصالية والمعرفية

تُعَدّ الصحافة المتخصصة انعكاسًا مباشرًا للتحوّلات التي شهدتها المشهد الإعلامي في العصر الحديث، حيث لم يعد المتلقي يرضى بالمضامين العامة والسطحية، بل أصبح يبحث عن محتوى نوعي ينسجم مع اهتماماته المعرفية والمهنية والاجتماعية. ومن هذا المنطلق، برزت الصحافة المتخصصة باعتبارها أداة اتصالية ومعرفية قادرة على ملء هذا الفراغ، بل وعلى الارتقاء بالوظائف التقليدية للإعلام نحو أبعاد أكثر عمقًا وتأثيرًا.

أولًا، تتجلى أهميتها في تعزيز التخصص المعرفي وتلبية احتياجات الجمهور النوعي. فهي توفر للمتلقى معرفة مركّزة مرتبطة مباشرة بمجال اهتمامه، مما يعزز قدرته على الفهم والتفاعل مع القضايا التي تخصّه. وقد أكدت دراسة مزارى نصر الدين (2022، ص278) أنّ هذا التخصص في المضمون يجعل المواد أكثر جاذبية وتأثيرًا مقارنة بالصحافة العامة، إذ يخلق علاقة تفاعلية أقوى بين الصحيفة وجمهورها المستهدف.

ثانيًا، تؤدي الصحافة المتخصصة دورًا محوريًا في خدمة التنمية المجتمعية والمعرفية من خلال تسليط الضوء على قضايا دقيقة وحساسة، كالبيئة، الصحة، أو حقوق الفئات الاجتماعية المختلفة. وهو ما أظهرته دراسة هاجر ميرزة (2023)، التي بيّنت كيف أسهمت الصحافة المتخصصة في الجزائر في تطوير الخطاب الإعلامي عبر ربطه بالسياقات التنموية والاجتماعية. وبهذا تصبح الصحافة المتخصصة أداة دعم معرفي ومجتمعي، تتجاوز وظيفتها الإخبارية إلى وظيفة تنموية شاملة.

ثالثًا، تكمن أهميتها في تعزيز المصداقية والموثوقية في زمن يتسم بتدفّق هائل للمعلومات وارتفاع وتيرة الأخبار المضللة. فهي بحكم طبيعتها القائمة على التحليل والتوثيق الصارم، تقدّم مادة دقيقة وموثوقة تتيح للمتلقى التمييز بين الصحيح والزائف (ميرزة، 2023، ص112).

رابعًا، تبرز وظيفة الصحافة المتخصصة في تعميق النقاش العام وبناء رأي نوعي. فهي تتيح فضاءات للحوار في مجالات متخصصة كالاقتصاد، البيئة، السياسات الصحية، أو قضايا المرأة، مما يساعد على بلورة رأي عام واعٍ ومسؤول. وهنا يشير طرح بشرى تيسير (2014، ص134) إلى أنّ النقاش المتخصص الذي تتيحه هذه الصحافة يساهم في إغناء المجال العمومي وتعزيز وعي الجمهور.

خامسًا، تتمثل أهمية الصحافة المتخصصة أيضًا في قدرتها على مواكبة التحوّلات التكنولوجية والمجتمعية، حيث لم تبق حبيسة النماذج الورقية التقليدية، بل انفتحت على المنصات الرقمية، والمجلات الإلكترونية، والنشرات

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

التفاعلية، بما يتيح لها استهداف شرائح محددة بدقة أكبر (ميرزة، 2023، ص 109). وهو ما يجعلها أداة فعالة لتعميق المعرفة، وتيسير الفهم النوعي للقضايا، وتوسيع نطاق الحق في الوصول إلى معلومات دقيقة ومتخصصة في مجالات متعددة كالصحة، الاقتصاد، البيئة، والعلوم.

وبذلك، يتضح أن الصحافة المتخصصة لا تنحصر أهميتها في بعدها الإعلامي فحسب، بل تمتد إلى تعزيز التفكير النقدي، وتشكيل وعي متميز لدى الجمهور. كما تؤدي دورًا محوريًا في دعم الديمقراطية التشاركية، من خلال إتاحة فضاءات للتعبير عن القضايا الخاصة بالفئات النوعية المختلفة، بما ينعكس إيجابًا على الأداء المجتمعي. وقد شدد عارف الضبع (2009، ص 138) على أن هذا الدور اكتسب زخمًا إضافيًا في ظل الرقمنة المعاصرة، حيث أصبح التخصص معيارًا للجودة والفاعلية الإعلامية.

وتؤكد الأدبيات على هذا البعد المركزي، إذ اعتبرت أن الصحافة المتخصصة تسهم في تكوين الرأي العام داخل الشرائح المتخصصة، وتنقل المعرفة العلمية بلغة مبسطة وفعالة (صالح، حسن، 2019، ص 17). بينما يعتبر شريف وصيشي (2019، ص 68) أن الإعلام المتخصص أصبح ضرورة اتصالية لمجتمع المعرفة وتحديات التنمية. وهذا يبرز أن الصحافة المتخصصة ليست مجرد ممارسة مهنية، بل أداة استراتيجية لمواكبة تعقيدات الفضاء العمومي وتنوع الجمهور.

من خلال هذه الأبعاد، يتضح أن الصحافة المتخصصة ليست مجرد بديل عن الصحافة العامة، بل هي امتداد نوعي لها، يملأ فراغات معرفية واتصالية فرضتها تحولات المجتمع وتطور حاجات الجمهور. فهي تسعى، من جهة، إلى خدمة الأفراد عبر تزويدهم بمعلومة دقيقة ومعمّقة، ومن جهة أخرى، إلى خدمة المجتمع عبر دعم التنمية وبناء وعي جماعي نوعي.

ثانيًا: الوظائف الاتصالية والمعرفية للصحافة المتخصصة

لا تقتصر الصحافة المتخصصة على دورها الإخباري، بل تؤدي مجموعة من الوظائف المتشابكة التي تجعلها ركيزة أساسية في منظومة الإعلام المعاصر. فهي وسيط فاعل في نقل المعرفة وتبسيطها وتكييفها مع احتياجات المتلقين، وخاصة مع تنامي التخصصات العلمية والمهنية. ومن أبرز هذه الوظائف:

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

1. الوظيفة الإخبارية التخصصية: تقوم على تقديم معلومات دقيقة، محدثة، ومرتبطة بالمجال المستهدف، مع إضافة الخلفيات والسياقات الضرورية لفهمها.

2. الوظيفة التثقيفية: تساهم في تبسيط المعارف المعقدة وإتاحتها لجمهور واسع، سواء كانوا مهنيين أو عموم القراء، بما يعزز الثقافة التخصصية داخل المجتمع.

إلى جانب الدور الإخباري والتثقيفي، تضطلع الصحافة المتخصصة بمجموعة من الوظائف المتكاملة، التي تجعلها ركيزة أساسية في الفضاء الإعلامي المعاصر. فهي تؤدي وظيفة تربوية، من خلال توجيه الأفراد نحو السلوكيات الإيجابية وترسيخ القيم عبر تقديم مضامين تعليمية وسلوكية، خاصة في الصحافة التربوية أو الصحية (حسنين، 2006، ص 49). كما تقوم بوظيفة توجيهية عبر إرشاد القارئ إلى اختيارات مدروسة من خلال النصائح والتحليل المعمقة، وهو ما يعزز من وعيه واتخاذ القرارات المناسبة.

وتبرز أيضًا وظيفتها التعبوية، حيث تساهم في دعم الانتماء والهوية الوطنية، وتعبئة الرأي العام حول القضايا المصرية وترسيخ قيم المواطنة. أما الوظيفة الروحية والقيمية، فهي تظهر بوضوح في الصحف المتخصصة في الشأن الديني أو الثقافي، التي تسعى إلى بناء وعي قيمي متماسك يقي المجتمع من التفكك أو الانبهار الخارجي (بوسنان، 2017، ص 801).

ولا تقل أهمية الوظيفة النقدية والرقابية، حيث تُسلط الصحافة المتخصصة الضوء على الاختلالات داخل المجال الذي تعالجه، وتكشف التجاوزات، بما يعزز الشفافية والمساءلة (جبر، 2024، ص 16-17). كما توفر وظيفة اتصالية داخل مجتمع التخصص، إذ تُعد فضاءً لتبادل الرؤى والخبرات بين الفاعلين في الحقل الواحد، ونقل المستجدات والحلول.

من جانب آخر، تساهم الصحافة المتخصصة في دعم اتخاذ القرار عبر تقديم معطيات دقيقة وتحليل معمقة، تمكّن صناع القرار من خيارات أكثر واقعية. كما تساعد على تشكيل رأي عام نوعي، يتميز بمتابعة دقيقة لقضايا التخصص، بما يرفع من مستوى النقاش العام ويوجهه نحو قضايا البناء والتنمية. وأخيرًا، تؤدي وظيفة دعم التنمية المستدامة من خلال نشر ثقافة الوعي البيئي والصحي والاجتماعي، وتشجيع الممارسات المواطنة (الهيقي، 2011، ص 19).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وقد لخص خليل الرفاعي (2020، ص 58) وظائف الصحافة المتخصصة في كونها لا تقتصر على تزويد الجمهور بالمعلومة، بل تتجاوز ذلك إلى بناء المعرفة وخلق تفاعل مهني يعزز الوعي ويؤسس لنخب قطاعية، بما يمنحها دورًا تكوينيًا يتجاوز اللحظة الخيرية. ويُلخص عبد الرزاق الهيتي (2011، ص 22) أدوار الصحافة المتخصصة في:

- الارتقاء بالتخصص العلمي والإعلامي.

- تبني المبدعين وتشجيعهم.

- إبراز الأبحاث والنشاطات التخصصية.

- تنمية المهارات البحثية والكتابية.

- تحسين الخدمات وتطوير أدوات التنمية.

- الاستفادة من التطور التكنولوجي لخدمة المجتمع.

يتضح من العرض السابق أن الصحافة المتخصصة لم تعد ترفًا إعلاميًا، بل أصبحت ضرورة معرفية واستراتيجية في مواجهة التحديات الاتصالية والمجتمعية المعاصرة. فهي تسد فجوة التخصص في الخطاب الإعلامي، وتؤسس لجمهور واعٍ يمتلك أدوات الفهم والتحليل في قطاعه. كما أن ما تؤديه من وظائف يجعلها ركيزة في نقل المعرفة وبناء الوعي وتفعيل المشاركة المجتمعية. ومن هذا المنطلق، يكتسب الحديث عن مقومات الصحافة المتخصصة أهميته ضمن المسار التحليلي، وهو ما سنعالجه في المطلب الموالي.

المطلب الرابع: مقومات الصحافة المتخصصة: البنية، الأدوات والمهارات

تعد الصحافة المتخصصة من أبرز أنماط الإعلام التي تستند إلى جملة من المقومات البنوية والوظيفية، تضمن لها التميز والقدرة على أداء أدوارها المعرفية والاتصالية بكفاءة. فهي تختلف عن الصحافة العامة من حيث عمق الموضوعات، طبيعة الجمهور المستهدف، وأسلوب المعالجة، ما يجعلها بحاجة إلى شروط معرفية، تنظيمية، وأخلاقية دقيقة.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

أول هذه المقومات يتجلى في المجال والموضوع المتميز، إذ تتأثر مجالات التخصص بمدى تقدم المجتمع وتنوع اهتماماته ومستوى جمهوره، بينما يرتبط اختيار الموضوع المتميز بالسياسات الإعلامية ورؤية المؤسسة تجاه القضايا الجديرة بالمعالجة.

وتأتي الكفاءة المعرفية للصحفي المتخصص كعنصر محوري، حيث يُفترض أن يجمع الصحفي بين التكوين المهني الإعلامي والمعرفة العميقة بالمجال الذي يغطيه، كالاقتصاد أو الصحة أو التربية، مع وعي بالخط التحريري للمؤسسة وقدرة على تجسيده بأسلوب إبداعي يخدم مشروعها الاتصالي أو الأيديولوجي (جبر، 2024، ص18- ص19).

كما يُعد فهم الجمهور المستهدف شرطاً أساسياً، إذ تُبنى العلاقة بين المادة المقدمة والفئة المتلقية على إدراك دقيق لخصائصها المعرفية والاجتماعية. (McQuail, 2010) ويوازي ذلك ضرورة وجود تنظيم تحريري ومؤسسي متخصص قادر على توفير طاقم يجمع الخبرة الإعلامية والمعرفة العلمية، مع اعتماد أسلوب تحليلي وتفسيري يراعي طبيعة المضامين (إسماعيل، 2011، ص58).

ومن بين المقومات الأخرى: اعتماد أدوات منهجية وتحليلية دقيقة كالبيانات الإحصائية والمقارنات المعيارية، إلى جانب الالتزام بـ القيم المهنية والأخلاقية مثل الدقة والموضوعية والتوثيق، خاصة في المجالات الحساسة كالصحة والاقتصاد (المشاقبة، 2012، ص ص 160_181).

وتكتسب الصحافة المتخصصة قوتها كذلك من الشراكات مع الهيئات العلمية والخبراء التي تقدّم معلومات موثوقة تعزّز مصداقيتها، فضلاً عن أهمية التكوين المستمر لمواكبة التغيرات المعرفية والتقنية سريعاً. كما يشير مزارى نصرالدين (2022، ص ص 375-384) في مقاله أهمية التخصص في الصحافة المكتوبة إلى أن الإعلام المتخصص لا يمكن أن يظل فعالاً ما لم يكن الصحفيون والمحررون متمرسين بمهارات جديدة وتقنيات متطورة، وأن وجود دعم مؤسسي وشراكات مع جهات بحثية يزيد من عمق المضامين. كذلك، في دراسة الصحافة المتخصصة في الجزائر: دراسة في السياقات والأهداف (ميزرة هاجر، 2023، ص ص 288-292) تُبرز أن التكوين والدعم المؤسسي كانا من العوامل الأساسية التي أسهمت في استمرارية الصحافة المتخصصة وتطورها، لا سيما التوازن بين الموروث المحلي والاستفادة من التجارب العالمية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

كما تمثل البنية التقنية والتحول الرقمي مقوماً حيويًا يفرض على الصحافة المتخصصة الاستعانة بالوسائط الحديثة وتحليل البيانات وأدوات الذكاء الاصطناعي لضمان تفاعل أكبر مع الجمهور. ويظل الاعتماد على المصادر العلمية الدقيقة والمتنوعة شرطاً أساسياً لترسيخ الطابع الموثوق والمعمّق للمضامين (جبر، 2024، ص20).

في ضوء ذلك، تبدو هذه المقومات بمثابة شروط تأسيسية تُمكن الصحافة المتخصصة من مواكبة التحولات التقنية والاجتماعية، وتؤهلها لتأدية وظائفها بكفاءة، وهو ما يجعلها قاعدة لفهم خصوصيات الصحافة النسائية المتخصصة التي سيتناولها المبحث الموالي.

المبحث الثاني: الصحافة النسائية ضمن منظومة الصحافة المتخصصة

يُعدّ تناول الصحافة النسائية ضمن منظومة الصحافة المتخصصة خطوة أساسية لفهم طبيعتها وأدوارها في المشهد الإعلامي. فهي تمثل نموذجًا لصحافة تتوجه إلى جمهور محدد، وتستجيب لانشغالاته الخاصة، مستفيدة من أدوات الصحافة المتخصصة وأساليبها. ومن هذا المنطلق، يركّز هذا المبحث على إبراز ملامح الصحافة النسائية من خلال تعريفها ونشأتها وتطورها، ثم استعراض أبرز اتجاهاتها التحريرية وأنواعها، وصولاً إلى تحديد خصائصها النوعية والمضمونية، وانتهاءً بدورها في تشكيل الوعي النسوي وما يترتب على ذلك من مسؤوليات وواجبات.

المطلب الأول: مفهوم الصحافة النسائية: النشأة، التطور، والتأثير النظري

يُعد ظهور الصحافة النسائية محطة بارزة في مسار تطور الوعي النسوي العربي، ومؤشراً مهماً على تحوّل في وضع المرأة وموقعها ضمن الفضاء العام. فقد شكلت هذه الصحافة منبراً متميزاً عبّرت من خلاله النساء عن تطلعاتهن الفكرية والاجتماعية، وسعت إلى إبراز قضاياهن وتمثيل مصالحهن، في سياق تاريخي كان يتسم بتقييد حضور المرأة في المجال العمومي، وهيمنة خطاب ذكوري على وسائل الإعلام التقليدية.

وقد تبلور هذا النوع من الصحافة في ظل تحولات فكرية واجتماعية واسعة شهدتها العالم العربي منذ أواخر القرن التاسع عشر، متأثرةً بديناميات النهضة والإصلاح، وبتوسع دائرة تعليم الفتيات، وظهور نخب نسوية متعلمة انخرطت في العمل الثقافي والصحفي. ومن هذا المنطلق، تُعد الصحافة النسائية أداة للتعبير والتأثير، ورافعة من روافع الوعي الاجتماعي بقضايا النساء وحقوقهن.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

ضمن هذا الإطار، يسعى هذا المطلب إلى تتبع السياقات العامة لنشأة الصحافة النسائية وتطورها في العالم العربي، من خلال عرض تاريخي يوضح البدايات الأولى وملامحها، ويبرز الخصوصيات التي ميّزت هذا الشكل الإعلامي عن غيره من أنماط الصحافة المتخصصة الأخرى.

أولاً: النشأة والتطور من السياق الغربي إلى السياق العربي

ظهرت الصحافة النسائية في بداياتها بوصفها أداة دفاعية تعبّر عن مطالب نسائية تجاه أنظمة اجتماعية أبوية، لتتطور تدريجياً إلى خطاب ثقافي إعلامي له استقلاليته وخصوصيته. وقد ارتبطت نشأتها بظهور الوعي النسوي وتبلور الحركات النسائية التي بدأت شراراتها الأولى في الغرب وانتقلت موجتها لتكال الدول العربية.

1. نشأة الصحافة النسائية في الغرب وتطورها

انبثقت الصحافة النسائية في الغرب خلال القرن التاسع عشر، ضمن سياق تحولات فكرية واجتماعية عميقة عرفت أوروبا وأمريكا الشمالية، ارتبطت بصعود الحركات النسوية ونضالاتها من أجل المساواة والتعليم وحرية التعبير. وقد ظهرت أولى الصحف النسائية كأدوات للدفاع عن حقوق النساء والتعبير عن قضاياهن. ففي الولايات المتحدة، تُعد آن رويال من أوائل النساء اللواتي أصدرن صحيفة خاصة بهن، حيث أطلقت صحيفة Paul Pry عام 1831، والتي عُرفت لاحقاً باسم The Hunteress وكانت هذه الصحيفة تعنى بقضايا سياسية واجتماعية، وركزت على مكافحة الفساد والبيروقراطية في الحكومة الأمريكية، واستمرت في الإصدار حتى عام 1854، مما يجعلها من أوائل الصحف التي أسستها وحررتها امرأة في الولايات المتحدة (George, 1995, p.140). ثم جاءت أميليا بلومر، التي أسست صحيفة The Lily عام 1849م، لتُصبح من أوائل الصحف التي خصصت محتواها كلياً للنساء، مع تركيزها على قضايا اللباس، وحق التصويت، والإصلاحات الاجتماعية. كما برزت صحفيات أخريات مثل نيللي بلاي، جينغراي سويلهم، وأيدا تاريل اللواتي أسهمن في ترسيخ حضور المرأة في الحقل الصحفي (Beetham, 1996, p 44).

وفي فرنسا، ظهرت مجلة Le journal des dames عام 1759، تلتها صحيفة La voix des femmes سنة 1848 التي عبّرت بوضوح عن المطالب السياسية والمدنية للنساء في خضم التحولات الثورية (Evelyne, 1996, p.34). كما عرف القرن العشرون انتشار مجلات نسائية مثل Elle و La femme actuelle، أما مجلة Burda Modern الألمانية التي تأسست عام 1950، فقد حققت

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

انتشارًا عالميًا واسعًا بعد ترجمتها إلى أكثر من 90 لغة (George, 1995, p.142) وبهذا، أسهمت الصحافة النسائية الغربية في فتح المجال العام أمام النساء وتشكيل خطاب نسوي إصلاحي واجتماعي كان له أثر بالغ في المجتمعات الأوروبية والأمريكية (الخصاونة، 2012، ص79).

2. نشأة الصحافة النسائية في العالم العربي وتطورها

انبثقت الصحافة النسائية في العالم العربي في أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، في سياق ارتبط بحركات النهضة والإصلاح وتوسع تعليم الفتيات، وهو ما ساعد على بلورة خطاب صحفي نسائي إصلاحي وديني واجتماعي، هدفه تثبيت الحضور الثقافي والفكري للمرأة داخل المجال العام (كرامي، 2008، ص ص33-34).

في بداياتها، ظهرت هذه الصحافة ضمن أعمدة وركائز نسائية داخل الصحف العامة، مثل الركن المخصص للنساء في مجلة المقتطف سنة 1882 بعنوان "ندابير المنزل"، الذي عالج قضايا مرتبطة بالثقافة المنزلية (خليفة، 1972، ص167). لكن هذا الحضور الجزئي سرعان ما تطور إلى إصدار مجلات مستقلة تركز على قضايا المرأة مباشرة. ويُعتبر تأسيس هند نوفل لمجلة الفتاة بالإسكندرية عام 1892 نقطة تحول مفصلية، إذ مثلت منبرًا للدفاع عن حق المرأة في التعليم والعمل، ووضعت حجر الأساس للصحافة النسائية العربية (شرف، 2003، ص97).

توالى بعد ذلك التجارب في مصر ولبنان وسوريا والعراق، حيث ظهرت مجلات مثل النهضة النسائية (1906) للبنانية لبيبة هاشم، والعروس (1910) لماري عبده عجمي في سوريا، ويلي (1923) لبولينا حسون في العراق، التي تعد أول مجلة نسائية عراقية (عبد الرحمن، 2008، ص10). وقد امتدت هذه التجربة إلى بقية الدول العربية مع صدور مجلات مثل ترقية الفتاة (1908) لفاطمة نعمت راشد، والريحانة (1908) لجميلة حافظ في مصر، وصولاً إلى أسرتي بالكويت (1965) ويلي في تونس (1936) وبنت الوادي في السودان (1946) (إسماعيل، 1996، ص ص10-14).

أما في الجزائر، فقد جاءت الانطلاقة بعد الاستقلال مع مجلة الجزائرية التي صدر أول عدد منها عام 1970، لتشكل منبرًا لقضايا المرأة الجزائرية ومشاركتها في الحياة الاجتماعية والثقافية. وفي المغرب برزت في السنة نفسها

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

مجلة عائشة، بينما لم تعرف موريتانيا هذا اللون من الصحافة إلا في 1983 مع صدور مجلة مريم (الرفاعي، 2020، ص74).

تكشف هذه التجارب عن خصوصية السياق العربي الذي طبعته ثنائية النهضة والإصلاح من جهة، والالتزام بالتوازن مع الخصوصيات الثقافية والدينية من جهة أخرى. فالصحافة النسائية العربية لم تقتصر على المطالبة بتعليم المرأة وتحريرها، بل سعت إلى صياغة خطاب حدائي محافظ، يعكس حضور النخبة النسائية المتعلمة داخل المجتمع، ويرتبط في كثير من الأحيان بمشاريع وطنية أو إصلاحية أوسع.

ثانيًا: مفهوم الصحافة النسائية

يُلاحظ أنّ تحديد مفهوم الصحافة النسائية ظل محل خلاف بين الباحثين، إذ تنوعت المقاربات التي حاولت ضبط معناه وحدوده.

فقد اعتبر بعضهم أنّها الصحافة الموجهة إلى المرأة باعتبارها متلقيّة، إذ تركز على موضوعات مرتبطة بحياتها اليومية مثل الموضة، التجميل، التدبير المنزلي، والصحة الأسرية (صلاح عبد اللطيف، 2002). بينما ذهب آخرون إلى ربطها بدور المرأة كفاعلة إعلامية، حيث يؤرخون لبدايتها بأول إسهام نسائي في الكتابة الصحفية، مثل مقال ماريانا مراش سنة 1869، رغم أنه لم يُنشر ضمن مطبوعة نسائية متخصصة (كلاس، 1996، ص ص70-71). وقد أجمعوا مع ذلك على أنّ أول صحيفة أو مجلة موجهة للمرأة كانت من إصدار امرأة نفسها (كرامي، 2008، ص60).

كما ميّز فاروق أبو زيد بين شكلين للصحافة النسائية: صفحات مخصصة للمرأة ضمن الصحف العامة، ومجلات متخصصة بالكامل في قضاياها، معتبراً أنّها مرآة لتطور أدوار المرأة في المجتمع (أبو زيد، 1986، ص100). وفي الاتجاه نفسه، شددت إجلال خليفة (1985) على أنّ جوهرها لا يرتبط بجنس من يحررها أو يملكها، بل بمحتواها واهتمامها بقضايا المرأة، ورأت أن صحافة الأسرة امتداد طبيعي لها، بحكم الدور المركزي للمرأة في البنية الأسرية.

بدوره، اعتبر تيسير أبو عرجة (2000، ص197) أنّ الصحافة النسائية تُعبر عن واقع المرأة وتسهم في توجيه وعيها نحو بناء اتجاهات جديدة تتماشى مع التحولات الاجتماعية، كما تعمل على تعديل الصور النمطية عنها في الإعلام. ومن الباحثين من وسّع المفهوم ليربطه بالرسالة الإعلامية أو المضمون، معتبرين أنّ الصحافة النسائية

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

هي التي تتناول قضايا المرأة ومشكلاتها حتى لو أصدرها رجال، في حين أن مجرد تأسيس امرأة لصحيفة عامة لا يجعلها نسائية بالضرورة. وانطلاقاً من هذا التعريف برز أيضاً مفهوم صحافة الأسرة كصيغة مكتملة، اتسع نطاقها ليشمل قضايا جميع أفراد الأسرة لا المرأة وحدها، خصوصاً مع التحولات التي عرفت المجالات منذ التسعينيات وبداية الألفية الجديدة (نصار، 2002، ص ص 300-301).

وانطلاقاً من هذه التعريفات المتعددة، يمكن القول إنّ الصحافة النسائية لا تُحتزل في مجرد وسيلة موجهة للنساء، بل هي كذلك فضاء للتعبير عن قضاياهن وتطلعاتهن، ومنبر يرسخ حضورهن كذوات فاعلة في الحقل الإعلامي، كما تمثل إحدى آليات إعادة تشكيل التمثيلات الاجتماعية لأدوار المرأة ومكانتها داخل المجتمع.

المطلب الثاني: أنواع الصحافة النسائية والاتجاهات التحريرية السائدة

تُعد الصحافة النسائية أحد أبرز أنماط الصحافة المتخصصة التي استجابت للتحولات الاجتماعية والثقافية العميقة، وأسهمت في توفير فضاء للمرأة للتعبير عن قضاياها وتمثيل تطلعاتها، فضلاً عن كونها سجلاً لأعمالها الأدبية والفكرية، وأداة لتحفيز الوعي بحقوقها وحثّها على التمكين الاجتماعي والمشاركة في التنمية (كلاس، 1996، ص 23). وقد ساهم هذا الدور في تنامي أشكالها وتنوع اتجاهاتها التحريرية بما يعكس اختلاف البيئات الثقافية والسياسية والاجتماعية.

أولاً: أنواع الصحافة النسائية

يمكن تصنيف الصحافة النسائية وفق عدة معايير مترابطة:

- من حيث نوعية النشر، نجد صفحات المرأة في الصحف والمجلات العامة، مقابل مجلات متخصصة مكرسة حصرياً لقضايا النساء (السراج، 2014، ص 89).
- من حيث التوجه، هناك صحافة نسائية عامة تجمع بين مضامين نسوية وغيرها (الأسرة، السياسة، الفن، الأدب، التكنولوجيا...)، وأخرى متخصصة تقدم محتوى متماسكاً ومباشراً يتناول قضايا المرأة بتفصيل.
- من حيث الوسيط الإعلامي، تبرز الصحافة الورقية التقليدية التي احتفظت بمكانة مهمة كمراجع ثقافية، إلى جانب الصحافة الإلكترونية التي وفرت فضاءات أكثر تفاعلاً وسرعة، مثل المنصات والمدونات النسائية. (الشمائلة، 2015، ص 271).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

• من حيث المضمون، تتوزع بين: الصحافة النسائية الإخبارية التي تغطي الأحداث من منظور نسوي، الصحافة التثقيفية والإرشادية التي تهتم بالتربية والصحة والقانون، والصحافة الترفيهية والتجارية التي تركز على الموضة والجمال والمشاهير (شيخاني، الرفاعي، 2011، ص).

• من حيث الجمهور المستهدف، ظهرت أنماط تخاطب شرائح محددة مثل المرأة الريفية، الشابات، الأمهات، أو المهنيات، وهو ما يعكس وعي الإعلام بخصوصيات الفئات النسوية المختلفة (Samra, Michele, 1986, p4).

• من حيث درجة الاستقلالية، هناك صحف نسائية مستقلة تؤسسها نساء أو منظمات نسوية مثل المرأة الجديدة في لبنان، وأخرى تابعة لمؤسسات حزبية أو رسمية تخضع لأجندتها التحريرية (المعالج، 2006، ص5).

ثانيًا: الاتجاهات التحريرية للصحافة النسائية

تكشف المضامين التحريرية عن ثلاثة اتجاهات رئيسية:

• الاتجاه المحافظ/التقليدي: يركز على الأدوار التقليدية للمرأة، ويعيد إنتاج الصورة النمطية من خلال مواد خفيفة مرتبطة بالبيت والجمال والعاطفة (نجوى، 1999، ص470).

• الاتجاه التحديثي/التمكيني: يتبنى رؤية حقوقية تقدمية، ويناقش قضايا التمكين والمواطنة والمساواة، ويعكس حضور المرأة في الفضاء العام، وغالبًا ما تجسده المجالات التابعة للجمعيات النسوية.

• الاتجاه المختلط: يجمع بين المضامين التقليدية المرغوبة ومضامين تنويرية أو تحريرية، وهو الأكثر انتشارًا خاصة في المجالات التجارية الكبرى.

ويلاحظ أنّ هذه الاتجاهات لا تظهر في صورتها النقية دائمًا، بل تتداخل بحسب خلفيات هيئات التحرير، والسياسات الإعلامية الوطنية، وطبيعة الجمهور والسوق الإعلامي (أبو عرجة، 2013، ص199). وهذا ما يجعل دراسة الأنواع والاتجاهات التحريرية ضرورة لفهم خطاب الصحافة النسائية وحدود تأثيرها في تمثيل المرأة وصياغة مكانتها الاجتماعية والثقافية.

المطلب الثالث: الخصائص النوعية والمضمونية للصحافة النسائية

تُعَدّ الصحافة النسائية من أنماط الصحافة المتخصصة التي تبلورت حول جمهور محدد، مما منحها خصائص نوعية ومضمونية مميزة، سواء من حيث طبيعة المعالجة الصحفية أو من حيث نوعية المضامين المقدمة للمرأة. ويتجلى ذلك من خلال آليات تحريرية خاصة تُراعي خصوصية المتلقي (المرأة)، وتهدف إلى تأطيره وتمكينه ثقافيًا واجتماعيًا ضمن سياق سوسيو-ثقافي معين.

أولاً: الخصائص النوعية في الصحافة النسائية

تستند الصحافة النسائية في معالجاتها التحريرية إلى مجموعة من الخصائص النوعية التي تجعلها متميزة عن غيرها من أنماط الصحافة المتخصصة. فهي لا تكتفي بنقل المعلومة أو تقديم الرأي، بل تُعنى بشكل الخطاب، ولغة الطرح، والقوالب الفنية التي تعكس طبيعة جمهورها وخصوصية قضاياها.

1- **اللغة والأسلوب:** تميل الصحافة النسائية إلى اعتماد لغة تواصلية مباشرة وبسيطة، تمزج بين الوضوح والدقة، وتجنح أحياناً إلى الأسلوب الوجداني الذي يخلق نوعاً من الألفة والقرب من القارئة. وغالباً ما تُبسّط المصطلحات العلمية أو القانونية، وتُترجم إلى صيغ عملية مرتبطة بالتجربة اليومية للمرأة، مما يجعل النص أكثر قابلية للفهم والتفاعل (حبر، 2024، ص79). هذا الأسلوب لا يعني السطحية، بل يمثل خياراً استراتيجياً لتقريب المفاهيم دون فقدان العمق، خصوصاً في المجتمعات التي ما تزال نسبة من نسائها في طور التمكين الثقافي والمعرفي (الهيبي، 2011، ص99).

2- **الفنون الصحفية السائدة في الصحافة النسائية:** تعدّ الفنون الصحفية أو القوالب الإخراجية المعتمدة في معالجة المواضيع من المؤشرات الدالة على التوجه التحريري للمجلة، وطبيعة جمهورها المستهدف، ودرجة التخصص في المضامين المقدمة. وفي حالة الصحافة النسائية يُسجّل حضور بارز، واعتماد مكثف على قوالب صحفية بعينها، تتناسب مع خصوصية المواضيع المتناولة والوظائف الاجتماعية والتثقيفية المنوطة بها التي تسمح بالتفاعل والتعبير عن الذات.

وتميل المجالات النسائية إلى توظيف مجموعة الفنون الصحفية بدرجات متفاوتة، يأتي في مقدمتها

• **التحقيق الصحفي في الصحافة النسائية:** يبرز التحقيق الصحفي كأحدى الأدوات المركزية في الصحافة النسائية، إذ يجمع بين البعد التحليلي والتوعوي. فهو يسلط الضوء على قضايا المرأة في سياقها الإنساني

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

والاجتماعي، ويقدمها بلغة واضحة متسلسلة تراعي شروط الجودة الصحفية (بن شهلوب، 2004، ص214). ويعتمد التحقيق على قوالب فنية متنوعة مثل قالب القصة، أو العرض، أو الاعتراف، أو الحديث، بما يمنحه مرونة في الطرح ويزيد من جاذبيته (غازي، 1994، ص40). كما تحضر العناصر الشكلية بقوة، مثل العناوين الاستفهامية أو الوجدانية، والعناوين الفرعية، والجداول والرسوم البيانية لتبسيط البيانات، إضافة إلى الصور والشهادات التي تُضفي على المادة بعدًا واقعيًا وإنسانيًا (لؤي، 2010، ص49).

ويلاحظ حضور التحقيق الصحفي بشكل واضح في الصحافة النسائية العربية، حيث تناولت مجلات مثل المرأة اليوم وحواء موضوعات حساسة كالعنف الأسري وتمكين المرأة في سوق العمل، بأسلوب يجمع بين السرد الإنساني والبيانات الإحصائية.

• **الحوار الصحفي في الصحافة النسائية:** يشكّل الحوار الصحفي بدوره أداة مهمة في الصحافة النسائية، حيث يُسهم في إبراز شخصيات نسائية رائدة ونقل تجاربهن وخبرتهن مباشرة إلى الجمهور. يقوم الحوار على أقوال الشخصية المستضافة دون تحريف، ويبنى وفق أسئلة منتقاة تسعى لتسليط الضوء على قضايا نسائية أو تجارب فردية (لؤي، 2010، ص51). وتتعدد أنواعه بين الحوار الإخباري، والشخصي (البورتريه)، والتحليلي (التفسييري)، والجدلي، غير أن الطابع الغالب هو التفسيري والشخصي بما يتناسب مع طبيعة جمهور المجلات النسائية (أبو بكر، 2006، ص ص283-285). أما البناء الفني، فيعتمد غالبًا على **الهزم المعتدل** الذي يبدأ بمقدمة تعريفية عن الضيف وأهمية الحوار، ثم جسم الحوار الذي يُقسّم إلى أسئلة وأجوبة، وصولًا إلى خاتمة تلخص الأفكار الرئيسية وتبرز الرسالة العامة (عوض الله، 1996، ص ص83-85). وتُعزّز جاذبية الحوار بالعناصر الشكلية مثل العناوين، والصور، وتوقيع الصحفي، بما يرسخ مصداقيته ويدعم التفاعل القرائي (ليلي، علم الدين، 2006، ص123).

• **الروبرتاج الصحفي في الصحافة النسائية:** يُعد الروبرتاج من أبرز الفنون الصحفية الميدانية التي تقوم على نقل المشاهد الحية ووصفها بأسلوب يجمع بين الدقة والتشويق، بحيث يضع القارئ في قلب الحدث، وكأنه يعيشه مباشرة. ويعرّفه بليبيل (1991، ص6) بأنه كتابة تقوم على الوصف التفصيلي للوقائع والمشاهد، بينما يراه لعقاب (2004، ص86) أسلوبًا يعتمد على إبراز التفاصيل الدقيقة بلغة أدبية تُشرك القارئ في التجربة.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وفي إطار الصحافة النسائية، يكتسب الروبرتاج خصوصية لارتباطه المباشر بقضايا المرأة وهمومها اليومية، حيث يقدم صورة حية عن واقع النساء في مجالات مختلفة، ويسلط الضوء على النماذج الملهمة منهن، أو على التحديات التي تواجههن في الحياة الخاصة والعامة. فهو لا يكتفي بسرد الوقائع، بل يضيف عليها بعداً إنسانياً واجتماعياً (رزاق، 2014، ص 98).

وتتجلى هذه الخصوصية من خلال أمثلة عديدة في الممارسة الصحفية النسائية، مثل:

روبرتاج اجتماعي يوثق تجارب نساء جزائريات في التعاونيات الحرفية التقليدية (كصناعة الفخار أو الحياكة)، روبرتاج ميداني يغطي مشاركة المرأة في تظاهرات رياضية أو ثقافية، روبرتاج تحليلي حول قضايا العنف الأسري، يستند إلى شهادات نسائية حيّة.

أما من حيث البناء الفني، فإن الروبرتاج النسائي يتكوّن عادة من:

عنوان قصير وجذاب، يثير الفضول، ومقدمة مشوقة تمهّد للموضوع، قد تبدأ بمشهد وصفي أو تساؤل.

جسم النص، ويعتمد على الوصف التفصيلي للوقائع، والاستعانة بالشهادات الحية، مع توظيف الصور واللغة الحسية لنقل المشهد. **وخاتمة**، تختتم بانطباع أو رسالة موجهة إلى القارئ.

ويلاحظ أن الصحافة النسائية تميل إلى توظيف قوالب متنوعة للروبرتاج، أبرزها: **روبرتاج الحكاية** الذي يسرد قصة نجاح لامرأة معينة، و**روبرتاج الرحلة** الذي ينقل تجربة ميدانية (مثل متابعة حملة توعوية صحية)، و**روبرتاج التحقيق** الذي يتناول ظاهرة اجتماعية نسائية برؤية تحليلية.

ويختلف الروبرتاج عن غيره من الأجناس الصحفية في جوانب عدة؛ فهو يشترك مع الخبر والتقرير والتحقيق في اعتماده على المعيشة الميدانية للحدث، غير أنه يتميز عنها بتركيزه على الوصف الحي والنقل الحسي لتفاصيل المشهد، مع إضفاء البعد العاطفي والذاتي للصحفي. ففي حين يقدم الخبر المعلومة بشكل سريع ومباشر، ويعرض التقرير الأحداث بصورة أكثر تفصيلاً، ويتجه التحقيق نحو تحليل الأسباب والنتائج، يركز الروبرتاج على إبراز الانطباعات الإنسانية ونقل الأجواء العامة بلغة أدبية. وهو بذلك يقترب من البورتريه في طابعه الأدبي والوجداني، لكنه يختلف عنه في كونه لا يقتصر على شخصية بعينها، بل يتناول ظاهرة أو موضوعاً اجتماعياً أوسع (رزاق، 2014، ص 98).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

● **المقال الافتتاحي في الصحافة النسائية:** يُعدّ المقال الافتتاحي أحد أبرز القوالب الصحفية الرأبفة في الصحافة النسائية، إذ يمثّل التعبير الصريح عن الموقف التحريري للمجلة أو الصحيفة، ويبرز رؤيتها حيال القضايا الراهنة التي تمس النساء ومكانتهن في المجتمع (شرف، 2000، ص345). فهو ليس مجرد نص خبري، بل مرآة لسياسة التحرير، وواجهة من خلالها تُعبّر المؤسسة الإعلامية عن التزامها بقضايا المرأة وحقوقها. وتتوزع أنواعه بين الافتتاحي الشارح، الافتتاحي النزالي، والافتتاحي المتنبي (عبد العالي رزاق، 2006، ص68)، بينما تبقى بنيته قائمة على مقدمة تُحدد الموقف، جسم يسوق الأدلة والحجج، وخاتمة تُوجز الرسالة وتعمّق أثرها في القارئات (شرف، 2000، ص348). ويلاحظ أن بعض المجلات النسائية لا تُدرج افتتاحية واضحة بالعنوان، بل تدجها ضمن "كلمة العدد" التي تحمل في مضمونها خصائص الافتتاحية التحريرية. ويؤدي هذا المقال وظائف متعددة، من أهمها توجيه الوعي النسائي، وتفسير الأحداث من منظور حقوقي واجتماعي، وتوطيد العلاقة بين المجلة وجمهورها. ولتحقيق هذه الوظائف، ينبغي أن تتمتع كاتبة الافتتاحية بسرعة البديهة ووعي نقدي بالقضايا النسوية، إضافةً إلى قدرة عالية على التعبير بذكاء وحذر، لأن كل عبارة تمثل موقف المجلة بأكملها.

● **التقرير الصحفي بالصحافة النسائية:** إلى جانب الأجناس الصحفية الأخرى، تحتل التقارير الإخبارية موقعًا محوريًا في الصحافة النسائية، لما تتيحه من إمكانيات واسعة لتقديم صورة شاملة عن الأحداث والظواهر التي تمس حياة المرأة اليومية، سواء في بعدها الاجتماعي أو الثقافي أو الاقتصادي. وتتميز هذه التقارير بخصوصية مضاعفة، إذ تجمع بين الطرح الموضوعي القائم على الدقة والحقائق، والبعد الإنساني الوجداني الذي يراعي اهتمامات النساء وتطلعاتهن. وبهذا المعنى، تصبح التقارير جسرًا معرفيًا وتواصلًا بين المجلة النسائية وجمهورها، حيث لا تكتفي بنقل الوقائع بل تسعى إلى تفسير سياقاتها وإبراز انعكاساتها على واقع النساء.

وقد صنّف جبر الحجامي (2024، ص80-89) ثلاثة أنماط رئيسية للتقارير الصحفية الأكثر حضورًا في الصحافة النسائية:

أولاً/ تقرير المادة المدعّم بالصور:

يقوم على قالب الهرم المقلوب، حيث تُقدّم المقدمة العناصر الأساسية للحدث من (من؟ متى؟ أين؟ ماذا؟ لماذا؟ كيف؟)، بينما يتولى جسم التقرير عرض سلسلة من الصور المصاحبة التي تُفصّل الحدث وتبرز ملامحه بدقة، مع تعليقات توضيحية مرافقة. ويُعد هذا النمط الأكثر استخدامًا في الموضوعات ذات الطابع البصري

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

القوي مثل عروض الأزياء، أدوات التجميل، الأثاث، والديكور، حيث تصبح الصورة عنصرًا رئيسيًا في إيصال المعنى.

ثانيا/ تقرير الصور المتتابعة:

يقوم على قالب المستطيلات المتساوية، ويتميز بغياب المقدمة التقليدية، إذ يتكفل العنوان بمهام المقدمة والجذب في آن واحد. ويتكون التقرير من سلسلة صور متتابعة، يشرح كل منها جانبًا محددًا من الحدث، بحيث يؤدي "كلام الصورة" وظيفة التفسير والتحليل. وغالبًا ما يُستخدم هذا النمط لتغطية موضوعات نسوية مرتبطة بالموضة، المكياج، أو التسريحات الجديدة، لما تمنحه الصورة من دلالات مباشرة وسريعة الفهم .

ثالثا/ التقرير المباشر للخدمات النسوية:

يُعد امتدادًا لما يُعرف بـ "صحافة الخدمات"، ويهدف إلى تقديم إرشادات عملية ونصائح مباشرة للقارئة في مجالات الصحة، الجمال، التدبير المنزلي أو غيرها من اهتمامات النساء. يقوم هذا النمط على قالب الهرم المعتدل، ويضم ثلاثة أجزاء رئيسية:

- المقدمة: تبرز الهدف الرئيسي من التقرير، وتثير فضول القارئة بأسئلة أو عبارات مشوقة مثل: "هل تغسلين شعرك بطريقة صحيحة؟"
 - الجسم: يتألف من فقرات تعالج جوانب متعددة للموضوع، مثل عرض معلومات جديدة، تقديم خلفيات تفسيرية، إبراز زوايا مختلفة، ثم طرح إرشادات عملية واضحة.
 - الخاتمة: تُلخص الهدف الرئيس للموضوع، مع التركيز على أهم جوانب التقرير، وتوجيه القارئة نحو تبني سلوكيات أو ممارسات معينة تتناسب مع الحقائق المعروضة.
- وبذلك، يظهر أن حضور التقارير في الصحافة النسائية لا يُحتزل في مجرد "سرد خبري"، بل يتجاوز ذلك ليُصبح أداة معرفية وخدمية تسعى إلى إشراك القارئات في قضاياهن، وتقديم مضامين تجمع بين الإخبار، التفسير، والإرشاد في إطار يخدم خصوصية التجربة النسائية.
- الأخبار النسوية في الصحافة النسائية: تُمثل الأخبار النسوية قسمًا متميزًا عن الأخبار الاجتماعية أو أخبار المجتمع العامة، رغم ما قد يربطها بها من تقاطعات. فليس كل خبر اجتماعي يُعتبر بالضرورة خبرًا نسويًا، كما أن الأخبار النسوية لا تقتصر على مجال ضيق كعروض الأزياء، التسريحات، أو نشاط الجمعيات الخيرية، وإن

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

كانت هذه الأخيرة من مكوناتها البارزة. إنما يتسع نطاق الأخبار النسوية ليشمل طيفاً واسعاً من الموضوعات التي تعكس حضور المرأة في مختلف ميادين الحياة العامة.

وتتوزع هذه الأخبار بين:

• أخبار النساء الشهيرات في مجالات السياسة، الإدارة، البرلمان، أو في مجالات الثقافة والإبداع مثل الأدب والصحافة والفنون.

• أخبار الصحة ذات الصلة بالمرأة، لاسيما تلك التي تتعلق بفترات الحمل والرضاعة، أو القضايا الصحية المتخصصة.

• الأخبار المرتبطة بالأجهزة المنزلية والتقنيات التي تؤثر في أنماط حياة المرأة وأدوارها اليومية.

• الأخبار الثقافية والمعرفية مثل الإصدارات الجديدة في مجالات الأمومة والطفولة، أو الفعاليات الفكرية التي تهم المرأة.

• الأخبار الخاصة بالاحتفالات والمناسبات التي تُبرز إنجازات النساء أو تكريم أدوارهن الاجتماعية.

وبهذا المعنى، تشكل الأخبار النسوية ميداناً واسعاً ومرناً، يتيح متابعة قضايا المرأة بصفتها "نصف المجتمع"، ويبرز مساهماتها في مختلف القطاعات، من المجال الخاص إلى الفضاء العمومي. وهي، وإن اتسمت بالطابع الإخباري السريع، إلا أنها تحمل خصوصية موضوعية ترتبط مباشرة باهتمامات النساء وتجاربهن الحياتية.

• **المقال التحليلي في الصحافة النسائية:** يُعدّ المقال التحليلي من أبرز الفنون الفكرية في الصحافة، إذ يقوم على التفسير والتعليق وربط الأحداث بسياقاتها وأبعادها المختلفة. وقد احتفظ هذا النوع بمكانة متميزة منذ نشأة الصحافة، لقدرته على تقديم رؤية معمّقة تتجاوز السرد الإخباري إلى التحليل النقدي والجدلي (حداد، 2002، ص219).

وفي سياق الصحافة النسائية، ورغم ندرته مقارنةً بالأنماط الأخرى، يكتسب المقال التحليلي أهمية خاصة، كونه يتيح فضاءً للتفكير النقدي حول قضايا المرأة، ويساعد على مناقشتها من زوايا ثقافية واجتماعية وفكرية متعدّدة. فهو يوفرّ للمجلة النسائية وسيلة للتعبير الحرّ عن قضايا تمسّ واقع المرأة وتطلعاتها، مثل مسألة المشاركة السياسية، صورة المرأة في الإعلام، أو التحديات المرتبطة بالعمل والأسرة.

خصائص المقال التحليلي: يمتاز المقال التحليلي بعدّة سمات تجعل منه نوعاً متميّزاً عن غيره من الفنون الصحفية (رزاق، 2006، ص122):

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- يطرح عنواناً رئيسياً جاذباً يعكس موضوعه، وقد يأتي في صيغة سؤال أو اقتباس.
- يُرفق عادةً بصورة أو شعار يرمز إلى كاتب المقال أو إلى هوية المجلة.
- يوقع باسم صاحبه، وغالباً ما يكون خبيراً أو باحثاً في المجال، ما يمنحه مصداقية وعمقاً.
- يقوم على عرض فكرتين متعارضتين أو أكثر، ثم تحليلها ومناقشتها بشكل جدلي.
- البناء الفني للمقال التحليلي: يأخذ المقال التحليلي غالباً قالب الهرم المعتدل، ويتكوّن من:
 - المقدمة: تطرح قضية أو مفارقة فكرية، مثل جدلية "الأصالة والمعاصرة" في أدوار المرأة العربية (عزت، 1998، ص96).
 - الجسم: يعرض الأدلة والحجج التي تدعم موقفاً معيناً، بالاستناد إلى إحصاءات، شواهد اجتماعية، أو مقارنات نقدية.
 - الخاتمة: تُلخّص المواقف المطروحة وتستثير ذهن القارئة لمزيد من النقاش والتأمل، مع فتح المجال أمام بدائل أو رؤى مستقبلية.
- مكانة المقال التحليلي في الصحافة النسائية: على الرغم من حضوره المحدود في المجلات النسائية مقارنةً بالتحقيق أو الحوار أو الروبرتاج، يبقى المقال التحليلي ذا قيمة بالغة. فهو يثري الخطاب النسائي بعمق فكري ونقدي، ويساهم في بناء وعي جديد يتيح للمرأة تجاوز الصور النمطية نحو أفق أكثر استقلالية وفاعلية. لذا، فإن إدراج هذا النوع بانتظام في الصحافة النسائية يُعدّ خطوة ضرورية لتعزيز دورها التنويري والإبداعي.
- أمثلة على المقال التحليلي في الصحافة النسائية: يمكن أن نرصد حضور المقال التحليلي في بعض التجارب التحريرية النسائية، ولو بشكل محدود، من خلال قضايا متنوّعة، مثل:
 - مقال تحليلي في مجلة "أنوثة" حول أثر قانون الأسرة على مكانة المرأة، يطرح رؤى متباينة بين من يراه حامياً للهوية الثقافية ومن يعتبره عائلاً أمام المساواة.
 - افتتاحية تحليلية في مجلة "فتيات اليوم" تناقش ظاهرة العنف الأسري، بالاستناد إلى شهادات وإحصاءات رسمية، لتفسير أبعادها الاجتماعية والنفسية.
 - مقال تحليلي ثقافي في مجلة "الحياة النسائية" يتناول صورة المرأة في الأعمال التلفزيونية الرمضانية، مبرزاً التناقض بين الواقع الاجتماعي والتمثيلات الإعلامية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

هذه الأمثلة توضّح كيف يوظّف المقال التحليلي كأداة للنقد والتفسير في الصحافة النسائية، وكيف يُسهم في تعزيز وعي القارئات بقضاياهن من خلال ربط الوقائع بالتحليل العلمي والاجتماعي.

الجدول رقم (2): مقارنة بين الأنواع الصحفية في الصحافة النسائية

النوع الصحفي	الفرق الجوهرى/ البارز
التحقيق الصحفي	يعتمد على جمع معلومات معمقة ومتنوعة حول موضوع واحد، ويتضمن مقابلات وشهادات ووثائق، بهدف كشف حقائق أو إظهار أبعاد جديدة.
الحوار الصحفي (المقابلة)	يركز على شخصية محددة (شخصية معروفة أو خبيرة)، يتناول حياتها أفكارها، تجاربها، أو مواقفها بشأن قضايا معينة.
الروبرتاج	هو تقرير ميداني مكتوب بأسلوب وصفي، ينقل للقارئ صورة حية عن حدث أو مكان أو ظاهرة غالبًا يتضمن سردًا بصريًا وحسيًا للوقائع.
الافتتاحية	تعبّر عن رأي الجريدة أو المؤسسة الإعلامية في قضية عامة، أسلوبها تحليلي وتقييمي، وهي غير موقعة باسم شخص، بل "هيئة التحرير".
التحليل الصحفي	يقدم رؤية معمقة لحدث أو ظاهرة، من خلال تفسير الأسباب والنتائج، مدعومًا برأي خبراء وأدلة، ويتنعد عن الأسلوب الخبري المباشر.
التقرير	يوازن بين العرض الإخباري والتحليل التفسيري، يشرح خلفيات الحدث وسياقاته، وغالبًا ما يستخدم الصور أو البيانات لتوضيح أبعاده.
الخبر	أبسط الفنون الصحفية، ينقل واقعة محددة بشكل مباشر وموجز، مع التركيز على عناصر من، ماذا، أين، متى، كيف، ولماذا.

يتبيّن من العرض السابق أن الأنواع الصحفية البارزة في الصحافة النسائية تنحصر أساسًا في: التحقيق، الروبرتاج، الحوار، الافتتاحية، التقارير الإخبارية والأخبار النسوية، حيث تمثّل هذه الأشكال القوالب التحريرية الأكثر شيوعًا وتوظيفًا ضمن الصحافة النسائية، إلى جانب المقال التحليلي الذي يظهر بشكل أقل حضورًا من الأنواع الصحفية المذكورة، أمّا بعض الأنواع الأخرى مثل التعليق الصحفي، العمود، والبورترية فإنّ حضورها يظلّ نسبيًا ومحدودًا

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

في هذه الصحافة، حيث تُستخدم بشكل انتقائي وحسب طبيعة المواضيع المطروحة، دون أن ترقى إلى مستوى الأنماط الأساسية.

ومنّه، اقتصر تناول الباحثة على الأجناس التحريرية الأكثر بروزاً في الصحافة النسائية نظراً لكونها تُعبّر عن توجهات هذه الصحافة وأولوياتها في معالجة قضايا المرأة وتبسيط الضوء على موضوعاتها المختلفة.

3. زاوية المعالجة وتوجّه الخطاب التحريري

تميل الصحافة النسائية في الغالب إلى الزاوية التفسيرية أو الإرشادية، حيث تُقدّم الموضوعات بأسلوب يهدف إلى التوجيه أو تبسيط الظواهر الاجتماعية، بينما يقلّ اعتمادها على الأسلوب التحليلي النقدي، باستثناء بعض التجارب ذات الطابع الحقوقي أو التنموي التي تحاول إضفاء عمق أكبر على الطرح. ويرى محمد خليل الرفاعي في كتابه الصحافة المتخصصة أنّ الخطاب التحريري للمجلات النسائية يمنح الأولوية لقيم مثل الاستقرار الأسري، التمكين الفردي، الجمال والصحة، أو التأطير الديني، وذلك تبعاً لطبيعة المجلة وجمهورها المستهدف (الرفاعي، 2020، ص 76). ويلاحظ في هذا السياق وجود توازن غير دائم بين الوظيفة الترفيهية والوظيفة التثقيفية، ما يعكس التحدي القائم بين الجاذبية الشكلية والمحتوى النوعي.

ولا يقتصر هذا الخطاب على النصوص وحدها، بل يُدعّم عادةً بعناصر الإخراج الفني مثل الصور، الألوان، والتصميمات التي تُختار بعناية لتعكس هوية المجلة وتزيد من جاذبيتها. فطريقة عرض صورة المرأة، تنسيق الألوان، أو إبراز المواد البصرية قد تُسهم بقدر النصوص نفسها في توجيه المتلقي وترسيخ الرسائل المضمونة للمجلة، سواء كانت تثقيفية أو ترفيهية.

المطلب الرابع: أدوار الصحافة النسائية في تشكيل الوعي النسوي: بين الوظيفة والواجب

تُعَدّ الصحافة النسائية ركيزة أساسية في تعزيز الوعي النسوي وترسيخ مكانة المرأة في المجتمع؛ فهي تقوم بدور فاعل في التعبير عن قضايا النساء ونقل اهتماماتهن، من خلال خطابات إعلامية تسعى إلى الإنصاف والمهنية. ولا يقتصر دورها على التغطية الإخبارية، بل يتعداه إلى التأثير في تشكيل الوعي وصياغة رؤى جديدة تعكس تطلعات النساء وتحدياتهن.

أولاً: أدوار الصحافة النسائية في تشكيل الوعي النسوي

1. منبر لتعبير النساء عن قضاياهن: توفر الصحافة النسائية مساحة لطرح قضايا المرأة بأبعادها الاجتماعية والثقافية والسياسية، ما يضمن حضوراً فاعلاً للنساء في المجال العام (أبوزيد علام، 2006، ص 375).
2. تسليط الضوء على الإنجازات والتحديات: تُبرز قصص النجاح التي حققتها النساء، كما تنقل الصعوبات التي يواجهنها في المجتمع، مما يعزز الوعي الجماعي ويدفع نحو تجاوز العراقيل (إليس، 1990، ص 33).
3. تقديم خطاب بديل عن الخطابات السائدة: تسهم الصحافة النسائية في إنتاج خطاب ثقافي يرفض التنميط ويبرز صورة واقعية ومتنوعة للمرأة.
4. إنتاج معرفة نقدية: تقدّم الصحافة النسائية مضامين نقدية تبتعد عن الصور التقليدية، وتدعم قيم العدالة والمساواة، عبر مقاربات تحليلية تسهم في بناء وعي جديد (أبوزيد علام، 2016، ص 378).
5. تعزيز الثقة والتمكين: من خلال تقديم نماذج ناجحة وملهمة، تعمل الصحافة النسائية على ترسيخ ثقة المرأة بنفسها وتشجيعها على المشاركة الفاعلة في مختلف المجالات (الدراسات الإعلامية، 2019).
6. تقديم النصائح والإرشادات كخدمات دعم: توفر محتوى إرشادياً يعالج المواقف الحياتية اليومية، ويعتمد على خبرات وتجارب وخبراء متخصصين، بما يمكن المرأة من مواجهة تحدياتها الشخصية والاجتماعية بفعالية.
7. الدعوة إلى التمسك بالقيم والتقاليد النافعة: تركز على أهمية الحفاظ على القيم الإيجابية للأسرة والمجتمع، مع نقد التقاليد التي تُلحق الضرر بالمرأة (إليس، 1990، ص 33).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

ثانيًا: واجبات الصحافة النسائية في تشكيل الوعي النسوي

1. احترام التعددية النسوية: الاعتراف باختلاف تجارب النساء وخصوصياتهن الثقافية والاجتماعية.
2. محاربة التنميط والصور السلبية: رفض اختزال المرأة في أدوار ضيقة، وتقديم صور متنوعة تعكس واقعها الحقيقي (عدنان، 2015، ص 84).
3. التثقيف والتوعية: تقديم مضامين تثقيفية دقيقة تساهم في تغيير المواقف المجتمعية السلبية تجاه المرأة، وتدعم حقها في المشاركة المتكافئة في مختلف المجالات.
4. الالتزام بالموضوعية والمهنية: التحلي بالدقة والنزاهة في العمل الصحفي، بما يعزز مصداقية الصحافة النسائية وثقة جمهورها (شيخاني والرفاعي، 2011، ص ص 71-72).

ثالثًا: خصائص القائم بالاتصال في الصحافة النسائية

يُشكّل القائم بالاتصال (الصحفي/الصحفية) عنصرًا محوريًا في نجاح الصحافة النسائية في أداء أدوارها وواجباتها. وتكمن أهم خصائصه فيما يلي (تنيو، 2019، ص ص 18-19):

1. الوعي العميق بقضايا المرأة: إدراك احتياجات النساء وتطلعاتهن مع مراعاة خصوصيات المجتمع وقيمه.
2. القدرة على التحليل والتفسير: عدم الاكتفاء بنقل المعلومة، بل وضعها في سياقاتها الثقافية والاجتماعية.
3. الالتزام بالعدالة والمساواة: تجنب الانحياز والسعي لتحقيق التوازن في تناول قضايا النساء.
4. المهنية وأخلاقيات الصحافة: التحلي بالصدق والدقة بما يعزز مصداقية الصحافة النسائية.

وقد لخص حسنين شفيق (2010، ص ص 234-236) أبرز سمات الصحفي المتخصص عمومًا، مثل امتلاك معرفة واسعة، والقدرة على الكتابة والتحليل، والإلمام بخصائص جمهوره المستهدف، وتطوير مهاراته المهنية من خلال التدريب المستمر. كما يؤكد عجان (2006، ص 15) ضرورة امتلاك الصحفي لثقافة موسوعية ووعي بطبيعة الاتصال وخصوصياته.

يتضح مما سبق أنّ الصحافة النسائية لا تقتصر على كونها وسيلة إخبارية، بل تُعدّ فاعلاً ثقافياً واجتماعياً يساهم في تشكيل الوعي النسوي، عبر أدوارها التنويرية وواجباتها المهنية، مدعومة بوعي القائمين على الاتصال

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وخصائصهم المتخصصة. وفي هذا الإطار، تبرز الصحافة النسائية في الجزائر كنموذج يستحق الدراسة، نظراً لما عرفته من تحولات مهنية وسوسيوثقافية انعكست على خطابها ومضامينها، وهو ما سيتم تناوله في المبحث الثالث.

المبحث الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية من النشأة إلى التحديات الراهنة

تُعتبر الصحافة النسائية الجزائرية نتاجاً لمسار تاريخي طويل، تبلورت ملامحه تدريجياً عبر عقود من التحولات الاجتماعية والسياسية والثقافية. وقد ارتبط هذا المسار بالسياقات المحلية والمرجعيات الاجتماعية، وكذلك بتأثير الحركات النسوية ومطالب المرأة في المجتمع الجزائري. في هذا المبحث، سنرصد أبرز معالم هذا المسار، بدءاً من الجذور التاريخية والنشأة، مروراً بتحولات الخطاب النسائي وأهم خصائصه المحلية، وصولاً إلى صورة المرأة في هذه الصحافة، ثم الانتقادات والتحديات المهنية والاجتماعية التي تواجهها اليوم.

المطلب الأول: الجذور التاريخية لنشأة الصحافة النسائية الجزائرية ودور الحركات النسوية في

تحولات الخطاب النسائي

■ مدخل تاريخي لنشأة الصحافة النسائية في الجزائر

تعود بدايات الصحافة النسائية في الجزائر إلى مطلع القرن العشرين، حيث شهدت هذه الفترة بروز محاولات فردية وجماعية لإصدار منشورات نسائية، رغم محدوديتها وطابعها النخبوي. فقد كان للشيخ عبد الحميد بن باديس دور بارز في تخصيص ركن خاص للمرأة ضمن جريدة "الشهاب"، ما يعكس بداية ظهور وعي نسوي بالرغبة في المشاركة الفاعلة في الحياة العامة والدفاع عن قضايا المرأة (إليس، 1990، ص 33).

غير أن النقاش حول مكانة المرأة الجزائرية في تلك الحقبة لم يكن حاداً أو صراعياً كما هو الحال في المشرق العربي، وكان الغالب على المقالات والدراسات المتعلقة بالمرأة أن تُكتب بأقلام رجالية، مما جعلها تفتقد أحياناً لتناول قضايا المرأة من منظور نسائي خاص. كما أن تأثير الاستعمار الفرنسي أدى إلى إعاقة تطور الصحافة النسائية، إذ انحصر اهتمام النساء آنذاك في القضايا الوطنية، مع وضع الصحافة النسائية في مرتبة ثانوية.

ومن أبرز المحاولات الأولى: إصدار الفرنسية "جون ديرديو" لمجلة "الأحياء" باللغة العربية عام 1907م بالعاصمة، والتي لم يتجاوز عمرها سبعة أعداد، لكنها طرحت مواضيع تتعلق بالمرأة والإسلام واللغة العربية (بلفضيل، 2018، ص 130). كما ظهرت قبيل الاستقلال مجلات مثل "نساء المدينة" (1944م) الناطقة بالفرنسية، و"نساء

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

حديثات" التي صدرت عن الحركة النسوية بالجزائر وكانت تدير تحريرها السيدة إليزابيث ريناد بالتعاون مع جميلة طهراوي، واستمرت حتى 1962م، لكن هذه الإصدارات لم تجد اهتمامًا كبيرًا في الدراسات اللاحقة.

مع استقلال الجزائر سنة 1962م، بدأت مرحلة جديدة في مسار الصحافة النسائية، حيث اتسعت دائرة الاهتمام بقضايا المرأة لتشمل التعليم، الصحة، والحقوق الاجتماعية. برزت في هذه المرحلة أقلام نسائية مؤثرة، مثل ليلي بن ذياب التي كتبت في "البصائر" و"الأسبوع التونسية"، وزهور ونيسي التي ساهمت في تحرير الشعلة وأسست مجلة الجزائرية كأول مجلة نسائية متخصصة بعد الاستقلال، إلى جانب زوليخة خربوش بن إسماعين التي تناولت قضايا المرأة والتربية عبر الصحافة العامة (بوعزيز يحيى، 2001، 79). وانطلاقًا من هذا المسار، يمكن التمييز بين مرحلتين بارزتين في تطور الصحافة النسائية بالجزائر:

1. ملامح الصحافة النسائية خلال فترة الأحادية الحزبية (1970-1989)

اتسمت هذه الحقبة باحتكار الدولة للإعلام على الرغم من النصوص الدستورية، مثل دستور 1963م، التي نصّت على حرية التعبير. إذ خضع الإعلام لسيطرة الحزب الواحد، وهو ما انعكس سلبيًا على تناول قضايا المجتمع عمومًا، وقضايا المرأة خصوصًا. ورغم تخرّج العديد من الطالبات من معهد الصحافة (الذي أنشئ سنة 1964م)، إلا أنّ أغلبهن شغلن مناصب إدارية بدلًا من ممارسة العمل الصحفي الميداني (بصلي، 2007، ص21).

في هذا السياق، برزت مجلة "الجزائرية" (1970) كأول تجربة نسائية فعلية بعد الاستقلال، أنشأها الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات برئاسة زهور ونيسي، وتولت إدارتها لاحقًا عدة صحفيات مثل عائشة الإمام وتركية ديب. وقد مثّلت المجلة منبرًا مهمًا للتعبير عن قضايا المرأة الجزائرية، وظلت تصدر حتى سنة 1990م (العابد، 2003، ص108).

أما خلال الثمانينيات، فقد شهد القطاع بعض الإصلاحات الجزئية، منها صدور قانون الإعلام لسنة 1982 وإعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية، غير أنّ هيمنة الحزب الواحد بقيت تحدّ من حرية الصحفيين وقدرتهم على الإبداع. ومن الأمثلة البارزة إقصاء الصحفية مليكة عبد العزيز إلى التقاعد المبكر بعد أن لمحت إلى شخص الرئيس في جريدة Algérie Actualité، قبل أن تعود لاحقًا بفضل تدخل حركة الصحفيين. وتشير دراسة

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

محمد قيراط إلى أن النساء مثّلن حوالي 24% من مجموع الصحفيين خلال هذه الفترة، مع تركّز حضورهن في التلفزيون العمومي، بينما بقيت الإذاعة والصحافة المكتوبة تحت هيمنة الرجال (قيراط، 2003، ص 103).

الصحفيات الرائدات وتجاربهن في المجالات النسائية

مع تطور الصحافة الجزائرية وتوسع مساحتها بعد الاستقلال، لم يعد حضور المرأة مقتصرًا على كونها موضوعًا للكتابة، بل أصبحت فاعلة رئيسية في إنتاج المحتوى الإعلامي. فقد شهدت العقود الأولى لبروز الصحافة الوطنية دخول أسماء نسائية تركت بصمات واضحة في مختلف المنابر، من المجالات النسائية المتخصصة إلى الجرائد العامة. وقد شكّل هذا الانخراط تحولًا مهمًا، إذ لم يقتصر على نقل قضايا النساء فحسب، بل امتد إلى المشاركة في صياغة الرأي العام وتوجيه النقاشات حول قضايا المجتمع الكبرى. ومن هنا برزت مجموعة من الصحفيات الرائدات اللواتي أسسن لمسار جديد، فتح الطريق أمام الأجيال اللاحقة من الإعلاميات الجزائريات.

تُعد زينب تبسي الميلي من الرائدات، إذ أصبحت أول امرأة جزائرية تُعتمد رسميًا كصحفية في جريدة الشعب، بعد أن بدأت بالكتابة لمجلات مصرية مثل سندباد، المصور وآخر ساعة، ثم انضمت إلى هيئة تحرير جريدة البصائر ولاحقًا إلى الشعلة، مؤديةً دورًا بارزًا في ترسيخ الصحافة النسائية في الجزائر (عواج، رفاص، 2019، ص 116). كما برزت زهور ونيسي التي بدأت مسيرتها عام 1954م في البصائر، قبل انتقالها للعمل في الجماهير التي رأس تحريرها الطاهر وطار بعد الاستقلال، وأسست لاحقًا مجلة الجيش، وشاركت في تحرير المجاهد الثقافية (إسماعيل، 1996، ص 127).

أما نفيسة لحرش، فقد بدأت مسيرتها الصحفية في مجلة الجزائرية، ثم واصلت نشاطها في جريدة الشعب خلال الثمانينات قبل تقديم استقالتها (لحرش، 2018). وإلى جانبها، ساهمت أقلام أخرى مثل بوزناد زكية، دكار حضرية، فريدة النقاش، صفية كتو، خداج لاروم، مريم بان، ومعزيز ميمي، اللواتي تميزن بالكتابة في الشؤون الاجتماعية والسياسية برؤية نقدية. كما برزت أسماء مثل نجية بوعزيز وفتيحة عاقب ضمن طاقم المجاهد بأسلوب تحليلي معمق، فيما أثرت مليكة بوصوف الساحة الإعلامية بمقالات عكست طموحات النساء الجزائريات (عواج، رفاص، 2019، ص ص 219-120).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

رغم الظروف الصعبة والقيود الاجتماعية، تمكنت هؤلاء الصحفيات الرائدات من اقتحام ميدان الإعلام الذي ظل لسنوات حكراً على الرجال، وأثبتن قدرة المرأة الجزائرية على الإبداع والريادة في مجال الصحافة، فأتحت بذلك الطريق أمام أجيال جديدة وراسخات لتقاليد صحفية نسائية رصينة.

المجلات النسائية البارزة خلال هذه الفترة

إلى جانب الجهود الفردية للصحفيات الرائدات، برزت محاولات جماعية لتأسيس مجلات نسائية متخصصة، حملت على عاتقها مهمة التعبير عن قضايا المرأة الجزائرية والدفاع عن حضورها في المجال العام. ومن بين هذه التجارب، تحتل مجلة "الجزائرية" مكانة رائدة باعتبارها أول مجلة نسوية جزائرية متخصصة ظهرت بعد الاستقلال.

■ مجلة الجزائرية

تأسست مجلة الجزائرية في 11 جانفي 1970 بمبادرة من الأديبة زهور ونيسي وبدعم من جبهة التحرير الوطني، استجابةً لمطلب الاتحاد النسائي الجزائري بإنشاء منبر إعلامي يعكس واقع النساء ويدافع عن حقوقهن بعد الاستقلال (بصلي، 2007، ص 31). وقد اضطلعت المجلة منذ البداية بمهمة توعية المرأة الجزائرية وإبراز مساهمتها في التنمية الوطنية، من خلال أقلام نسائية بارزة وأخرى شابة التحقت بهيئة التحرير في الثمانينات (لحش، 2018).

رغم تقلباتها الشكلية والمضمونية، راكمت المجلة على مدار عقدين خبرة جعلتها صوتاً معبراً عن قضايا المرأة ومواكباً للتحويلات السياسية والاجتماعية، خاصة مع بداية التعددية الحزبية. واستمر نشاطها حتى التسعينات بفضل الدعم المالي والسياسي الذي وفره حزب جبهة التحرير الوطني (العابد، 2003، ص 109).

■ مجلة دفاتر نسائية:

تأسست مجلة دفاتر نسائية سنة 1988 بمبادرة من الشاعرة والأكاديمية زينب الأعوج، التي كانت قد أشرفت سابقاً على صفحة المرأة في جريدة المساء (1986-1990) تميزت المجلة بخصوصيتها كونها جمعية ومجلة في آن واحد، وسعت إلى معالجة قضايا المرأة من منظور ثقافي واجتماعي متجدد. غير أن مسيرتها توقفت سريعاً بعد إصدار عددين فقط سنة 1990 (الأعوج، 2021). ورغم قصر عمرها، مثلت دفاتر نسائية صوتاً نقدياً جديداً حاول تجاوز الطابع التقليدي للخطاب النسوي في مرحلة الأحادية الحزبية، ومهدت، إلى جانب مجلة الجزائرية، الطريق نحو مرحلة التعددية الإعلامية في التسعينيات.

2. ملامح الصحافة النسائية خلال فترة التعددية الحزبية (1990-2020)

مع بداية التعددية السياسية في الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988، دخلت البلاد مرحلة تحول سياسي بارز. فقد أصدرت حكومة مولود حمروش استفتاءً حول إثراء الميثاق الوطني، الذي لقي معارضة من التيار المحافظ. وفي خضم هذا الصراع، لعبت "حركة الصحافيين الجزائريين (MJA)" دورًا مهمًا في دعم التيار الإصلاحي المطالب بالتعددية الإعلامية والتعبير عن التنوع الفكري والاجتماعي. هذا المناخ مهّد لبروز فترة التعددية الحزبية (1990-2020).

في عام 1990، صدر قانون الإعلام الجديد الذي فتح الباب أمام ظهور عدد كبير من الصحف والمجلات، حيث بلغ عددها حوالي 140 صحيفة (قيراط، 2007، ص 287). ومن الطبيعي أن يشمل هذا التنوع إصدارات نسائية أو موجهة للمرأة، الأمر الذي ساهم في تعزيز حضورها الإعلامي. كما أدى الانفتاح الإعلامي إلى بروز الصحافة الخاصة أو المستقلة عن الدولة ماديًا وتوجيهيًا، حيث قُدِّر عدد الجرائد اليومية المستقلة بحوالي 38 جريدة، من بينها جريدة "الفجر" التي ترأسها امرأة. إلى جانب ذلك، ظهرت حوالي خمس جرائد حزبية وعدد كبير من الأسبوعيات المتنوعة التي شملت مجالات عدة منها الرياضة، فضلًا عن مجلة اقتصادية نسائية هي الأولى من نوعها (لحشر، 2018).

العوامل المساهمة في تنوع وثراء المشهد الإعلامي في فترة التعددية الحزبية

- ساهمت عدة عوامل في بروز هذا التنوع والثراء الإعلامي، نذكر أبرزها:
- تدهور الوضع المعيشي للفرد الجزائري: دفع المجتمع إلى قبول مشاركة المرأة في سوق العمل للمساهمة في الإنفاق الأسري، ما ساهم في تغيير الذهنيات السائدة وتقويض الصور النمطية حول عمل وتعليم المرأة.
 - ارتفاع عدد خريجات الجامعات والمعاهد: حيث استمرت الفتاة الجزائرية في التعليم العالي، ما انعكس إيجابًا على حضورها في المجتمع وفي الإعلام (بلفصيل، 2018، ص 132).
 - ارتفاع درجة وعي المرأة بحقوقها السياسية والاجتماعية والثقافية: ما ساهم في التحاقها بمجال الإعلام بمختلف أشكاله (بن روان، د.ت، ص 6).
 - تأثير مرحلة التعددية الحزبية: التي فتحت أمام المرأة أبواب المشاركة الإعلامية، فبرزت إعلاميات رائدات مثل آمنة بلوزداد، وفتيحة (مجلة الأثير، 1990، ص 8-10). تبعتهن أسماء لامعة مثل صورية بوعمامة، خديجة بن قنة، زهية بن عروس، نفيسة لحشر، وسليمة تلمساني (صالح، 2018، ص 393).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وإلى جانب هذه العوامل الاجتماعية والثقافية والسياسية، لعبت الحركات النسوية دورًا محوريًا في إعادة تشكيل الخطاب الإعلامي الموجّه للمرأة داخل الصحافة النسائية، إذ مثّلت أحد أبرز المؤثرات في مسار تطورها واتجاهاتها التحريرية.

الحركات النسوية ودورها في تحولات الخطاب النسائي

كان للحركات النسوية، سواء تلك التي نشأت خلال فترة الاستعمار أو التي تبلورت في مرحلة الاستقلال، دورٌ محوري في الدفع بتحولات الخطاب النسائي داخل الصحافة النسائية. فقد تبنت هذه الحركات الدفاع عن حقوق المرأة والمطالبة بمكانتها في المجتمع، مما منح الصحافة النسائية زخمًا جديدًا وموضوعات تعكس طموحات المرأة وتطلعاتها.

منذ السبعينيات وما بعدها، أضحت الصحافة النسائية فضاءً لتجسيد مطالب الحركات النسوية، بمضامين تجمع بين التمسك بالأصيلة من جهة، والدعوة إلى المساواة والعدالة الاجتماعية من جهة أخرى، في جدلية مستمرة بين الأصالة والحداثة (بصلي، 2008، ص144).

ومن أبرز النماذج: جمعية "نساء في اتصال" (تأسست عام 1993)، التي ساهمت في توسيع النقاش حول قضايا المرأة، ووفرت فضاءً إعلاميًا مكن الصحافة النسائية من تجاوز الطابع التقليدي إلى معالجة قضايا جوهرية تخص واقع المرأة الجزائرية (لحشر، 2018).

مساهمات جمعية "نساء في اتصال"

- الإعلام بقضايا المرأة والتوعية بالقوانين المنظمة لحياتها اليومية، والدفاع عن مطلب المساواة.
 - إبراز نشاطات النساء الفكرية والعلمية، وتشجيعهن على تجاوز واقع التهميش.
 - ترقية أساليب التعبير النسوي، وتطوير أدوات الدفاع عن القضايا.
 - تمكين النساء من التحكم في التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال (بومشطة، 2020، ص180).
- وقد أكدت الإعلامية نفيسة لحشر، رئيسة الجمعية، أن نشاطها امتداد لتجربة مجلة "أنوثة"، مشيرة إلى أن عضوات الجمعية من المثقفات والباحثات والإطارات، وهو ما منحها قاعدة صلبة في نضالها. لكنها شددت على أن التغيير الفعلي يتطلب مشاركة أوسع من النساء أنفسهن (لحشر، 2018).

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

التفاعل بين الصحافة النسائية والحراك النسوي

يمكن القول إن التفاعل بين الصحافة النسائية والحراك النسوي تجسد على مستويين (بصلي، 2008، ص 144-146):

- **مستوى الخطاب التحريري:** تبني قيم المساواة بين الجنسين، مناهضة العنف ضد المرأة، والدفاع عن حقها في العمل والتعليم.

- **مستوى التوظيف المهني:** توفير منابر للمرأة للتعبير عن قضاياها وتعزيز حضورها كفاعل إعلامي.

غير أنّ هذا الزخم الذي عرفته الصحافة النسائية خلال مرحلة التعددية، سرعان ما اصطدم بواقع جديد مع اندلاع الأزمة الأمنية في بداية التسعينيات، حيث وجدت الصحفيات أنفسهن أمام تحديات غير مسبوقة.

التحديات الأمنية والاقتصادية وأثرها على الصحافة النسائية خلال "العشرية السوداء"
شهدت الجزائر منذ 1992 ما عُرف بـ "العشرية السوداء"، حيث تحوّلت الصحافة من "مهنة المتاعب" إلى "مهنة الموت". فقد تعرض الصحفيون والصحفيات للاغتيال والتهديد المباشر، ما دفع بعضهن إلى مغادرة المهنة أو التخفي، كما تؤكد صورية بوعمامة التي عايشَت تلك المرحلة (بوعمامة، 2014، ص 13، ص 69). في هذه الظروف، واصلت أسماء مثل نفيسة لحرش وسكينة العابد نشاطهن رغم المخاطر، لكنهن دفعن الثمن عبر التضيق الرسمي أو استهداف الجماعات المسلحة (بوصفط، 2006، ص 93).

إلى جانب ذلك، واجهت الصحافة النسائية صعوبات اقتصادية أبرزها ضعف التوزيع، ما حال دون وصول المطبوعات إلى القارئات (قيراط، 2007، ص 291). وتؤكد نفيسة لحرش أن هذه الأزمة أثرت على حضور المجلات النسائية، رغم استمرار جهود جمعيات مثل "نساء في اتصال" في دعم قضايا المرأة والإعلاميات خلال تلك الحقبة (لحرش، 2018).

أقلام الحرية المغدورة

شكّلت العشرية السوداء أخطر مرحلة في تاريخ الصحافة الجزائرية، حيث طال الإرهاب الصحفيين عمومًا والصحفيات خصوصًا. فقد اغتيلت يسمينة دريسي، أولى الضحايا من الصحفيات، يوم 12 جويلية 1994 أثناء عملها في جريدة Le Soir d'Alger (Lazhari, 2005, p.106) تلتها رشيدة حمادي من التلفزيون الجزائري في 31 مارس 1995 (Lazhari, 2005, p.138)، ثم مليكة صابور (22 ماي 1995)، نعيمة حمودة (2 أوت 1995)، وياسمينة بروخ من الإذاعة الثقافية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

دفعت هذه الاغتيالات العديد من الإعلاميات إلى مغادرة المهنة أو الهجرة (شيري، 2005-2006، ص108-109). وتشهد نفيسة لحرش أن مجلات مثل أنوثة كانت تُخفى خوفاً من تهديدات مباشرة للبائعين (لحرش، 2018). وتشير الإحصائيات إلى أن حوالي 24% من الصحفيات غادرن الجزائر بين 1993 و1998، ومن بينهن خديجة بن قنة بعد اغتيال مدير جريدة الوطن.

ورغم الخوف والرقابة، واصلت بعض الصحفيات عملهن، معتبرات الكتابة فعل مقاومة. هذا الإصرار ساهم في بلورة هوية نسوية مقاومة داخل الإعلام، حيث ظلت المرأة الصحفية تجسد حضوراً قوياً وتؤكد أن "القلم أقوى من السيف"، رغم استمرار القيود السياسية التي كُبلت حرية الصحافة لاحقاً.

المجلات الصادرة خلال فترة التعددية الحزبية

شهدت المرحلة الأولى من التعددية الحزبية (1990-2000) تنوعاً لافتاً في الإصدارات النسائية مقارنة بفترة الأحادية. من أبرزها:

- **مجلة نون:** صدرت فصلياً في جويلية 1990 عن المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية بالتعاون مع جمعية تضامن المرأة العربية، برئاسة تحرير فائقة مجاهد. ركزت على تعليم المرأة وتمكينها، وسعت لتصحيح الصور النمطية السلبية عنها (إسماعيل، 1996، ص127-128).
- **مجلة نيسة:** أنشئت في 8 مارس 1991 بمبادرة سليمة غزالي، باللغتين العربية والفرنسية. اتخذت طابعاً نضالياً، وعالجت قضايا مثل الأمية والبطالة، لكنها توقفت سريعاً مع بداية 1992.
- **مجلة أنوثة:** أطلقتها نفيسة لحرش في 8 مارس 1991، ثم عادت كجريدة نصف شهرية (1993)، قبل أن تستأنف في 2000 كإصدار شهري بالألوان حتى توقفت سنة 2008. تميزت بتنوع أركانها التي شملت التاريخ والقانون والمجتمع والصحة والموضة، ما جعلها من أبرز التجارب الإعلامية النسوية (لحرش، 2018).
- **مجلة حواء:** ظهرت في 8 مارس 1991 كأسبوعية فرنسية يرأسها رشيد حمو، هدفت لمواجهة هيمنة المجلات الأجنبية. توقفت لاحقاً إثر ضغوط حكومية ومالية بعد نشر مواد مثيرة للجدل (إسماعيل، 1996، ص129).
- **إصدارات أخرى:** ظهرت مجلات قصيرة العمر مثل *La Femme Idéale* و *Flash Beauté*، إلى جانب جرائد نسائية متميزة، منها: **جريدة "السُمرة"** (1992، أسبوعية مستقلة من قسنطينة)، اعتُبرت أول جريدة نسائية في الوطن العربي من حيث الشكل، ركزت على قضايا اجتماعية وثقافية بنقش إسلامي (إسماعيل،

1996، ص 130). كما ظهرت جريدة "أسماء" (1992)، نصف الدنيا (1994)، بانوراما (1994)، والجميلة (1997).

وعليه يمكن القول، إن هذه الإصدارات رغم تفاوت أعمارها عكست حيوية المشهد الإعلامي النسائي الجزائري، وأبرزت سعي المرأة الجزائرية لإثبات ذاتها والتعبير عن قضاياها في فضاء عمومي متحرر.

تحولات الصحافة النسائية الجزائرية (1999 - إلى اليوم): من التنوع إلى الفراغ المضموني

عرفت الصحافة النسائية الجزائرية منذ 1999 موجة من الإصدارات التي تنوعت بين مجلات وجرائد، ركز أغلبها على الموضة والجمال والأزياء، بينما تراجع حضور القضايا الفكرية والثقافية التي ميزت بعض التجارب السابقة. من أبرز الإصدارات: الهدى (1999) التي تناولت قضايا المرأة والأسرة، ولونجة، سميرة، و Femme d'Algérie (2000) المهتمة بالموضة والجمال (العابد، 2003). برزت كذلك (2001) Amira كمنبر تفاعلي يمهّد لصحافة المواطن (بلحوسين، 2019)، إلى جانب "سيدتي الجميلة"، "أحلام" و"عيون" (2002). أما مجلة «دزيريات» (2004) فقد حققت توازنًا نسبيًا بين الشكل والمضمون، بفضل تناولها موضوعات اجتماعية إلى جانب الجمال والصحة، وأطلقت نسختها العربية عام 2007.

أدى قانون الإعلام 2012 إلى تعزيز التعددية الإعلامية وتشجيع الصحافة المتخصصة، فظهرت مجلات جديدة مثل (2012) L'instant: لليلى تميم، و"موعد حواء" (2015) بإشراف جميلة عيساوي، والحياة (2016)، و Lilya (2018) لآسيا بلعيد التي توقفت بعد ستة أعداد (قنفود، 2022-2023، ص 115).

ورغم هذا الثراء الكمي، فقد انزلت أغلب المجلات نحو تسطيح المضامين بالتركيز على الموضة والاستهلاك، على حساب معالجة قضايا المرأة بعمق. باستثناء بعض التجارب القليلة التي حافظت على خطاب نوعي، اتجهت معظم الصحف النسائية إلى محتوى سطحي بعيد عن رسالتها الثقافية والتنويرية (قنفود، 2022-2023). لقد شكّلت سنوات العشرية السوداء والهجرة عاملاً مؤثراً في هذه التحولات، حيث انعكس السياق الأمني والاجتماعي على توجهات الخطاب النسائي. وبذلك، فإن دراسة الخصائص المحلية للصحافة النسائية الجزائرية تظل ضرورية لفهم طبيعتها باعتبارها نتاجاً لإرث ثقافي واجتماعي، وفي الوقت نفسه تعبيراً عن طموحات التحديث والتجديد التي تبنتها الحركات النسوية.

المطلب الثاني: الهوية التحريرية والبصرية للصحافة النسائية الجزائرية: نماذج مختارة

لا يمكن فهم الصحافة النسائية الجزائرية بمعزل عن سياقاتها التاريخية والاجتماعية والثقافية، فهي لم تكن مجرد فضاء إعلامي، بل عكست منظومة القيم والسلطة والمعرفة داخل المجتمع، كما تماهت مع التطلعات العالمية نحو العدالة الجندرية والتمكين.

تميّزت هذه الصحافة بخصوصيات محلية برزت في مرحلتين أساسيتين:

- **مرحلة الأحادية الحزبية (السبعينات-الثمانينات):** مثّلتها أساساً مجلة الجزائرية والبسمة، التي عبّرت عن قضايا المرأة ضمن خطاب الدولة الرسمي، لكنها وقّرت في الوقت ذاته مساحة لمناقشة اهتمامات النساء اليومية.
- **مرحلة التعددية والانفتاح (من التسعينات فصاعداً):** حيث ظهرت مجالات جديدة مثل أنوثة وجلييلة والحياة، التي اتسمت بتنوع أكبر في المضامين والأساليب، وفتحت خطابها على قضايا الحداثة والتحديث، مع حفاظها على مرجعيتها الثقافية المحلية.

تُدرس هذه الهوية التحريرية والبصرية من خلال ثلاثة مستويات:

1. **الهوية المؤسسية للمجلات:** وتتضمن المعطيات الأساسية من حيث التأسيس، الجهة المشرفة، الجمهور المستهدف.
 2. **السمات التحريرية:** مثل اللغة والأسلوب والقضايا المطروحة، والتي تتراوح بين اليومي-التنموي والحقوقى-السياسي.
 3. **السمات الإخراجية البصرية:** وتشمل الصور والألوان وتنظيم المحتوى، حيث ساهمت في صياغة صورة المرأة بين التقليدية والعصرية.
- تكمن أهمية هذا التحليل في أنه يسمح بالمقارنة مع المجلات النسائية المعاصرة مثل «دزيريات» و«موعد حواء»، لرصد استمرارية الخصوصيات المحلية من جهة، والتحوّلات التي طرأت على الخطاب النسوي الجزائري من جهة أخرى، ما يسمح بتتبع مسار التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية من فترة الأحادية، مروراً بفترة التعددية وصولاً إلى الفترة المعاصرة.

أولاً- الخصائص المحلية للصحافة النسائية في فترة الأحادية الحزبية (الجزائرية، بسمة أمّوجاً)

شكّلت الصحافة النسائية خلال فترة الأحادية الحزبية مرآة للخطاب الرسمي للدولة، لكنها مثلت في الوقت نفسه فضاءً لتناول قضايا المرأة وتمثّلها الثقافية والاجتماعية. ويكشف تحليل عينة من أعداد مجلة "الجزائرية"

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

(11 عددًا بين 1982 و1991، وفق ما توفر للباحثة من أرشيف) عن هوية تحريرية وشكلية تجمع بين الوظيفة الإعلامية والتثقيفية والتعبوية، في سياق سياسي واجتماعي مركّب.

يتضح من هذه العينة أنّ سعر بيع المجلة ارتفع تدريجيًا من 2 دج سنة 1982 إلى 12 دج سنة 1991، وهو ما يعكس تأثير العوامل الاقتصادية وتطور الطباعة. كما تكشف التسعيرات المتنوعة (بالدينار الجزائري والريال السعودي، إضافةً إلى أسعار الاشتراكات للدول العربية والأوروبية) عن سعي المجلة لتوسيع انتشارها خارج الجزائر. أما غياب بعض التواريخ وأرقام الأعداد فيشير إلى إشكالات في الأرشفة أو إلى طابع إنتاج غير منتظم في بعض المراحل.

1. الهوية المؤسسية لمجلة "الجزائرية": تأسست مجلة الجزائرية في جانفي 1970 كإصدار شهري تابع للاتحاد الوطني للنساء الجزائريات، واعتُبرت الواجهة الإعلامية الرسمية للمنظمة النسوية الوحيدة آنذاك. اتسمت المجلة بطابع اجتماعي وثقافي وسياسي موجه للمرأة والأسرة الجزائرية، واعتمدت اللغة العربية لغة تحرير رئيسية في انسجام مع التوجّه الوطني لتعزيز الهوية الثقافية. حملت المجلة شعارات متغيرة تعكس تطورها، مثل: "الجزائرية المجلة الوطنية الوحيدة، تكتب لكل امرأة وتوزع في كامل التراب الوطني"، وأيضًا: "مجلة الجميع للمرأة والرجل، للبيت والأسرة". كما تميزت بهوية بصرية بسيطة من خلال شعار دائري يتوسطه اسم المجلة بخط بارز. من حيث التسيير، تعاقبت على إدارتها شخصيات نسوية بارزة مثل ربيعة مشرن وعائشة بن الإمام، وضمت هيئة تحرير ومصورين ومتعاونين حافظوا على استمراريتها. أما على المستوى الاقتصادي، فقد شهدت أسعار البيع والاشتراكات زيادات تدريجية، مع فتح المجال للاشتراك داخل الجزائر وخارجها، ما يعكس رغبة في توسيع قاعدة القراء. ولتفاصيل أوفى حول الهيكل التحريري وأسعار الأعداد والاشتراكات، يُراجع الملحق رقم (6): البطاقة المؤسسية لمجلة الجزائرية. (1970-1991)

التحليل السيميولوجي لعنوان المجلة الجزائرية: يحمل عنوان المجلة "الجزائرية" كثافة رمزية تعكس تمثيلًا شاملاً للمرأة الجزائرية، إذ يُستعمل بصيغة المؤنث المعرّف بـ"ال" دون توصيف إضافي، مما يمنحه طابعًا جامعيًا يتجاوز التصنيفات الطبقيّة أو الجهوية. ومن منظور سيميولوجي، فإن اختيار كلمة واحدة مجردة بدل تعابير مركبة (مثل "المرأة الجزائرية") يجعل الهوية النسوية متقاطعة مع الهوية الوطنية ذاتها، حيث تتحول "الجزائرية" إلى رمز للوطن بقدر ما هي دال على المرأة.

يظهر العنوان غالبًا في أعلى الغلاف بخط بسيط وواضح، مطبوع باللون الأبيض في معظم الأعداد، مع حجم

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

بارز يفرض حضوره البصري. هذا الاختيار اللوني والخطي يعكس توجّهاً بصرياً واعياً بالحياد والبساطة، بعيداً عن الزخرفة أو الخطوط الأثوية النمطية. بذلك يرسخ العنوان صورة لامرأة واضحة، جادة، ومندمجة في الفضاء العام، لا مجرد كيان منزوي في "المجال النسوي". إجمالاً، يمكن اعتبار عنوان الجزائرية عنصراً بصرياً بسيطاً في شكله، لكنه محمّل بدلالات قوية تسعى لترسيخ صورة وطنية ورجسية للمرأة الجزائرية.

2. الخصائص الشكلية والإخراجية لمجلة الجزائرية (اعتماداً على تحليل العينة المحددة)

اتسمت المجلات النسائية المدروسة بجملة من الخصائص الإخراجية الشكلية التي تعكس التوجّه الإعلامي العام والرسالة الاتصالية للمؤسسة القائمة على إصدارها، وهي الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات. ويمكن رصد هذه الخصائص على عدة مستويات شكلية متكررة عبر أعداد مختلفة:

« تنظيم المحتوى والأسلوب التحريري في مجلة الجزائرية: اتسمت المجلة بهيكلية منظمة نسبياً، اعتمدت على أبواب ثابتة مثل الافتتاحية، نشاط المنظمة، تحقيق الشهر، من قضايا المرأة، منتدى الجزائرية، بريد القراء، إلى جانب أبواب متغيرة تراعي المستجدات. وقد حرصت هيئة التحرير على إدراج الفهارس في جميع الأعداد، إمّا في الصفحة الأولى أو في الغلاف الداخلي، مما يعكس وعياً تنظيمياً يسهّل على القارئات تصفح المواد. تراوح عدد الصفحات بين 50 و 52 صفحة يغلب عليها الطابع التحريري التثقيفي والنضالي، بما يعكس وظيفة المجلة كتعبير عن خطاب توعوي تعبوي أكثر من كونها مطبوعة شكلية أو استهلاكية. أما من حيث توزيع المواضيع، فقد سعت المجلة إلى الموازنة بين القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والصحية، مع تركيز خاص على إبراز نشاطات الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات، حيث كانت الصفحات الأولى تُخصّص عادةً للمواضيع الوطنية أو النضالية.

كُتبت جميع مواد المجلة باللغة العربية الفصحى، مع حضور محدود جداً لمفردات من الدارجة، في انسجام مع التوجّه الرسمي لتعزيز الهوية اللغوية الوطنية. أما العناوين فغلب عليها الطابع التقريري التوعوي، مبتعدة عن الإثارة أو الطابع الاستهلاكي، مما يعكس توجّهاً أخلاقياً وتحسّسياً واضحاً في الخطاب الإعلامي للمجلة.

« الصور والتمثيلات البصرية في مجلة الجزائرية: اتسمت الصور في المجلة بوظيفة مكّمة للمحتوى التحريري، حيث ركّزت على إبراز النشاطات النسوية الوطنية وتمثيل المرأة في أدوارها الاجتماعية والنضالية، بعيداً عن أي تسليع أو استهلاك لصورتها. غلب النص على الصورة، مع حضور محدود للشعارات واللوحات، خصوصاً تلك التابعة للاتحاد الوطني للنساء الجزائريات.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

يحمل شعار المجلة حمولة رمزية تعكس هويتها الأيديولوجية في فترة الأحادية الحزبية؛ إذ جاء في هيئة دائرة تتوسطها صورة رمزية لوجه امرأة، محاطاً بإطار شبيه بكتاب مفتوح، يعلوه اسم "الجزائرية" بخط غليظ. يُحيل الشكل الدائري إلى الوحدة الوطنية والاكتمال، بينما يرمز الكتاب إلى المعرفة والتحرر عبر التعليم. أما حضور وجه المرأة في مركز الدائرة، فيعكس محور الخطاب حول المرأة كذات فاعلة في المجال العام. يوحي الخط الغليظ بالثبات والجدية، بينما تضفي المنحنيات العلوية توازناً أنثوياً بصرياً. اللون الأسود المستخدم يعزز قيم الجدية والوضوح، منسجماً مع الوظيفة التثقيفية للمجلة.

إجمالاً، يشكل الشعار تمثيلاً بصرياً مكثفاً لخطاب نسوي وطني، يربط بين التمكين بالمعرفة والحضور الفاعل للمرأة الجزائرية في مشروع مجتمعي جماعي.

« الإخراج الفني والألوان في مجلة الجزائرية: اتسم الإخراج الفني للمجلة بالبساطة والوظيفية، مع حضور الألوان أساساً في الأغلفة المطبوعة بنظام CMYK ، حيث جرى إبراز الصور والعناوين على الغلاف الأمامي. أما الصفحات الداخلية فغلب عليها الأبيض والأسود، مع توظيف محدود للألوان في بعض العناوين أو التأطيرات والخلفيات.

هذا الاستخدام يعكس توجهاً نحو جمالية وظيفية تخدم الأهداف التوعوية والتثقيفية للمجلة، بعيداً عن منطق الإبهار البصري الذي يميز المجلات الترفيهية. ومع ذلك، لوحظ في بعض الأعداد ضعف التناسق اللوني (مثل استعمال الأصفر في العناوين)، ما أثر سلباً في وضوح القراءة.

« السمات الإخراجية والفنية الغالبة بمجلة الجزائرية خلال فترة الأحادية الحزبية

اتسمت المجلة بطابع وظيفي أكثر منه جمالي، إذ ركزت على المضمون التعبوي والسياسي على حساب الإخراج الفني. فقد عانت من تذبذب في جودة الورق والطباعة ووضوح الصور، مع اعتماد شبه كامل على الأبيض والأسود، رغم بعض المحاولات لتحسين الإخراج عبر تكبير الصور ومنحها مساحة أكبر. غلب الطابع الفكري التحليلي على الأسلوب التحريري، فجاءت المقالات والافتتاحيات والحوارات معمقة، ومساهمات القراء ذات مستوى نقدي وأيديولوجي، مما يجعلها أقرب إلى الصحافة الفكرية للنخبة منها إلى الصحافة الشعبية.

هذا التوجه عكس طبيعة الصحافة في إطار الحزب الواحد، حيث وظفت المجلة كأداة لتوجيه الرأي العام، وتقديم صورة المرأة الجزائرية كمناضلة ومساهمة في المشروع الوطني الاشتراكي، مع إبراز القضايا القومية كفلسطين والعراق. غير أن نهاية الثمانينات شهدت بوادر تحول، حيث بدأت المجلة تراعي الجمهور الأوسع بإدخال مواضيع اجتماعية

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وخفيفة مثل الطبخ والتسلية، والتفكير في الإشهار، وهو ما يعكس انتقالها من خطاب نخبوي تعبوي إلى إعلام أكثر تنوعًا وانفتاحًا.

3. الخصائص المضمونة للصحافة النسائية الجزائرية خلال فترة الأحادية الحزبية (1982-1990) مجلة الجزائرية أنموذجًا

• التوجه السياسي والإيديولوجي: عكست مجلة الجزائرية توجهًا إيديولوجيًا وسياسيًا متكاملًا يتمشى مع طبيعة الإعلام في إطار الحزب الواحد، حيث اتخذت المجلة وظيفة تعبوية وثقافية أكثر من كونها منبرًا خبريًا. ويمكن رصد ذلك في:

- الخطاب السياسي والإيديولوجي: تبني خطاب تعبوي شعاراتي منسجم مع توجهات جبهة التحرير الوطني، ودعم القضايا التحررية (خصوصًا فلسطين، العراق، لبنان) مع نقد الأنظمة العربية المتخاذلة.
 - القضية الفلسطينية: حضورها كان شبه دائم في مختلف الأعداد المحللة، باعتبارها جزءًا من الهوية الوطنية الجزائرية، مع ربطها بالنضال الجزائري ضد الاستعمار (أنظر الجدول رقم 3).
 - الأسرة وتنظيم النسل: تناولت المجلة مشروع تنظيم الأسرة والمواليد، باعتباره رهانًا اجتماعيًا واقتصاديًا مرتبطًا بالتنمية الوطنية، مقدمة مقالات توعوية حول دور المرأة في الاستقرار الأسري والاقتصادي.
 - التعليم والتمكين: ركزت على التعليم كمشروع أساسي للمرأة الجزائرية بعد الاستقلال، باعتباره وسيلة للتحرر الفردي والاندماج في مشروع بناء الدولة الوطنية الحديثة.
 - القضايا الاجتماعية والثقافية: إبراز صورة المرأة كمناضلة، عاملة، ومثقفة، مساهمة في المشروع الاشتراكي، مع حضور واضح لقضايا الأسرة والصحة والتربية.
 - الأسلوب التحريري: طغى عليه الطابع الأدبي والبلاغي، مما منح المواد التحريرية نبرة خاصة تدمج بين الوعي الثقافي والوظيفة الإعلامية.
 - انفتاح على الجمهور: خصصت المجلة مساحة معتبرة لمساهمات القراء، ما يعكس بعدها التربوي التوعوي، في مقابل محدودية الطابع الترفيهي أو الخدماتي.
- وبذلك جمعت المجلة بين التوجيه السياسي التعبوي والتثقيف الاجتماعي والاقتصادي، مقدمة خطابًا نسويًا مؤدجًا يعكس طبيعة المرحلة وأولوياتها.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

جدول رقم (3): تكرار ظهور القضية الفلسطينية في مجلة الجزائرية (1982-1991)

رقم العدد	السنة	ظهور القضية الفلسطينية	نوع التناول	الملاحظات
لم يذكر	1982	✓ نعم	مساهمات القراء	مناهضة التطبيع
103	1982	✓ نعم	افتتاحية+ تقرير	دعم القضية كجزء من الهوية القومية
107	1983	✓ نعم	افتتاحية+ مساهمات قراء	ربط القضية بالنضال الجزائري
109	1983	✓ نعم	مقال تحليلي+ تحقيقان	دعم القضية الفلسطينية واحتواء مقاتليها وأطفالها بالجزائر
165	1987	✓ نعم	تقرير+ مقال تحليلي	نقد الأنظمة العربية المتخاذلة
169	1988	✓ نعم	مساهمات قراء	دعم القضية الفلسطينية ومناهضة فكرة التفاوض والمصالحة مع الكيان الصهيوني
170	1988	✓ نعم	افتتاحية+ تغطية نشاط	دعم منظمة التحرير الفلسطينية
186	1989	✓ نعم	مقال تحليلي+ مساهمات قراء	اعتبار القضية جزءاً من الهوية الجزائرية
200	1990	✓ نعم	افتتاحية+ تقرير	دعم العراق وفلسطين كقضايا مشتركة
201	1991	✓ نعم	افتتاحية+ مقال وجداني	نقد العدوان الأمريكي البريطاني على العراق وربطه بفلسطين

يتبين من خلال الجدول أن القضية الفلسطينية ظهرت في كل عدد تقريباً، مما يؤكد أنها جزء ثابت من الخطاب الإعلامي للمجلة. تم تناولها عبر أنواع صحفية مختلفة، والمجلة لم تكتفِ بالدعم، بل انتقدت الأنظمة العربية المتخاذلة واعتبرت القضية جزءاً من الهوية الجزائرية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

• نوع الخطاب المستخدم: تميّز خطاب مجلة الجزائرية خلال فترة الأحادية الحزبية بطابع تعبوي وشعاري في معظمه، إذ ركّز على دعم الحزب الواحد، القضايا التحررية (خاصة فلسطين والعراق ولبنان)، وتحفيز المرأة على الانخراط في الاتحاد النسوي والمشروع الوطني الاشتراكي. كما أولى عناية خاصة بالتعليم ومحو الأمية، وتنظيم الأسرة باعتبارها أساس التنمية. غلبت على لغة المجلة القيم الوطنية والدينية مثل الكرامة والنضال والتضحية، مع ظهور خطاب نقدي تحليلي تدريجيًا في أواخر الثمانينات، خاصة تجاه الذهنيات الاجتماعية المتحجرة والسياسات الاقتصادية والثقافية. إلى جانب ذلك، اتخذت بعض المقالات طابعًا وجدانيًا وأدبيًا يلامس معاناة المرأة ويحفزها على الانخراط في العمل الاجتماعي والسياسي. هذا التدرج يعكس انتقال الخطاب من شعارات التعبئة الوطنية إلى تحليل نقدي ووجداني أكثر عمقًا مع نهاية الثمانينات، متأثرًا بالتحويلات السياسية نحو التعددية. ولتعزيز ما سبق، يبيّن الجدول الآتي تطوّر الخطاب الإعلامي في مجلة الجزائرية عبر الأعداد المحللة، حيث يُظهر الانتقال التدريجي من الطابع التعبوي الشعاري إلى النقدي التحليلي، ثم الوجداني العاطفي في أواخر الثمانينات وبداية التسعينات.

جدول رقم (4) يوضح تطور الخطاب الإعلامي عبر الأعداد المحللة من مجلة الجزائرية

رقم العدد	السنة	نوع الخطاب	الملاحظات
لم يذكر	1982	تعبوي شعاري	المرأة منطلق التغيير تحفيز المرأة على التعليم والحرص على تعليم أطفالها بإرسالهم للمدارس من أجل التغيير والتنمية وربطه بالجهود السياسية لتحقيق ذلك
103	1982	تعبوي شعاري	دعم الحزب الواحد، تحفيز المرأة على الانخراط في المشروع الوطني
107	1983	تعبوي شعاري	التركيز على دور المرأة في النضال السياسي والاجتماعي
109	1983	تعبوي شعاري	نقد الإرهاب الصهيوني وإدانة هجومه على مخيمات صبر وشتيلا والتشجيع على حمل البندقية ومواجهة العدو بالسلاح، تحفيز المرأة على المشاركة في الاتحاد الوطني

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

للنساء الجزائرية من أجل تحرير المرأة وتجنيد لها سياسيا وثقافيا واجتماعيا			
بداية ظهور نقد للذهنيات الاجتماعية المتحجرة	تعبوي + نقدي	1987	162
دعوة لمشاركة المرأة في مشروع التشييد والبناء، دعوة لتجنيد المرأة وانخراطها في الاتحاد النسوي، دعم القضية الفلسطينية نقد الذهنيات المتحجرة التي تعيق تعلم المرأة ومشروع محو الأمية، نقد الأفكار التغريبية.	تعبوي نقدي	1988	165
تحفيز المرأة على العمل في مجالات متعددة ودعمها من قبل الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات للانخراط في مشروع التنمية ودعم مشروع الحزب الواحد	تعبوي شعاراتي	1988	169
خطاب أكثر تحليلاً حول دور المرأة في التنمية الوطنية	تعبوي + تحليلي	1988	170
نقد السياسات الاقتصادية والاجتماعية، بداية التحول نحو التعددية	نقدي تحليلي	1989	186
نقد التغريب والفرنكفونية، دعم الهوية الثقافية الجزائرية	نقدي تحليلي	1990	200
خطاب وجداني حول القضية الفلسطينية والعراق، نقد الأنظمة العربية	وجداني + تعبوي	1991	201

نلاحظ أن التحول في الخطاب يعكس التغيرات السياسية في الجزائر (من الأحادية الحزبية إلى بداية التعددية).

• القضايا المعالجة: تناولت مجلة الجزائرية في فترة الأحادية الحزبية (1982-1990) قضايا متعددة عكست

الطابع الشمولي للخطاب الإعلامي آنذاك:

• السياسية: دعم الحزب الواحد وخطابه الرسمي، إبراز القضية الفلسطينية وقضايا عربية قومية (العراق، لبنان،

الصحراء الغربية)، التصدي للفرنكفونية والغزو الثقافي، وتأكيد دور المرأة في المشروع الوطني.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- المرأة: التكوين السياسي والأيدولوجي، المساواة في العمل والتعليم، نقد قانون الأسرة والمعوقات الاجتماعية (الطلاق، الإرث، الذهنيات الذكورية).
- الأسرة والمجتمع: الأمومة والطفولة، الصحة والتخطيط الأسري، المشاكل اليومية عبر ركن "مشاكل تبحث عن حلول"، والعلاقات الزوجية من منظور ديني-أخلاقي.
- الثقافة والهوية: التراث، الأزياء التقليدية، اللغة العربية، الهوية البربرية-العربية-الإسلامية، مع مساهمات أدبية (قصة، شعر، مقالات وجدانية).
- الإعلام والفن: نقد تمثيلات المرأة في الإعلام والسينما، وإجراء حوارات مع فنانات جزائريات وعربيات.
- التعليم: محو الأمية، تعليم الفتيات، نقد البرامج التعليمية، ودعم التكوين المهني للمرأة العاملة.
- الاقتصاد والمعيشة: تدبير ميزانية الأسرة، نقد الاستهلاك والبدخ، إبراز التجارب النسوية الإنتاجية، ومعالجة وضعية المرأة العاملة.
- ويُظهر هذا التصنيف أنّ المجلة جسّدت ثراءً وتنوعاً في الاهتمامات، مما عزز دورها كأداة تثقيفية وتعبوية، ووسيلة للتأطير السياسي والاجتماعي للمرأة الجزائرية.
- الأنواع الصحفية المستخدمة: اتسمت مجلة الجزائرية بتنوع في الأجناس الصحفية، عكس في مجمله الطابع السياسي والتعبوي للمرحلة:
- الافتتاحيات: ذات خطاب شعاراتي تعبوي، تعكس الموقف الأيدولوجي للمجلة.
- التعليقات والمقالات التحليلية: الأكثر حضوراً، ربطت بين القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية (الطلاق، التعليم، فلسطين، الهوية)، بأسلوب نقدي-أدبي منح المجلة نبرة خاصة.
- التقارير والتحقيقات: تناولت قضايا المرأة والصحة والعمل، مع تراجع ملحوظ في الأعداد الأخيرة.
- الحوارات والبرتريهات: قدمت نماذج نسائية مناضلة وفنية وعلمية، مع بروز شخصيات وطنية ودولية.
- الأخبار: قصيرة ومحدودة، ركزت على نشاطات الاتحاد والأحداث الوطنية والقومية.
- الريبورتاج: استُخدم كأداة توثيقية للذاكرة النضالية أكثر من كونه ترويجياً.
- المواد الأدبية والمساهمات القرائية: غزيرة ومتنوعة (قصص، أشعار، خواطر، خدمات منزلية وصحية)، شكّلت منبراً للتفاعل مع القارئات، وأسهمت في تعزيز البعد الهوياتي والثقافي للمجلة.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

ويُظهر الجدول التحليلي أن المجلة اعتمدت بشكل لافت على المقال التحليلي والتعليق، وهو ما يرسّخ دورها كصحافة فكرية توجيهية أكثر منها إعلامًا خبريًا، كما يبرز الأثر الأدبي في صياغة المادة الصحفية نتيجة خلفيات الصحفيين-الأدباء.

جدول رقم (5) يوضح تكرار الأنواع الصحفية المستخدمة في مجلة الجزائرية

النوع الصحفي	عدد مرات ظهوره	أمثلة من الأعداد	الملاحظات
الافتتاحية	12	كل الأعداد	اختلفت في موقعها وتسمياتها بين (كلمة العدد، الافتتاحية، لنا رأي)، لكنها بقيت تعكس الموقف السياسي للمجلة بأسلوب تعبوي وشعاري.
التقارير	33	1982، 103، 107، 109، 162، 165، 169، 170، 186، 200	غطت أنشطة الاتحاد النسائي والمليقات والقضايا القومية. قوية الحضور بين 1982 و 1988، ثم تراجعت حتى اختفت في العدد 201.
الحوارات	25	(1982: ص9، ص13، ص23، (...، 103، (ص38)، 107 (ص9، ص24، ص40)، 109 (ص16، ص38)، 165 (ص24، ص32، ص40)، 169 (ص22، ص28)، 186 (ص20، ص24، ص 32)، 200 (ص6، ص18)، 201 (ص11، ص18، ص19)	غالبًا مع شخصيات سياسية أو فنية، أول مرة مع "حلاقة" في العدد 201 ما يعكس تغير اهتمامات الجمهور والخطاب الإعلامي للمجلة.
التحقيقات	18	(1982: ص10، ص14، ص16)، 103 (ص22)، 107 (ص10، ص26،	عالجت قضايا اجتماعية مثل (الطلاق، الصحة، قانون الأسرة، العمل، التعليم والتكوين). تراجع تراجع حضورها في الأعداد الأخيرة.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

	ص36)، 109 (ص5، ، ص10، ص18)، 162(ص16، ص18، ص29)، 165 (ص13، ص 22،ص36)، 169 (ص18)، 170 (ص36)، 186 (ص12، ص16، ص37)، 201 (ص14)		
مزجت بين الفكر، الدين، الأدب، الهوية والطرح الاجتماعي بأسلوب تحليلي نقدي تفسيري. وردت بكثرة الصفحة الأخيرة.	1982 (ص21، ص50)، 103 (ص30، ص32)، 107 (ص30، ص34، ص28، ص48)، 109(ص24، ص30، ص36، (، 162(ص24، ص36، ص40، ص46، ص58)، 165(ص26، ص50)، 170(ص9، ص18، ص31)، 186(ص10، ص28، ص36، ص50)، 200(ص21)	24	المقالات التحليلية
تنوعت بين الاجتماعي والسياسي (تحديد النسل، التعليم، العمل، المهجر، فلسطين، لبنان وإفريقيا...)، بأسلوب نقدي تحليلي تعبوي.	1982 (ص25، ص28)، 102 (ص36، 37، 45)، 107 (ص13)، 109 (ص 4، ص31، ص32، ص35، ص30، ص52)، 162 (ص42)،	33	التعليقات

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

	165(ص9، ص 17،ص25، ص27، ص30)، 169 (ص16، ص20، ص30، ص30)، 170 (ص11، ص14، ص16)، 186 (ص7، ص 17،ص19، ص27، ص50)، 200 (ص8، ص9، ص11)، 201 (ص8، ، ص9، ص34).		
الأخبار	24	1982 (3 أخبار ص 8) 107(ص36)، 109(ص43)، 162(ص11،ص13،ص41 ، ص37، ص39)، 165(ص28، ص38، ص45، ص46)، 186 (ص34)، 200 (ص17).	قصيرة جدا عن أنشطة الاتحاد، لم تكن محورية في المجلة.
الريورتاج	3	107 (ص38)، 162 (ص14) 169 (ص32)	وظيفة توثيقية أكثر من ترويحية، ركز على الشخصيات النضالية والتراثية، ما يعكس توجه المجلة في كتابة التاريخ الوطني بعد الاستقلال.
البورتريه	6	109 (ص43)، 162 (ص26، ص35، ص55)، 169 (ص34)، 170 (ص20)	تناول شخصيات تاريخية (زهور ونيسي، شامة...)، فنية (بوقرة، زوليخة، وريدة)، أو نضالية لدى الآخر مثل (فيفي مانديلا أو علمية (روبرت كوخ).
المقالات العامة	22	كل الأعداد	تنوعت بين الطبية، والاجتماعية، والثقافية الأدبية والدينية. ذات طابع توجيحي.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

نصوص الأدبية (قصص، شعر، خواطر) خدمات (طبخ، جمال، صحة، أزياء ديكور)، مساهمات قراء (قصص، شعر، مقالات اجتماعية ودينية ونقدية) تفاعل قوي مع القارئات.	كل الأعداد	144	مواد مكملّة (أدب، خدمات، مساهمات قراء

o العلاقة مع الجمهور والتحويلات التحريرية

أولاً: العلاقة مع الجمهور

اتسمت العلاقة بين مجلة الجزائرية وجمهورها بطابع تفاعلي واضح، حيث أتاحت المجلة فضاءً واسعاً لمساهمات القراء، التي تنوعت بين القصة والشعر والمقال الاجتماعي والديني والنقد الإعلامي والنصوص التاريخية، مع حضور قوي لمواقف داعمة للقضية الفلسطينية وللهوية الثقافية. كما كانت هيئة التحرير تستجيب لرسائل القارئات، وتنشر ردوداً نقدية أو مؤيدة، مما يعكس وجود نقاش داخلي حي بين الصحفيات والجمهور. هذا التفاعل كشف عن مستوى عالٍ من الوعي الجمعي لدى القراء، وتحذر القيم الدينية والثقافية في المجتمع الجزائري.

ثانياً: التحويلات في المحتوى التحريري

شهدت المجلة تحولات واضحة عبر الزمن، إذ غلب الطابع السياسي التعبوي في بداياتها، بينما أخذت الأعداد المتأخرة طابعاً أكثر اجتماعية وترفيهية، مع إدراج مواضيع الأسرة، التسلية، الأزياء، والطبخ. كما ظهرت رغبة في تخصيص ركن للإشهار، في إشارة إلى انفتاح تدريجي على البعد التجاري. هذه التحويلات تعكس انتقال المجلة من كونها أداة أيديولوجية مرتبطة بخطاب الحزب الواحد، إلى وسيلة إعلامية متعددة الأبعاد، تحاول مخاطبة جمهور أسري أشمل (المرأة والرجل معاً)، ما يتجلى أيضاً في تغيير شعارها التحريري.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

الجدول رقم (6): تغيير المحتوى التحريري عبر الزمن في مجلة الجزائرية

رقم العدد	السنة	المحتوى السياسي	المحتوى الاجتماعي النسوي	الأدبي الوجداني	المحتوى الترفيهي الجمالي	الملاحظات
غير مذكور	1982	قوي جدًا	متوسط	متوسط	غائب	تغليب الوظيفة التعبوية على البعد التثقيفي
103	1982	قوي جدًا	متوسط	خجول	غائب	تغليب الوظيفة التعبوية
107	1983	قوي	متوسط	متوسط (أقلام شابة)	غائب	بداية ظهور مساهمات أدبية
109	1983	قوي جدًا	قوي جدًا	متوسط	محدود جدًا	بداية ظهور بعض التسلية
162	1987	واضح	قوي	حاضر متوسط	محدود جدًا	التوجه الأدبي بدأ يبرز بجدية
165	1988	متوسط	قوي جدًا	حاضر بقوة	غائب	الاهتمام بالقضايا الاجتماعية للمرأة والأسرة، حضور أدبي مشترك بين كتاب المجلة ومساهمات القراء
169	1988	خجول	قوي جدًا	قوي	محدود جدًا	القضايا الاجتماعية طغت على العدد

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

170	1988	متوسط	قوي	واضح	خجول	الأدب كأداة للتنقيف والبوح، حضور شخصيات أدبية
186	1989	متوسط/منفتح	قوي جدًا	نشط	بدأ يفرض نفسه	الانتقال التدريجي نحو خطاب وجداني ثقافي
200	1990	تراجع نسبي	قوي	واسع الحضور	واضح	تصاعد الطابع الأدبي والترفيهي
201	1991	مهيمن	مهيمن	متوسط	متراجع	صور أكبر، نصوص أقصر، غلبة للمادة الأدبية المرئية

يبين الجدول أن مجلة الجزائرية انتقلت تدريجيًا من خطاب تعبوي صارم يغلب عليه الطابع السياسي والإيديولوجي في بداية الثمانينات، إلى خطاب أكثر تنوعًا وانفتاحًا مع نهاية العقد، حيث برز الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والثقافية والأدبية، ثم ظهرت الموضوعات الترفيهية والخدمية في الأعداد الأخيرة. هذا التحول يعكس تفاعل المجلة مع التحولات السياسية والاجتماعية التي عرفها السياق الوطني، كما يرتبط بإعادة تعريف هويتها التحريرية، من كونها "مجلة نسائية" إلى "مجلة للمرأة والرجل والبيت والأسرة". وبذلك أصبحت المجلة تسعى إلى استقطاب جمهور أسري أوسع، وتقديم صورة أكثر شمولية للمرأة الجزائرية، تجمع بين بعدها السياسي والنضالي وبين حضورها الثقافي والاجتماعي داخل الأسرة والمجتمع.

o **الصحافة النسائية كأداة توثيقية:** من خلال تتبع محتوى مجلة "الجزائرية" يمكن اعتبار مجلة الجزائرية أكثر من مجرد منبر إعلامي ظريفي؛ فهي أرشيف نسوي يوثق ذاكرة المرأة الجزائرية، بما حملته من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية، وبما أتاحتها من مساحة لتعبير القارئات والقراء. إن قيمتها لا تكمن في محتواها الإعلامي فحسب، بل أيضًا في دورها التوثيقي الذي يجعل منها مصدرًا تاريخيًا لا غنى عنه لفهم مسار التحولات المجتمعية من منظور نسوي.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

4. امتداد الخطاب النسوي الرسمي على المستوى الجهوي: مجلة البسمة نموذجًا

إلى جانب مجلة الجزائرية المركزية، ظهر الامتداد الجهوي للخطاب النسوي الرسمي في منشورات محلية مثل مجلة البسمة الصادرة عن الاتحاد النسائي لولاية تبسة (1988). ورغم محدودية إمكانياتها الطباعية والإخراجية، فإن المجلة أعادت إنتاج نفس التوجهات التعبوية والسياسية التي ميزت الصحافة النسائية الوطنية، مما يؤكد مركزية التوجيه الإعلامي آنذاك.

تميزت البسمة ببساطة الإخراج (24 صفحة، ألوان محدودة) واعتماد رموز بصرية محلية (خريطة الجزائر، صور نساء بالزي التقليدي)، مع لغة عربية فصحي مدعمة أحيانًا بمفردات دارجة. أما على مستوى المضمون، فقد جسّدت ذات الطابع التعبوي من خلال الافتتاحيات الداعية للتجنيد النسوي في خدمة التنمية الوطنية، وتغطية خطاب الرئيس، ودعم القضايا القومية وعلى رأسها فلسطين والوحدة المغاربية. كما أبرزت الهوية الثقافية والدينية عبر نصوص أدبية ودينية وأمثال شعبية باللهجة المحلية، إلى جانب مواد توعوية حول الصحة الإنجابية، تباعد الولادات، التربية، والطبخ. يراجع ملحق رقم (7)

جدول رقم (7) مقارنة بين مجلة "الجزائرية" ومجلة "البسمة" خلال فترة الأحادية الحزبية

العنصر المقارن	مجلة البسمة (جهوية - تبسة)	مجلة الجزائرية (وطنية)
الجهة الناشرة	الاتحاد النسائي لولاية تبسة	الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات (المركزية)
الطابع العام	مجلة نسائية جهوية تعبر عن الخطاب النسوي الرسمي محليًا	مجلة نسائية وطنية ذات توجه تعبوي وتثقيفي
الافتتاحية	تؤدي وظيفة افتتاحية تعبوية	ذات طابع تعبوي وسياسي
المواضيع السياسية	خطاب الرئيس، الوعي السياسي للمرأة، فلسطين، الوحدة المغاربية	دور المرأة في الثورة، التنمية، القضية الفلسطينية
الهوية الثقافية	أمثال، أغاز شعبية باللهجة التبسية، نصوص أدبية دينية	نصوص أدبية، إشارات دينية، قيم وطنية، عادات وتقاليد

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

اللغة	عربية فصحي مع إدراج بعض الكلمات بالدارجة المحلية	عربية فصحي بأسلوب تعبوي وشعراقي
الوظيفة الخدمائية	تباعد الولادات، الطبخ، التربية، الصحة الإنجابية، التسلية	مواضيع عن الصحة، الأسرة، التكوين.
عدد الصفحات	24 صفحة	50 صفحة غالباً
الهوية البصرية	خريطة الجزائر، صورة امرأة، شعار الاتحاد النسائي المحلي	صور رمزية وطنية، شعار الاتحاد، صور نساء جزائريات

ويُظهر الجدول المقارن بين الجزائرية والبسمة أن الأخيرة، رغم طابعها الجهوي، كانت نسخة مصغرة من النموذج المركزي، تعكس نفس الأبعاد السياسية والثقافية والدينية، مع اختلاف في الإمكانيات الإخراجية وحجم الصفحات.

وعليه، تكشف تجربة البسمة أن الخطاب النسوي الرسمي لم يقتصر على العاصمة أو النشر المركزي، بل امتد إلى المستوى الجهوي، مما يبرز مدى تجذره في مختلف مناطق البلاد كأداة للتأطير والتعبئة وترسيخ قيم الهوية والانتماء الوطني في صفوف النساء الجزائريات.

ثانياً - الخصائص الإخراجية والتحريرية للصحافة النسائية الجزائرية في ظل التعددية الحزبية (أنوثة، جلييلة أممؤذجاً)

مع نهاية الثمانينات وبداية التسعينات، شهد المشهد الإعلامي الجزائري انتقالاً من الأحادية الحزبية إلى التعددية السياسية، ما أتاح بروز مجلات نسائية جديدة مثل أنوثة وجلييلة، حملت خطاباً أكثر تنوعاً في المضامين والأساليب الإخراجية. ويستدعي هذا التحول الوقوف عند الخصائص التحريرية والبصرية لهذه الإصدارات لفهم كيفية إعادة تشكيل هوية الصحافة النسائية في سياق التعددية.

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل عينة من المجلات الصادرة خلال هذه المرحلة (1992-2003)، شملت عدداً خاصاً من مجلة أنوثة (مارس 1992) إلى جانب أعداد متفرقة بين 2000 و2003، مدعومة بنتائج دراسة كمية سابقة (كشيدة، 2019-2020) ركزت على الأجناس الصحفية وتوزيع الصور. غير أن هذا

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

البحث يذهب أبعد، إذ يسعى إلى تفكيك الخطاب، واستجلاء تمثيلات المرأة، ورصد التحولات اللغوية، خصوصًا الانتقال من النشر الثنائي إلى العربية فقط، باعتباره مؤشرًا على تغيّر في الهوية التحريرية والجمهور المستهدف. كما جرى تعزيز العينة بعددين من مجلة جلييلة (1993 و1994) لتوسيع مجال المقارنة.

جاء اختيار العينة وفق معايير الاستمرارية، تنوع المواضيع، وتوفر الأعداد، وهو ما يتيح تكوين تصور نسبي عن ملامح الخطاب النسائي في فترة التعددية. ورغم أن هذا التحليل لا يغطي جميع الإصدارات، فإنه يقدم قراءة تركييبية معمّقة تمكّن من استنتاج الخصائص الإخراجية والمضمونية الممثلة لهذه المرحلة.

أولاً: الخصائص البصرية والمضمونية لمجلة أنوثة (1992-2003)

مثلت مجلة أنوثة تغطية مرحلتين أساسيتين من خلال تحليل أعدادها وهي مرحلة التعددية المبكرة (1992)، فالعدد الصادر مارس 1992 يمثل فترة حرجة في تاريخ الجزائر حيث تزامن مع بداية التعددية الحزبية بعد دستور 1989، وتساعد التوترات السياسية والاجتماعية وانقسام الخطاب العام حول دور المرأة، دخول البلاد في ملامح الأزمة التي ستعرف لاحقاً بـ العشرية السوداء. ومرحلة التعددية المستقرة نسبياً (2000-2003).

1. الخصائص الإخراجية والبصرية

الهوية المؤسسية لمجلة أنوثة: تأسست مجلة أنوثة سنة 1991 كإصدار شهري عن شركة أنوثة المحدودة الأسهم (SARL)، باللغتين العربية والفرنسية قبل أن تكتفي بالنسخة العربية سنة 2003. اتخذت من الجزائر العاصمة مقراً لها (شارع بشير عطار - ساحة أول ماي)، واعتمدت طباعة مؤسسة الوحدة. عكست هيئة التحرير حضور نسائي بارز (نفيسة الأحرش مسؤولة النشر بالعربية، أمينة زروق بالفرنسية، فاطمة الزهراء بن سمرة في التصوير، وهيبة بن عنتر في الإخراج)، مما منحها طابعاً نسوياً مهنيّاً واضحاً. حملت المجلة هوية "صحافة نسائية شاملة"، جمعت بين الطابع الثقافي والاجتماعي والتوجّه العصري، في انسجام مع رهانات التعددية الإعلامية. يراجع الملحق رقم (8)

التمثيل البصري والبدال اللغوي والثقافي للعنوان "أنوثة": يحمل عنوان مجلة أنوثة دلالات بصرية ولغوية وثقافية متشابكة تكشف عن هويتها التحريرية. فمن الناحية البصرية، طُبِعَ العنوان بخط كبير وواضح يتصدر الغلاف، بألوان زاهية متغيرة (كالوردي والبنفسجي والأزرق)، وهو ما ينسجم مع الرموز الأنثوية المألوفة ويعكس توجهها

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

جماليًا اتصاليًا يستهدف القارئة مباشرة. أما لغويًا، فقد اختارت المجلة صيغة المصدر المجرد "أنوثة" بدلًا من لفظ "المرأة"، ما يمنح الاسم طابعًا رمزيًا وشموليًا يُجرد المرأة من بعدها الفردي ليعيد تقديمها كهوية أو قيمة مثالية. ومن منظور سيميولوجي، يحوّل هذا الاختيار "الأنوثة" إلى أسطورة ثقافية (بتعبير رولان بارت)، حيث تُحتفى المرأة من خلال صفاتها الجمالية والعاطفية أكثر من إبرازها كفاعل اجتماعي أو سياسي. ومع ذلك، فإن قراءة مضامين المجلة تكشف أن هذا المدخل الرمزي لم يكن أحادي البعد، بل استُخدم لبناء صورة مركبة للمرأة الجزائرية تجمع بين التقليدي والحديث، النضالي والثقافي، في محاولة لتوسيع مفهوم "الأنوثة" ليعكس تعددية التمثيلات النسوية داخل المجتمع.

◀ **تنظيم المحتوى وهيكلته:** يتضح من العينة المحللة تقسيم واضح للمجلة إلى قسمين: قسم عربي وآخر فرنسي، لكل منهما غلافه وصفحاته ومواضيعه.

ترويسة الفهرس واضحة، وتقسيم المواد مرتب بحسب الأقسام: افتتاحية _ مواضيع تحليلية _ روبرتاج _ إصدارات _ زاوية تسلية _ مطبخ _ الجمال... الخ.

وجود ثبات نسبي في بنية المواضيع رغم غياب ترقيم دقيق للعدد أو السنة على الغلاف.

◀ **توزيع المواضيع عبر الصفحات:** تم توزيع المواضيع على عدد صفحات ما بين 50 و58 صفحة يتم فيها الانتقال من قضايا المرأة إلى الهوية الثقافية، ثم الأدب، فالجانب الترفيهي والخدمي في صفحات متسلسلة منطقيًا. المواضيع الفرنسية جاءت لاحقًا، وبغلاف منفصل، ما يشير إلى محاولة استقلال جزئي لكل قسم.

خصصت المجلة غلافها الداخلي وصفحتها الأخيرة من الغلاف غالبًا للإشهار.

◀ **اللغة والعناوين:** استخدام لغتين (عربية وفرنسية) بشكل منفصل، مع إشارات إلى أن كل القسمين مكمل للآخر، وليس ترجمة له.

استخدمت أحجام وألوان مختلفة للعناوين العناوين مثل الأزرق السماوي، الأخضر، والأحمر في الصفحات الداخلية، ما يمنح المجلة طابعًا بصريًا متنوعًا، ويُسهّم في إبراز بعض المواضيع دون غيرها.

◀ **الصور والتمثيلات البصرية:** تراوحت الصور في مجلة أنوثة بين مرحلتين: ففي عدد 1992 غلب عليها الطابع الوظيفي، حيث استُخدمت الصور الملونة في موضوعات المطبخ والأزياء والجمال، مقابل صور بالأبيض والأسود في القسم الفرنسي لدعم النصوص. أما في مرحلة (2000-2003) فقد تكثف حضور الصور مع تكرار بعضها دون صلة وثيقة بالمضمون، ما يعكس توجُّهاً نحو تسليع صورة المرأة وربطها برموز الجمال والنجاح أكثر من معالجة قضاياها العميقة. إلى جانب ذلك، وظّفت المجلة الرسوم التوضيحية ذات البعد الرمزي، مثل استحضار شخصيات تاريخية (الكاهنة، بنت الحسين)، مما منحها بعداً بصرياً هوياتياً. كما شكّلت الإعلانات عنصراً بصرياً بارزاً خاصة بعد 2000، حيث غزت الأغلفة والصفحات الداخلية بألوان وأحجام متنوعة، لتصبح مورداً اقتصادياً رئيسياً وتؤثر في التوازن البصري العام للمجلة.

◀ **الإخراج الفني والألوان:** تميّز الإخراج الفني في مرحلة 1992 ببنية مزدوجة اللغة، مع اعتماد نصوص طويلة ومكثفة على حساب سهولة القراءة، وهيمنة الأبيض والأسود داخلياً، مقابل الغلاف الملون. استخدمت العناوين الحمراء كوسيلة إبراز أساسية، بينما ظل توظيف الفراغات والعناصر البصرية محدوداً. أما في مرحلة (2000-2003) فقد تحسن الطابع الشكلي، مع إدراج الألوان في الصفحات الداخلية، وتخصيص مساحات أكبر للصور والإعلانات، ما أضفى طابعاً شكلياً وأقرب إلى المجالات التجارية، على حساب التركيز على العمق المضموني.

2. الخصائص التحريرية والمضمونية لمجلة أنوثة

◉ **التوجه السياسي والإيديولوجي:** اتسمت مجلة أنوثة منذ عدد مارس 1992 بتوجّه تعبوي ووطني يدمج بين الهوية النسوية الجزائرية والانفتاح المغاربي والدولي، حيث سعت لتقديم صورة المرأة المناضلة والمتقفة الواعية بمشاكل بلدها، والداعمة لانخراطها في التعددية السياسية والاجتماعية الناشئة. وقد عكست نصوص ذلك العدد مثل (Pluriel de dames) انقسام الخطاب النسوي الجزائري، فيما كشفت افتتاحياته عن إدراك صريح لخطورة الوضع السياسي والأمني الذي كان يهدد البلاد ووجود المجلة نفسها، وهو ما أكدته نفيسة الأحرش لاحقاً في شهادتها عن محاربة المجلة خلال التسعينات وارتباط ذلك بالعنف الموجه ضد المرأة. غير أن المرحلة اللاحقة (2000-2003) شهدت تراجعاً نسبياً للخطاب التحليلي والتوعوي، مقابل صعود تدريجي للبعد البصري التجاري والخفيف، في محاولة للمزاوجة بين الوظيفة التثقيفية ومتطلبات السوق الإعلامية الجديدة.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

• **نوع الخطاب المستخدم:** تميّز خطاب مجلة أنوثة بازدواجية لافتة؛ إذ اعتمدت العربية لتقديم خطاب تعبوي سياسي موجّه للهوية الوطنية، مقابل خطاب فرنسي تأملي نقدي أكثر انفتاحًا، ما يعكس وعيًا بضرورة مخاطبة جمهورين مختلفين. هذا المزج جمع بين التوثيق والتوجيه من جهة، وبين النقد والاحتفاء بالمرأة كنموذج من جهة أخرى، ليخاطب عقل المرأة قبل أنوثتها رغم رمزية العنوان. غير أنّ المرحلة اللاحقة (2000-2003) شهدت تراجعًا ملحوظًا للطرح التحليلي لصالح لغة أكثر تبسيطًا تعتمد على العناوين الجذابة والصور والخطاب الترفيهي والتسويقي، في محاولة للتكيف مع سوق إعلامي مفتوح، وإن من دون التخلي كليًا عن هويتها النسوية الأولى (أزياء تقليدية، عادات وتقاليد).

• **القضايا المعالجة ونوعية المضامين:** خلال مرحلة 1992، عالجت مجلة أنوثة قضايا المرأة بجرأة واضحة، من العنف السياسي والاجتماعي إلى المشاركة في صنع القرار، مع حضور لافت للموضوعات القانونية الحساسة (تعدد الزوجات، الميراث، الخيانة الزوجية). رافق ذلك خطاب هوياتي يبرز رموز المرأة التاريخية والتراث الثقافي، إلى جانب معالجة مقارنة ضمنية لمكانة المرأة في مجتمعات أخرى، فضلًا عن مساهمات أدبية وثقافية شجعت الأعلام الشابة. كما أولت المجلة اهتمامًا بالصحة والجمال التقليدي، وقدمت مواد ترفيهية وخدمية محدودة (المطبخ، الأبراج، الكلمات المتقاطعة) لتعزيز جاذبيتها.

بين 2000 و2003، اتجهت المجلة نحو طرح أكثر تنوعًا لكن أقل عمقًا، حيث غلب الطابع السردى المبسط على قضايا المرأة، وحضر التمثيل الثقافي المتعدد عبر الصور والحوارات أكثر من التحليل. طغت موضوعات الصحة والجمال على المحتوى، مع توسع كبير في المادة الترفيهية (الأبراج، المسابقات، النصوص الوجدانية)، بينما قُدمت قضايا العمل والسياسة عبر قصص فردية لنساء ناجحات بدل النقاش الجماعي أو التحليل النقدي.

○ **الأنواع الصحفية المستخدمة:** وظّفت المجلة أنواعا صحفية متنوعة (افتتاحية، مقال تحليلي نقدي، روبرتاج، بورتريه) إلى جانب الحوار والتقارير كنوعين بارزين في فترة 1992، في المقابل طغى الحوار والأخبار والمقال القصير، وتراجع التحليل المعمق فترة (2000-2003) ما يعكس توجهًا نحو التبسيط أو الترفيه النسبي.

○ **العلاقة بين المجلة والجمهور:** عملت أنوثة على ترسيخ صورة شمولية للمرأة الجزائرية المعاصرة، تجمع بين الأصالة والانفتاح، العمل والأنوثة، السياسة والجمال، بالعربية والفرنسية معًا. عكست موادها حضور المرأة في مجالات متعددة بما يجعلها أقرب إلى مجلة نسوية تقدمية ذات طابع ثقافي وتوثيقي. غير أنّ التحول الذي عرفته مع بداية الألفية، من خلال تضخم الجانب البصري والإعلاني، كشف عن انتقال تدريجي من خطاب تعبوي

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

تتقني إلى خطاب أقرب للترفيه والتسويق، في محاولة للتكيف مع سوق إعلامي جديد، مع احتفاظها بجزء من رمزيتها النسوية.

- التحولات في المحتوى: من محتوى تعبوي نقدي عام 1992 إلى محتوى بصري ترفيهي نسبيًا بين (2000-2003)، وتزايد في حضور العناوين والصور والإعلانات، وتراجع في المقالات الطويلة والنصوص السياسية
- دور المجلة (الفاعلية التحريرية): قدّمت المجلة نفسها كفاعل موثّق للأحداث عام 1992 تواكب التظاهرات، تشارك في الندوات، تكتب عن المرأة كفاعل سياسي وتاريخي، ثم لاحقًا تميل إلى دور الوسيط بين المرأة والمجتمع دون ذلك الزخم النضالي.

من خلال هذا التحليل يتضح أن مجلة أنوثة مثّلت نموذجًا متوازنًا للصحافة النسائية في فترة التعددية، حيث جمعت بين التوجه التعبوي والهوي في بداياتها، ثم اتجهت تدريجيًا نحو الطابع البصري والتجاري دون أن تتخلى كليًا عن هويتها النسوية التوثيقية. وقد مكّن هذا المسار من رصد تحولات ملموسة على مستوى الإخراج، المضمون، وتمثيلات المرأة، بما يجعل أنوثة مرجعًا دالًا على طبيعة المرحلة. وفي هذا السياق سيكون من المفيد الانتقال إلى تحليل تجربة مجلة جليلة للوقوف على مدى التقاطع أو التباين في معالجة القضايا ذاتها ضمن نفس السياق الزمني.

ثانيًا: الخصائص الإخراجية والمضمونية لمجلة جليلة (1993-1994)

1. الخصائص الإخراجية والبصرية

◀ الهوية المؤسسية لمجلة جليلة: صدرت مجلة جليلة في مارس 1993 عن مؤسسة خاصة (S.A.R.L)، كمنبر شهري مستقل ثقافي-اجتماعي-فني-سياسي، مكتوبة بالعربية، وتوزّع وطنيًا عبر مؤسسات التوزيع الرسمية (ENAMEP) و (ENAL). تميزت المجلة بكونها مشروعًا إعلاميًا منبثقًا من القطاع الخاص، بخلاف تجارب نسائية سابقة ارتبطت بمؤسسات رسمية أو حزبية، ما منحها هامشًا أوسع في الطرح، مع توجه لتجسيد صورة مجلة نسائية عصرية متعددة الاهتمامات. يراجع الملحق رقم (9).

التمثيل البصري والدادل اللغوي والثقافي للعنوان "Djalila": اعتمدت مجلة جليلة في إخراجها على عنوان بارز كتبه القارئون عليها تارةً بالحروف اللاتينية (Djalila) وأحيانًا بالعربية (جليلة)، ما يعكس تذبذبًا في الهوية البصرية بين الانتماء اللغوي العربي والانفتاح على الحرف اللاتيني الموجه لجمهور فرنكفوني. تميز العنوان

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

باللون متغيرة (أخضر 1993، أحمر 1994) مع كلمة Revue صغيرة، في محاولة لإضفاء حداثة بصرية رغم محدودية الإمكانيات. أما على المستوى الدلالي، فإن اسم جلييلة في أصله العربي يحيل إلى الجلال والوقار، ويمنح المجلة طابعاً رصيناً وجاداً يختلف عن عناوين نسائية أخرى ذات نزعة رومانسية أو زخرفية (مثل أنوثة أو بسملة). هذا الاختيار الثقافي يعكس تمثيلاً لامرأة ناضجة وواعية وحاضرة في المجال العمومي، منسجمة مع لحظة التعددية السياسية والاجتماعية. وبمنظور سيميولوجي، يتحول العنوان إلى أسطورة ثقافية إيجابية تُجسّد المرأة المثقفة والمسؤولة، مما يميز خطاب المجلة البصري واللغوي عن الطابع الزخرفي والانفعالي في منابر نسوية أخرى.

◀ **تنظيم المحتوى وهيكلته:** تميزت مجلة جلييلة بوجود فهرس في كل عدد يوزع الموضوعات حسب محاور نوعية (ثقافة، مجتمع، فن...) مع ترقيم منتظم يشمل الغلافين الداخلي والخارجي، إضافة إلى ترويسة تعريفية تحمل شعار المجلة. ورغم هذا التنظيم الشكلي، غابت بعض العناصر المهنية المهمة مثل قائمة الهيئة التحريرية، كما ظهرت مرونة مفرطة في توزيع المواد دون تصنيف دقيق، ما صعب متابعة الموضوعات. تكرار عبارة يتبع دون أن يظهر التكملة في العدد الموالي أضعف الاستمرارية، كما أن امتداد النصوص دون مقدمات أو إحالات واضحة أربك عملية التلقي. إلى ذلك، أدى إدراج بعض المواد في أماكن غير متوقعة (مثل الطرز في الصفحات الأخيرة بدل القسم الفني) إلى خلل في البناء الداخلي وفقدان منطق ثابت للترتيب التحريري.

◀ **توزيع المواضيع عبر الصفحات:** امتدت المجلة على نحو 50 صفحة استُغلت بشكل شبه كامل، بما في ذلك الغلافان الداخليان اللذان حُصصا غالباً لمواضيع تكميلية كالأزياء والطرز أو صور تراثية. ورغم حسن استغلال المساحة، برزت عشوائية نسبية في توزيع المحتوى، حيث تكررت بعض الأركان دون انتظام (مثل الحوارات وال فقرات النسوية الثابتة). كما أثر تكرار الصفحات الطويلة المخصصة للطرز والرشمات (حوالي عشر صفحات متتالية) على توازن المجلة، فيما تداخلت الموضوعات الاجتماعية والصحية والفنية دون فصل موضوعي واضح، مما قلل من التجانس العام للمواد المنشورة.

◀ **اللغة والعناوين:** اعتمدت جلييلة أساساً على اللغة العربية، مع إدماج بعض العناوين والكلمات بالفرنسية، بل وحتى مساهمات وتهنئات مكتوبة بالفرنسية، إلى جانب ركن قارّ بعنوان Mensuelles d'informations générales. هذا المزج يعكس هوية لغوية هجينة بين الانتماء الوطني والانفتاح على النخبة الفرنكوفونية. أما العناوين فغلب عليها الطابع الوصفي المباشر، وتلوّنت غالباً بالأخضر أو الأحمر انسجماً

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

مع لون الغلاف. غير أن بعض العناوين ذات المرجعية الدينية لم تنسجم مع مضمونها التحريري، مما أفقدها قوتها الرمزية.

◀ **الصور والتمثيلات البصرية:** وظفت المجلة صورًا ملونة على الغلاف، وأخرى بالأبيض والأسود داخل الصفحات، تراوحت بين صور داعمة للمواضيع وأخرى بلا سياق واضح. برز حضور قوي لصور البورتريه، خصوصًا للشخصيات المحاورّة، مع اعتماد الرشّات والطرز كخطاب بصري يوثق الهوية الجمالية الجزائرية. غير أن ضعف التناسق بين بعض الصور والمحتوى، إضافة إلى الجودة الطباعية المحدودة، قلّص من فعالية الصورة كأداة للتواصل البصري.

◀ **الإخراج الفني والألوان:** اتسم الغلاف بالتصميم الملون والمصقول لجذب القارئة، في مقابل صفحات داخلية مطبوعة على ورق ضعيف الجودة. استُخدم لون الغلاف (أخضر أو أحمر) للعناوين الرئيسية لخلق نوع من التناسق، مع الاعتماد على عناصر إبراز كلاسيكية (إطارات، خطوط مستقيمة، صناديق). إلا أن التبويب البصري بقي محدودًا وغير دقيق، ما صعب متابعة القراءة. كما لوحظت أخطاء لغوية متكررة أثّرت على جماليات الإخراج. وبالرغم من هذه النقائص، يكشف التصميم عن محاولة للجمع بين البعد الجمالي والانشغالات النسوية المحلية، في ظل محدودية مهنية وتقنية واضحة.

2. الخصائص التحريرية والمضمونية لمجلة جلييلة

○ **التوجه السياسي والإيديولوجي:** اتسمت مجلة جلييلة بخطاب حذر وغير صدامي، ابتعد عن الافتتاحيات والخطاب السياسي المباشر، مكتفية بإشارات رمزية غير واضحة. غلب على محتواها الطابع الثقافي والفني النخبوي، مع مساهمات وعناوين بالفرنسية تعكس هوية مزدوجة (عربوفونية/ فرنكوفونية). ورغم صدورها في قلب العشرية السوداء، فإن المجلة قدّمت صورة أقرب إلى الاستقرار، متجنّبة الخوض في الأزمات الأمنية أو القضايا السياسية الكبرى.

○ **نوع الخطاب المستخدم:** غلب على خطاب المجلة الطابع التوعوي والإرشادي بلغة بسيطة، حوارية أو وصفية، بعيدة عن النبرة النضالية أو الشعاراتية. ركّزت على موضوعات صحية وجمالية واجتماعية، مما منحها طابعًا نسويًا هادئًا ومتوازنًا. إلا أن هذا الأسلوب قد يحجب السياق السياسي المضطرب عن القارئ غير المطلع، فلا يلتقط بسهولة خلفية العنف والأزمات التي كانت تعيشها الجزائر في التسعينات.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

○ **التوثيق والمصادر:** اتسمت المواد الصحفية بغياب شبه تام للمصادر الموثقة أو المرجعيات المعتمدة، وغالبًا ما نُشرت بتوقيعات رمزية أو مبهمّة. هذا الضعف في التوثيق يعكس طبيعة الصحافة النسائية آنذاك، حيث غلبت الوظيفة التمثيلية والتوعوية على المهنية الصارمة في الإحالة إلى مصادر. كما يمكن تفسيره بالحدّ من التحريري والرقابة الذاتية في ظل السياق الأمني المتوتر، لكنّه مع ذلك أضعف من مصداقية المواد وقلل من تفاعل القارئ معها.

○ **طبيعة القضايا المعالجة والمواضيع المطروحة:** تميّزت مجلة جليّة بتناول موضوعات متنوّعة تراوحت بين قضايا المرأة الاجتماعية والنفسية والصحية (الأمومة، العقم، الشيخوخة، الرياضة...)، وبين موضوعات ثقافية محلية (التراث، اللباس التقليدي، فن الطرز، أعلام قسنطينة، لقاءات مع رموز فكرية وفنية مثل نقل حوار عن مالك بن نبي وأنيسة بومدين). ورغم إدراج إشارات رمزية إلى قضايا سياسية وأمنية (مقال الجوسسة، الكاريكاتور، حوارات)، فإن الخطاب ظل بعيدًا عن التطرق المباشر للأزمات الوطنية. كما تضمنت المجلة مقالات دينية وعظمية ناعمة، ومواد تثقيفية علمية (الكون، الأعشاب الطبية، الدماغ)، إلى جانب ركن ترفيهي خفيف (الأبراج، القصص الفنية، النكت، وصفات الطبخ). هذا التنوع يعكس توجهًا نحو تقديم صورة مركبة للمرأة الجزائرية: مثقفة، مربية، منفتحة على الجمال والتراث، لكنها بعيدة عن الانخراط المباشر في الصراع السياسي.

○ **الأنواع الصحفية المستخدمة:** اعتمدت مجلة جليّة تنوعًا أجناسيًا في معالجتها التحريرية، حيث هيمنت الحوارات بصيغتها المباشرة (سؤال-جواب) وغير المباشرة ذات الطابع السردية، غير أن تكرار بعض الحوارات غير المكتملة قلّل من فعاليتها. كما حضرت التحقيقات الاجتماعية والتربوية المركبة (مثل الخيانة الزوجية، معاملة التلاميذ، الغرفة الجهوية للحرف)، لكنها غالبًا صُنّفت تحت مسمى "استطلاعات" بشكل فضفاض، ما يعكس مرونة تحريرية مقابل غياب دقّة تصنيفية. إلى جانب ذلك، برز المقال التحليلي التأملي بخطاب رمزي حول الهوية والمقاومة الثقافية، فيما لعبت المواد التكميلية (الطرز، الطبخ، الجمال، الأبراج) دورًا ترفيهيًا وخدمانيًا. كما استُخدم الكاريكاتور في نقد اجتماعي-سياسي ضمني خاصة في عدد 1994. ويُظهر هذا التنوع غيابًا للصرامة الأجناسية، ما يستدعي تحليل النص كبنية دلالية أكثر من اعتباره مجرد انتماء صنف.

○ **طبيعة العلاقة مع الجمهور:** توجّهت مجلة جليّة أساسًا إلى القارئة الحضرية المثقفة مزدوجة الثقافة (عربية/فرنسية)، حيث تعكس طبيعة المواضيع ورسائل القراء أنّها تخاطب جمهورًا نخبويًا حضريًا أكثر من توجهها

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

إلى المرأة الريفية أو العاملة البسيطة. ورغم نشرها لرسائل ومساهمات القراء، إلا أن غياب الردود المهنية أو إشراك مختصين في التفاعل يكشف عن علاقة تواصلية محدودة، أقرب إلى التلقي الأحادي من المشاركة الفعلية.

○ **التحولات في المحتوى:** تُظهر المقارنة بين عددي 1993 و1994 تحولات واضحة في المضمون التحريري؛ إذ انتقلت المجلة من تغييب شبه تام للسياسة إلى حضور رمزي للقضايا الأمنية والسياسية (الجوسسة، الكاريكاتور، حوار أنيسة بومدين)، ومن خطاب ديني محدود إلى حضور أوضح لرموز الفكر الإسلامي الوطني (الإمام البخاري، الكلمة الصادقة). كما عرفت المجلة تطوراً في الانفتاح الجماهيري عبر ركن قلوب حائرة الذي تحول من نصوص وجدانية دون تفاعل (1993) إلى رسائل وردود جماهيرية (1994). على المستوى الثقافي والفني، تزايدت مساحة الحوارات والمواضيع الفنية، ما أضفى طابعاً ترفيهياً شعبياً على الخطاب، في حين عززت المجلة حضور الهوية الوطنية والنسوية عبر إبراز رموز ثقافية وفكرية (مالك بن نبي، زليخة، أبو اليقظان). أما المقالات العلمية فشهدت تحسناً نسبياً في الاستمرارية التحريرية، بينما استثمرت الرشحات والطرز بشكل أوضح سنة 1994 لترسيخ البعد التراثي الجهوي. هذه التحولات تؤكد تفاعل المجلة مع السياق الوطني المتوتر دون التفريط بوظيفتها الثقافية النسوية.

○ **دور المجلة كما يتبلور عبر العديدين:** تكشف مجلة جلييلة في عديديها المدروسين عن توجه تحريري متوازن سعى إلى أداء أدوار متعددة في خدمة المرأة الجزائرية، بعيداً عن الخطاب السياسي المباشر أو المواجهة الإيديولوجية. فقد تجلّى دورها أولاً في بعدها التوعوي الثقافي والجمالي، عبر الاهتمام بالصحة، الجمال، التراث والفن، بما يعكس حرصها على ترقية الذوق النسوي وربطه بالهوية المحلية. كما برز بعدها التواصل من خلال فضاءات مخصصة لبريد القارئات والمساهمات الفردية بالعربية والفرنسية، ما جعل منها منبراً للتعبير عن الذات النسوية وتطلعاتها. وإلى جانب ذلك، تبنت المجلة خطاباً نخبويّاً يميل إلى الرمزية والتلميح بدل المواجهة الصريحة، ما جعل غير الملم بالسياق السياسي والأمني الحاد في التسعينات قد يقرأ محتواها وكأنّه صادر في ظرف عادي. هذا الحذر التحريري مكّنها من تجنّب الاصطدام مع السلطة أو القوى المتصارعة، مع الاستمرار في أداء وظيفة رمزية وثقافية نخبوية. وبذلك يمكن اعتبار جلييلة نموذجاً لصحافة نسائية جهوية (من قسنطينة) تبنت أدواراً مركبة تجمع بين التثقيف الهادئ، والتواصل النخبوي، والالتفاف الرمزي على الواقع السياسي، لتبقى وفيّة لهويتها كمجلة ثقافية—اجتماعية—فنية، تُبرز صورة آمنة ومرتزة وراقية للمرأة الجزائرية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

الخلاصة التركيبية للخصائص المحلية العامة للصحافة النسائية الجزائرية

يتبين من خلال تحليل عينة من المجلات النسائية الجزائرية الصادرة في فترتي الأحادية الحزبية والتعددية السياسية، أنّ الصحافة النسائية الجزائرية تميزت بخصائص محلية مركّبة تعكس السياق السياسي، الثقافي والاجتماعي للمرحلتين. وقد سمحت دراسة مجلتي الجزائرية والبسمة في المرحلة الأولى، ومجلتي أنوثة وجليلة في المرحلة الثانية، باستخلاص الخصائص التالية:

أولاً: الخصائص التحريرية والمضمونية

1. **اللغة والأسلوب**: هيمنت العربية الفصحى ذات الطابع الأدبي-التواصلي، بأسلوب تعبوي وتحفيزي في المرحلة الأولى، مع بروز ثنائية لغوية في بعض مجلات فترة التعددية (مثل، أنوثة وجليلة) عبر إدماج الفرنسية. تراوح الأسلوب بين الإرشادي التوعوي والتحليلي النقدي، مع إضافات وجدانية وتثقيفية.
2. **الموضوعات والقضايا**: ركزت مجلات الأحادية على قضايا بناء الدولة (التعليم، العمل، الأمومة، الهوية)، بينما تميزت مرحلة التعددية بالتنوع والانفتاح على موضوعات جمالية، صحية، أدبية، وقضايا اجتماعية-ثقافية. أما القضايا السياسية فقد عُولجت في الغالب بشكل رمزي غير مباشر.
3. **الأنواع الصحفية**: برز تنوع في الأجناس (مقالات، تحقيقات، حوارات، تقارير، مساهمات القراء، أركان ثابتة...) مما منح المجلة وظائف متعددة: إعلامية، تثقيفية، ترفيهية وتفاعلية.
4. **التوجه الإيديولوجي**: عكست المجلات المركزية خطاب الدولة الاشتراكي في فترة الأحادية، بينما تبنّت المجلات في مرحلة التعددية خطابات غير صدامية، ركزت على الثقافة والفنون والهوية اليومية.
5. **المصادر والمصداقية**: ساد التوقيع الرمزي أو الجماعي بدل الأسماء الصريحة، مع غياب التوثيق المرجعي في كثير من المواد، مما حدّ من شفافية المضامين ومصداقيتها.

ثانياً: الخصائص الإخراجية والبصرية

1. **هيكلية المجلات وتنظيم المحتوى**: توزيع على أركان ثابتة أو شبه ثابتة، لكن دون وحدة تصميمية واضحة، خاصة في المجلات الجهوية. الفهارس موجودة لكن مواضعها متغيرة، مما يربك المتصفح.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

2. **الصور والتمثيلات البصرية:** بالأبيض والأسود في المجالات المركزية (تُبرز المرأة العاملة أو المثقفة)، بينما الحديثة دججت الألوان وركزت على الأزياء والأنشطة المحلية. التمثيلات بقيت محافظة على الطابع "الملتزم" رغم الانفتاح التحريري.

3. **الألوان والخطوط والتصميم:** ألوان رمزية مرتبطة بهوية العدد (أخضر، أحمر...) خاصة في جليلة، مع خطوط تقليدية بسيطة. بعض المجالات مثل البسمة عانت من رداءة الإخراج وجودة الورق.

4. **علاقة المجلة بجمهورها:** المركزية خاطبت المرأة الجزائرية بعمومها بمنظور وطني جامع، بينما الجهوية كانت أقرب للجمهور المحلي أو الفرنكوفوني، مع مساهمات شعرية وأدبية من القارئات.

5. **الإعلانات التجارية ودلالاتها:** برزت في بعض المجالات (مثل أنوثة) كآلية تمويل وتسويق، بينما غابت في أخرى (مثل الجزائرية وجليلة) التي اعتمدت على الدعم الرسمي، ما يعكس اختلاف الأهداف بين خطاب المرأة "المواطنة" وخطاب المرأة "المستهلكة".

تؤكد هذه الخصائص البصرية والإخراجية أن الصحافة النسائية الجزائرية لم تكن مجرد وسيلة إعلامية، بل فضاءً تفاوضيًا بين الدولة والمجتمع، بين المركز والهامش، وبين المرأة النخبوية والشعبية، وهو ما سيزداد وضوحًا من خلال الجداول المقارنة بين الخصائص المضمونية والإخراجية البصرية كالتالي:

الجدول رقم (8): يوضح الفرق بين الخصائص المضمونية والتحريرية في فترتي الأحادية والتعددية الحزبية

المجال	فترة الأحادية الحزبية (الجزائرية/ البسمة)	فترة التعددية (أنوثة/ جليلة)
اللغة	عربية فصحي، أسلوب تعبوي رسمي	عربية فصحي، مع حضور الفرنسية في العناوين والمساهمات
الأسلوب	تعبوي، توجيه، رسمي، أحيانًا شعاراتي	إرشادي، وصفي، وجدائي، رمزي
الموضوعات	وطنية، نضالية، تعليمية، صحية، قضايا المرأة، الهوية الثقافية	اجتماعية، فنية، نفسية، جمالية، ذات طابع يومي مع إشارات رمزية

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

الأنواع الصحفية	مقالات، افتتاحيات، مقالات تحليلية، تقارير، تحقيقات، حوارات، ملفات، مساهمات قراء	مقالات، حوارات، تحقيقات، ركن مساهمات، مقالات حرة، حوارات فنية
التوجه السياسي/الإيديولوجي	واضح، داعم للدولة، منسجم مع خطاب الحزب الواحد	غير مباشر، رمزي، يحمل إشارات مشفرة عبر حوارات وثقافة وفنون
الفئة المستهدفة	المرأة الجزائرية عامة (الأم، العاملة، المناضلة، المتقفة، والمرأة في كل المناطق الريف، المناطق الجهوية، العاصمة..)	المرأة المثقفة، الشابة، الفرنكوفونية، المهتمة بالثقافة اليومية

الجدول رقم (9): يبين الفرق بين الخصائص الشكلية والإخراجية في فترتي الأحادية والتعددية الحزبية

المجال	الأحادية الحزبية (الجزائرية/ البسمة)	فترة التعددية (أنوثة/ جلييلة)
الغلاف	صورة فوتوغرافية بالألوان، عنوان بارز، تصميم بسيط	ألوان قوية، عناصر إبراز، صور فنية أو لشخصيات، عناوين، تصميم مميز
الصور الداخلية	بالأبيض والأسود، توظيف موضوعي محدود	بالأبيض والأسود، مع وجود بسيط جدا لصور بالألوان، بعضها غير مرتبط بالمواضيع، توظيف عشوائي أحيانا
الألوان داخلية	استخدام محدود للألوان (تسطير/عناوين)	ألوان مرتبطة بلون الغلاف (أحمر/أخضر)، تستخدم للعناوين
الورق والطباعة	ورق مسقول في الغلاف، عادي بالداخل، إخراج تقليدي	ورق رديء، خط صغير، إخراج بسيط، تنوع بالألوان فقط
الترويسة/ الهوية البصرية	ثابتة، واضحة، اسم المجلة بارز، شعار سياسي وطني	مرنة، استخدام رموز/فرنسية أحيانا، عناوين بصرية مميزة
هيكلية المحتوى	افتتاحية، فهرس، مواضيع منظمة، ركن قار	بعض التشويش، غياب افتتاحية، كفاية لغوية، دمج غير واضح للأركان

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

تفاعل مع القارئ	مساهمات، بريد القراء، مشاكل وحلول، ردود، رسائل تهنئة	مساهمات، رسائل تهنئة، مشاركات بالفرنسية

يتضح من خلال النتائج أن الصحافة النسائية الجزائرية خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين شهدت انتقالاً من الصحافة التبعية التابعة للمؤسسات الرسمية إلى صحافة أكثر تنوعاً وتخصصاً. ففي مرحلة الأحادية الحزبية طغى الخطاب التعليمي والتوجيهي المرتبط بأدوار المرأة التقليدية، بلغة رسمية وأسلوب مؤسسي بسيط، مع حضور محدود للألوان وغياب الإعلانات، ما عكس طابعها غير الربحي. أما في مرحلة التعددية، فبرز تنوع أكبر في القضايا المطروحة، شمل حقوق المرأة والجمال والثقافة والفنون، واعتمد خطاباً توعوياً أكثر قرباً من القارئة، مع تحسن نسبي في الإخراج وتوظيف الألوان والصور. كما دخلت الإعلانات التجارية إلى بعض المجالات، لتؤسس لنموذج تمويل جديد يعكس تداخل البعد الإعلامي مع البعد التجاري. وبذلك، عكست هذه التحولات تفاعل الصحافة النسائية مع التغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية في الجزائر، ورسخت دورها كمرآة لموقع المرأة في الفضاء العمومي، وإن ظل هذا الدور متذبذباً بين التعبئة والوظيفة الاستهلاكية.

وتكشف هذه الخصائص، بما تحمله من تداخل بين التعبئة والتثقيف والتسويق، أن الصحافة النسائية لم تكن بوظائفها الإعلامية، بل أسهمت في تشكيل تمثيلات ثقافية متعددة للمرأة الجزائرية، وهو ما يستدعي الوقوف عندها في المطلب الموالي.

المطلب الثالث: التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية الوطنية: بين الموروث

والحدثة

يشكل هذا المطلب امتداداً منطقياً لما سبقه من تحليل للخصائص المضمونية والتحريرية في الصحافة النسائية الجزائرية خلال فترتي الأحادية والتعددية الحزبية، إذ ننتقل هنا من مستوى توصيف البنية والوظائف إلى مستوى تفكيك الصور الرمزية والدلالات الثقافية التي أسندتها هذه الصحافة للمرأة الجزائرية. وتكتسي هذه الخطوة أهمية خاصة نظراً لغياب دراسات معمقة حول التمثيلات الثقافية للمرأة في الصحافة النسائية الجزائرية، ما يجعل تناولنا لهذا المطلب محاولة لرصد مسار تشكل صورة المرأة وهويتها الثقافية في الخطاب الإعلامي النسائي، منذ نشأة هذا الأخير إلى العصر الراهن، عبر تحليل نماذج مختارة من المجالات في الفترتين قيد الدراسة.

أولاً: تمثيلات المرأة في الصحافة النسائية الجزائرية خلال فترة الأحادية الحزبية

اتسمت الصحافة النسائية الجزائرية في مرحلة الأحادية الحزبية، خاصة مجلة الجزائرية، بإعادة إنتاج صورة المرأة ضمن مرجعيات الهوية الوطنية، والدين، والقيم الاجتماعية. وقد تجسدت أبرز التمثيلات في:

1. المرأة المناضلة والمواطنة الصالحة: تصويرها كفاعل تعبوي يواصل رسالة الشهداء، يشارك في التنمية، ويؤطر الأسرة والمجتمع.

2. المرأة المسلمة القدوة: إبرازها في صورة الأم المربية والملتزمة بالقيم الإسلامية، مستلهمة من نماذج تاريخية دينية.

3. المرأة المحافظة: رمز للعفاف والحياء، مع انتقاد بعض العادات القمعية كزواج القصر.

4. المرأة الواعية المدافعة عن القيم: خطاب تعبوي يركز على حماية الهوية الثقافية من التغريب والانحلال، مع دعوات للتمسك بالإسلام والأصالة.

5. المرأة الحاملة للانتماء القومي: حضور قوي للقضية الفلسطينية، عبر مقالات ورسائل وصور تُبرز تضامن المرأة الجزائرية ونضالها القومي العابر للحدود.

6. المرأة والهوية الثقافية: تقديمها كحامية للتراث واللغة العربية، مع ربط الدفاع عن العربية بالدور التربوي للمرأة في الأسرة والمجتمع.

7. المرأة الريفية: إبراز معاناتها والدعوة إلى تحسين أوضاعها بالتعليم والتوعية.

8. المرأة المبدعة والمتقفة: ظهور رمزي عبر مساهمات أدبية أو فكرية يبرز انفتاحاً على صورة المرأة الكاتبة والمفكرة.

9. المرأة في المهجر: تمثيلها كمناضلة للحفاظ على هويتها الأصلية وسط مجتمع غربي، ما يعكس جدل الانتماء والاندماج.

10. التمثيلات الرمزية والإيحائية: اعتماد بعض النصوص الرمزية والقصص المجازية كآلية للتعبير غير المباشر في ظل الرقابة، تكشف أبعاداً اجتماعية وسياسية لوضع المرأة. وتتقاطع هذه النتائج (المرأة المحافظة، المسلمة

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

والمناضلة) مع ما توصلت له دراسة بصلي فضة عباسي (2018) عند دراستها للصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام وظهور الصحافة النسوية في ضوء تطور الحركات.

وبذلك، شكّلت الصحافة النسائية في هذه الفترة خطابًا ثقافيًا يعكس التقاء المرأة بالهوية الوطنية والدينية والقومية، ويؤطرها كفاعل في معركة الحفاظ على الأصالة، مع حضور جزئي لصورتها ككاتبة ومثقفة أو كفاعلة في المهجر.

ثانيًا: تمثيلات المرأة الجزائرية في الصحافة النسائية خلال فترة التعددية الحزبية

شهدت فترة التعددية الحزبية تحولات جوهرية في تمثيلات المرأة في الصحافة النسائية الجزائرية، حيث انتقلت الصورة من التمرکز حول النضال الوطني والهوية الجماعية، كما ساد في الخطاب السابق، إلى تمثيلات أكثر تنوعًا، تعكس الانفتاح على مشاغل فردية وشخصية، وتواكب سياقات جديدة مرتبطة بالاقتصاد، والحداثة، والمظهر، والتحرر، وحتى العولمة الثقافية.

واعتمدت هذه التمثيلات على خطاب أكثر انفتاحًا، وتمايزًا في معالجة القضايا النسوية، مع حضور ملموس للخطاب الاستهلاكي من جهة، والخطاب التوعوي/التثقيفي من جهة أخرى، وهو ما يجعل التمثيلات متوزعة بين ثنائية "المرأة العصرية" و"المرأة الأصلية"، في مراوحة بين المرجع المحلي والرموز المستوردة.

1. المرأة الحافظة للأصالة: رمز للتراث والهوية، تجسدت في مواضيع الأزياء التقليدية والحرف اليدوية والديكور المحلي.

2. المرأة متعددة الهويات: صورة هجينة تجمع بين العربية والفرنسية والأمازيغية، مع إبراز شخصيات نسوية تاريخية مثل الكاهنة.

3. المرأة الواعية والناقدة: فاعلة اجتماعية تنتقد التمييز والعنف الرمزي والقيود الدينية والاجتماعية.

4. المرأة المتحدية: صورة للمرأة القادرة على تجاوز العراقيل والمشاركة في الشأن العام، مع دعوات للمناصفة والتمكين.

5. المرأة الحداثية: منفتحة على الجمال والعمل والسياسة والفن، ومقدمة كفاعلة طموحة تسعى للاستقلالية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

6. المرأة المثقفة والمنتجة للمعرفة: حضور متزايد في الأدب والفكر والسياسة، بعيداً عن الرموز الثورية فقط، مع إبراز مساهمات معاصرة.

7. المرأة الناقدة للصور النمطية: خطاب وإع يطالب بعدالة التمثيل ونقد الصور السطحية والتسليعية في الإعلام والسينما.

8. المرأة الحاملة لهدف التوحيد المغاربي: رمز لوحدة ثقافية وإعلامية نسوية مغاربية عبر شراكات ومؤتمرات.

9. المرأة الإسلامية الفاعلة بين الدين والحداثة: قُدمت في المجالات كامرأة مثقفة وفاعلة سياسياً واجتماعياً، لا مجرد رمز تقليدي، حيث جمعت بين المرجعية الدينية والوعي النقدي، لتجسد نموذج التدين المنفتح الذي لا يتعارض مع الفعل العمومي.

10. المرأة كرمز جمالي وثقافي ناعم: برزت صورة المرأة الجميلة والناجحة عبر الفن والإعلام والموضة، باعتبارها أداة تغيير رمزية وفضاء لتحقيق الذات، في تمثل يزواج بين البعد الجمالي والثقافي والخطاب الاستهلاكي.

11. المرأة المراهقة والمستهدفة بخطاب التسلية والتشكيل المبكر: حُصصت صفحات للمراهقات (أبراج، اختبارات شخصية، نصائح...)، بما يعكس وعي المجالات بدور الترفيه في صياغة الهوية الأنثوية الناشئة وتشكيل وعي القارئات الصغيرات.

تكشف هذه التمثيلات المتعددة في الصحافة النسائية خلال فترة التعددية الحزبية عن انتقال صورة المرأة الجزائرية من الأحادية إلى التنوع والانفتاح، بما يعكس تحولات المجتمع وقيمه، ويمهد لقراءة أعمق للتمثيلات البصرية المواكبة لهذا الخطاب.

التمثيلات البصرية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية خلال فترة الأحادية الحزبية:

شكّلت الصور الفوتوغرافية والرسوم التوضيحية والتشكيلية في مجلتي "الجزائرية" و"البسمة" عنصراً تعبيرياً مكماً للمضامين التحريرية، حيث ساهمت في رسم صورة رمزية وثقافية للمرأة الجزائرية، ترتبط بسياق اجتماعي وثقافي محدد، وتنسجم مع توجه الدولة في تلك المرحلة. وقد أظهرت الصور مجموعة من التمثيلات البصرية يمكن تلخيصها كالتالي:

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- برزت المرأة أساساً كأم ومربية، وكعاملة بسيطة أو ريفية أصيلة، بما يعكس دورها في الرعاية وحماية الأسرة والمجتمع.
- ظهرت أيضاً كمتعلمة، طبيبة، رياضية، ومشاركة في الفضاء العمومي، في انسجام مع مشروع بناء الدولة الوطنية الحديثة.
- حضرت بقوة صورة المرأة الثورية والمناضلة، إلى جانب صورة متضامنة مع القضايا العربية، خاصة القضية الفلسطينية.
- جسدت بعض الصور معاناة النساء في الحروب والفقر والجوع، ما أبرزها كرمز للهشاشة والمعاناة الإنسانية.
- مثلت الفنون والأزياء التقليدية المرأة كجسر بين التراث والجمال والتجديد.
- الصور الجماعية أبرزت البعد التضامني والتنظيمي للمرأة، بينما كشفت بعض الصور غير المؤطرة عن محدودية التوثيق البصري آنذاك.

رابعاً: التمثيلات البصرية للمرأة الجزائرية في المجالات النسائية خلال فترة التعددية الحزبية

تميز الخطاب البصري في مجلتي "جليلة" و"أنوثة" خلال فترة التعددية الحزبية بتنوعه وثرائه، إذ عكس تحولات عميقة في تمثل المرأة الجزائرية، وجسّد انتقالاً من الصورة التقليدية إلى أخرى أكثر انفتاحاً على أدوار جديدة، في ظلّ الانفتاح الإعلامي والتعددية السياسية والثقافية. وقد أفرز تحليل الصور جملة من التمثيلات البصرية يمكن عرضها على النحو التالي:

- الجمال والأنوثة العصرية: التركيز على الموضة، الماكياج، والعناية بالجسد.
- المثقفة: صور الكاتبات والمبدعات، وإن كان حضورها أقل مقارنة بغيرها.
- المتحررة/المتردة: صور تدعو إلى كسر التقاليد، الحرية الجسدية والفكرية.
- الناقدة: صور احتجاجية ورسوم ضد التمييز والعنف.
- الفاعلة في الفضاء العمومي: المرأة المبادرة في السياسة، الاقتصاد، الإعلام، والفن.
- الفنانة/النجمة: حضور في الغناء، التمثيل، والسينما، مع تركيز على الجاذبية البصرية.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- المتضامنة مغاربيًا: المرأة كجسر للتواصل والتكامل الثقافي في المنطقة.
- العاملة/المنتجة: صور العمل الإداري، الاقتصادي، الحرفي.
- المراهقة المستهدفة بالترفيه: عبر الأبراج، اختبارات الشخصية، موضوعات الحب.
- المحافظة على الأصالة: من خلال الزي التقليدي والرموز التراثية.
- المتألمة/الخاضعة: صور رمزية للهشاشة النفسية والمعاناة

جدول رقم (10): يبرز مقارنة للتمثيلات الثقافية والبصرية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية بين فترة الأحادية والتعددية الحزبية

نوع التمثيل	فترة الأحادية الحزبية	فترة التعددية الحزبية
المرأة المناضلة/ المقاومة	حاضرة من خلال رموز ثورية كجميلة بوحيرد، آسيا جبار، بن عربة عائشة، جلوليا مباركة، شامة بوفجي، وتمجيد المرأة الشهيذة والمناضلة ثقافيًا.	استمرار التمثيل بشكل فني وثقافي مع تكريم رموز كزوليخة، ووريدة كنماذج لنساء جسّدن النضال عبر الفنون، إلى جانب نماذج لنساء متحديات للواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، مع حضور رمزي أقل للرموز الثورية.
المرأة الواعية الناقدة	ناقدة للتغريب وللمظاهر الدخيلة، للذهنيات التقليدية والتقاليد البالية كانتقاد الطقوس والعادات المعرّقة كالزيارات إلى الأضرحة، الزواج القسري... الخ، مدافعة عن القيم، ومحدّرة من المسلسلات والأفلام الغربية.	ناقدة للواقع وللصور النمطية، والتمثيلات الذكورية، نقد الصمت السياسي والاجتماعي تجاه قضايا المرأة.
المرأة المحافظة على القيم	دعوات صريحة للتمسك بالقيم الدينية والاجتماعية، والتأكيد على الأصالة والتقاليد.	تم التراجع عن هذا التمثيل، مع بروز نقد للتأويلات الدينية المغلوطة، وفتح

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

نقاش حول العادات المقيدة لحريات المرأة.		
ممثلة عبر مقالات فكرية وفنية، كالشاعرة أنيسة بومدين، الكاتبة فاطمة غلار، صونيا، والمسرح النسائي كوسيلة للتمثيل الواقعي	ممثلة بأسماء أدبية وثقافية بارزة كزهور ونيسي، جميلة زنير، نعيمة الصيد، نورة سعدي، آسيا جبار، الكتابات النسوية الثقافية.	المرأة المنتجة للمعرفة والثقافة
التركيز على الجمال العصري، عروض الأزياء، الجسد كوسيلة تعبير أنثوي، ارتباط الجمال بالنجاح المهني والاجتماعي،	تمثل الجمال الأصيل من خلال عرض الزي التقليدي، والصناعات اليدوية.	المرأة الجميلة/العصرية
صورة المرأة العصرية، العارضة، الإعلامية، الناقدة، الفاعلة ثقافياً وفنياً، وكصورة رمزية نقدية للمرأة الإسلامية من خلال تمثيل بصري يوحي بالتحفظ أو المبالغة في التدين، ويعكس تمثلاً إعلامياً ناقداً.	صور المرأة الريفية، الأم، المقاومة، العاملة، المشاركة في الشأن العام، الرياضية، وعرض للزي التقليدي، المرأة المحجبة كعادة اجتماعية لا كفرض ديني عبر الخطاب التحريري مثلاً "الحجاب مازال يقتصر على كبار السن كعادة اجتماعية"، وعبر الصور: المرأة المحجبة تشارك إلى جانب غير المحجبة في الأنشطة الثقافية والسياسية، بما يعكس نوعاً من التعدد والاختلاف داخل النسق التقليدي.	التمثيلات البصرية/الرمزية (الواقعية)
غياب القضية الفلسطينية، وظهور تمثيلات للمرأة كفاعلة في الشراكة المغاربية والتواصل الثقافي، مع مشروع مجلة مغاربية نسائية	حضور قوي لفلسطين، دعم القضايا القومية، الدفاع عن اللغة العربية، إبراز الهوية العربية الإسلامية	الانتماء القومي العربي والمغاربي
حضور واضح ومباشر في السياسة، الفن، الإعلام، العمل، ودعوات لتمكينها وتمثيلها في صناعة القرار.	حضورها من خلال مساهمات القراء ودعوات ضمنية لمكانتها المجتمعية والسياسية.	المرأة الفاعلة في الشأن العام

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

المراة كقوة ناعمة	لم تم تناولها كقوة ناعمة بشكل صريح، بل ظهرت ضمنيًا من خلال أدوارها التقليدية والتعليمية والأسرية.	تبلور هذا التمثيل عبر صور ومقالات تبرز المراة كرمز للتأثير الناعم في محيطها وكمحركة للقيم الرمزية والثقافية.
المراة المراهقة والمحتوى الترفيهي	شبه غائب، وإن وجد غالبًا يكون تثقيفي عام وديني.	حضور موجّه لمراهقات من خلال الأبراج، اختبارات الشخصية، وربط تفضيلات الألوان والديكور بشخصية الشريك المثالي.

خامسًا: تحولات التمثيلات الثقافية والبصرية للمراة الجزائرية بين الأحادية والتعددية

تكشف مقارنة التمثيلات البصرية للمراة في مجالات فترتي الأحادية والتعددية الحزبية عن تحوّل عميق في إدراك صورتها داخل الخطاب النسائي. ففي مرحلة الأحادية، حضرت المراة أساسًا في أدوارها الكلاسيكية والوطنية (الأم، العاملة، المقاومة، الرياضية، الريفية)، مع إبراز بعدها الهوياتي عبر الزي التقليدي والحرف اليدوية، وبروزها كفاعل في التضامن القومي، خصوصًا مع القضية الفلسطينية. وقد منحت هذه المرحلة للصحافة النسائية بعدًا توثيقًا ووطنياً، حيث سجلت معاناة المراة الجزائرية ورسخت حضورها في الذاكرة الثورية.

أما في التعددية، فقد اتجه الخطاب البصري نحو الانفتاح على تحولات اجتماعية وثقافية جديدة، مقدّمًا المراة العصرية، الإعلامية، الفنانة، والناقدة، إلى جانب تمثيلات موجهة للمراهقات ذات طابع ترفيهي واستهلاكي. كما برز البعد الجمالي والفني كقوة ناعمة، مع حضور نقدي للخطاب الديني المتشدد، مقابل تراجع واضح للبعد القومي والتوثيقي للواقع المعيش.

ورغم اختلاف السياقات، ظلّ الموروث الثقافي واللباس التقليدي قاسمًا مشتركًا بين المرحلتين، حيث عُرض باعتباره عنصرًا أصيلًا في الهوية النسائية الجزائرية، يُعاد تحديثه باستمرار لمواءمة المعاصرة. وبذلك، يتّضح من خلال تحليل التمثيلات الثقافية والبصرية للمراة في الصحافة النسائية الجزائرية، سواء في سياق الأحادية الحزبية أو في ظل التعددية، أنّ هذه الصحافة لم تكن مجرد وسيط ناقل لصورة المراة، بل كانت فضاءً ديناميكيًا لصياغة تصورات رمزية، اجتماعية، وجمالية عن الأنوثة والهوية. كما عبّرت عن تمزقات الواقع وتحولاته، ورافقت مسارات تحرّر المراة

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وتحدّياتها، من موقع غالبًا ما كان منحازًا للنموذج المتنور، ولكن أحيانًا أيضًا واقعًا في فخ الصور النمطية أو الخطابات المقولبة.

ومع ذلك، فإنّ هذا الحضور المتنوع والغني لم يكن بمعزل عن جملة من التحديات التي أثّرت في مسار الصحافة النسائية الجزائرية، سواء على مستوى بنيتها المهنية، أو علاقتها بالتحوّلات الثقافية والاجتماعية والسياسية. لذلك، سيكون من الضروري في المطلب الموالي التوقف عند أبرز هذه التحديات والعوائق، لا لفهم حدود التجربة فحسب، بل أيضًا لاستشراف آفاق تطويرها ضمن بيئة إعلامية متجددة.

المطلب الرابع: التحديات المهنية والسوسيوثقافية للصحافة النسائية الجزائرية: من الورقي إلى الرقمي

منذ نشأتها، شكّلت الصحافة النسائية الجزائرية فضاءً للتعبير عن قضايا المرأة وبناء وعي نسوي وثقافي، لكنها واجهت مسارًا مليئًا بالعقبات المهنية والسوسيوثقافية. ففي فترة الأحادية الحزبية، عانت من التوجيه الأيديولوجي وضعف البنية المؤسساتية، بينما كشفت التعددية السياسية عن آفاق أوسع رافقتها إكراهات مهنية واقتصادية وثقافية معقدة. ومع التحوّلات اللاحقة، فرضت الرقمنة والعولمة تحديات جديدة مست جوانب الخطاب الإعلامي والتمثيلات النسوية، ودفعت هذه الصحافة إلى إعادة تعريف أدوارها وهويتها.

وعليه، يهدف هذا المطلب إلى تفكيك أبرز هذه التحديات المتمثلة في: المهنية والهيكلية، السوسيوثقافية والاقتصادية، التحول الرقمي، ثم العولمة واختراق الثقافات.

- التحديات المهنية والهيكلية في فترة الأحادية الحزبية

واجهت الصحافة النسائية الجزائرية بعد الاستقلال جملة من العوائق البنيوية والمهنية حدّت من تطورها. فقد فرض الانغلاق السياسي وخطاب الحزب الواحد هيمنةً على التوجهات التحريرية، إذ خضعت معظم المجلات لرقابة مؤسساتية مرتبطة باتحاد النساء أو بالجهات الرسمية، ما قيّد استقلاليتها (قنفود، 2022-2023، ص 61). وتوصلت دراسة المرأة الصحفية الجزائرية الواقع والتحديات إلى اعتبار ضعف التكوين الصحفي المتخصص وقلة تخرّج النساء من معهد الإعلام، مع غياب آليات التكوين داخل المجلات، عائقًا أمام مهنية راسخة، حيث اعتمد العمل أساسًا على المبادرة الفردية (عواج، رفاص، 2019).

إلى جانب ذلك، واجهت هذه المجالات مشكلات مادية وتقنية، مثل ندرة الورق وضعف التمويل والتوزيع، وإن ظلت بعض أركانها (مثل بريد القارئات) تعكس وصولها إلى شرائح واسعة من النساء عبر الوطن (لحرس، 2018). أما الصورة الاجتماعية السلبية عن الصحافة، باعتبارها “امرأة متحررة”، فقد ولدت ترددًا وعزوفًا لدى العديد من النساء، وفاقم ذلك ضعف تمثيلهن في مواقع القرار، حيث اقتصرت مشاركتهن غالبًا على الكتابة دون إدارة التحرير، باستثناء تجارب مميزة مثل مجلة الجزائرية التي أدارتها هيئة تحرير نسوية بارزة (قيراط، 2007).

كما كشفت المجالات نفسها عن الضغوط المزدوجة التي عانت منها المرأة العاملة، بين مقتضيات المهنة وأدوارها الأسرية، في ظل غياب سياسات مؤسساتية داعمة، وهو ما جعل حضورها في الصحافة أكثر رمزية منه تمكينًا فعليًا.

- التحديات المهنية والبنوية في فترة التعددية الحزبية

عرفت الصحافة النسائية في سياق التعددية (منذ التسعينات) بيئة إعلامية منفتحة نسبيًا، لكنها واجهت عقبات بنوية ومهنية حالت دون ترسخها. فقد عانت من ضعف الكفاءات والتحرير غير المتخصص، وغياب بنيت تنظيمية واضحة، ما أثر على انتظام الصدور وجودة المضامين. كما شكلت مشكلات الطباعة والتوزيع، وارتفاع التكاليف، وغياب الدعم الإشهاري العمومي عقبة أمام استمرارية أغلب العناوين (قنفود، 2022-2023).

زادت هذه التحديات حدّة بفعل الوضع الأمني للعشرية السوداء، حيث تعرضت الصحفيات للتهديد أو الاغتيال، واضطرت أخريات إلى الهجرة أو التخفي، فيما فرضت الرقابة الذاتية نفسها خوفًا من الملاحقة أو العنف. كما أفرز التحول نحو اقتصاد السوق أزمات مالية، انعكست على القدرة الشرائية للجمهور، ودعمت بدورها هيمنة المجالات الأجنبية الأكثر جاذبية (بوعمامة، 2014، ص 13).

إلى جانب ذلك، حدّت ثقافة القراءة الضعيفة ومحدودية الأفق الثقافي لبعض المضامين من فعالية هذه المجالات في ترسيخ خطاب نسوي نقدي، إذ غلب الطابع الترفيهي والفرنكوفوني على حساب معالجة قضايا المرأة الجزائرية المحلية. (صالح، 2018)

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

وهكذا، ورغم أن تجربة التعددية وُقِّرت مساحة لظهور مجالات نسائية جديدة، إلا أن تراكم التحديات المهنية والاقتصادية والسياسية جعل من استمرارها وتطورها رهاناً عسير المنال، مع بقاء التجربة خطوة رمزية في مسار إثبات الحضور الإعلامي للمرأة الجزائرية.

- التحديات السوسيوثقافية والتحول التكنولوجي

رغم التراكمات التي حققتها الصحافة النسائية الجزائرية عبر فترتي الأحادية والتعددية، إلا أنها واجهت جملة من التحديات السوسيوثقافية والتكنولوجية التي أضعفت قدرتها على الاستمرار والتجديد. فمن جهة، عجزت عن مخاطبة جمهور نسوي متنوع ومتباين بين المحافظات والعصريات، وبين الحضر والريف، ما عمّق فجوة التلقي. ومن جهة أخرى، أدى انتشار الرقمنة وتراجع المقروئية الورقية إلى منافسة حادة من المنصات الإلكترونية ومؤثرات التواصل الاجتماعي التي استقطبت القارئات بخطاب سريع وتفاعلي.

كما ساهمت العولمة الثقافية في إدخال مضامين مكررة ومستنسخة من المجالات الأجنبية، على حساب القضايا المحلية الأصيلة، مما عزز هيمنة التمثيلات الغربية للجسد والنجاح. وفي هذا السياق، برزت الحاجة الملحة إلى تجديد الخطاب النسائي ليواكب تحولات الذوق العام ويستعيد ثقة القارئات، خاصة الفئات الشابة الباحثة عن محتوى نوعي يتجاوز البعد التجميلي والترفيهي (نوال بومشطة، 2021).

يتّضح إذن أنّ الصحافة النسائية الجزائرية، في مرحلتها الأحادية الحزبية والتعددية السياسية حسب ما توصلت إليه الباحثة بالاستناد إلى دراسات (عواج ورفاس 2019؛ قيراط 2007؛ قنفود 2023؛ صالح 2018؛ بومشطة 2021)، قد اصطدمت بتحديات مهنية وسوسيوثقافية متشابكة، تراوحت بين ضعف الهياكل والتمويل والإكراهات الرقابية، وبين التحولات التكنولوجية والعولمية التي قلّصت من مقروئيتها. وقد عكست المجالات المدروسة هذه الإكراهات في مضامينها وخطاباتها وأشكال حضورها الإعلامي. وسيعنى الفصل التطبيقي القادم بتحليل عيّنة من هذه المجالات، ممثلة في «دزيريات» و«موعد حواء»، للكشف عن كيفية تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في ظل هذه التحولات.

مراجع الفصل

- عبد العليم فوزي. (2004). *الصحافة المتخصصة*. القاهرة: عالم الكتب.
- حمزة عبد اللطيف. (2021). *الصحافة والمجتمع*. الجزيرة: دار الكتب المصرية.
- محمد خليل الرفاعي. (2020). *الصحافة المتخصصة*. الجمهورية العربية السورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage.
- فاروق أبوزيد، ليلي عبد المجيد. (2009). *الصحافة المتخصصة* (ط1). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- أديب خضور. (2003). *الإعلام المتخصص* (ط1). دمشق: المكتبة الإعلامية.
- فاروق أبوزيد. (2008). *الصحافة المتخصصة* (ط2). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد اللطيف صلاح. (2002). *الصحافة المتخصصة* (ط1). القاهرة: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع.
- إبراهيم فؤاد الخصاصنة. (2012). *الصحافة المتخصصة* (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- شفيق حسنين. (2006). *الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية*. القاهرة: رحمة بريس للطباعة والنشر.
- محمد منير حجاب. (2010). *مدخل إلى الصحافة* (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- فتحي كمال. (2013). *مبادئ الصحافة المتخصصة*. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.
- شون ماكبرايد وآخرون. (1981). *أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغداً*. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق علي الهيتي. (2011). *الصحافة المتخصصة* (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- Clarivate. (n.d.). *Wikipedia*. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Clarivate>
- Scopus. (n.d.). *Wikipedia*. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Scopus_\(Elsevier\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Scopus_(Elsevier))
- Ulrich's Periodicals Directory. (n.d.). *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Ulrich%27s_Periodicals_Directory
- منى الحديدي، شريف درويش اللبان. (2009). *فنون الاتصال والإعلام المتخصص*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الرحمن هبة. (2018). *الصحافة المتخصصة: المفهوم، الأنواع، الوظائف*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- مزاري نصر الدين. (2022). *الصحافة المتخصصة كأداة لإشباع احتياجات الجمهور النوعي*. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة وهران، العدد 76.
- ميرزة هاجر. (2023). *الصحافة المتخصصة في الجزائر بين التحول الرقمي وتحقيق المصداقية*. مجلة دراسات إعلامية، جامعة الجزائر 1، العدد 24.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- بشرى تيسير عباس. (2014). *الإعلام المتخصص الحديث*. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- رفعت عارف الضبع. (2009). *الصحافة التربوية* (ط1). عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- فاطمة الزهراء صالح، أحمد جمال حسن. (2019). *الإعلام المتخصص* (ط1). دار المعرفة للطباعة والنشر.
- عبد الغفور شريف، يسرى صبيشي. (2019). *الإعلام المتخصص كبديل لتمويل المؤسسات الإعلامية والإنسانية*. جلد 5، عدد 2.
- رقية بوسنان. (2017). *الصحافة الالكترونية الدينية: دراسة وصفية نقدية*. مجلة علوم الإنسان والاجتماع، العدد 25.
- إسماعيل إبراهيم. (2011). *الصحفي المتخصص* (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2012). *أخلاقيات العمل الإعلامي* (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- George, H. (1973). *News writing* (5th ed.). Boston, USA: Houghton Mifflin Company.
- Beetham, M. (1996). *A magazine of her own? Domesticity and desire in the woman's magazine, 1800–1914* (1st ed.). London: Routledge.
- Evelyne, S. (1966). *Histoire de la presse féminine en France, des origines à 1848* (J. Godechot, Préf.). Paris: Librairie Armand Colin.
- سمير عبد العزيز كرامي. (2008). *الصحافة النسائية في الوطن العربي* (ط1). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- إجلال خليفة. (1972). *اتجاهات حديثة في التحرير الصحفي* (ج1). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد العزيز شرف. (2003). *الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة*. القاهرة: دار الكتب.
- عواطف عبد الرحمن. (2008). *الصحفيات والإعلاميات العربيات* (ط1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- إبراهيم إسماعيل. (1996). *الصحافة النسائية في الوطن العربي* (ط1). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- تيسير أبو عرجة. (2000). *دراسات في الصحافة والإعلام* (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- جورج كلاس. (1996). *تاريخ الصحافة النسوية: نشأتها وتطورها 1892–1932*. بيروت: دار الجليل.
- فاروق أبوزيد. (1986). *الصحافة المتخصصة* (ط1). القاهرة: عالم الكتب.
- إجلال خليفة. (1985). *صحافة المرأة والطفل في العالم العربي*. مجلة الفكر العربي، العدد 50.
- شهام نصار. (2002). *استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشاعات المتحققة منها*. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 1.
- شكرية كوكز السراج. (2014). *دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة*. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 26.
- ماهر عودة الشمايلة وآخرون. (2015). *الصحافة المتخصصة* (ط1). الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- سميرة محي الدين شيخاني، محمد خليل الرفاعي. (2011). *الصحافة المتخصصة*. دمشق: منشورات جامعة دمشق.
- Samra, M. B., & Michele, M. (1986). *La presse féminine*. France: Paufl, Coff, « Que sais-je ».
- عبد القادر المعالج. (2006). *الصحافة النسائية في تونس*. تونس: الوكالة المستوسطية للصحافة.
- نجوى كامل. (1999). *الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة النسائية*. بحث منشور في *أبحاث مؤتمر مائة عام على تحرير المرأة*. القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
- تيسير أبو عرجة. (2013). *الاتصال وقضايا المجتمع* (ط1). عمان: دار المسيرة للتوزيع والنشر والطباعة.
- عبد المالك بن عبد العزيز بن شهلوب. (2004). *التحقيق الصحفي* (ط1). السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- غازي زين عوض الله. (1994). *الأسس الفنية للتحقيق الصحفي* (ط1). الرياض: مطبوعات نادي مكة الثقافي والأدي.
- خليل لوي. (2010). *الإعلام الصحفي* (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- أحمد مصطفى أبو بكر. (2006). *فن التحرير الصحفي: أسسه، أساليبه، فنونه* (ط2). القاهرة: دار الفكر العربي.
- غازي زين عوض الله. (1996). *الأسس الفنية للحديث الصحفي*. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ليلي عبد المجيد، & محمود علم الدين. (2006). *فن التحرير الصحفي* (ط1). القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- نورالدين بلبل. (1991). *دليل الكتابة الصحفية* (ط1). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- محمد لعقاب. (2004). *الصحفي الناجح* (ط2). الجزائر: دار هومة.
- عبد العالي رزقي. (2014). *التقارير الإعلامية* (ط1). الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد العزيز شرف. (2000). *الأساليب الفنية للتحرير الصحفي* (ط1). القاهرة: دار قباء.
- عبد العالي رزقي. (2006). *المقال والمقال في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت* (ط1). الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
- نبيل حداد. (2002). *في الكتابة الصحفية* (ط1). عمان: دار الكندي.
- محمد فريد محمود عزت. (1998). *المقالات والتقارير الصحفية: أصول إعدادها وكتابتها*. مصر: مكتبة الإسكندرية.
- أسماء أحمد أبوزيد علام. (2006). *خطاب الصحافة النسائية العربية تجاه الحقوق السياسية للمرأة العربية: دراسة تحليلية*. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 7*.
- إليس شكري. (1990). *الصحافة النسائية لن تحذف من التاريخ*. نشرة تضاف من *المرأة العربية، العدد 3*.
- الدراسات الإعلامية. (2019). *الصحافة النسائية العربية: كيف سقط إعلام المرأة للهاوية*. مركز القرار للدراسات الإعلامية.
- ريم عدنان بوش. (2015). *صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام* (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- فاطمة الزهراء تنيو. (2019). قراءة نقدية في الصحافة النسائية. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 4. (3)
- حسّنين شفيق. (2010). *صناعة الصحفي من الصحفي المبتدئ إلى الصحفي الشامل* (ط1). القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- عزة عجان. (2006). *من هو الصحفي؟ دراسة تحليلية نقدية*. الجزائر: د.ن.
- بلفضيل نصيرة. (2018). المرأة في الجزائر: تاريخ العمل الإعلامي وظروف ممارسة المهنة. *مجلة الحوار الثقافي*، 7. (2)
- بوعزيز يحي. (2001). المرأة الجزائرية وحركة الإصلاح النسوية العربية. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- بصلي فضة عباسي. (2007). مراحل تطور العمل الإعلامي في الجزائر ودور المرأة فيه. *مجلة تواصل*، جامعة باجي مختار عنابة، العدد 20.
- صليحة العابد. (2003). الصورة النمطية في الصحافة النسوية الجزائرية: دراسة تحليلية بمجلتي هدى وأنوثة في الفترة ما بين أكتوبر 1999-أكتوبر 2001. مذكرة ماجستير، شعبة الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة.
- قيراط محمد. (2003). حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر. *مجلة جامعة دمشق*، 19. (3-4)
- عواج سامية، رفاص وليد. (2019). المرأة الصحفية الجزائرية: الواقع والتحديات. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 1.
- قيراط، محمد. (2007). القيود والمضايقات على حرية الصحافة في ظل التعددية الحزبية في الجزائر. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، 8. (16)
- بن روان، بلقاسم. (د.ت). واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. الجزائر: منظمة المرأة العربية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- مجلة الأثير. (1990). فتحة: من دور النحلة إلى بحث عن وجوه جديدة. عدد 2.
- صالح، دليلة. (2018). المرأة الإعلامية في الجزائر: الحضور والأداء. *مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية*، 4. (5)
- بصلي، فضة عباسي. (2008). الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام وظهور الصحافة النسائية في ضوء تطور الحركات. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، 2. (1)
- بومشقة، نوال. (2021). التناول الإعلامي لموضوع المرأة الجزائرية المهمة. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، 3.
- صورية، بوعمامة. (2014). أوراق لم تكن للنشر (ط2). الجزائر: المؤسسة الوطنية للاتصال، النشر والإشهار.
- Lazhari, L. (2005). *Journalistes Algérien 1988-1998: Chronique des années d'espoir et terreur*.
الجزائر. Edition Chihab.
- شيري، محمد. (2006-2005). ممارسة الصحفيين للمهنة خلال حالة الطوارئ 1992-2004: دراسة وصفية تحليلية. أطروحة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال.
- بلحوسين، نصيرة. (2019). تطور الصحافة المحلية في الجزائر من 1963-2014: الجمهورية والنصر نموذجا. أطروحة دكتوراه، تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل الثقافي

- قنفود، رضا. (2022-2023). نشأة وتطور الصحافة المتخصصة في الجزائر: دراسة وصفية تاريخية عن نشأة الصحافة النسائية وتطورها في الجزائر 1970-2020. أطروحة دكتوراه، علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة الجزائر 3.
- سليمة، كشيدة. (2019-2020). قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لمجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» عامي 2015-2016. أطروحة دكتوراه، تخصص الصحافة المكتوبة والمليتميديا، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

الفصل الرابع الإطار التطبيقي لِلدراسة

تمهيد

يمثل هذا الفصل المجال العملي الذي تُختبر من خلاله فرضيات البحث وتُجاب فيه تساؤلاته، بالاستناد إلى المنهج الوصفي-التحليلي وأداة تحليل المضمون. وينصبّ التحليل على مجلتي «دزيريات» و «موعد حواء» كنموذجين من الصحافة النسائية الجزائرية، عبر دراسة متكاملة تغطي أربعة أبعاد أساسية: الخصائص الشكلية، المضامين الثقافية، استراتيجيات التمثيل الإعلامي، والبعد المؤسسي-البشري، ويهدف هذا التحليل إلى الكشف عن طبيعة التمثيلات التي قدّمتها هذه المجالات للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وكيف أعادت صياغتها ضمن سياقاتها التحريرية والمؤسسية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: الهوية المؤسسية لمجلتي «دزيريات» و «موعد حواء»

إنّ أي تحليل علمي للخطاب الإعلامي لا يمكن أن ينفصل عن دراسة السياق المؤسسي والبشري الذي يُنتجه. فالهوية المؤسسية للمجلة بما تتضمنه من معطيات تاريخية، وخيارات تحريرية، وخلفيات مهنية، وخصائص تنظيمية، تمثل الإطار المرجعي الذي يوجّه طبيعة المعالجة الإعلامية ويحدد استراتيجيات التمثيل. ومن هذا المنطلق، يتناول هذا المبحث التعريف بمجلتي «دزيريات» و «موعد حواء» من حيث هويتهما المؤسسية، قبل الانتقال إلى تحديد عينة الدراسة. ويتيح هذا التمهيد فهماً أعمق للعوامل المؤثرة في بناء خطاب الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية المكتوبة.

المطلب الأول: الهوية المؤسسية لمجلة «دزيريات»:

- **إسم المجلة:** «دزيريات» وهي دلالة على توجهها بشكل خاص إلى المرأة الجزائرية، وهذا طبقاً لاسمها «دزيريات» أو «الجزائريات»، يمكن قراءة الاسم من حيث الحمولة الثقافية والرمزية على أنه تجسيد للفخر بالهوية النسوية الجزائرية وتعزيزاً للانتماء، ويوحى بالتمكين الذاتي وكأن المجلة تقول "نحن «دزيريات» نكتب، ننتج، نحتفل، ونفكر)، أما من الناحية الاتصالية التسويقية فهو يعبر عن السهولة في النطق، قريب من اللغة اليومية، يحمل طابعاً شعبياً ما يجعله جذاباً للجمهور العام ويساهم في انتشاره كعلامة إعلامية.
- وبالتالي، يمكن القول أنّ اسم «دزيريات» يحمل دلالة هوياتية مزدوجة، إذ يجمع بين الانتماء الوطني والتمثيل النسوي بما يعكس توجهها تحريراً يسعى إلى إبراز المرأة الجزائرية في تعدديتها الثقافية والاجتماعية، كما أنّ الصيغة الجمعوية للاسم توحى بالانفتاح على مختلف شرائح النساء، وتمنح المجلة طابعاً جماعياً لا فردياً.
- **نشأة المجلة:** صدرت مجلة «دزيريات» باللغة الفرنسية كمجلة شهرية جزائرية مستقلة سنة 2004، وتعتبر أول مجلة نسائية شهرية، كانت تصدر باللغة الفرنسية وجاء عنوانها بلغة مهجنة (عربية بحروف فرنسية Dzeriet)، وفي سنة 2006 ظهرت باللغة العربية تتناول مواضيع في شتى المجالات، وفي سنوات متقدمة، اتخذت شعار «دزيريات» المجلة النسوية رقم 1 في الجزائر تعبيراً عن رواجها واستمرارية صدورها.

- هيئة التحرير والإشراف في المجلة:

- يشرف على المجلة الرئيس المدير العام نعيم سلطاني
- المدير العام فانيسا سلطاني (زوجته من جنسية فرنسية)

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

- مديرة التحرير دليلة سمار
- رئيسة التحرير بيزة سلطاني
- التحرير: سارة بن ضيف الله/ سارة حدادي/ نسمة أكرور/ حفيظة عايلي/ ثنائي فاطمة الزهراء/ نهايلي بشري
- البنية التنظيمية للمجلة: وتتوزع إلى
- أقسام فنية: كقسم التصميم والإخراج الفني/ التصوير
- أقسام لوجيستية وتجارية: كقسم المصلحة التجارية والتنسيق إلى جانب قسم الاتصال الذي يضطلع بدور محوري في الربط بين التحرير والإنتاج/ قسم التكلفة بالمبيعات والتوزيع.
- مقر المجلة: كان مقر المجلة سنة 2017 بدالي إبراهيم بفيلا رقم 76 غابة ديكار3، 16047 الجزائر، بعد أن كانت في شارع أحمد واكد دالي إبراهيم الجزائر، بعدها حولت المجلة مقرها إلى فيلا رقم 75 حي 20 أوت 1955 واد الرمان العاشور بالجزائر العاصمة.
- المطبعة: تطبع مجلة «دزيريات» في الشركة الوطنية للنشر والإشهار ANEP بعد أن كانت تطبع لدى Roto Algérie بباب حسن سحولة، وفي مطبعة كريم بالمنطقة التجارية العاشور قبل ذلك، وكذلك في ديوان المطبوعات، وتونيك.
- منطقة التوزيع الأساسية: الغرب، الوسط، الشرق.
- السحب: تسحب المجلة حوالي 6000 نسخة لكل عدد بمقياس 30x20 سم بعد أن كان 2000 نسخة عند إنشائها ويبيع حوالي 85% أي أن عدد المبيعات لا يفوق 15%.
- السعر: سعر المجلة تغير ويتغير مع تغير سعر الورق في البداية لم يكن هناك نظام ثابت في سعر العدد، إذ بدأ بتسعين 90 دينار جزائري، ثم ارتفع إلى تسع وتسعين 99 دينار جزائري، ثم إلى مئة وأربعين 140 دينار جزائري، ثم إلى مئة وخمسة وأربعين 145 دينار جزائري، ثم استقر على مئة وتسعة وتسعون دينار جزائري للعدد الواحد، ويحتكم السعر إلى تغير أسعار الورق ونوعه عادة ما يعرف بـ Papier coucher المصقول إما glossy أو matte، ويتم إدراج السعر بصفحة الواجهة.
- خريطة المحتوى التحريري للمجلة: حسب تصفح الباحثة وتحليلها للمجلة تأكد التالي:
تتناول المجلة مجموعة من الأركان الثابتة منها:

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

- **موضة:** يتعلق بالأزياء التقليدية والعصرية والغريبة المستوردة، وعادة تكون كتشكيلات لمصمم أزياء معين.
 - **عناية:** غالبًا ما يتعلق هذا الركن بموضوعات خدمانية للعناية بالبشرة والشعر والتجميل والحلاقة.
 - **صحة:** يهتم بكل ما يتعلق بصحة المرأة.
 - **تغذية:** يولي اهتمام بالأغذية الصحية والموسمية المناسبة لكل فصل وفي فترة الحمل.
 - **رشاقة:** يهتم هذا الركن بالحميات الغذائية والتمارين الرياضية.
 - **الطبخ:** يعرض مجموعة من الوصفات التقليدية والمحلية، والعولمية الأجنبية.
 - **إمرأة الشهر:** ركن خاص بالحوار مع إحدى السيدات المتمكنات الناجحات في شتى المجالات الحياتية.
 - **تربية:** يهتم بتربية لأطفال وعلاقة الأم بأطفالها.
 - **مجتمع:** يهتم بالقضايا الاجتماعية وعادة ما يحتوي استطلاعات.
 - **أمور جنسية:** ركن يهتم بالعلاقات والمواضيع الإيحائية.
 - **امرأة من عطر ومن حلم:** مخصص للكتابات الأدبية الوجدانية والثقافية والاجتماعية بتوقيع ثابت.
 - **تسوق:** ركن يعنى بالعناوين والمواقع التي تسهل تسوق المرأة.
 - **أبراج:** يهتم بالخطوط والأبراج الفلكية.
- وهناك أركان متغيرة:
- **الديكور:** ركن يولي اهتمام بالديكورات المنزلية يغلب عليها الطابع العصري الغربي.
 - **ملف العدد:** يتناول في كل مرة قضية من القضايا المتعلقة بالمرأة في مختلف مجالات الحياة وفي بعض الأحيان مناسباتي إذا تعلق الأمر بمناسبة ما.
 - **حقوقك:** ركن خدماتي ارشادي يتعلق بالأمور القانونية المتعلقة بالمرأة.
 - **بصمة:** يتعلق بإبراز حرفيين ومبدعين وعادة يكون إما بورترية أو حوار.
- كما هناك عناوين صفحات تتكرر في كل مرة لكنها ليست قارة مثل العناوين الأمثل، زووم، البيوت أسرار، استشارة، نفسيتك، حدث، منتوجات.
- كما هناك أيضًا عناوين صفحات مناسباتية: حفل، صالون، عالم بريء، برامج تلفزيونية، أجنده...

- صفحات المجلة: ليست ثابتة بعض الأعداد تحتوي 66 صفحة، وأخرى تصل إلى 82 صفة أو 89 صفحة للمحتويات دون احتساب الاشهارات بغلاف المجلة الداخلي والخارجي، وقد تزيد في بعض الأحيان إلى 114 صفحة حسب المواضيع والمناسبات.
- الامتداد التحريري والسمعي البصري لمجلة «دزيريات»: للمجلة هوية إعلامية متفرعة تحت مظلة واحدة تحت مسمى "مجمع «دزيريات»" تتفرع عبر إصدارات متعددة ومتخصصة مثل:
 - Dzeriet باللغة الفرنسية
 - دزيري
- «دزيريات» للطبخ باصدارين نسخة باللغة العربية والأخرى فرنكوفونية، ما يعكس استراتيجية تحريرية تستهدف شرائح قراء متنوعة.
- لم تكتف المؤسسة بالإصدار الورقي، بل انتقلت للنسخة الالكترونية (<https://dzerietmag.com/ar>)، ووسّعت حضورها إلى المجال السمعي البصري من خلال إنتاج برنامج تلفزيوني بنفس العنوان على قناة KBC يهتم بكل شؤون المرأة ويحمل نفس الأركان التي تعالجها المجلة في نسختها الورقية لكن في شكل سمعي بصري. وأسس مديرها لفكرة اليد فاليد كجمعية وحصة تلفزيونية خيرية تبث على قناة البلاد بإشرافه شخصياً، في خطوة تعزّز من حضورها الجماهيري وتكرّس تحولاتها إلى منصة إعلامية متعددة الأبعاد.
- وفي إطار تعزيز الطرح المؤسسي لمجلة «دزيريات»، كان للباحثة لقاء ميداني سنة 2018 مع أحد العاملين بمجلة «دزيريات» منيرة التي صرّحت أنّ «دزيريات» سعت منذ نشأتها إلى أن تكون "صوتاً معبراً عن تطلعات المرأة واهتماماتها، من خلال تقديم محتوى متنوع يمزج بين الموضة والجمال والصحة والنصائح الأسرية والعلاقات، وصولاً إلى المواضيع الحساسة ذات الصلة بالحياة الزوجية والجنسية. وأضافت أنّ المجلة تُقدّم باعتبارها "رسالة تمكينية للمرأة العصرية"، إذ تلبي احتياجاتها اليومية وتعمل على إلهامها وتمكينها من مواجهة تحدياتها بثقة واعتزاز بالهوية.

المطلب الثاني: الهوية المؤسسية لمجلة «موعد حواء»

- اسم المجلة: «موعد حواء»، يُجمل اسمها "حواء" إلى المرأة الأولى في الموروث الديني والثقافي، ما يمنح المجلة طابعاً كونياً أو رمزياً عاماً للأنوثة، وللمرأة عامة، فاسم حواء كدلالة لا يحدد هوية وطنية أو جغرافية، بل ينفّث على المرأة كفكرة أو كيان رمزي. كما توحى كلمة "موعد" بقاء، أو انتظار، أو لحظة خاصة، مما يضفي على المجلة طابعاً حميمياً أو شخصياً، اقتراح "حواء" بـ "موعد" في تركيب الاسم "«موعد حواء»" يوحي بأن المجلة تعبر عن مساحة مخصصة للمرأة، وكأنها تقول "هذا وقتك، هذا مجالك"، يمكن القول أيضاً أن الاسم حسب الدلالة الثقافية والإعلامية يحمل طابعاً أدبياً أو وجدانياً أكثر من كونه توصيفاً مباشراً، كما أنه لا يعبر عن هوية جزائرية أو محلية كما في «دزيريات»، بل يتجه نحو الأنوثة المجردة، مما قد يعكس توجهها تحريراً أكثر رومانسية أو نُعومة في الخطاب. أما لو اتجهنا نحو قراءة وظيفية تسويقية فيمكن القول أنّ الاسم جذاب، سهل التذكر، ويمنح المجلة هوية أنثوية شاملة، مما يسهل تسويقها لجمهور واسع من النساء، دون تحديد طبقة أو فئة اجتماعية. وعليه، فإن "«موعد حواء»" يحمل دلالة رمزية تنفتح على الأنوثة بوصفها كياناً كونياً، لا محلياً، تتجه نحو تمثيل أنثوي شامل، ما يعكس توجهها تحريراً أكثر نُعومة وانفتاحاً.

- نشأة المجلة: ظهرت «موعد حواء» في بادئ الأمر كجريدة أسبوعية باسم الموعد في فترة التعددية الإعلامية سنة 1992، أسسها "عبد القادر طالبي"، تميزت بالاتجاه الوطني، ولعبت دور الوسيط الإعلامي الداعم للمصالحة الوطنية، أثناء الأزمة الأمنية التي مرت بها الجزائر، وكان ذلك سبباً وجيهاً لتوقيفها عدة مرات. ظهرت المجلة بعد ثلاث سنوات تقريباً من توقيفها، كجريدة أسبوعية تحمل اسم «موعد حواء» سنة 2003 أعادت إصدارها السيدة جميلة طالبي بعد وفاة زوجها عبد القادر طالبي، لتتوقف بعد ذلك لأسباب اقتصادية ومطبعة، وتعود سنة 2015 كمجلة شهرية، تصدر عن جريدة الموعد اليومي. وحسب ملاحظة الباحثة أثناء محاولة جمعها للأعداد شهدت تذبذبات في تواريخ الصدور إلى غاية 2018، وهو ما برزته السيدة "جميلة طالبي" أثناء مقابلتها بأن "المجلة تحيا بالإشهار فالمجلة تصدر عندما يتوفر هذا الأخير، والتذبذب راجع لغلاء الطباعة والورق ولا يمكن للمجلة تغطية نفقاتها إذا غاب عنها الإشهار الذي يعتبر العمود الفقري لانتعاش المجلة" (2018).

- هيئة التحرير: أثناء تصفح وتحليل الباحثة للمجلة، لوحظ أن ترويسة المجلة اقتصر على ذكر الرئيس الشرفي: المرحوم عبد القادر طالبي، والمسيرة مسؤولة النشر: عيساوي جميلة أرملة طالبي. ولم تظهر هيئة التحرير إلا بالعدد

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

24 سنة 2018 كالتالي: طالي محمد رفيق/ أكراب رفيق/ لمياء بن دعاس/ لمياء طالب/ حورية قاسي/ صورية خرباش.

- البيئة التنظيمية للمجلة: ولوحظ أنه أشير فيها إلى القسم الفني فقط متمثلاً في التصميم: عبد الرحمان بوشايب. لكن حسب ما تفضلت به مديرة المجلة السيدة "جميلة طالي" (2018) فالمجلة يرأس تحريرها الصحفي طالي محمد رفيق، وتتقاسم المجلة وجريدة "الموعد اليومي" ذات الطاقم الإداري بما في ذلك إدارة التنسيق، نظراً لكون المجلة إمتداداً تحريراً للجريدة.

- مقر المجلة: يتواجد مقر مجلة «موعد حواء» منذ نشأتها إلى غاية تاريخ جمعنا للأعداد وإجراءنا للمقابلة مع مشرفيها سنة 2018م بدار الصحافة طاهر جاووت، 1 شارع بشير عطار ساحة أول ماي بالجزائر العاصمة.

- المطبعة: تطبع مجلة «موعد حواء» بالمطبعة الوطنية للطباعة والنشر SIA.

- منطقة التوزيع: الوسط، الشرق، الغرب.

- السحب: (رفيق، 2018) كانت المجلة بصفتها جريدة تسحب حوالي 5000 نسخة سنة 2003، وفي سنة 2006 حوالي 2700 نسخة، وفي سنة 2015 بصفتها مجلة انخفض عدد السحب إلى حوالي 5000 نسخة. والرائج أن التوقف لسنوات كان عامل رئيسي ليس الأوحد ولكنه رئيسي في هذا الانخفاض.

- السعر: سعر المجلة تغير ويتغير مع تغير سعر الورق في بداية ظهورها سنة 2003 كان 20 دج، وبداية من سنة 2015 إلى سنة 2018 أصبح 180 دج، والسعر يوضح بغلاف المجلة.

- خريطة المحتوى التحريري: حسب ملاحظة الباحثة فإن المجلة بها أركان ثابتة وأخرى يتغير فيها اسم الركن لا نوع الموضوعات، ومن الأركان القارة:

- سعادتك مع أسرتك: يهتم بالمسائل الأسرية والعلاقات الزوجية وعلاقة المرأة بدائلها الاجتماعية.

- العناية بالحامل: كل ما يخص المرأة الحامل تغذيتها، نفسياتها، صحتها، ولادتها.

- عالم حواء في سؤال وجواب: يعنى باهتمامات المرأة ومسائلها الحميمة والخاصة بطابع ارشادي توجيهي.

- ريجيم: ركن خدماتي إرشادي يهتم بالحميات الغذائية والأغذية الصحية.

- الغذاء الصحي: وصفي اخباري يهتم بنوع الأغذية وتركيباتها العلمية وفوائدها للصحة والجسم.

- صحتك النفسية: ركن توعوي ارشادي نفسي يهتم بالصحة النفسية للمرأة.

- حوار: ركن قار خاص بالحوار مع الشخصيات المتمكنة ثقافياً، إجتماعياً، سياسياً وفي شتى المجالات الحياتية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

- مطبخ حواء: يقدم وصفات طبخ متعددة تقليدية ومحلية وعصرية.
 - إسلاميات: ركن ديني يهتم بالفتاوى التي تخص المرأة وتمكينها دينيًا.
 - تكنولوجيا: مواضيع استهلاكية وتعريفية بالاصدارات التكنولوجية.
 - عالم السيارات: موضوع استهلاكية وتعريفية لأنواع السيارات.
 - بأقلام الجزائريات: ركن خاص بالإبداعات والكتابات والمساهمات الأدبية النسوية.
 - عمود صحفي قار: اجتماعي ديني بعنوان وقفة.
- ومن الأركان الغير قارة وتظهر بشكل متذبذب بين الأعداد:
- العناية بالجسم/ رشاقة ورياضة/ سياحة وأسفار/ ريبورتاج/ مكافحة الشيخوخة/ العناية بالشعر/ فتاوى/ للمرأة فقط/ لغز الجريمة/ بلا حرج لحواء فقط/ ديكور.
- صفحات المجلة: عدد صفحاتها تقريبا ثابت يصل لـ 66 صفحة، ويختلف بالمناسبات (رمضان، الأعياد الدينية والوطنية) ليصل لـ 80 صفحة.
 - الامتداد التحريري والسمعي والبصري لمجلة «موعد حواء»: تندرج مجلة «موعد حواء» ضمن الامتداد التحريري لجريدة «الموعد اليومي»، الصادرة عن دار الوعد للنشر، وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة وذات الشخص الوحيد. ولم تشهد المجلة تحولاً رقمياً أو سمعياً بصرياً، ما يجعل حضورها الإعلامي مقتصرًا على الشكل الورقي التقليدي.
 - ومن أجل تعزيز الطرح المؤسسي لمجلة «موعد حواء» استندنا أيضاً إلى شهادة مديرة المجلة السيدة جميلة عيساوي طالبي، التي قدّمت تعريفاً بالمجلة من داخلها. إذ أكدت أن «موعد حواء» هي «مجلة كل النساء»، تقوم على خطاب إسلامي - عروبي، يسعى إلى تقديم محتويات هوياتية جامعة لمقومات الثقافة الجزائرية. وترى المديرة أن المجلة تضع ضمن أولوياتها ترسيخ المرجعية الدينية والاجتماعية في معالجة قضايا المرأة، بما يجعلها أداة لتعزيز الانتماء والهوية في بعدها القيمي والجماعي.

المطلب الثالث: عينة الدراسة وتوزيع الأعداد

ولغرض الدراسة التطبيقية، تم اختيار عينة من أعداد مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» تغطي فترة زمنية محددة، بما يتيح رصد الخصائص الشكلية والمضمونية للخطاب الهوياتي في مختلف المناسبات والظروف، ويوضح الجدول التالي توزيع أعداد العينة المستخرجة للتحليل، باعتبارها corpus تمثيليًا يعكس التوجهات التحريرية والبصرية للمجلتين، ويمكن من اختبار الفرضيات والإجابة عن تساؤلات البحث:

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أعداد العينة البحثية حسب المجلة وتاريخ الصدور (2018)

اسم المجلة	عدد الأعداد	أرقام الأعداد	فترة الصدور	الملاحظات
«دزيريات»	12 عددًا	من العدد 129 إلى 140	جانفي-ديسمبر 2018	صدرت بانتظام شهريًا
«موعد حواء»	12 عددًا	من العدد 13 إلى العدد 24	جانفي-ديسمبر 2018	صدور غير منتظم لكن صدرت فعليًا سنة 2018 بسبب التذبذب في النشر

يوضح هذا الجدول توزيع العينة البحثية التي تم اعتمادها في الدراسة التحليلية، والمتمثلة في عدد من الأعداد الكاملة لمجلتين نسائيتين جزائريتين هما: «دزيريات» و«موعد حواء»، وقد تم اختيار اثني عشر عددًا كل مجلة، تغطي الفترة الزمنية الممتدة من جانفي إلى ديسمبر من سنة 2018، ما يجعل العينة ممثلة لمجمل السنة بشكل شهري.

♦ صدرت مجلة «دزيريات» بانتظام شهري، إذ تم تحليل الأعداد من 129 إلى 140، وهي أعداد متتالية تغطي أشهر السنة الكاملة دون انقطاع، يتيح هذا الانتظام رصد التمثلات الرمزية للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في بعدها الدوري والمناسباتي على امتداد العام.

♦ أما مجلة «موعد حواء» فرغم أعدادها الصادرة سنة 2018، إلا أنها تحمل تواريخ قديمة، نتيجة التذبذبات التي تعرفها المجلة في النشر والتوزيع، وبناءً على ذلك تم اعتماد هذه الأعداد ضمن العينة التحليلية استنادًا إلى تاريخ صدورها الفعلي، بما يضمن تغطية شاملة لمجمل السنة موضوع الدراسة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تعكس هذه العينة طبيعة النشر النسائي في الجزائر خلال الفترة المدروسة، وتتيح إمكانية تتبع التمثلات الثقافية والاجتماعية للمرأة الجزائرية كما تعكسها مضامين هذه المجالات.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل

لا يُعدّ الشكل في الخطاب الصحفي مجرد إطار محايد لاحتواء المضمون، بل يمثل عنصراً فاعلاً في إنتاج الدلالة وإعادة بناء الهوية الثقافية. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا المبحث إلى تحليل الأبعاد الشكلية في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»، من خلال دراسة التصميم والتخطيط، والتوجيه البصري الرمزي، وأشكال ظهور المادة الصحفية، قصد الكشف عن دورها في صياغة التمثلات الرمزية للمرأة الجزائرية.

المطلب الأول: التصميم والتخطيط

الجدول رقم (12): يمثل فئة صفحة النشر

صفحة النشر	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
الصفحة الأولى	34	5,72%	17	9,29%
صفحات داخلية	346	58,25%	111	60,66%
صفحات مشتركة	118	19,87%	39	21,31%
صفحة الوسط	21	3,54%	1	0,55%
الصفحة الأخيرة	75	12,63%	15	8,20%
المجموع	594	100%	183	100%

♦ يتبين من الجدول أعلاه أنّ الصفحات الداخلية استحوذت على النسبة الأكبر من مجموع تكرارات عناصر الهوية الثقافية في مجلة «دزيريات»، حيث بلغت 346 تكراراً بنسبة 58,25% من إجمالي ما تم رصده ضمن هذه الفئة. ويعكس هذا الحضور المكثف توظيفاً واضحاً للهوية ضمن المحتوى التحريري الممتد على الصفحات الداخلية للمجلة، سواء عبر الصور أو العناوين أو الرموز البصرية التي تجسّد مظاهر الثقافة الجزائرية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

كما تبرز الصفحات المشتركة بنسبة **19,87%**، وهو ما يدل على استمرارية التعبير عن عناصر الهوية ضمن الأركان الثابتة أو في مساهمات قارة، غالبًا ذات طبيعة سردية أو توثيقية. أما الصفحة الأولى فقد شكّلت نسبة **5,72%** فقط، وهو ما يشير إلى توظيف انتقائي للرموز أو الموضوعات ذات البعد الهوياتي على الغلاف، غالبًا بما يتماشى مع مناسبة وطنية أو حدث رئيسي.

ويلاحظ أيضًا الحضور الضعيف لفئة **صفحة الوسط** بنسبة **3,54%**، ما يُمكن تفسيره إمّا بضعف استثمار هذه المساحة لأغراض ذات دلالة ثقافية، أو بعدم توظيفها بانتظام في سياق الهوية. في حين تُظهر الصفحة الأخيرة نسبة **12,63%**، وهو ما قد يعكس تركيز المجلة على إدراج صور ختامية أو إعلانات ذات طابع محلي، أو مواد ثقافية وأدبية ذات صلة بالهوية.

◆ يتضح من الجدول أعلاه أيضًا، أنّ الصفحات الداخلية تصدّرت حضور عناصر الهوية الثقافية في مجلة «موعد حواء» بنسبة **60,66%** من إجمالي ما تم رصده، وهو ما يعكس اعتماد المجلة على توظيف الهوية داخل موادها التحريرية الممتدة، لاسيما في الأركان الخدمائية مثل الطبخ، الإسلاميات وبعض المواضيع الاجتماعية، حيث تأتي الهوية مدمجة في سياق يومي ومعيشي قريب من القارئة.

كما تبرز الصفحات المشتركة بنسبة **21,31%**، وهو حضور معتبر يشير إلى تركيز المجلة على الروبورتاجات التاريخية والاحتفالات ذات البعد الثقافي، إضافة إلى بعض الحوارات التي تتناول جزئيًا الرموز الثقافية الهوياتية. أما الصفحة الأولى فقد شكّلت نسبة **9,29%**، وتتميّز بتخصيصها لمساحات بصرية كبيرة تضم صورًا وعناوين متعددة، غير أنّ حضور الهوية الثقافية جاء بشكل متباين، إذ اقتصر غالبًا على الأعداد المرتبطة بالمناسبات الوطنية والدينية.

وبخصوص الصفحة الأخيرة، فقد بلغت نسبتها **8,20%**، حيث حُصصت غالبًا لمواد ذات طابع أدبي أو نسوي مثل القصص والشعر، أو لتقديم أزياء تقليدية وصور دعائية. في حين جاءت **صفحة الوسط** بنسبة ضعيفة لا تتجاوز **0,55%**، ما يكشف عن محدودية استثمار هذه المساحة المحورية في إبراز موضوعات متصلة بالهوية الثقافية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يتضح من خلال مقارنة مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» أن كليهما اعتمد على الصفحات الداخلية كمساحة أساسية لتجسيد عناصر الهوية الثقافية، حيث استحوذت على النسبة الأكبر

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

(58,25% في «دزيريات» مقابل 60,66% في «موعد حواء»). وهذا يعكس توجُّهاً مشتركاً في جعل المادة التحريرية ذات الطابع الخدماتي والثقافي محوراً رئيسياً لعرض الهوية داخل المحتوى اليومي للمجلة.

أما الصفحات المشتركة فقد شكّلت نسبة أعلى في «موعد حواء» (21,31%) مقارنة بـ «دزيريات» (19,87%)، ما يشير إلى اعتماد هذه الأخيرة بدرجة أقل على هذا النوع من المعالجة الجماعية للموضوعات، بينما وظفتها «موعد حواء» لإبراز تقاليد واحتفالات ومناسبات وطنية أو دينية بشكل أكثر انتظاماً.

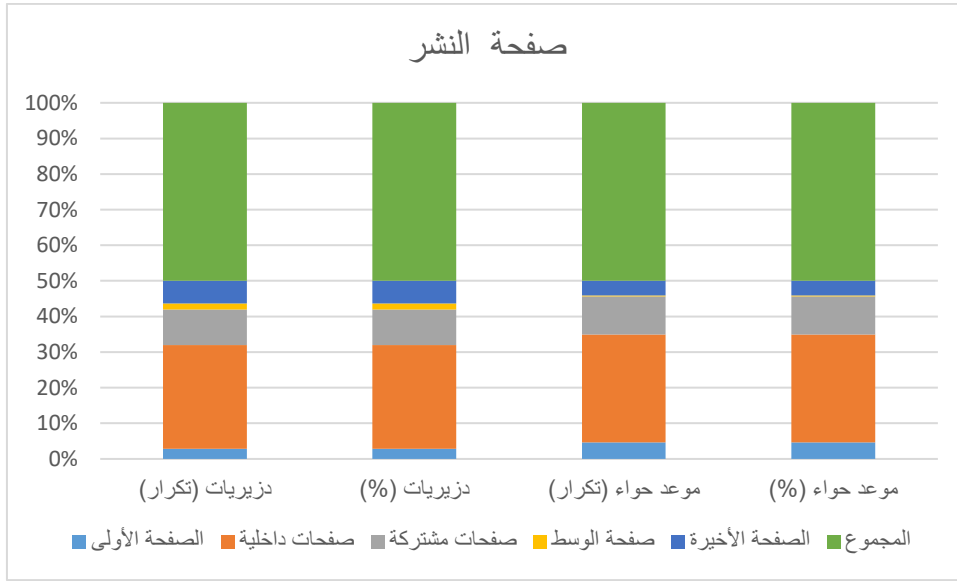
فيما يخص الصفحة الأولى، نلاحظ حضوراً أكبر نسبياً في «موعد حواء» (9,29%) مقارنة بـ «دزيريات» (5,72%)، وهو ما يعكس استراتيجية تحريرية تسعى لإبراز الهوية أو بعض مظاهرها منذ الغلاف لجذب القارئ، ولو بانتقائية مرتبطة بالمناسبات الكبرى.

الصفحة الأخيرة بدورها شكّلت مجالاً مختلفاً للتوظيف؛ إذ بلغت في «دزيريات» نسبة 12,63%، مقابل 8,20% في «موعد حواء»، ما يكشف عن ميل الأولى إلى استغلال هذه الصفحة في الصور الختامية أو الإعلانات ذات البعد المحلي، بينما وجهت الثانية هذا الحيز لمواد أدبية أو ثقافية ذات طابع نسوي.

أما الصفحة الوسطى، فقد ظهرت بشكل شبه غائب في «موعد حواء» (0,55%)، بينما سجلت «دزيريات» نسبة أوضح (3,54%)، مما يعكس اختلافاً في الرؤية الإخراجية لمساحة عادة م تكون محورية في المجالات.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن «دزيريات» اتسمت بتوظيف أكثر تنوعاً وتوزيعاً لعناصر الهوية عبر مختلف فضاءات النشر، بينما مالت «موعد حواء» إلى تركيز الهوية في الصفحات الداخلية والمشاركة، مع إبراز انتقائي على الغلاف وصفحات المناسبات، بما يعكس اختلافاً في استراتيجيات التمثيل الإعلامي رغم تقاطع الأهداف العامة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (1) يوضح فئة صفحة النشر

الجدول رقم (13) يمثل فئة مساحة النشر

مساحة النشر	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
صفحة كاملة	53	56,99%	16	17,98%
نصف صفحة	1	1,08%	7	7,87%
ثلث صفحة	0	0,00%	0	0,00%
ربع صفحة	6	6,45%	33	37,08%
صفحتان متقابلتان	18	19,35%	19	21,35%
مجموعة صفحات	15	16,13%	14	15,73%
المجموع	93	100%	89	100%

♦ أظهرت نتائج تحليل فئة مساحة النشر في مجلة «دزيريات» من خلال رصد 12 عددًا متتاليًا، تباينًا ملحوظًا في الحيز المخصص للمواد ذات العلاقة بالهوية الثقافية الجزائرية. إذ سُجِّل حضور متكرر للمواد ذات الطابع الهوياتي في صفحة واحدة، ما يعكس توجهًا واضحًا نحو إدراج المواضيع الهوياتية ضمن إطار محدود من المساحة،

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

غالبًا مدعّم بعنصر بصري (صورة أو عنوان). وقد احتلت هذه الصيغة الحيز الأكبر مقارنة بالأنماط الأخرى من المساحات.

في المقابل، برزت بعض المواضيع التي خُصّصت لها صفحتان متقابلتان أو مجموعة صفحات، وكان ذلك في الغالب متعلقًا بملفات موسعة حول الأزياء التقليدية أو استطلاعات اجتماعية تحمل مضامين ثقافية. كما وردت بعض المواد الهوياتية في نصف الصفحة أو ثلثها أو ربعها، وهو ما يدل على تنوّع استراتيجيات العرض والتناول، لكنه يعكس في ذات الوقت تفاوتًا في مستوى الأهمية أو الأولوية التي توليها المجلة للهوية الثقافية.

ويجدر التوقف عند منهجية مهمّة، وهي أن الرصد الكمي لم يقتصر على عدد الصفحات فحسب، بل راعى تنوّع الأشكال الصحفية (صورة، عنوان، مادة تحريرية، رمز بصري...) وعلاقتها بالهوية من حيث التوظيف والدلالة، مع التنبيه إلى أن المواد التي شملت أكثر من عنصر تم رصدها كتكرار واحد، وفقًا للمنهج المعتمد في هذه الدراسة، لتفادي التضخيم وتكرار العدّ.

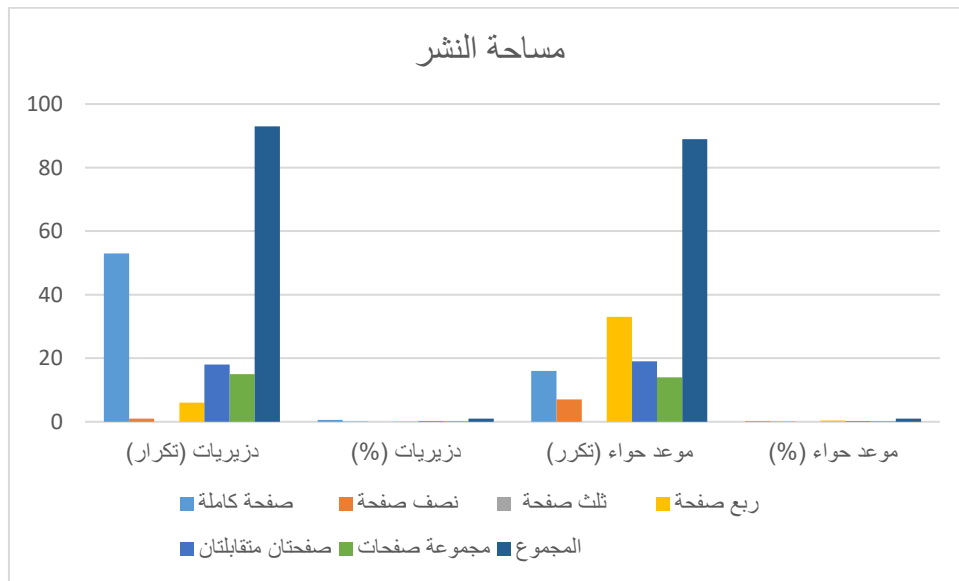
◆ من خلال الجدول أعلاه، يتبين أيضًا أن ربع الصفحة استحوذ على النصيب الأكبر من المساحة المخصّصة للمواد ذات الصلة بالهوية الثقافية في مجلة «موعد حواء»، حيث بلغ 33 تكرارًا بنسبة 37,08%، وهو ما يعكس اعتماد المجلة على استراتيجية التجزئة وتكثيف الموضوعات ذات الطابع الخدماتي أو الإرشادي في حيز صغير. تليها صيغة **الصفحتين المتقابلتين** بنسبة 21,35% (19 تكرارًا)، والتي خصصت غالبًا للريپورتاجات التاريخية أو العادات والتقاليد. كما سُجّل حضور معتبر لصيغة **المجموعة الصفحات** بنسبة 15,73% (14 تكرارًا). بينما جاءت **الصفحة الكاملة** بنسبة 17,98% (16 تكرارًا)، أي أقل حضورًا مقارنة بما رُصد في مجلة «دزيريات». في حين شكّلت **النصف صفحة** نسبة 7,87% (7 تكرارًا)، وهي الصيغة التي اعتمدت خاصة في بعض الافتتاحيات ومواضيع الطبخ.

يُستنتج من المعطيات التي يكشفها تحليل فئة مساحة النشر في مجلة «موعد حواء» عن اعتماد منهجية تقوم على توزيع المحتوى الهوياتي ضمن مساحات صغيرة ومتعدد، خاصة في وصفات الطبخ والفتاوى الدينية والمواضيع الخدماتية. وهو ما يعكس رغبة المجلة في تحقيق تنوع في المعالجة، مع الحرص على أن تكون المواد الهوياتية حاضرة لكن في شكل مجزأ وغير ممتد. ومع ذلك، فقد أولت المجلة اهتمامًا بموضوعات الهوية في ملفات موسعة من خلال **صفحتين متقابلتين** أو **مجموعة صفحات**، خاصة ما ارتبط بالريپورتاجات الميدانية أو التقاليد

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الاجتماعية. ويلاحظ أن الصفحة الكاملة لم تحظ بنفس الأهمية التي حظيت بها في «دزيريات»، إذ اقتصرَت غالبًا على الأزياء أو بعض المواد الأدبية، مما يعكس اختلافًا في سلم الأولويات التحريرية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف المقارنة بين المجلتين عن تباين واضح في استراتيجية استثمار المساحة. ففي حين اعتمدت «دزيريات» على الصفحة الكاملة (57%) كصيغة أساسية لعرض المواد الهوياتية، وهو ما يمنحها حضورًا بارزًا واهتمامًا أكبر، فضلت «موعد حواء» الاعتماد على ربع الصفحة (37%) كإخراج طيّع، ما يجعل الهوية حاضرة لكن في شكل مجزأ وموزع على صفحات عديدة. كما برزت صيغة الصفحتين المتقابلتين في كلتا المجلتين بنسب متقاربة (19% في «دزيريات» و21% في «موعد حواء»)، ما يشير إلى أن المواضيع ذات الطابع التاريخي أو الاحتفالي وجدت مساحة معتبرة في كليهما. في المقابل، يظهر أن «دزيريات» منحت أهمية أكبر لتخصيص ملفات موسعة وصفحات كاملة حول الهوية، بينما تعاملت «موعد حواء» مع الهوية من زاوية التجزئة والخدمائية أكثر من زاوية الإبراز المكثف.



الشكل رقم (2) يمثل فئة مساحة النشر

الجدول رقم (14) يمثل فئة موقع المحتوى في الصفحة

موقع المحتوى في الصفحة	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
أعلى الصفحة	65	17,02%	47	19,18%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وسط الصفحة	115	30,10%	17	6,94%
أسفل الصفحة	20	5,24%	46	18,78%
يمين الصفحة	38	9,95%	27	11,02%
يسار الصفحة	62	16,23%	22	8,98%
يمين ويسار الصفحة	36	9,42%	34	13,88%
يمين وسط يسار الصفحة	46	12,04%	52	21,22%
المجموع	382	100%	245	100%

◆ يكشف تحليل فئة "تنظيم المحتوى" في مجلة «دزيريات» عن اعتماد المجلة على توزيع بصري متنوع للمواد ذات الصلة بالهوية الثقافية الجزائرية، حيث بلغ إجمالي التكرارات 382 وحدة بصرية عبر 12 عددًا. وقد سجل التموضع في وسط الصفحة النسبة الأعلى بـ 30,1%، وهو ما يعكس استراتيجية تحريرية تهدف إلى إبراز العناصر البصرية والرمزية في مركز الصفحة لجذب انتباه القارئ. وجاء التموضع في أعلى الصفحة في المرتبة الثانية بنسبة 17,02%، ما يدل على اهتمام المجلة بإعطاء الأولوية للعناوين البارزة والرموز الهوية في مقدمة الصفحة.

أما التموضع في يسار الصفحة فقد مثل 16,23% من إجمالي التكرارات، مقابل 9,95% لليمين، وهو ما يشير إلى ميل طفيف نحو استغلال الجانب الأيسر للصفحة في عرض المواد التحريرية والرمزية، انسجامًا مع طبيعة القراءة العربية من اليمين إلى اليسار التي تمنح للجانب الأيسر بعدًا بصريًا مكملًا. في المقابل، سجل التموضع في أسفل الصفحة حضورًا محدودًا بنسبة 5,24%، ما يبرز أن المجلة لا تعتمد على الأسفل كمنطقة عرض رئيسية للمواد الهوية.

ويلاحظ كذلك حضور فئتي يمين ويسار الصفحة (9,42%) ويمين وسط يسار الصفحة (04,12%) واللتين تعكسان أسلوب الإخراج المعتمد في بعض المواضيع المتكاملة التي تغطي مساحة الصفحة كاملة وتضم صورًا ورموزًا متفرقة تشكل وحدة موضوعية واحدة، خاصة عند معالجة الملفات التراثية مثل الأزياء التقليدية أو الأطباق الخاصة بالمناسبات الوطنية والدينية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وتبرز هذه النتائج اعتماد المجلة على التوزيع المركزي والعرض المتوازن لإبراز العناصر البصرية المرتبطة بالهوية، مع تركيز واضح على الوسط والأعلى لإعطاء أولوية جمالية ووظيفية للمواضيع الهوية، في حين تميل الصفحات ذات الطابع الرمزي إلى استغلال كامل الامتداد الأفقي للصفحة لإبراز المشهد الثقافي كوحدة متكاملة.

يُستنتج من المعطيات أن مجلة «دزيريات» أظهرت اعتمادًا واضحًا على التوزيع البصري المتنوع للمواد ذات الصلة بالهوية الثقافية الجزائرية عبر 12 عددًا. فقد مثل التموضع في وسط الصفحة النسبة الأعلى، وجاءت فيه غالبًا صور الأزياء التقليدية والصفحات الخاصة بالاستطلاعات المناسبة للمواسم الدينية كرمضان وعيد الفطر، إضافة إلى بعض الإعلانات ذات البعد الثقافي أو الرمزي، ما يعكس استراتيجية تهدف إلى إبراز هذه العناصر بصريًا في قلب الصفحة لجذب الانتباه.

أما المواد التي تركزت في أعلى الصفحة فكانت في معظمها مواضيع طبخ أو تغطيات إخبارية ذات طابع سريع، مستفيدة من المنطقة البصرية العليا لجذب نظر القارئ دون الاعتماد على امتداد بصري كبير. بينما احتلت المواد الموضوعية أسفل الصفحة نسبة أقل، وغالبًا ما كانت لمواضيع يهيمن عليها الطابع البصري حيث تقل المادة التحريرية مقارنة بالصور المكتملة للمحتوى، وهو ما سيتم توضيحه لاحقًا ضمن الفئات المخصصة للصور والرموز البصرية والتركيز البصري.

وفيما يخص التموضع الجانبي، فقد ظهر الميل لاستخدام يسار الصفحة عندما تُدرج الصور جهة اليمين، تحقيقًا للتوازن البصري. بينما استخدم تموضع يمين - يسار في حالات الروبرتاجات والمواضيع المناسباتية التي تتطلب توزيعًا بصريًا متكاملًا. كما ظهر تموضع يمين - وسط - يسار في الصفحات التي شكلت وحدة موضوعية واحدة تمتد على كامل عرض الصفحة، خاصة في الملفات التراثية والمواسم الثقافية.

يتضح من خلال هذا الرصد أن مجلة «دزيريات» توظف التنظيم البصري كأداة وظيفية وجمالية في آن واحد، حيث تمنح العناصر البصرية، خاصة الرموز الثقافية، مساحة بارزة في الصفحة بما يفسر ارتفاع تكرارها مقارنة بالعناصر الأخرى بعد الصور، بما يعزز رسالتها الهويةية ويجذب القارئ بصريًا.

◆ في المقابل يتضح من الجدول أعلاه أن إجمالي التكرارات في فئة تنظيم المحتوى بمجلة «موعد حواء» بلغ 245 تكرارًا، وهو رقم أقل من نظيره في مجلة «دزيريات» (382 تكرارًا). وقد تصدر التموضع في فئة يمين - وسط - يسار الصفحة النسب المسجلة بنسبة 21,22%، متبوعًا بالصفحات العلوية بنسبة 19,18%،

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ثم التموضع في أسفل الصفحة بنسبة 18,78%. في المقابل، سُجِّل حضور ضعيف نسبياً للمواد الموضوعية في وسط الصفحة (6,94%)، وهو ما يعكس اختلافاً في التوجه التحريري بين المجلتين. أظهر تحليل توزيع المحتوى في مجلة «موعد حواء» عن أسلوبين مختلفين في توزيع المواد ذات الصلة بالهوية الثقافية الجزائرية:

فمن جهة، برزت تجزئة الصفحات بشكل واضح، تم الاعتماد فيها على أسلوب بصري مزدحم بالمواضيع والعناوين في الصفحة الواحدة، خصوصاً في موضوعات الفتاوى والقصص القصيرة والمواد الأدبية والخدماتية، حيث غالباً ما توزَّع على أكثر من ربع أو نصف صفحة. وقد استُغِلَّ أعلى الصفحة لإدراج الافتتاحيات أو العناوين البارزة، خاصة في الجهة اليسرى، فيما ورد التموضع أسفل الصفحة ضمن مواضيع الطبخ التي عُرضت بكثافة على شكل وحدات صغيرة متجاورة. ويعكس هذا الخيار نزعة نحو الإخراج المكثف والمتنوع، بما يسمح بتغطية أكبر عدد من المواضيع في المساحة المحدودة.

ومن جهة أخرى، اعتمدت المجلة على الوحدة الموضوعية الكاملة في معالجة المواد ذات البعد الهوياتي البارز، خاصة تلك المتعلقة بالعادات والتقاليد، الاحتفالات الوطنية والدينية، أو بعض الروبورتاجات التاريخية. وقد اتضح ذلك من خلال اعتماد تموضع "يمين - وسط - يسار الصفحة"، حيث شكَّلت المواد وحدة بصرية متكاملة مدعمة بالصور والرموز، تعكس مشهداً ثقافياً واحداً متماسكاً.

هذا التباين في الأسلوب التحريري والبصري يعكس استراتيجية مزدوجة: تقديم المواد الثانوية والخدماتية في شكل مجزأ سريع الاستهلاك، مقابل إيلاء المواضيع الهوياتية حضوراً متماسكاً ومركزياً يبرز أهميتها الرمزية في الخطاب الإعلامي للمجلة.

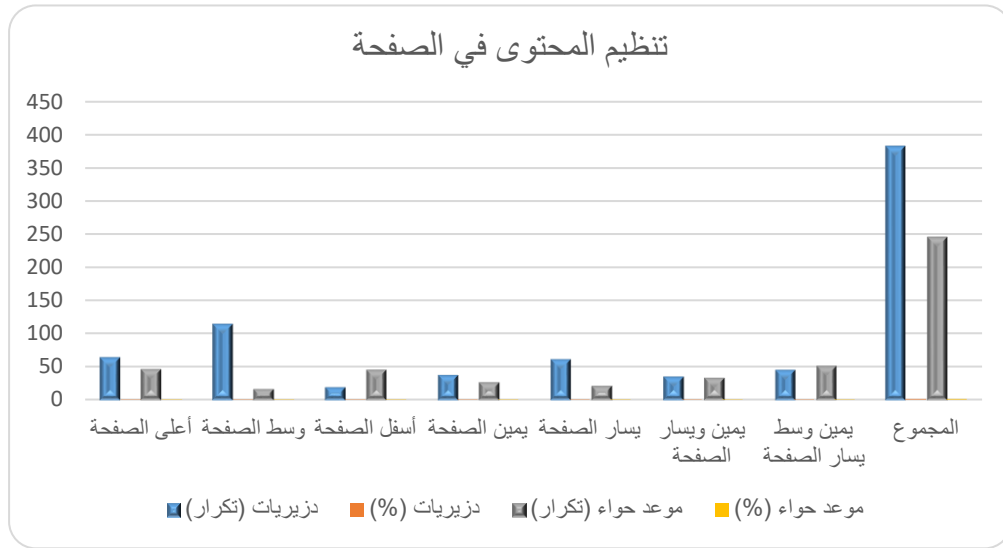
■ **المقارنة بين المجلتين:** عند مقارنة تموضع المواد ذات الصلة بالهوية الثقافية في المجلتين، يتضح اختلاف جوهري في الاستراتيجية الإخراجية:

فقد اعتمدت «ذريعات» على المركزية البصرية، حيث مثَّل التموضع في وسط الصفحة النسبة الأعلى (30,10%)، وهو ما يعكس توجهها نحو إبراز العناصر الهوياتية بشكل جمالي واضح في قلب الصفحة، مدعوم غالباً بالصور الكبيرة للأزياء التقليدية أو الملفات المناسباتية. كما منحت المجلة أهمية لتوضع أعلى الصفحة (17,02%) لجذب القارئ مباشرة بالرموز والعناوين ذات البعد الهوياتي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

في المقابل، ميّز «موعد حواء» أسلوبها من خلال الازدحام البصري والتجزئة، إذ لم تمنح وسط الصفحة سوى نسبة محدودة (6,94%)، وفضّلت توزيع المواد في مواقع متعددة كالجزء العلوي (19,18%) أو السفلي (18,78%) أو عبر امتداد الصفحة كاملة (يمين - وسط - يسار) بنسبة معتبرة (21,22%)، خاصة في معالجة العادات والتقاليد أو الاحتفالات الوطنية.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن «دزيريات» ركّزت على إضفاء جاذبية بصرية للهوية عبر تموضع مركزي وأعلى الصفحة، في حين اختارت «موعد حواء» تقديم صورة أكثر تنوعاً ومرونة عبر توزيع متوازن يجمع بين التجزئة في المواد الخدمائية والوحدة الموضوعية في المواد الهوية.



الشكل رقم (3) يمثل فئة موقع المحتوى في الصفحة

المطلب الثاني: التوجيه البصري الرمزي

جدول رقم (15): يمثل فئة الرصد الكمي لفئة العناوين

المعيار	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
العناوين الهوية	175	25,18%	89	8,78%
العناوين غير الهوية	520	74,82%	925	91,22%
إجمالي العناوين	695	100%	1014	100%

◆ أظهر الرصد الكمي للعناوين في أعداد مجلة «دزيريات» أن العدد الإجمالي للعناوين بلغ 695 عنواناً، منها 175 عنواناً ذا طابع هوياتي بنسبة 25,18%، مقابل 520 عنواناً خارج التصنيف الهوياتي بنسبة 74,82%.

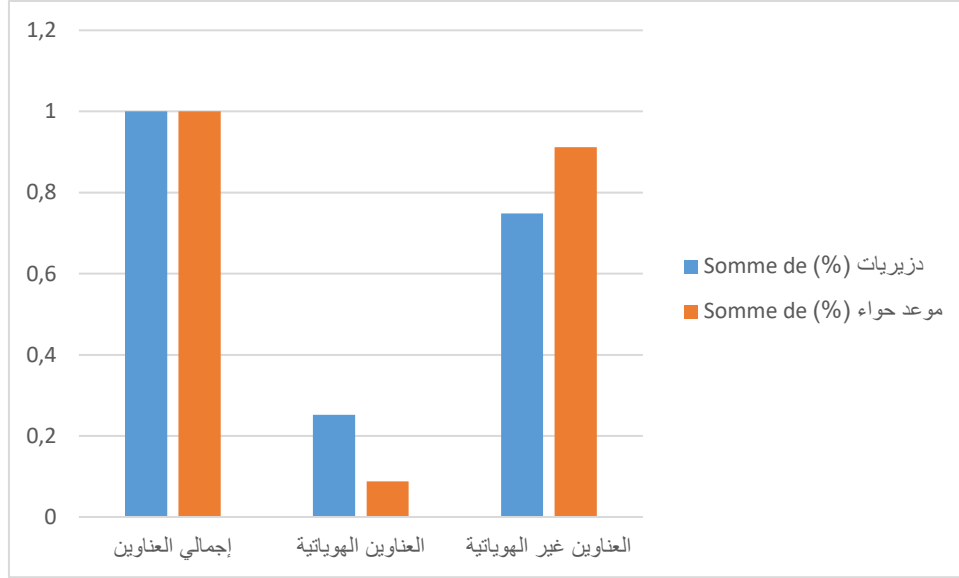
وتعكس هذه النتائج ميل الخط التحريري للمجلة نحو التركيز الأكبر على مواضيع غير هوياتية، سواء كانت ذات طابع ترفيهي أو تسويقي أو مرتبطة بأنماط الحياة العصرية، مقابل حضور أقل نسبياً للعناوين التي ترتبط بالهوية الثقافية الجزائرية بشكل مباشر أو غير مباشر. ويشير هذا التوزيع إلى أن المجلة تسعى إلى الجمع بين تقديم مضامين مرتبطة بالتراث والرموز الثقافية الوطنية، والانفتاح على أنماط وقيم ومؤثرات من ثقافات أخرى، مع تغليب الجانب الثاني في الكم.

◆ في المقابل، أظهر الرصد الكمي للعناوين في أعداد «موعد حواء» أن العدد الإجمالي للعناوين بلغ 1014 عنواناً، منها 89 عنواناً هوياتياً بنسبة 8,78% فقط، مقابل 925 عنواناً غير هوياتياً بنسبة 91,22%. ويكشف هذا التوزيع عن ضعف الحضور العددي للعناوين المرتبطة بالهوية الثقافية مقارنة بالعناوين الأخرى، ما يبرز هيمنة المواضيع ذات الطابع الخدماتي أو الاجتماعي أو الترفيهي على الخط التحريري للمجلة. وتشير معطيات الرصد الكمي للعناوين في «موعد حواء» إلى غلبة الطابع الخدماتي والنمطي، حيث برزت موضوعات تتعلق بالطبخ، الصحة، الفتاوى الدينية، والعلاقات الأسرية، وهي مواضع تقدّم في الغالب بشكل تقليدي يخاطب المرأة في أدوارها النمطية كزوجة وأم ومدبرة للأسرة. كما سجلت المجلة حضور بعض العناوين ذات البعد النقدي أو التساؤلي، كلمها بقيت محدودة، بينما كان الحضور الهوياتي متركزاً في العناوين المرتبطة بالمناسبات الدينية والوطنية (رمضان، الأعياد، بعض العادات الاجتماعية). بذلك تعكس المجلة توجهها تحريراً يوازن بين الحفاظ على هوية محافظة تقليدية وبين الانفتاح الجزئي على القضايا الاجتماعية ذات الطابع التوجيهي أو التثقيفي، دون أن تمنح الهوية الثقافية حضوراً واسعاً عبر عناوينها.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف المقارنة أن «دزيريات» منحت العناوين الهوياتية مساحة أوسع بنسبة 25,18%، بينما تراجعت هذه النسبة في «موعد حواء» إلى 8,78% فقط. غير أن هذا الحضور في «دزيريات» اتسم غالباً بالسطحية والجمالية، حيث ارتبط بعناوين الأزياء والمناسبات بلمسة استعراضية، في حين برزت في «موعد حواء» العناوين الهوياتية في سياق تقليدي محافظ يتعلق بالطبخ، الفتاوى، وبعض الطقوس الاجتماعية. وعليه يمكن القول إن كلا المجلتين تعاملتا مع الهوية الثقافية بوصفها مكوناً ثانوياً، لكن «دزيريات»

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ركزت على إظهارها بصريًا وجماليًا، بينما «موعد حواء» عالجتها بوصفها امتدادًا للخطاب الديني والخدمي النمطي.



الشكل رقم (4) يمثل فئة الرصد الكمي للعناوين

جدول رقم (16): يمثل فئة العناوين حسب الشكل

شكل العناوين	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
عنوان عريض	46	26,29%	18	20,22%
عنوان ممتد	56	32,00%	35	39,33%
عنوان عمودي	36	20,57%	19	21,35%
عنوان مميز بصريًا/ مزخرف	37	21,14%	17	19,10%
المجموع	175	100%	89	100%

♦ أظهر رصد العناوين الهويةية في مجلة «دزيريات» أن العناوين الممتدة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 32%(56 عنوانًا)، وهو ما يعكس اعتماد المجلة على العناوين الطويلة أو المركبة التي تمتد على أكثر من سطر أو تغطي مساحة عرضية واسعة، بهدف تقديم تفاصيل أو شروح إضافية ضمن العنوان نفسه.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تلتها العناوين العريضة بنسبة 26,29% (46 عنواناً)، وهي العناوين التي تتميز بحجم خط أكبر لجذب الانتباه وإبراز أهمية الموضوع.

أما العناوين المميزة بصرياً أو المزخرفة فقد شكلت 21,14% (37 عنواناً)، وغالباً ما ارتبطت بالمناسبات أو الفعاليات الخاصة، حيث استُخدمت الألوان والحلقيات والزخارف لإبراز الطابع الاحتفائي أو الرمزي لهذه الأحداث.

في حين جاءت العناوين العمودية في المرتبة الأخيرة بنسبة 20,57% (36 عنواناً)، وغالباً ما ارتبطت بمواضيع ثابتة أو أقسام محددة داخل المجلة.

وتشير هذه النتائج إلى تنوع الأشكال البصرية للعناوين، حيث برزت العناوين الممتدة وكانت الأكثر حضوراً بنسبة 32%، وجاءت مرتبطة بمواضيع خاصة بالتراث أو الأزياء التقليدية أو المناسبات الوطنية، حيث اتسمت بامتدادها على أكثر من سطر لإعطاء شرح أو تفصيل داخل العنوان ذاته. تلتها العناوين العريضة بنسبة 26%، التي اعتمدت على الخط الكبير الحجم وشغلت في بعض الحالات ربع الصفحة، مما منحها بروزاً بصرياً لافتاً. أما العناوين المميزة بصرياً والمزخرفة فقد شكلت 21%، وغالباً ما استُخدمت في الأعداد ذات الطابع الاحتفالي أو المناسباتي (الأعياد الوطنية والدينية)، حيث أبرزت بالألوان أو بخلفيات مغايرة أو بإطارات تأطيرية زادت من جاذبيتها البصرية. بينما جاءت العناوين العمودية بنسبة 20%، وعادة ما ارتبطت بمواد ثابتة كالأركان أو الأعمدة.

ويلاحظ أن المجلة اعتمدت إستراتيجية إخراجية منظمة في صياغة العناوين، إذ جمعت بين الحجم الكبير والتمييز البصري المنتقى بعناية، ما جعل العناوين واضحة وبارزة دون أن تؤدي إلى تشتت القارئ، بل منحت الصفحة طابعاً أنيقاً ومنسجماً بصرياً يعكس توجهها نحو إبراز الهوية بأسلوب جمالي مدروس.

◆ كما يكشف الجدول أعلاه أن مجلة «موعد حواء» خصصت 89 عنواناً هوياتياً، جاءت العناوين الممتدة في المرتبة الأولى بنسبة 39,33% (35 عنواناً)، تلتها العناوين العمودية بنسبة 21,35% (19 عنواناً)، ثم العناوين العريضة بنسبة 20,22% (18 عنواناً). في حين شكلت العناوين المميزة بصرياً/ المزخرفة نسبة 19,10% (17 عنواناً).

وتبرز هذه النسب اعتماد المجلة على العناوين الممتدة بدرجة أكبر مقارنة ببقية الأشكال، وهو ما يدل على أسلوب يعتمد الإطالة والشرح في تقديم الموضوعات، بخلاف الاختصار على العناوين المكثفة أو البصرية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وفي السياق ذاته أظهر تحليل أشكال العناوين في مجلة «موعد حواء» أن العناوين الممتدة ارتبطت أساسًا بموضوعات الهوية الغذائية (الوصفات والأطباق التقليدية) وبالفتاوى الإسلامية، حيث سعت إلى تقديم تفاصيل أكبر داخل العنوان لتوضيح مضمون الموضوع. أما العناوين العريضة فقد ارتبطت بالريورتاجات المكانية والاحتفالات الشعبية والدينية، وجاءت غالبًا بخط بارز لجذب الانتباه.

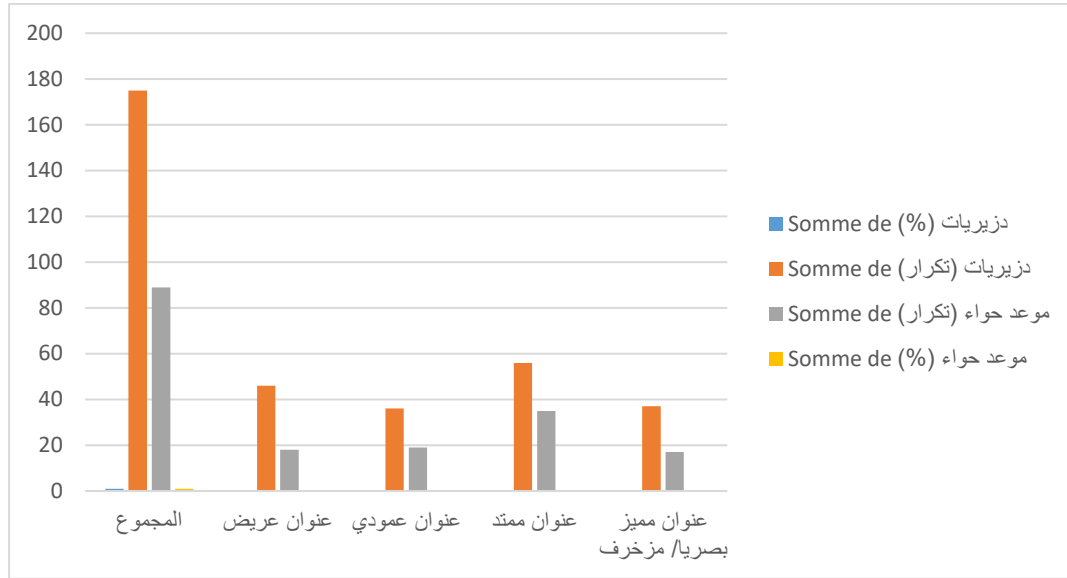
العناوين العمودية تكرر في الحوارات وبعض المواد الإرشادية والخدمية، وهو ما يعكس أسلوبًا تقليديًا في العرض، بينما استخدمت العناوين المميزة بصريًا/ المزخرفة في المواضيع التاريخية والاحتفالية التمجيدية، حيث وظفت ألوانًا وإطارات تأطيرية تبرز الطابع الاحتفالي أو الرمزي.

لكن يُلاحظ أن المجلة - بخلاف «دزيريات» - تميل إلى الاكتظاظ في الصفحة من خلال إدراج عدة عناوين متجاورة بأشكال مختلفة، ما يجعل أسلوبها أقرب إلى إخراج الجريدة، وهو أمر ينسجم مع طبيعة كونها تصدر عن جريدة الموعد اليومي.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف المقارنة بين المجلتين عن اختلاف واضح في استراتيجيات توظيف العناوين ذات الطابع الهوياتي. ففي حين اعتمدت «دزيريات» على العناوين الممتدة والعريضة بشكل بارز، مع استخدام الحجم الكبير والتأطير البصري (ألوان، خلفيات، إطارات) لإضفاء طابع جمالي ومنظم يبرز الرموز الثقافية في إطار جاذب ومرتب، فإن «موعد حواء» مالت إلى اعتماد عناوين أكثر اكتظاظًا وتنوعًا في الاتساع، ما جعل الصفحة أقرب في إخراجها إلى أسلوب الجرائد، حيث أدرجت عدة مواضيع في الصفحة الواحدة بعناوين متفاوتة الحجم والشكل.

هذا التباين يعكس اختلافًا في فلسفة الإخراج؛ فـ «دزيريات» سعت إلى فرض هيمنة بصرية عبر عناوين واضحة وكبيرة الحجم تجعل المواضيع الهوياتية في مركز الاهتمام، وهو ما يتوافق مع نظرية الهيمنة (Dominance) في قدرتها على توجيه القارئ نحو عناصر معينة وإقصاء أخرى بصريًا. في المقابل، فإن «موعد حواء» مثّلت الهوية ضمن إطار مزدحم ومجزأ، ما يتماشى مع نظرية التمثيل (Representation) حيث تتوزع الرموز الثقافية بين مواضيع وخطابات متعددة، وتظهر كجزء من كلٍّ متشابك يعكس تنوع المرجعيات داخل المجلة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (5): يمثل فئة العناوين حسب الشكل

جدول رقم (17): يمثل فئة العناوين حسب المضمون

مضمون العناوين	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
عنوان خبري	17	9,71%	12	13,48%
عنوان تقرير	2	1,14%	10	11,24%
عنوان حكمة/ مثل	3	1,71%	0	0,00%
عنوان اقتباسي	8	4,57%	5	5,62%
عنوان تعجبي	1	0,57%	0	0,00%
عنوان استفهامي	6	3,43%	0	0,00%
عنوان تعبوي	2	1,14%	3	3,37%
عنوان وصفي	132	75,43%	53	59,55%
عنوان مقارن	4	2,29%	6	6,74%
المجموع	175	100%	89	100%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

◆ يكشف الرصد الكمي أن العناوين الوصفية/الوجدانية هي الأكثر حضوراً في العناوين الهوياتية بمجلة «دزيريات»، إذ بلغت 75,43% (132 عنواناً)، ما يعكس اعتماد المجلة بشكل كبير على الأوصاف والصفات الممزوجة أحياناً بنبرة شعورية أو إيجائية، لتقديم صورة ذهنية للقارئ تربطه بالمحتوى منذ الوهلة الأولى. تلتها العناوين الخبرية بنسبة 9,71% (17 عنواناً)، وهي التي تكتفي بعرض المعلومة أو الحدث بأسلوب مباشر، ثم العناوين الاقتباسية بنسبة 4,57% (8 عناوين) المأخوذة من أقوال شخصيات أو نصوص، والعناوين الاستفهامية بنسبة 3.43% (6 عناوين) التي تسعى لإثارة الفضول وتحفيز القارئ على الاطلاع. أما العناوين المقارنة فقد بلغت نسبتها 2,29% (4 عناوين)، في حين لم يتجاوز حضور كل من العناوين التقريرية والتعبوية نسبة 1,14% (2 عنوان لكل منهما)، والعناوين التي تحمل حكماً أو أمثالاً شعبية 1,71% (3 عناوين). وجاءت العناوين التعجبية في المرتبة الأخيرة بنسبة 0,57% (عنوان واحد فقط).

وتشير هذه النتائج إلى اعتماد مجلة «دزيريات» بشكل لافت على الأسلوب الوصفي/الوجداني الذي يضيف بعداً جمالياً وإيجائياً على الخطاب، كما في عنوان: "احتفالات ربوع الوطن بيناير عادات وتقاليد مثيرة للاهتمام" (عدد 129)، الذي يجمع بين الوصف والبعد الشعوري. في المقابل، استخدمت العناوين الخبرية- التقريرية لربط القارئ بالحدث، كما في "الطبعة الأولى من الصالون الوطني للصناعات التقليدية الأصيلة" (عدد 133)، أو الخبر الوصفي المركب مثل "إدارة مهرجان أسوان الدولي لأفلام المرأة تحت اسم المناضلة الجزائرية جميلة بوحيرد" (عدد 140).

أما العناوين الاستفهامية، مثل "من هي بنت الفاميليا بنظرك؟"، والعناوين ذات الطابع الحكمي، مثل "الزواج ليلة تدابرو سبعة أيام"، فتشير إلى توظيف أساليب إثارة الفضول والارتباط بالتراث الشعبي.

هذه الاستراتيجيات مجتمعة تجعل من العنوان أداة جاذبة ذات طابع جمالي أكثر من كونه وسيلة إخبارية محضة.

◆ أما مجلة «موعد حواء»، فقد سجلت العناوين الوصفية حضوراً أقل مقارنة بـ «دزيريات»، لكنها بقيت في الصدارة بنسبة 59,55% (53 عنواناً)، تلتها العناوين غير الوصفية مثل الخبرية (13,48%)، التقريرية (11,24%)، المقارنة (6,74%)، والتعبوية (3,37%). في حين غابت نهائياً العناوين الحكمية، الاستفهامية، والتعجبية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

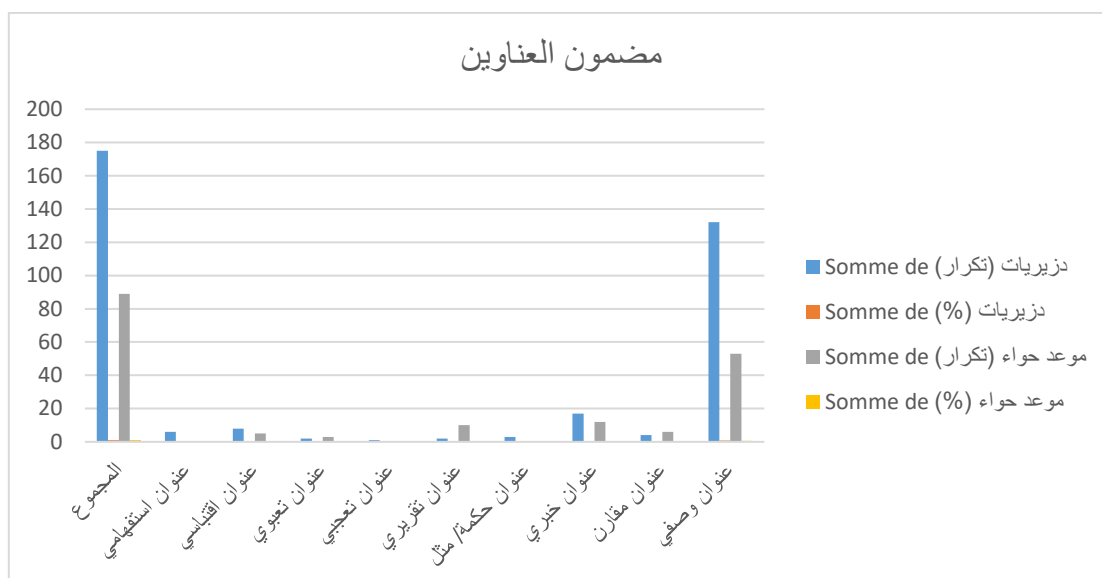
أظهرت مجلة «موعد حواء» بدورها اعتمادًا ملحوظًا على العناوين الوصفية بنسبة 59,55%، غير أن طابعها يختلف عن نظيرتها «دزيريات»، حيث تميل إلى الوصف الخبري- الواقعي أكثر من الطابع الوجداني. فقد ركزت على وصف أحداث أو ممارسات يومية ترتبط بالهوية، مثل "الجزائريون في المولد النبوي اختلفوا في الأطباق واتفقوا على المفرقات" (عدد 23)، أو "عادات يحركها الحنين إلى الماضي"، كما استخدمت الوصفي في سياق نقدي مباشر، كما في "الهيدورة من ديكور في الصالونات إلى حاويات المزابل" (عدد 20). وهذا يبرز أن الوصفي في «موعد حواء» أقرب إلى التقرير الخبري/اليومي منه إلى الرمزية الجمالية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يتضح من المقارنة بين المجلتين أن العنوان الوصفي كان هو الأكثر حضورًا في كلاهما، غير أن طبيعته اختلفت بشكل لافت. ففي مجلة «دزيريات» اتخذ الطابع الوصفي بعدًا وجدانيًا وجماليًا إيحائيًا، يُبرز الرموز التراثية والاحتفالات الشعبية من خلال لغة مشحونة بالقيم والرموز الثقافية (مثل: احتفالات ربوع الوطن بيناير عادات وتقاليد مثيرة للاهتمام). في المقابل، اعتمدت مجلة «موعد حواء» على الوصفي أيضًا ولكن بطابع خبري- واقعي- يومي، يُحاكي الحياة الاجتماعية المباشرة أو يقدم صورًا تقريرية ونقدية عن الممارسات المرتبطة بالهوية (مثل: الجزائريون في المولد النبوي اختلفوا في الأطباق واتفقوا على المفرقات أو الهيدورة من ديكور في الصالونات إلى حاويات المزابل).

أما العناوين الخبرية والتقريبية، فقد كانت نسبتها أوضح في «موعد حواء» (13,48% و 11,24%) مقارنة بـ «دزيريات» التي لم تتجاوز فيها 9,71% و 1,14% على التوالي، ما يعكس طابعها الأقرب إلى الأسلوب الصحفي المباشر.

في حين برزت في «دزيريات» بعض الأشكال الأخرى كالاستفهامية أو التعجبية أو الاقتباسية، وهو ما لم يحضر إلا بشكل محدود أو شبه غائب في «موعد حواء»، ما يعزز فكرة أن «دزيريات» تميل إلى التنوع الجمالي، بينما «موعد حواء» تقترب من الأسلوب الخبري الواقعي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (6) يمثل فئة العناوين حسب المضمون

جدول رقم (18): يمثل فئة العناوين حسب الدلالة الرمزية

دلالة العنوان	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعدها» (تكرار)	«موعدها» (%)
دلالة هوياتية تقليدية	75	42,86%	18	20,22%
دلالة عصرية تغريبية	10	5,71%	3	3,37%
دلالة احتجاجية نقدية	6	3,43%	6	6,74%
دلالة تمجيدية احتفائية	9	5,14%	15	16,85%
دلالة وجدانية قيمية	22	12,57%	15	16,85%
دلالة تقليدية عصرية	14	8,00%	4	4,49%
دلالة هوياتية تمجيدية	16	9,14%	8	8,99%
دلالة هوياتية وجدانية	8	4,57%	8	8,99%
دلالة محايدة وظيفية	15	8,57%	12	13,48%
المجموع	175	100%	89	100%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

◆ يكشف الرصد الكمي في مجلة «دزيريات» أن العناوين ذات الدلالة الهوياتية التقليدية تصدرت القائمة بنسبة 42,86% (75 عنوانًا)، وهو ما يؤكد تركيز المجلة على إبراز الرموز التراثية والعادات والتقاليد الجزائرية في خطابها العنوايني. تلتها الدلالة الوجدانية القيمية بنسبة 12,57% (22 عنوانًا)، ثم الدلالة الهوياتية التمجيدية بنسبة 9,14% (16 عنوانًا)، تليها الدلالة التقليدية العصرية بنسبة 8% (14 عنوانًا)، والدلالة المحايدة الوظيفية بنسبة 8,57% (15 عنوانًا). أما باقي الدلالات فجاءت حضورها متراجعًا: العصرية التغريبية (5,71%)، التمجيدية الاحتفائية (5,14%)، الهوياتية الوجدانية (4,57%)، وأخيرًا الاحتجاجية النقدية بنسبة ضعيفة لم تتجاوز 3,43% (6 عناوين).

يتضح من مضمون العناوين أن مجلة «دزيريات» اعتمدت بشكل بارز على الدلالة الهوياتية التقليدية التي ظهرت في عناوين مثل "الزي التقليدي أصالة جمال ورقة" (عدد 129)، و "الزي التقليدي أصل الإبداع تميز وأناثة" (عدد 130)، أو في التغطيات الخاصة بالمطبخ التقليدي مثل "حلويات العيد" (عدد 134). هذه العناوين تركز على الجانب المظهري الاحتفالي من الهوية أكثر من الخوض في أبعادها الفكرية أو النقدية.

كما برزت عناوين ذات بعد ترويجي تجاري تحت غطاء الهوية مثل "المعرض الوطني للزواج" و "لوك الشهر للمحجبات"، وهو ما يكشف عن توظيف الهوية في إطار استهلاكي جمالي، في المقابل، حضرت الدلالة الوجدانية القيمية عبر عناوين مثل "المعاملة الجيدة نصف العلاج" و "الأمل والتضامن عنوان حفل المرضى بالترينوميا"، التي تعكس شحنة شعورية مرتبطة بالقيم الإنسانية والانتماء.

أما الدلالة التمجيدية الاحتفائية فقد تجلت في عناوين مثل "حمام العروسة طقوس بنكهة جزائرية" أو "جميلة بوحيرد تحظى بتكريم مميز بمصر"، حيث امتزج البعد الهوياتي بالاحتفاء بالشخصيات والأحداث. في حين مثلت الدلالة التقليدية العصرية مثل "تشكيلة هاجر بلمسة عصرية راقية" محاولة للجمع بين الأصالة والحداثة. ولم يغيب البعد الاحتجاجي/النقدي كعنوان "سارة برتيمه... لـ «دزيريات» لم نقصد الإساءة" (عدد 135)، لكنه ظل ضعيفا مقارنة بالدلالات الأخرى.

يظهر خطاب العناوين في «دزيريات» حضورًا قويًا لنظرية التمثيل الثقافي، حيث تمثل العناوين فضاءً لإعادة إنتاج صور الهوية من خلال الأزياء، المطبخ، والطقوس، مع التركيز على الجوانب الرمزية المظهرية أكثر من النقاشات الفكرية. كما يمكن ربط التوجه نحو العناوين الترويجية الاستهلاكية بنظرية الهيمنة، حيث يتم تقديم الهوية في قالب جمالي-تجاري يخدم السوق الإعلامي أكثر من خدمة الوعي الهوياتي النقدي. في حين أن ضعف

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

العناوين ذات البعد النقدي أو العصرية يعكس محدودية نظرية الغرس الثقافي، إذ تكتفي المجلة بإعادة تكرس الصور النمطية للمرأة والهوية.

◆ في المقابل أظهر الرصد الكمي في مجلة «موعد حواء» أن العناوين ذات الدلالة الهويةية التقليدية مثل مواضيع الطبخ والعادات الدينية والاجتماعية، مثلت النسبة الأعلى في المجلة بـ 20,22% (18 عنواناً)، لكنها تبقى أقل بكثير من النسبة المسجلة في «دزيريات» (42,86%). كما برزت الدلالة الوجدانية/القيمية والتمجيدية الاحتفائية بنسبة متقاربة (16,85% لكل منهما)، ثم الدلالة المحايدة الوظيفية بـ 13,48% (12 عنواناً).

أما باقي الدلالات فقد جاءت متفاوتة: الهويةية التمجيدية (8,99%)، الهويةية الوجدانية (8,99%)، الاحتجاجية النقدية (6,74%)، التقليدية العصرية (4,49%)، وأخيراً العصرية التغريبية بنسبة ضعيفة لم تتجاوز (3,37%).

يتبين من خلال تحليل مضمون العناوين أن المجلة ركزت على الهوية التقليدية عبر مواضيع الطبخ بشكل طاعٍ ("المدقوق، البكبوكة، قنيدلات، قرن غزال...")، بخلاف «دزيريات» التي جمعت الوصفات تحت عناوين جامعة، فإن «موعد حواء» اعتمدت أسلوب التششت والازدحام العنواني في الصفحة، ما يجعلها أقرب إلى إخراج الجريدة منها إلى المجلة المتخصصة.

كما ظهرت الدلالة العصرية/التغريبية في بعض العناوين الجريئة أو ذات الطابع الصحفي المكمل مثل "لذة بطعم الممنوع" أو "فرحة الخروج من القفص تضاهي فرحة دخوله". هذه العناوين تشي بمحاولة كسر بعض التقاليد وتسلط الضوء على موضوعات غير مألوفة في المجالات النسائية التقليدية.

أما الدلالة الاحتجاجية/النقدية فقد حضرت بوضوح أكبر مما هو عليه الحال في «دزيريات»، كما في "عادات يحركها الحنين إلى الماضي"، "متزوجة وغير متزوجة"، "عمري ضاع مع زوجي"، أو "الهيدورة من ديكور في الصالونات إلى حاويات المزابل". وهي عناوين تطرح تساؤلات اجتماعية حول الموروث أو تنتقد بعض الممارسات التي تثقل كاهل المرأة.

في المقابل، برزت الدلالة التمجيدية الاحتفائية بقوة في التغطيات الوطنية ("عيد الاستقلال، ذكر نوفمبر") أو المناسبات الدينية ("رمضان، العيد"). بينما تمثلت الدلالة الوجدانية/القيمية في الخطاب الديني خاصة عبر ركن

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

"إسلاميات" والفتاوى ("فتاوى رمضان"، "فتاوى للمرأة فقط")، إضافة إلى عناوين محملة بالحنين مثل "ريحة رمضان" و"نسمات عيانية".

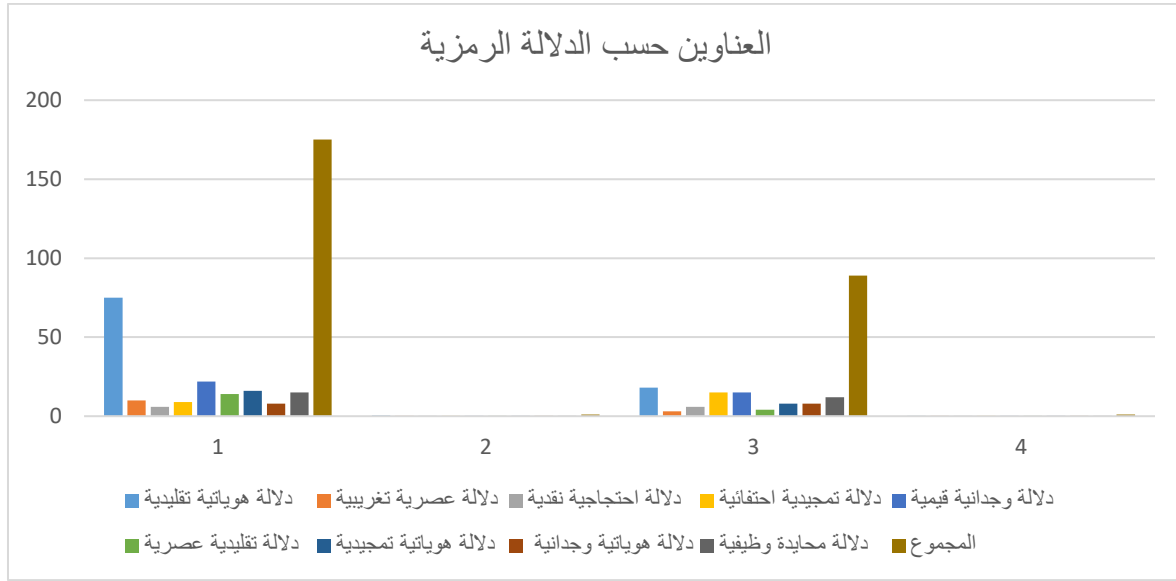
كما حاولت المجلة الجمع بين الأصالة والمعاصرة عبر عناوين تقليدية عصرية مثل "ديكورات عربية لفخامة منزلك" و "المرأة القبائلية بين البارح واليوم". وبرزت الدلالة الهوياتية التمجيدية عبر تكريم شخصيات نسائية مناضلة أو رائدة ("مفخرة الجزائر سيليا خشة"، المجاهدة خديجة بلقمبرور)، إضافة إلى عناوين هوياتية وجدانية ربطت بين التاريخ والأمكنة ("تلمسان عاصمة الزيانين"، بعيداً عن الوطن). في حين اكتفت بعض العناوين ذات الطابع الوظيفي المحايد بالتعريف المباشر مثل "جلسة"، "Palais Blanc" أو "سليمة سواكري".

يظهر خطاب العناوين في «موعد حواء» تقاطعات بين نظرية الغرس الثقافي من خلال تكريس مواضيع الطبخ والدين كجزء أساسي من هوية المرأة، ونظرية التمثيل الثقافي عبر التذكير بالتاريخ والشخصيات الوطنية، مع بروز بعض الخطابات النقدية التي تفتح المجال أمام مساءلة الأنماط التقليدية (نظرية الهيمنة).

■ **المقارنة بين المجلتين:** يتضح أن «دزيريات» وظفت الدلالة الهوياتية التقليدية بشكل أقوى وأكثر تنظيماً، مركزة على الأزياء والمطبخ ضمن عناوين جامعة ذات طابع احتفالي أو جمالي. بينما اعتمدت «موعد حواء» أسلوباً أكثر تشبهاً وازدحاماً في العناوين، حيث وزعت المواد التقليدية خاصة في الطبخ والعادات دون صياغة شمولية، ما جعل حضورها أقرب إلى النمط الجرائدي.

كما أن «موعد حواء» أعطت مساحة أكبر نسبياً للخطاب النقدي والاحتجاجي مقارنة بـ «دزيريات»، لكنها في المقابل لم تحقق نفس الاتساق في إبراز الهوية التقليدية أو الوجدانية. وبذلك يمكن القول إن «دزيريات» ركزت على إعادة تمثيل الهوية بصور نمطية ثابتة، بينما حاولت «موعد حواء» المزاجية بين الهوية التقليدية من جهة والانفتاح على خطاب نقدي وعصري من جهة أخرى، ولو بجرأة محدودة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (7): يمثل فئة العناوين حسب الدلالة الرمزية

❶ الخلاصة التفسيرية العامة لفئة العناوين

أظهر تحليل العناوين في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» أن كلا المجلتين استثمرتا العنوان كأداة محورية في تمرير الخطاب الهوياتي، غير أن طبيعة التوظيف اختلفت بشكل واضح بينهما. فقد اتسمت «دزيريات» باعتمادها المكثف للعناوين الوصفية والوجدانية (75,43%) ذات البعد الجمالي والعاطفي، مع حضور قوي للدلالات الهوياتية التقليدية (42,86%) التي ركزت على اللباس التقليدي، المطبخ، والأعراس. كما أبرزت المجلة أسلوباً بصرياً منظماً من خلال العناوين العريضة والممتدة والملونة، ما منحها جاذبية أكبر لكنه في المقابل أعاد إنتاج صورة نمطية للهوية محصورة في القوالب المظهرية والاحتفالية.

أما «موعد حواء»، فقد جاءت معالجتها أكثر تشتتاً على مستوى الشكل والإخراج، مع اعتمادها على العناوين الوصفية الخبرية (59,55%) التي طغت عليها مواضيع الطبخ والعادات الدينية والاجتماعية. ورغم أن نسبة الدلالة الهوياتية التقليدية لم تتجاوز (20,22%)، إلا أن المجلة عوضت ذلك بفتح مساحات أكبر للخطاب النقدي والاحتجاجي (6,74%)، إضافة إلى حضور معتبر للدلالات التمجيدية والوجدانية (16,85%)، وهو ما يعكس محاولة المزاجية بين تثبيت الهوية والانفتاح على مساءلة الموروث والتذكير بإنجازات المرأة الجزائرية. على ضوء ذلك، يمكن القول إن «دزيريات» سعت إلى تثبيت صورة المرأة الجزائرية ضمن أطر جمالية-تقليدية، عبر خطاب عنواني مهيمن يعيد إنتاج التمثيلات النمطية للهوية (نظرية التمثيل الثقافي والهيمنة). بينما أظهرت

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

«موعد حواء» ميلاً أوضح نحو الجمع بين إعادة إنتاج بعض الرموز التقليدية وبين إدخال عناوين نقدية واحتجاجية، مما يترجم أثر الغرس الثقافي في تكريس أنماط حياتية ودينية معينة، إلى جانب نظرية التمثيل الثقافي التي سمحت بفتح نقاش حول التاريخ والرموز الوطنية، وإن بقيت تحت سقف خطاب محافظ وغير ثوري. وبذلك، يتضح أن العناوين في المجلتين، رغم اختلاف استراتيجياتها، قد أسهمت في إعادة بناء الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية ضمن فضاء وسائلي يراوح بين تثبيت الصور النمطية والانفتاح الجزئي على التمثيلات النقدية والحداثية.

الجدول رقم (19): يمثل فئة التصنيف العام للصور

التصنيف العام	«دزيريات» (تكرار)	دزيريا (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
صور مرتبطة بالهوية الثقافية	227	13,74%	162	9,06%
صور غير مرتبطة بالهوية الثقافية/ خارج التصنيف	1425	86,26%	1626	90,94%
المجموع	1652	100%	1788	100%

♦ أظهر الرصد الكمي للصور في مجلة «دزيريات» أن العدد الإجمالي للصور بلغ 1652 صورة، من بينها 227 صورة مرتبطة بالهوية الثقافية الجزائرية بنسبة 13,74%، بالمقابل 1425 صورة غير هوياتية بنسبة 86,26%.

هذه النتيجة تكشف أن حضور الهوية الثقافية في الخطاب البصري للمجلة يبقى محدوداً، رغم الطابع النسائي-الجزائري الذي يميزها. وغالباً ما ارتبطت الصور الهوياتية بمواضيع الأزياء التقليدية، بعض الأطباق التراثية، أو احتفالات المناسبات الدينية والوطنية، بينما طغت الصور الإشهارية والموضة المعاصرة على المشهد العام.

♦ أما في مجلة «موعد حواء»، فقد بلغ العدد الإجمالي للصور 1788 صورة، من بينها 162 صورة هوياتية فقط بنسبة 9,06%، في حين مثلت الصور غير المرتبطة بالهوية الثقافية 1626 صورة بنسبة 90,94%.

ويكشف هذا التوزيع عن حضور بصري أكثر ضعفًا للهوية مقارنة بمجلة «دزيريات»، حيث اقتضرت غالبية الصور الهوية على تغطية مناسبات دينية كشهر رمضان والمولد النبوي، وبعض المواد التراثية، بينما تركزت معظم الصور في المجال الخدماتي والإشهاري، أو ضمن مواضيع اجتماعية عامة.

يتضح من خلال هذا الرصد أن المجلتين معًا تميلان إلى إغفال البعد الهوياتي في الصورة، وتوظيفها أساسًا كوسيلة جذب بصري تجاري وإشهاري أكثر من كونها أداة لتعزيز الرموز الثقافية. ومع ذلك، يمكن تسجيل فارق مهم:

◆ **مجلة «دزيريات»** أظهرت اهتمامًا نسبيًا أكبر بإبراز الهوية عبر الصور، خصوصًا في محور الأزياء التقليدية، حيث كانت الصور غالبًا بارزة وجودة عالية، لكنها بقيت سطحية ذات طابع جمالي استعراضي أكثر من كونه توثيقًا أو تحليليًا.

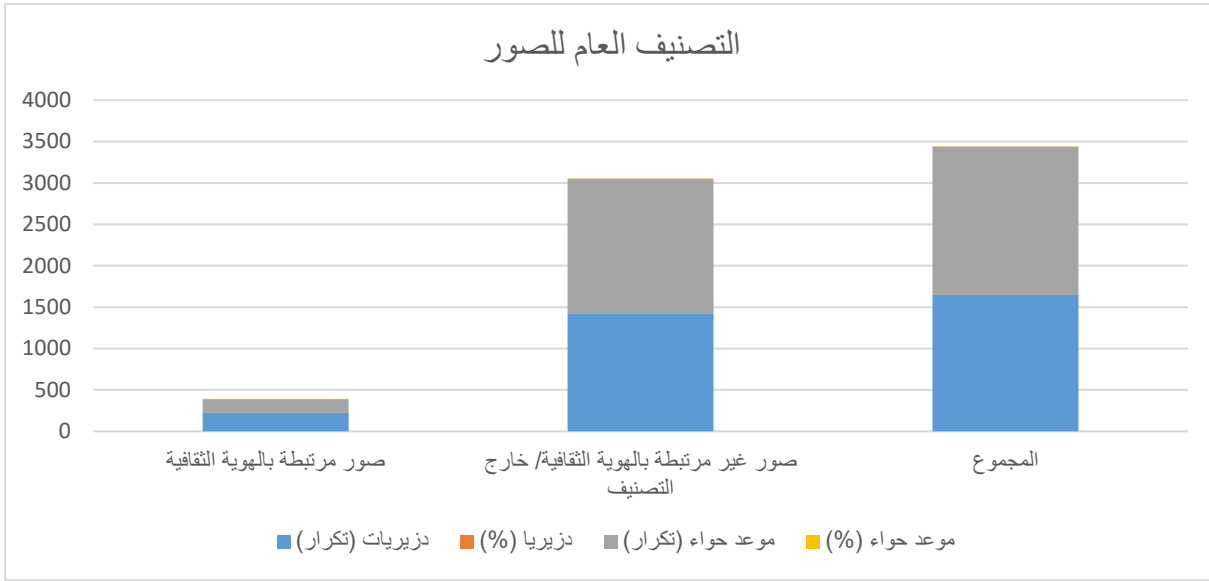
◆ **مجلة «موعد حواء»** ركزت على الصور الهوياتية في مواضيع دينية واجتماعية، لكنها جاءت مشتتة ومحتشمة العدد، وغالبًا ضمن مواد جانبية أو مكتظة داخل الصفحات، مما أضعف بروزها وتأثيرها البصري.

■ **المقارنة بين المجلتين:** عند المقارنة بين المجلتين، يتضح أن «دزيريات» سبقت «موعد حواء» من حيث الكم في إبراز الصور الهوياتية (13,74% مقابل 9,06%)، وهو فارق مهم بالنظر إلى الطابع العام للمجلتين، لكن من حيث النوعية، لم ترتق أي منهما إلى مستوى ترسيخ صورة المرأة الجزائرية في بعدها الثقافي العميق. فقد اكتفت «دزيريات» بالصور الجمالية الاستعراضية، بينما جاءت صور «موعد حواء» أكثر ارتباطًا بالجانب الديني والاجتماعي لكنها ضعيفة من حيث الحجم والتأثير.

تشير هذه النتائج إلى أن الصور باعتبارها أداة قوية للغرس الثقافي والتمثيل البصري، لم تُستثمر بالقدر الكافي في كلا المجلتين لترسيخ الهوية الثقافية الجزائرية للمرأة. فبينما انزلت «دزيريات» نحو الطابع الجمالي السطحي، مالت «موعد حواء» إلى التجزئة وضعف التركيز، مما سمح للصور غير الهوياتية أن تهيمن بشكل صارخ.

وهو ما يعكس وفق نظرية الغرس الثقافي عملية إضعاف تدريجي لرموز الانتماء المحلي لصالح صور عابرة مرتبطة بالموضة والاستهلاك، كما يعكس وفق مقاربة التمثيل غياب صورة متكاملة للمرأة الجزائرية الأصيلة لصالح صورة مشوهة أو مبتورة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (8): يوضح فئة التصنيف العام للصور

جدول رقم (20): يمثل فئة الصور من حيث النوعية

نوعية الصور	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موند حواء» (تكرار)	«موند حواء» (%)
صور شخصية	23	10,13%	18	11,11%
صور موضوعية	114	50,22%	109	67,28%
صور جمالية بصرية	57	25,11%	21	12,96%
رموز بصرية مستقلة	33	14,54%	14	8,64%
المجموع	227	100%	162	100%

♦ أظهر الرصد الكمي للصور في مجلة «دزيريات» أن الصور الموضوعية استحوذت على النسبة الأكبر بـ (50,22%) أي ما يعادل نصف الصور تقريباً، مما يشير إلى ميل المجلة لتقديم الهوية الثقافية في سياقات عملية ووظيفية، تلتها الصور الجمالية البصرية بنسبة (24,11%)، ما يكشف عن اعتماد المجلة على التأثير الجمالي في تقديم الهوية، دون الاقتصار على البعد الرمزي أو التاريخي، ثم الرموز البصرية المستقلة بنسبة (14,54%)، بينما سجلت الصور الشخصية نسبة ضعيفة نسبياً بلغت (10,13%)، رغم أن إبراز شخصيات نسائية (كاتبات، مصممات، نساء فاعلات) قد يعزز تحسيد الهوية بشكل مباشر.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يظهر هذا التوزيع اعتماد المجلة على الصور الموضوعية بالدرجة الأولى كخيار بصري مهيم، سواء في تغطية الفعاليات الثقافية أو إبراز عروض الأزياء التقليدية، مثل: "الطبعة الرابعة عشرة لصالون المرأة الدولي" و "la fashion night Algiers". وقد أظهرت المجلة اهتماما واضحًا بتوثيق هذه الأنشطة بعدسة طاقمها الخاص، بما في ذلك رئاسة التحرير التي تولّت مسؤولية التصوير في بعض المناسبات. غير أنّ بعض الانزلاقات رُصدت في موضوع "ليلة الحناء عبر ربوع الوطن" حيث لجأت المجلة إلى صور مأخوذة من الإنترنت لا تعكس بدقة الخصوصية الجزائرية، وهو ما يضعف صدقية التمثيل البصري للهوية.

أما الصور الشخصية، فقد رافقت الحوارات مثل: (حوار مع الشيف منية ميسي، والسيدة ليندة بورني) وتقارير إخبارية حول شخصيات فاعلة مثل جميلة بوحيرد أو نورة طاع الله، وغالبًا ما وظفت بزوايا تصوير مختلفة (لقطات نصفية، كاملة، قريبة) لإبراز الشخصيات في سياق جمالي يعزز حضورها.

كما حضرت الصور الجمالية بشكل لافت، خصوصًا في مجال الأزياء والتجميل، وهو ما يشي بأن المجلة تسعى إلى تقديم الهوية في صورة احتفالية وزخرفية أكثر منها تحليلية أو نقدية. وأخيرًا، عكست الرموز البصرية المستقلة (الفوانيس، الأهلة، المآذن، الرموز الأمازيغية) توظيفًا بصريًا واضحًا للأبعاد الهوياتية الوطنية.

تشير هذه الاختيارات من منظور **الغرس الثقافي** إلى مساهمة المجلة في تكريس صورة جمالية سطحية للهوية تُعيد إنتاجها عبر التكرار، بينما تكشف **نظرية التمثيل** عند هول عن تركيز «دزيريات» على إبراز الهوية عبر الطقوس والرموز أكثر من إبراز الفاعلات الاجتماعيات، ما يعكس حضورًا هوياتيًا احتفاليًا أكثر من كونه تحليليًا أو نقديًا.

◆ أما في مجلة «موعد حواء» فقد سيطرت الصور الموضوعية بنسبة أعلى بلغت (67,28%)، تلتها الصور الجمالية البصرية بنسبة (12,96%)، ثم الصور الشخصية بنسبة (11,11%)، وأخيرًا الرموز البصرية المستقلة بنسبة (8,64%)، وهي نسب تكشف عن حضور بصري أقرب إلى الطابع التوثيقي أو الإيضاحي دون تركيز مكثف على الرمزية الهوياتية.

يبين هذا التوزيع اعتماد المجلة على الصور الموضوعية كإطار بصري رئيسي، لكنها في الغالب لم توظف طاقمها الميداني واكتفت بالصور المأخوذة من الإنترنت، مما جعل التمثيل البصري أقرب إلى النمطية وأضعف من حيث المصادقية. كما أنّ المرأة التي ظهرت في هذه الصور لم تعكس دائما المرأة الجزائرية في مظهرها أو نمط عيشها، إذ هيمنت الصور المستعارة لنساء بملامح خليجية أو تركية حتى في المواضيع الدينية. ومع ذلك، برزت استثناءات

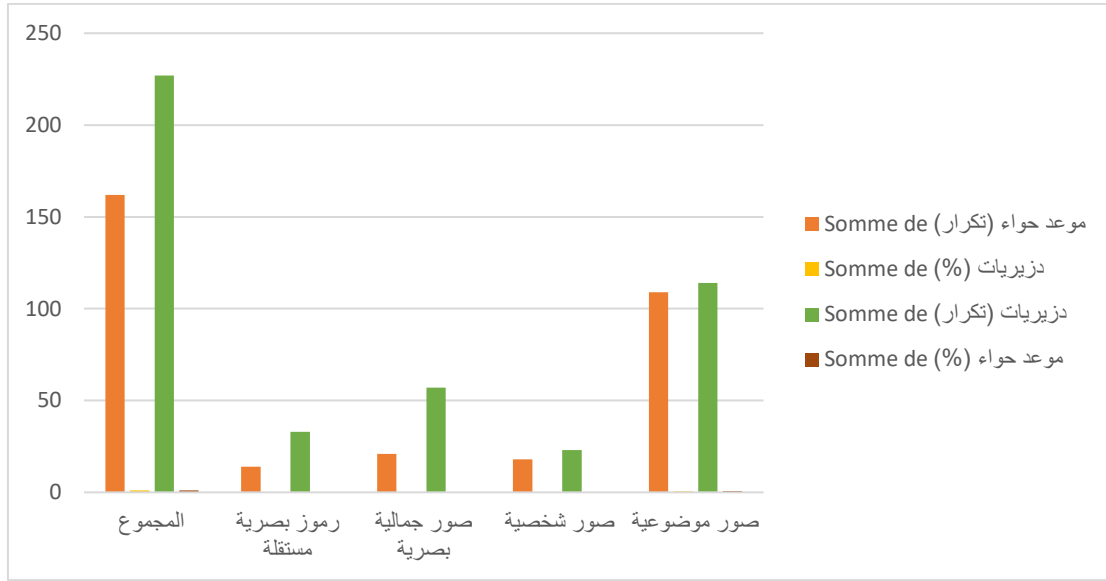
محدودة حين شاركت المجلة في تغطية فعاليات واقعية مثل: "احتفالية الموعد اليومي بلباس العيد للأيتام" (عدد 18)، أو "يوم المرأة العالمي بأنشطته الثقافية" (عدد 15).

أما الصور الشخصية حضرت أساسًا في الحوارات مع شخصيات نسوية فاعلة، كالمجاهدة خديجة بلقمبرور، أو الإعلامية لميس الزويري، وغالبًا ما وُظفت بعدة لقطات متتالية لإضفاء قوة على النص. كما رافقت النصوص الأدبية مثل صورة القاصة "أمل عسول" أو الشاعرة "مزاري أسماء". أما الصور الجمالية فقد افتقدت للحمولة الرمزية الواضحة، إذ وُظفت بوصفها عناصر تزيينية أو تكميلية كما في موضوع "الاتيكت في ديننا" (عدد 20)، أو صور الأزياء التقليدية المنشورة دون تفسير (عدد 24، عدد 18). وأخيرًا، ظهرت الرموز البصرية المستقلة بشكل محدود في المناسبات الوطنية (العلم الجزائري، 5 جويلية، شعارات نوفمبر...) أو الدينية (رمضان كريم، عيد مبارك)، لكنها بقيت أقل كثافة مقارنة بـ «دزيريات».

ومن منظور الهيمنة، فإن هذه النتائج تكشف عن هيمنة الصور المستعارة والرموز الوافدة على حساب التمثيل الأصيل للمرأة الجزائرية. أما وفقًا لنظرية التمثيل، فإن «موعد حواء» تعكس هوية مشوشة: فهي تُظهر انتماء بصريًا للوطن عبر الرموز الوطنية، لكنها في الوقت نفسه تُعيد إنتاج صور مستوردة للمرأة الجزائرية في حياتها اليومية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يكشف تحليل الصور من حيث النوعية أنّ «دزيريات» أولت أهمية أكبر للتنوع البصري بين الموضوعي والجمالي والرمزي، بما منح خطابها بعدًا احتفاليًا وزخرفيًا أكثر وضوحًا. أما «موعد حواء» فاعتمدت بشكل مفرط على الصور الموضوعية، لكنها فقدت الكثير من قوتها التمثيلية بسبب اعتمادها على صور قيمية غير محلية. وإذا كانت «دزيريات» قدّمت الهوية الثقافية من خلال رموزها الاحتفالية وعروضها الجمالية، فإن «موعد حواء» قدّمت تمثيلًا بصريًا أقرب إلى "الوظيفي" أو "التزييني" الخالي من العمق الرمزي. وبذلك فإن الاختلاف الجوهرى بين المجلتين يكمن في أنّ الأولى تميل إلى تكريس هوية بصرية احتفالية جزائرية الطابع، بينما الثانية تُعيد إنتاج صور مُستوردة تُضعف التمثيل المحلي للمرأة الجزائرية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (9): يمثل فئة الصور من حيث النوعية

جدول رقم (21): يمثل فئة الصور من حيث المضمون

مضمون الصور	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
صور تعكس رموز الهوية الثقافية الأصيلة للمرأة الجزائرية	140	61,67%	56	34,57%
صور تجسّد التراث المادي والمعنوي المتعلق بالمرأة الجزائرية	36	15,86%	90	55,56%
صور تمثل المهن والحرف التقليدية التي تمارسها المرأة الجزائرية	12	5,29%	0	0,00%
صور تبرز التنوع الثقافي والجهوي للمرأة الجزائرية	5	2,20%	2	1,23%
صور تعكس أنماط عيش المرأة الجزائرية ومظهرها اليومي	21	9,25%	3	1,85%
صور تمثل المرأة الأجنبية في سياقات مختلفة	4	1,76%	6	3,70%
صور تحمل بعداً قيمياً أو إنسانياً	9	3,96%	5	3,09%
المجموع	227	100%	162	100%

◆ تُظهر نتائج تحليل مضمون الصور المرتبطة بالهوية الثقافية في مجلة «دزيريات» أن التركيز الأكبر كان موجّهاً نحو الصور المرتبطة بالرموز الثقافية الأصيلة، حيث بلغت نسبة الصور التي تعكس هذه الرموز 61,67%، وهي نسبة عالية تعكس توجّهاً تحريريّاً نحو تثبيت عناصر محددة من الهوية كأنها تمثيل شامل لها. ويلاحظ هنا أن

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

هذه الرموز غالبًا ما تمثلت في الأزياء التقليدية (كالكاراكو، واللباس القبائلي)، وبعض الأدوات أو الزخارف ذات الحمولة الثقافية القوية. غير أن هذا الحضور الرمزي لا يعني بالضرورة معالجة تحليلية معمّقة، بل غالبًا ما اقتصر على الجانب الاحتفالي أو الترويجي للثقافة دون تفكيك أبعادها أو مناقشتها في السياق المعاصر.

أما الصور التي تعكس التراث المادي والمعنوي المرتبط بالمرأة الجزائرية فبلغت نسبتها 15,86%، وهي نسبة محترمة تشير إلى وجود محاولات لتوثيق بعض الممارسات والطقوس، وإن كانت في أغلبها مصاحبة لمواسم أو مناسبات (كالأعراس، رمضان، يناير، عيد الفطر...). ومن المهم الإشارة إلى أن التناول جاء غالبًا بمنظور بصري سطحي أو إعلاني الطابع، مما يضعف من قيمة التوثيق الثقافي الحقيقي.

بالمقابل، نجد ضعفًا واضحًا في تمثيل المهن والحرف التقليدية الخاصة بالمرأة الجزائرية، حيث لم تتجاوز نسبتها 5,29%، وهو ما يعكس تهميشًا أو غيابًا لهذا الجانب المهم من الثقافة الشعبية النسوية، بالرغم من كونه أحد أوجه استمرارية الهوية الثقافية في الحياة اليومية.

وتبرز كذلك محدودية تمثيل التنوع الثقافي والجهوي بنسبة 2,20% فقط، وهو ما يطرح تساؤلات حول تركز الخطاب البصري حول تمثيل معين أو جغرافي دون آخر، مما يفقد المجلة بعضًا من شموليتها في تقديم الهوية الثقافية الجزائرية بكل أوجهها المتعددة (الأمازيغية، الصحراوية، الحضرية...).

أما الصور التي تعكس أنماط عيش المرأة الجزائرية ومظهرها اليومي فلم تتجاوز 9,25%، وهي نسبة تشير إلى غلبة الطابع المناسباتي أو الرمزي على حساب التمثيلات الواقعية واليومية، ما يفوّت فرصة إبراز التفاعل الحي بين المرأة وهويتها في السياقات المختلفة.

ويلاحظ غيابًا نسبيًا لتمثيل المرأة الأجنبية في السياقات ذات الصلة بالهوية الثقافية حيث تجسد في بعض التمثيلات لدى الآخر بنسبة 1,76%، وهو أمر منطقي في سياق التركيز المحلي.

أخيرًا، ورغم تواضع نسبتها (3,96%)، فإن الصور التي حملت بعدًا قيميًا وإنسانيًا تستحق الوقوف عندها، لأنها تعكس محاولات للربط بين الهوية الثقافية ومنظومة القيم المجتمعية (كالتضامن، التراحم، أو التقاليد الأسرية)، وهي بعدٌ مهم ينبغي دعمه من خلال تغطيات أعمق وأقل استهلاكيًا للرمزيات الفولكلورية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تكشف هذه النتائج في المجلة، عن حضور طائغ للصور المرتبطة بالرموز الثقافية الأصيلة، خاصة الأزياء التقليدية والرموز الاحتفالية، ما يعكس هيمنة التمثيل الفولكلوري على حساب التمثيل الواقعي واليومي للمرأة الجزائرية. يتضح أن المجلة تميل إلى توظيف البعد البصري في إطار احتفالي وترويجي أكثر منه نقدي أو تحليلي، حيث تتجلى الهوية الثقافية في اللباس والزينة والطقوس الموسمية، بينما تغيب الجوانب الأخرى مثل المهن التقليدية أو التنوع الجهوي.

هذا النمط من التمثيل يمكن ربطه بنظرية التمثيل الثقافي لستيوارت هول، إذ يوضح كيف تُنتج المجلة صوراً معينة وتعيد إنتاجها بوصفها ممثلاً وحيداً للهوية، في حين أنها لا تعكس بالضرورة التعدد الحقيقي للثقافة الجزائرية، إذ يساهم هذا التركيز المتكرر على صور الفلكلور والأزياء في تكوين تصور نمطي لدى المتلقي عن هوية المرأة الجزائرية.

◆ وتشير نتائج جدول مضمون الصور في مجلة «موعد حواء» إلى أن التركيز الأكبر انصب على التراث المادي والمعنوي المتعلق بالمرأة الجزائرية بنسبة 55,56% (90 صورة)، وهو ما يجعل هذا البعد في صدارة التمثيلات البصرية داخل المجلة. في المقابل، سجلت صور الرموز الثقافية الأصيلة نسبة 34,57% (56 صورة)، بينما غابت كلياً صور المهن والحرف التقليدية (0,00%). أما تمثيل أنماط العيش اليومية فكان شبه غائب (1,85% فقط)، كما تراجع تمثيل التنوع الجهوي إلى 1,23%. ومن الملاحظ أيضاً حضور صور المرأة الأجنبية بنسبة 3,70% (6 صور)، وهو ما يكشف عن انفتاح محدود على أنماط خارجية في سياق بصري محلي، في حين سجلت الصور ذات البعد القيمي والإنساني نسبة متواضعة بلغت 3,09% (5 صور).

يتضح من خلال تحليل مضمون الصور أن «موعد حواء» ركزت بشكل رئيسي على التراث المادي والمعنوي، حيث طغت الصور التي توثق الأماكن الأثرية والتاريخية (كأمدوكال، جيجل، تاغيت...) على جانب الأطباق التقليدية التي حضرت بكثافة، حتى أصبحت بمثابة العنوان البصري الأبرز للهوية الثقافية داخل المجلة. كما ظهرت الرموز الثقافية الأصيلة من خلال إبراز الأزياء التقليدية (الكرافو العاصمي، المنصورية، القفطان...)، إضافة إلى صور العادات والتقاليد التي وردت في موضوعات مثل تلمسان عاصمة الزيانين أو إبراز المرأة المجاهدة في سياق النضال ضد الاستعمار الفرنسي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

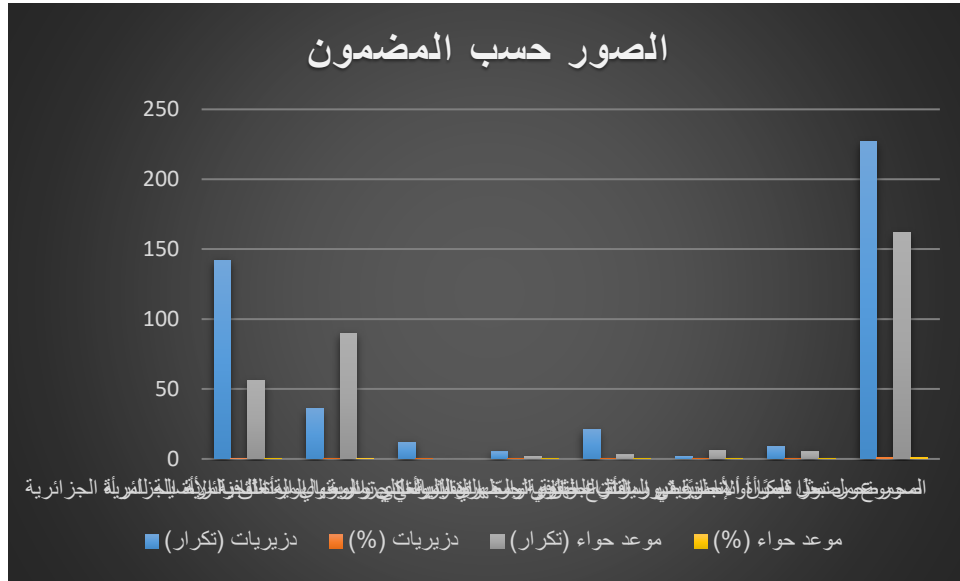
غير أن هذا التمثيل ظل يغلب عليه الطابع الاحتفالي والمناسباتي، إذ نادرًا ما تم إبراز أنماط عيش المرأة الجزائرية اليومية بشكل محوري، وغالبًا ما استُعين بصور مأخوذة من الإنترنت لا تعكس بدقة خصوصيات المرأة المحلية. كما برزت صور المرأة الأجنبية في بعض المواضيع، أحيانًا في سياق اعتراف الآخر بالرموز الثقافية الجزائرية، وأحيانًا في سياق يعكس غياب الجهد الميداني.

أما الصور ذات البعد القيمي والإنساني فقد حضرت في مناسبات دينية واجتماعية (عيد الفطر، المولد النبوي، رمضان) لكنها بقيت محدودة في الكم والحمولة.

يمكن تفسير هذا التوجه من خلال **نظرية الهيمنة**، حيث تكشف المجلة عن خضوعها لتمثيلات بصرية مستوردة أو جاهزة، وهو ما يضعف البعد التمثيلي للهوية المحلية. كما ينسجم أيضًا مع **نظرية التمثيل**، حيث تعيد المجلة إنتاج صور هوية جزئية تختزل الثقافة في رموز غذائية واحتفالية أكثر من إبراز البعد الحي والمتعدد للمرأة الجزائرية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يتضح من المقارنة أن «دزيريات» ركزت أكثر على الرموز الثقافية الأصيلة (62,56%) مثل الأزياء التقليدية والرموز الاحتفالية، بينما أعطت «موعد حواء» الصدارة للصور التي تجسد التراث المادي والمعنوي (55,56%) خاصة الأطباق والأماكن التاريخية. وفي حين غابت كليًا صور المهن التقليدية في «موعد حواء»، حضرت بنسبة محدودة (5,29%) في «دزيريات». كما بدا تمثيل أنماط العيش اليومية والتنوع الجهوي ضعيفًا في المجلتين، بما يكشف عن ميل عام لتكريس صورة فولكلورية ومناسباتية للهوية الثقافية على حساب التمثيل الواقعي والتعددي، في المقابل ظهرت المرأة الأجنبية في «موعد حواء» (3,70%) أكثر من «دزيريات» (0,88%)، ما يعكس اعتمادًا أوسع على الصور المستوردة. أما الصور ذات البعد القيمي والإنساني حضرت بنسبة متقاربة في المجلتين، لكن دون أن تشكل محورًا بارزًا للخطاب البصري.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (10): يمثل فئة الصور حسب المضمون

الجدول رقم (22) الصور من حيث الحمولة الثقافية

صور حسب الحمولة الثقافية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد» (تكرار)	«موعد» (%)
صور تنقل تمثيلات نمطية تقليدية للمرأة الجزائرية	148	65,20%	97	59,88%
صور تروج لتمثيلات حديثة مستوردة	2	0,88%	5	3,09%
صور محايدة/ وظيفية (خالية من الدلالات الثقافية المباشرة)	4	1,76%	9	5,56%
صور تمثل الهوية الثقافية الجزائرية لدى الآخر	4	1,76%	2	1,23%
صور تدعم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وتعزز الانتماء	17	7,49%	30	18,52%
صور تحمل دلالة هوياتية/قيمية	38	16,74%	17	10,49%
صور تعكس المزج بين التقليد والمعاصرة	14	6,17%	2	1,23%
المجموع	227	100%	162	100%

♦ تكشف نتائج الجدول المتعلق بالصور من حيث الحمولة الثقافية في مجلة «دزيريات» عن سيطرة واضحة

للمثلاث النمطية التقليدية للمرأة الجزائرية بنسبة بلغت 65,20% (148 صورة من مجموع 227). تلتها

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الصور ذات الحمولة القيمية/الهوياتية بنسبة 16,74% (38 صورة)، ثم الصور التي تدعم الهوية وتعزز الانتماء بنسبة 7,49% (17 صورة). أما الصور التي عكست المزج بين التقليد والمعاصرة فقد بلغت نسبتها 6,17% (14 صورة). في المقابل، سُجّلت نسب ضعيفة جدًا للصور المحايدة/الوظيفية (1,76%) وللصور التي تمثل الهوية الجزائرية لدى الآخر (1,76%). بينما لم تتجاوز الصور التي تروج لتمثيلات حدثية مستوردة 0,88% (صورتين فقط).

تُظهر هذه النتائج أن الخطاب البصري في مجلة «دزيريات» يميل بوضوح إلى تكريس صورة تقليدية نمطية للمرأة الجزائرية، مع الاعتماد بشكل أساسي على الرموز المألوفة في الذاكرة الجمعية مثل اللباس التقليدي (الكاراكو، القفطان، اللباس القبائلي)، إضافة إلى الطقوس والممارسات المناسبة كالأعراس، الأعياد، ويناير. هذا التوجه يعكس نوعًا من الغرس الثقافي الذي يعيد إنتاج تمثيلات ثابتة للمرأة أكثر مما يفتح أفقًا لتصورات جديدة. ورغم هذا الحضور الطاعني للصور التقليدية، برزت بعض المحاولات المحدودة لإبراز المرأة في صور قيمية إيجابية، سواء من خلال إبراز إنجازات نسائية (مثل جمعية أهل الفن، بسملة سادات) أو من خلال إبراز القيم الإنسانية والاجتماعية كالتضامن في المناسبات الوطنية والدينية. هذه الفئة، وإن كانت نسبتها متوسطة، إلا أنها تسهم في تعزيز صورة أكثر وعيًا وإيجابية للهوية الثقافية النسوية.

أما الصور التي تجسد المزج بين التقليد والمعاصرة، فقد مثلت مساحة رمزية مهمة، حيث أظهرت كيف يسعى بعض المصممين إلى تحديث الرموز التقليدية دون المساس بجوهرها (تشكيلة هاجر، sarmana،sissa). هذا التفاعل بين الأصالة والمعاصرة يمكن ربطه بنظرية التمثيل الثقافي عند ستيوارت هول، حيث تعكس هذه الصور سيورة الهوية كعملية ديناميكية تتشكل باستمرار في جدلية مع السياقات الحديثة.

في المقابل، تراجعت الصور التي تمثل الحداثة المستوردة أو التمثيلات المتمردة، وهو ما يكشف عن نوع من الهيمنة الرمزية التي تفرض حدودًا على ما يمكن تمريره بصريًا في سياق مجلة نسائية جزائرية، حيث يتم ضبط الهوية ضمن أطر مقبولة اجتماعيًا وثقافيًا، مع استبعاد أو تقليص التمثيلات الغربية المثيرة للجدل.

◆ تشير معطيات الجدول ذاته أعلاه إلى أن التمثيلات النمطية التقليدية للمرأة الجزائرية في مجلة «مواعد

حواء» استحوذت على النسبة الأكبر بـ 59,88% (97 صورة من مجموع 162)، تلتها الصور الداعمة للهوية الثقافية والمعززة للانتماء بنسبة 18,52% (30 صورة). أما الصور ذات الحمولة الهوياتية/القيمية فشكّلت نسبة 10,49% (17 صورة)، فيما برزت الصور المحايدة/الوظيفية بنسبة 5,56% (9 صور). وسجلت الصور

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

التي تروج لتمثيلات حدثية مستوردة نسبة 3,09% (5 صور)، تلتها الصور التي تجسد الهوية الثقافية الجزائرية لدة الآخر بنسبة 1,23% (صورتين فقط). وأخيرًا برزت الصور التي تعكس المزج بين التقليد والمعاصرة بنسبة ضعيفة لم تتجاوز 1,23% (صورتين).

تؤكد هذه النتائج أن مجلة «موعد حواء» كرست بدورها الصورة النمطية التقليدية للمرأة الجزائرية، لكن بشكل مختلف عن «دزيريات». فقد تمثلت هذه التمثيلات أساسًا في الصور المرتبطة بوصفات الطبخ التقليدية (البيني، قرن الغزال، عجيجات..)، وبعض الأزياء التقليدية من تشكيلات Palais Blanc، إلى جانب استدعاء عادات وتقاليد محلية كالمرأة القبائلية أو تلمسان. هذا الحضور المكثف للطبخ والعادات يعكس غرسًا ثقافيًا يرسخ الهوية ضمن صور فولكلورية أكثر منها صور ديناميكية ومتنوعة.

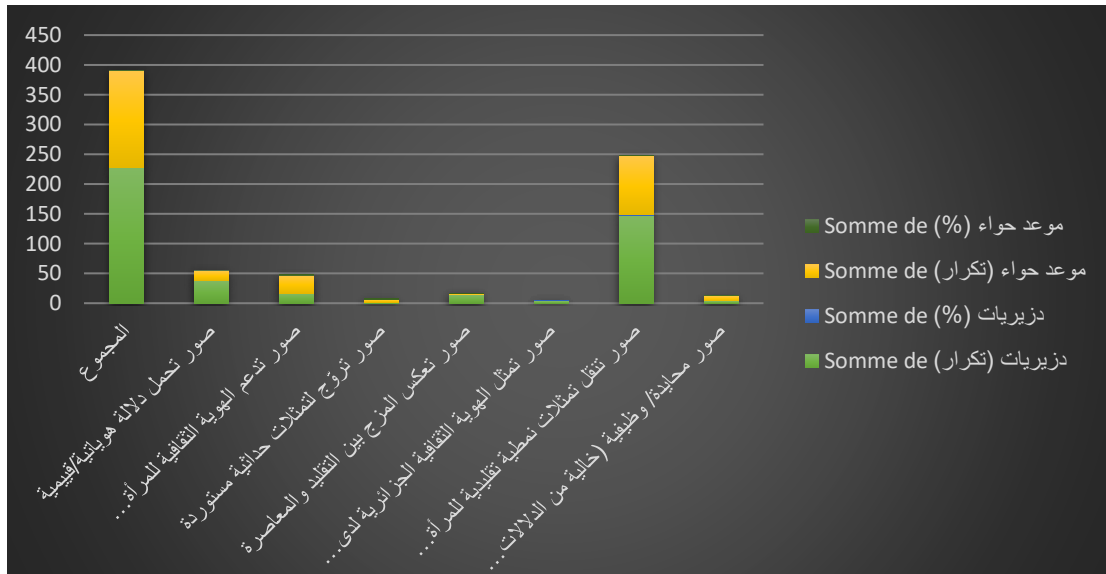
أما الصور ذات الطابع الحدثي المستورد، فقد جاءت مرتبطة بمواضيع دينية أو اجتماعية، مثل فتاوى إسلامية أُرقت بصور غريبة النمط، أو مواضيع ذات طابع توعوي (كـ "كيف يخلص الصيام جسمك من السموم"). هذا التداخل يكشف عن حالة من التهجين الثقافي حيث يتم دمج المرجعيات الدينية المحلية بتمثيلات بصرية مستوردة، ما يعكس جدلية الأصالة والمعاصرة في الخطاب البصري للمجلة.

وبخلاف «دزيريات»، اعتمدت «موعد حواء» على الكم الكبير من الصور الداعمة لمواضيع أقل، خصوصًا في المناسبات الوطنية (عيد الاستقلال، اندلاع الثورة) حيث ركزت على إبراز المرأة الجزائرية كمجاهدة ومناضلة، وهو ما يعزز صورة المرأة الوطنية المقاومة، كما ظهر هذا البعد أيضًا في إبراز بعض النماذج النسوية الفاعلة مثل المرشحة خولة علاشة في برنامج "الملكة". هذه المعالجات تمثل مقارنة قريبة من نظرية التمثيل، إذ تُظهر كيف يتم بناء هوية المرأة الجزائرية ن خلال صور البطولة والمقاومة والفاعلية الاجتماعية.

أما الصور ذات الحمولة القيمية، فارتبطت أساسًا برمضان والأعياد الدينية والوطنية أين تبرز قيمة التضامن والمشاهد الأسرية الدافئة مع إبراز رموز مثل الهلال أو النجوم كتصاميم بصرية احتفائية. هذه الصور تحمل بعدًا غرسًا ثقافيًا قيميًا يعيد إنتاج المرجعية الدينية والأخلاقية في الهوية النسوية. أما فئة المزج بين التقليد والمعاصرة فبقيت هامشية، لكنها ظهرت في بعض المواضيع مثل "المرأة القبائلية بين البارح واليوم" أو "الهيدورة" و "الديكورات العربية"، مما يشير إلى محاولات متفرقة لفتح مساحة للتجديد داخل الصورة النمطية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

■ **المقارنة بين المجلّتين:** من خلال المقارنة بين مجلّتي «دزيريات» و«موعد حواء» يتضح أن كلاهما ركز على التمثيلات النمطية التقليدية للمرأة الجزائرية كخيار بصري مهيمن، إذ بلغت النسبة في «دزيريات» 65,20% وفي «موعد حواء» 59,88%. غير أن الاختلاف يكمن في طبيعة هذه التمثيلات: في «دزيريات» ارتبطت أساسًا باللباس التقليدي (الكاراكو، القفطان، الأزياء الجهوية) وبمظاهر فولكلورية احتفالية. أما في «موعد حواء» فتمثلت بالدرجة الأولى في صور الطبخ والوصفات التقليدية، ما جعل "الهوية الغذائية" محورًا مهيمًا على التمثيل البصري. فيما يتعلق بالصور التي تدعم الهوية وتعزز الانتماء، سجلت «موعد حواء» نسبة أعلى (18,52%) مقارنة بـ «دزيريات» (7,49%)، وهو ما يعود إلى إبرازها للمرأة الجزائرية في أدوار نضالية أو فاعلة اجتماعيًا، عكس «دزيريات» التي ركزت أكثر على الصور التجميلية الترويجية. أما الصور ذات البعد القيمي، فقد كانت أوضح حضورًا في «دزيريات» (16,74%) مقارنة بـ «موعد حواء» (10,49%)، مما يعكس اعتماد «دزيريات» على الخطاب الرمزي العاطفي والقيمي بدرجة أكبر. وعلى مستوى التمثيلات الحداثيّة أو الممزوجة بالمعاصرة، فإن حضورها ظل هامشيًا في المجلّتين، مع تفاوت نسبي لصالح «دزيريات» التي أبرزت بعض مبادرات المزج بين الأزياء التقليدية والتصاميم الحديثة، في حين اكتفت «موعد حواء» بإشارات محدودة لذلك.



الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الشكل رقم (11): يوضح فئة الصور حسب الحمولة الثقافية

جدول رقم (23): يمثل فئة الصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي

صور خارجة عن التصنيف الهوياتي	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
صور غربية	68	4,77%	174	10,70%
صور تسويقية لثقافة أجنبية	287	20,14%	42	2,58%
صور ترويجية تجارية بحتة	263	18,46%	134	8,24%
إعلانات عامة لا علاقة لها بالهوية	93	6,53%	91	5,60%
صور رومانسية/ إباحية	28	1,96%	129	7,93%
صور مؤسساتية وظيفية	71	4,98%	32	1,97%
صور موضوعية	146	10,25%	311	19,13%
صور موضوعية غربية	126	8,84%	228	14,02%
صور جمالية بصرية بلا دلالة ثقافية	59	4,14%	163	10,02%
صور تمثيلات نمط العيش	58	4,07%	39	2,40%
صور شخصية	56	3,93%	98	6,03%
صور محايدة	18	1,26%	121	7,44%
رموز بصرية منفصلة	152	10,67%	64	3,94%
المجموع	1425	100%	1626	100%

◆ يكشف الجدول الخاص بالصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي في مجلة «دزيريات» عن حضور طاغ لهذه الفئة بنسبة 86,26% من إجمالي الصور، مقابل 13,74% فقط للصور المرتبطة بالهوية. وقد تصدرت الصور التسويقية لثقافات أجنبية المرتبة الأولى بنسبة 20,14% (287 صورة)، تليها الصور الترويجية التجارية البحتة بنسبة 18,46% (263 صورة)، ثم الصور الموضوعية بنسبة 10,25% (146 صورة). كما برزت الرموز البصرية المنفصلة بنسبة 10,67% (152 صورة)، بينما سجلت الصور الغربية 4,77%، والصور الجمالية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بلا دلالة ثقافية 4,14%، في حين كانت النسب الأقل من نصيب الصور الرومانسية/ الإيحائية 1,96% والصور المحايدة 1,26%.

تعكس هذه النتائج سيطرة البعد التجاري والاستهلاكي على التمثيلات البصرية في «دزيريات»، إذ تستحوذ الصور الإشهارية والتسويقية على أكثر من ثلث الفضاء البصري، ما يشير إلى تغليب الوظيفة الإعلانية على الوظيفة الثقافية أو التوثيقية.

كما يظهر أن حتى الفئات التي يفترض أن تكون موضوعية أو وظيفية جاءت مشوبة بتمثيلات غريبة، مما يجعلها أقرب إلى عملية تغريب بصري مقنّع. أما الرموز البصرية المنفصلة، فقد انصبت على عناصر وزخرفية أو جمالية لا تعكس هوية محلية محددة، بل دلالات عابرة للثقافات. ويمكن قراءة هذه الممارسات في ضوء نظرية الهيمنة، حيث يعكس الخطاب البصري خضوعاً لسلطة السوق والعولمة الاستهلاكية على حساب بناء صورة راسخة للهوية الثقافية الجزائرية.

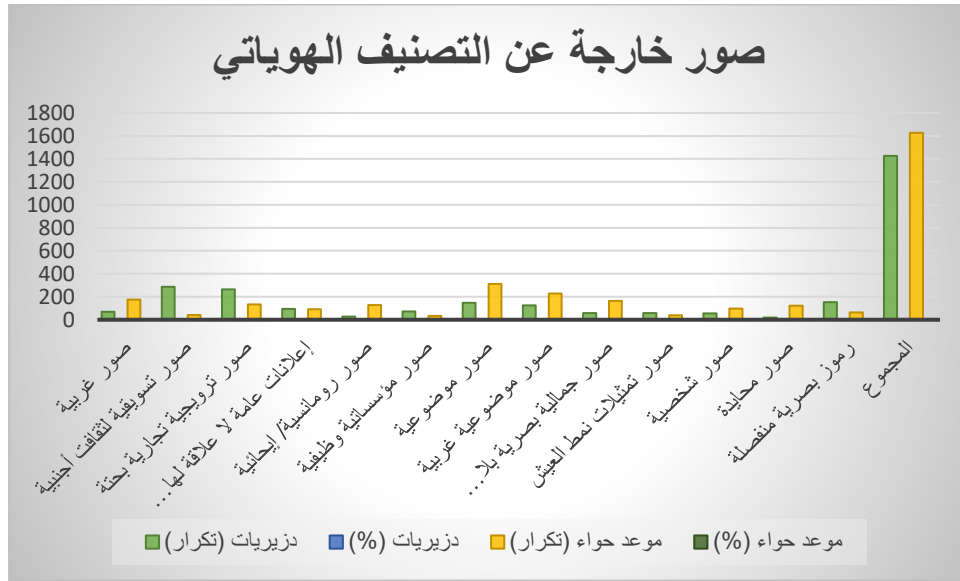
◆ أما مجلة «موعد حواء» فقد أظهرت النتائج هيمنة أوضح للصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي بنسبة 90,94% من إجمالي الصور، وهو ما يعكس حضوراً أقوى للمضامين غير الهوياتية مقارنة بمجلة «دزيريات». وجاءت النسب الأعلى من نصيب الصور الموضوعية الغربية 14,02% (228 صورة)، تليها الصور الرومانسية الإيحائية بنسبة 7,93% (129 صورة)، ثم الصور الجمالية البصرية بلا دلالة ثقافية 10,02% (163 صورة). كما برزت الصور الترويجية التجارية 8,24%. والرموز البصرية المنفصلة 3,94% فقط، بينما احتلت الصور المحايدة 7,44% مكانة ملحوظة، تعكس الطابع الوظيفي غير الثقافي لبعض التغطيات.

يظهر أن «موعد حواء» اعتمدت بشكل مكثف على صور مأخوذة من الإنترنت، وهو ما يفسر الطابع «المستورد» للعديد من التمثيلات البصرية، خصوصاً في الفئات الرومانسية والإيحائية التي تعكس أنماط عيش غريبة لا تنسجم مع السياق المحلي.

كما اعتمدت على صور موضوعية غريبة في تغطية مواضيع ذات بعد ديني أو اجتماعي، مما أدى إلى تهجين الخطاب البصري بين الهوية المحلية والتمثيلات الوافدة. وتُقرأ هذه الممارسات ضمن إطار نظرية التمثيل، حيث تكشف عن كيفية إعادة إنتاج صورة المرأة الجزائرية عبر استعارة أنماط بصرية أجنبية، مما يخلق فجوة بين المتخيل التحريري والواقع الاجتماعي للقارئة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

■ **المقارنة بين المجلتيْن:** من خلال المقارنة يتضح أن كلتا المجلتيْن منغمستان في هيمنة الصور غير الهويةتية، مع فارق أن «دزيريات» تميل أكثر إلى الترويج التجاري والثقافي المستورد عبر الصور التسويقية (20,14%)، بينما «موعد حواء» تنزلق نحو الصور الإيحائية والرومانسية (7,93%) والموضوعية الغربية (14,02%) التي تجعل خطابها أقرب إلى الجريدة المصورة الموجهة للترفيه والاستهلاك. وبينما تبرز «دزيريات» بوصفها منصة تسويقية للموضة والثقافة الاستهلاكية، تقدم «موعد حواء» خطاباً بصرياً "هجيناً" يعيد إنتاج صورة المرأة الجزائرية ضمن سياق عالمي/ غربي لا يعكس بالضرورة هويتها الحقيقية.



الشكل رقم (12): يوضح فئة الصور الخارجة عن التصنيف الهويةتي

● **الخلاصة التفسيرية العامة لفئة الصور:** تكشف نتائج تحليل الصور في مجلتي «دزيريات» و «موعد حواء» عن هيمنة التمثيلات النمطية والتجارية والاستهلاكية على حساب التمثيلات الهويةتية الأصيلة، سواء من حيث الكم أو من حيث المضمون والدلالة. ورغم تباين المجلتيْن في طرق التناول (الأولى عبر الترويج الاستهلاكي للموضة والثقافة التجارية، والثانية عبر اللجوء إلى الصور المستوردة والرومانسية الإيحائية)، فإنهما تتقاطعان في تغييب التمثيلات الواقعية واليومية للمرأة الجزائرية، لصالح صورة مُنتقاة أو مُستوردة تعكس رهانات السوق والعولمة أكثر من ارتباطها بالانتماء الثقافي.

يمكن فهم هذه النتائج في ضوء ما طرحه **ستيوارت هول** في إطار نظرية التمثيل، حيث اعتبر أن الصورة ليست انعكاساً مباشراً للواقع، إنما هي بناء اجتماعي وثقافي يتشكل عبر أنظمة اللغة والمعنى التي تحدد كيفية إدراكنا للعالم (Hall, 1997, pp 18–20). فالصور، في هذا السياق، لا تكتفي بوظيفة الإحالة على الواقع، بل

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تساهم في إنتاج المعاني وبناء الهويات، وتعمل على تكريس صور نمطية تحتل المرأة الجزائرية في سمات محدودة، مثل: المرأة التقليدية المرتبطة بالمطبخ والأزياء، أو المرأة المعاصرة في بعدها الاستهلاكي والرومانسي. ومن ثمّ، يظهر أن الإعلام النسوي، بدل أن يكون أداة لتفكيك الصور النمطية وتوسيع فضاء التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية، ساهم عبر الصور في إعادة إنتاج صور متكررة تعزز الاستلاب البصري، وتدعم هيمنة القوالب الجاهزة المستوردة أو التراثية السطحية. وبذلك يصبح البعد البصري في هاتين المجلتيين عاملاً فعالاً في إعادة تشكيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية داخل فضاء مليء بالرموز المتداخلة بين المحلي والعالمي، بين الأصل والمستورد، وبين التمثيل الاحتفالي السطحي والتمثيل النمطي الاختزالي.

وبالتالي يتضح من مجموع نتائج تحليل الصور أن الخطاب البصري في المجلتيين لا ينقل الواقع بشكل مباشر، بل يشكّل بناءً رمزيًا للهوية الثقافية وفق ما يطرحه ستوارت هول في تعريف للصور باعتبارها عملية ربط بين الأشياء والمفاهيم والعلامات داخل إطار ثقافي مشترك (Hall, 1997, pp 18-20). فالصور هنا لم تكن انعكاسًا محايدًا للواقع، بل مثّلت أنماطًا تمثيلية أعادت إنتاج الهوية في أشكال متباينة؛ حيث طغت التمثيلات النمطية والتقليدية على حساب صور الحداثة المتوازنة، بينما غلبت الصور الخارجية ذات البعد التسويقي أو المستورد على الحضور الهوياتي المحلي. وهذا ما يؤكد أن وسائل الإعلام بدل أن تعكس تنوع الهوية الثقافية وتعقيدها، ساهمت في تكريس الصور النمطية واختزال الهوية النسوية الجزائرية في سمات سطحية أو احتفالية، مما يعيد إنتاج تمثيلات ثقافية جماهيرية جاهزة أكثر من كونه يفتح أفقًا نقديًا أو تحليليًا.

جدول (24) توزيع الألوان حسب مواضع توظيفها ودلالاتها في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»

الألوان	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
الأبيض	85	11,11%	79	12,21%
الأسود	114	14,90%	34	5,26%
الأحمر	87	11,37%	76	11,75%
الأخضر	47	6,14%	167	25,81%
الأزرق	62	8,10%	59	9,12%
الأصفر	47	6,14%	31	4,79%
البرتقالي	31	4,05%	20	3,09%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

البني	44	5,75%	59	9,12%
الذهبي	60	7,84%	43	6,65%
النحاسي	31	4,05%	0	0,00%
الوردي	53	6,93%	27	4,17%
الرمادي	20	2,61%	11	1,70%
البنفسجي	27	3,53%	9	1,39%
الفضي	20	2,61%	4	0,62%
البيج	30	3,92%	11	1,70%
الأبيض والأسود	7	0,92%	17	2,63%
المجموع	765	100%	647	100%

★ إن إدراج الألوان كفئة مستقلة في هذا التحليل لا يندرج ضمن منظور جمالي أو شكلي فحسب، بل يستند إلى خلفية سيميولوجية تعتبر اللون لغة ثقافية قائمة بذاتها، فالألوان لا تُفهم باعتبارها عناصر محايدة أو زخرفية، بل تحمل دلالات رمزية وتاريخية ترتبط بالهوية والذاكرة الجمعية. وقد أشار رولان بارث إلى أنّ اللون يمثل جزءاً من الرسالة الإشارية في الصورة، يستدعي مرجعيات ثقافية لدى المتلقي (Barthes, 1964)، بينما يرى إمبرتو إيكو أنّ اللون يشغل داخل نسق سيميائي يوجّه عملية إنتاج المعنى (أيكو، 2007، ص 12).

ويضيف بيرس أنّ اللون يُدرج ضمن أنظمة العلامات بوصفه رمزاً أو مؤشراً (أتكين، 2022)، في حين يؤكد باستورو أنّ كل لون محمّل بخلفية اجتماعية وتاريخية تتباين بحسب السياقات (Pastoureau, 2013).

بناءً على هذا، فإن اختيارنا للألوان (الأبيض، الأحمر، الأخضر...) كفئات دلالية مستقلة يهدف إلى إبراز كيفية توظيفها داخل العناوين، الصور، الرموز، والإطارات، باعتبارها وسيلة من وسائل التعبير عن الهوية الثقافية وتمثيلها في الخطاب الإعلامي.

◆ يكشف الجدول رقم (24) عن توظيف متنوع للألوان في مجلة «دزيريات»، حيث بلغ مجموع التكرارات (765) توزعت بنسب متفاوتة، فقد احتل اللون الأسود المرتبة الأولى بنسبة 14,90%، تلاها الأحمر بنسبة 11,37%، ثم الأبيض بنسبة 11,11%. بينما سجل الأزرق حضوراً بنسبة 8,10%، والذهبي 7,84%، في حين جاءت الألوان الأخرى كالوردي (6,93%)، الأخضر (6,14%)، الأصفر (6,14%)، والبني

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

(5,75%) بنسب أقل. أما الألوان الثانوية كالنحاسي، البرتقالي، الرمادي، البنفسجي، الفضي، والبيج فقد سجلت نسبًا تراوحت بين 2% و 4% تقريبًا. ويلاحظ ندرة التوليفات الثنائية مثل الأبيض والأسود التي لم تتجاوز 0,92%.

يوضح تحليل الألوان في مجلة «دزيريات» أن التوظيف لم يكن اعتباطيًا، بل جاء محكومًا بدلالات سيميولوجية متجذرة في الثقافة الجزائرية. فقد تصدر اللون الأسود بنسبة 14,90%، وهو لون ذو بعد رمزي مزدوج؛ إذ يحيل من جهة إلى الرصانة والكلاسيكية كما في العناوين والخلفيات مثال: (الإطارات المؤطرة للعنوان القار بالعمود الأدبي "إمرأة من عطر ومن حلم" (صفحة أخيرة)، عنوان كـ "الجزائر رحلة اكتشاف لثقافة ثرية وتراث قديم" (عدد 129)، ومن جهة أخرى

يرتبط بالمرور والرموز الثقافية المادية والمعنوية كـ الموروث الأندلسي مثال: (خلفية موضوعي ليلي بورصالي (عدد 132)، وموضوع الفنان العاصمي أحمد ياسين المألوف إلى العاصمي الحوزي (عدد 140))، والجزائري التقليدي مثل الكراكو، كما يظهر أيضًا في بعض الصور ذات البعد التوثيقي للذاكرة الجماعية.

أما الأحمر (11,37%) فحضر بقوة في العناوين والتصاميم مثال: ("عادات تأبى الاندثار بموضوع ليلة الحناء"، "لالة مينا"، ملف "تكريم المرأة في عيدها العالمي"، خلفية تشكيلة هاجر للأزياء لمسة عصرية راقية...)، وهو رمز وطني وثقافي عميق، يُحيل إلى القوة والصمود، كما يرمز إلى الفتوة والحماس في المخيال الشعبي، وهو من ألوان العلم الوطني والزخارف الشعبية (سيفون، 2015-2016، ص 40).

جاء اللون الأبيض ثالثًا بنسبة (11,11%)، وبرز في مواضيع متعددة منها الخلفيات والعناوين وبعض مكونات اللباس التقليدي، مشيرًا إلى النقاء، الطهارة، والانتماء للبعد الروحي في الثقافة الجزائرية، خاصة حين يقترن بمواضيع دينية (أجواء العيد بين الماضي والحاضر، عيد مبارك، طفلي يصوم لأول مرة)، أو بمناسبات مثل "يناير"، حيث يكون الأبيض حاملًا لدلالات الفرح والاحتفال الجماعي. ويُعدّ الأبيض أيضًا من الألوان المقدسة في الثقافة الأمازيغية، حيث يرمز للنقاء، الصفاء، القمر، والفرح (عيلان، 2000، ص 15).

بينما برز اللون الأزرق (8,10%) مرتبطًا بالرمزية الأمازيغية (العلم الأمازيغي، تطريزات الجبة القبائلية)، وأحيانًا بالمواضيع ذات البعد الوطني مثال ("جميلة بوحيرد"، "احتفالات ربوع الوطن بـ يناير"، "يناير 2968")، وبمعاني الانفتاح والامتداد الجغرافي والثقافي (صفاء السماء، والبحر)، كما يرمز إلى الشهامة والكرامة في الثقافة الأمازيغية (عيلان، 2000، ص 17).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما اللون الذهبي (7,84%) فقد ارتبط بالأزياء التقليدية (القفطان، الكراكو)، وبصور التكريم والاحتفاء، حيث يعكس الفخامة والوجاهة الاجتماعية.

كما حضر اللون الوردي (6.93%) والأخضر (6.14%) والأصفر (6.14%)، تظهر نسبهم قريبة من بعضها، إلا أن دلالاتهم تتباين: فالوردي ارتبط غالبًا بالخطابات الأنثوية والاحتفالات الموجهة للمرأة ("بايرة"، "سرطان الثدي"، "فرحة العيد مئة بالمئة جزائرية")، وعكس البعد الأنثوي العاطفي. بينما استُخدم الأخضر والأصفر كرموز هوية واضحة في الألبسة، الرموز البصرية، والمواضيع ذات الطابع التراثي أو الديني، خاصة ما تعلق بالتقاليد الأمازيغية إذ اعتبر اللون الأصفر من أقوى الرموز المعبرة على الهوية الأمازيغية في المجلة. حيث يحيل إلى رمال الصحراء والشمس وخصوبة الأرض، وهو أحد أبرز ألوان العلم الأمازيغي وله علاقة بالطقوس الزراعية والمعتقدات المرتبطة بالطبيعة (كشيد، برطالي، 2017، ص100)، في حين يرمز الأخضر للطبيعة والبركة (Ait Ali, s.d).

وتنوعت باقي الألوان كالبنّي (5.75%)، البرتقالي (4.05%)، النحاسي (4.05%)، البيج (3.92%)، البنفسجي (3.53%)، الرمادي والفضي (2.61% لكل منهما)، وهي ألوان تدور في فلك التراث المادي والمعمار التقليدي والحلي الشعبية. فالنحاسي والبنّي ارتبطا بالأثاث والأواني، بينما ارتبط البنفسجي بعروض الأزياء والاحتفالات، والفضي بالحلي التقليدية الأمازيغية التي تعكس القوة والمكانة الاجتماعية (بن مبارك، 2009-2010، ص47). ويؤكد مجمع اللغة العربية (1983، ص52) أن الحلي التقليدية تجسد الروابط الاجتماعية وتعبر عن المكانة الاقتصادية والدينية للمرأة، كما تمثل وسيلة لتوريث الثقافة وتعزيز الانتماء.

جدير بالذكر أن المجلة وظفت أحيانًا تراكيب لونية مركبة ذات حمولة رمزية، مثل: الأحمر/الأصفر/الأزرق/الأخضر (ألوان العلم الأمازيغي) في الملابس والرموز البصرية.

الأبيض/الذهبي/الأسود في المناسبات الرسمية، لتجسيد الرصانة والهيبة. البرتقالي/البنّي/النحاسي في عناصر الموروث الشعبي (المعمار والأثاث). الأبيض/الوردي في المواضيع الأنثوية، بما يعكس تأنيث المحتوى.

هذه التوليفات البصرية تتماشى مع ما يطرحه ستيفارت هول حول الصور والتمثيلات، باعتبارها لا تنقل الواقع بشكل مباشر، بل تبني معانيه عبر أنظمة دلالية. وفي هذا السياق، يظهر كيف تساهم الألوان في «دزيريات»

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

في تثبيت الهوية الأمازيغية والوطنية ضمن خطاب بصري مركّب، يجمع بين البعد التراثي والأنثوي، والجمالي، بما يعزز التمثيلات النمطية للمرأة الجزائرية في إطار ثقافي مشترك.

◆ إضافة إلى ما سبق، تكشف معطيات الجدول أن اللون الأخضر استحوذ على النسبة الأعلى (25,81%)، يليه كل من الأبيض (12,21%) والأحمر (11,75%). وقد جاءت الألوان الأزرق والبنّي بنسب متساوية بلغت (9,12%)، بينما تراوحت نسب الذهبي (6,65%)، والأصفر (4,79%)، والوردي (4,17%)، والرمادي، البنفسجي، والبيج بين (1,70% و 1,39%)، في حين كان اللون الفضي الأقل حضوراً بنسبة (0,62%).

توضح هذه الأرقام أن مجلة «موعد حواء» اعتمدت حضوراً لونياً كثيفاً للون الأخضر، مع توظيف ملحوظ للونين الأبيض والأحمر، وهما ألوان ترتبط بشكل مباشر بالهوية الوطنية الجزائرية (العلم الوطني).

يُظهر تحليل الألوان في مجلة «موعد حواء» أن توظيفها لم يكن اعتباطياً، بل ارتبط إلى حد كبير بالبعد الديني والوطني. فقد تصدر اللون الأخضر المشهد البصري بشكل متخم (25,81%)، حيث استخدم في الخلفيات، العناوين، الإطارات، والأرضيات، خاصة في المواضيع الدينية (رمضان، المولد النبوي) والاحتفالات الوطنية (عيد الاستقلال، ذكرى نوفمبر). هذا الحضور الطاغي للون الأخضر يعكس انخيازاً دلاليًا للمجلة نحو الهوية الدينية والوطنية، وقد دعمت مديرة المجلة السيدة جميلة طالي (2018) إجابة اختيار اللون الأخضر بصفته رمزاً دينياً ووطنياً، وهو ما تؤكد المرجعية القرآنية؛ إذ ارتبط اللون الأخضر في القرآن الكريم بالجنة والنعيم والبركة، كما في قوله تعالى: {مُتَّكِئِينَ فِيهَا عَلَى رُفُوفٍ خُضْرٍ وَعَبَقَرٍ حَسَنٍ} (الرحمان، 76)، وقوله تعالى: {عَالِيَهُمْ ثِيَابٌ سُنْدُسٍ خُضْرٌ وَإِسْتَبْرَقٌ} (الإنسان، 21)، مما يرسّخ حضوره كرمز ديني هوياتي في المخيال الثقافي الجزائري. غير أن الملاحظة الدقيقة تُظهر أنّ اللون الأخضر في «موعد حواء» لم يُوظف فقط في السياقات الدينية والوطنية، بل امتد إلى موضوعات تحميلية خدماتية وترفيهية (كالطبخ والإرشاد)، وإلى خلفيات الصفحات والإطارات المؤطرة للعناوين، جعل منه إيقاعاً بصرياً طاغياً يمنح المجلة هوية لونية خاصة، لكنه في الوقت نفسه يضعف من حمولة الدلالة السيميولوجية الدقيقة للون، ليتحول أحياناً إلى مجرد عنصر تزييني أكثر منه رمزاً ثقافياً واعياً.

أما اللون الأبيض (12,21%) فقد ارتبط بالعناوين الاحتفالية والتمجيدية، خاصة عند الحديث عن المرأة المجاهدة ("خديجة بلقنبور" عدد 23) أو المرأة القبائلية ("الجبة القبائلية رمز الانتماء والفخر" عدد 15)، كما حضر في البيورتاجات المكانية (تلمسان، جيجل، غابة بوشاوي)، مما أضفى عليه دلالات الطهر والانتماء

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

والفرح الجماعي. في حين ارتبط الأحمر (11,75%) بالرموز الوطنية والعناوين الخيرية أو الحوارية ذات الطابع البطولي أو الدبلوماسي، حيث يوحى بالقوة والاعتزاز الوطني.

ظهر اللون الأزرق (9,12%) في العناوين والريبورتاجات المكانية، وارتبط بالمواضيع الدينية والنقدية مثل الفتاوى المتعلقة بالمرأة ("معنى نقص العقل والدين عند النساء" (عدد 16)، "الإسلام كرم المرأة بما لم يكرمها به دين سواه"...)، وهو ما ينسجم مع الدلالات السيميولوجية للون الأزرق في الثقافة الجزائرية كرمز للصفاء الروحي والانفتاح (عيلان، 200، ص 17)، أما الأصفر (4,79%) فقد حمل معنى الافتخار والإنجاز، وارتبط بمواضيع تبرز نجاحات المرأة الجزائرية في مجالات علمية واجتماعية ("المؤهلة الثانية لبرنامج الملكة، الجزائرية..") (عدد 22)، مفخرة الجزائر سيليا الخشني في الدور النهائي لبرنامج نجوم العلوم..") (عدد 21)، إلى جانب ظهوره في تغطيات أماكن تاريخية.

الألوان الأخرى مثل البني، البرتقالي، الذهبي، والوردي جاءت مكملة للوحة اللونية العامة. فقد ارتبط البني بالمرورث المادي، بما في ذلك المعمار، الطبخ، والأمكنة التراثية، بينما عكس الذهبي الفخامة في الأزياء التقليدية والمناسبات الاحتفالية. أما الوردي، فقد ظهر في المشاركات الأدبية النسوية ليمنحها طابعاً أنثوياً مميزاً. في المقابل، وظفت باقي الألوان كالبيج، الرمادي، والبنفسجي غالباً كإطارات أو خلفيات. واتفقت المجلتان في توظيف اللون الفضي كامتداد طبيعي للأكسسوارات الفضية التقليدية. كما برزت توليفة اللونين الأبيض والأسود، والتي بلغت نسبتها في الصور الأرشيفية لدى مجلة دزيريات (2,63%)، خاصة في مواضيع المناسبات الوطنية، مثل صور المرأة في ميدان التحرير والثورة التحريرية، وصور المجاهدات، مما يعكس بعداً تاريخياً ورمزياً في التمثيل الإعلامي للمرأة.

ومن خلال القراءة السيميولوجية، نلاحظ أن حضور الألوان في «موعد حواء» جاء غير متوازن أو مؤسسي كما هو الحال في «دزيريات»، بل اتسم بالتكرار العفوي والتوظيف المناسباتي، خصوصاً مع هيمنة اللون الأخضر الذي تم اعتماده كـ "هوية لونية" للمجلة. إلا أن هذا التوظيف، رغم طابعه الاحتفالي والديني، يظل محكوماً بالتصورات النمطية ويعيد إنتاج تمثيلات ثابتة للهوية، بدل الانفتاح على أبعاد أكثر تركيبيًا.

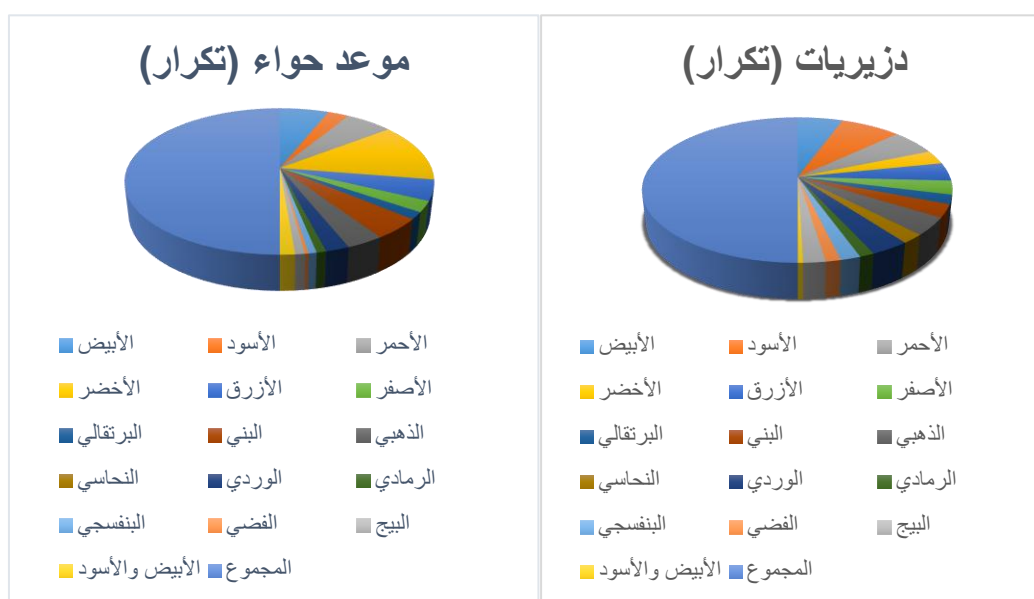
■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف المقارنة بين المجلتين عن اختلاف جوهري في الاستراتيجية البصرية الخاصة بالألوان. فقد سعت «دزيريات» إلى تنويع الألوان بشكل أكبر، حيث اعتمدت على تراكيب لونية مركبة (الأحمر، الأصفر، الأزرق، الأخضر) مع التركيز على اللون الأصفر ذات دلالة أمازيغية وتراثية عميقة، مما منحها بعداً

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

سيمولوجيا متعدد الطبقات (أمازيغي، وطني، تراثي، أنثوي). هذا التوظيف يعكس توجهاً نحو استحضار الرموز الثقافية الأصيلة وإعادة إنتاجها ضمن خطاب بصرى متحذر في الذاكرة الجماعية.

في المقابل، اختارت «موعد حواء» مسارًا أكثر أحادية في التعبير اللوني، حيث هيمن اللون الأخضر بشكل واضح ليشكّل "هوية لونية" للمجلة، في ارتباط وثيق بالبعد الديني والوطني. وهو ما أكدته مديرة المجلة جميلة طالبي بأن "الانحياز للون الأخضر هو خيار متعمد وانتقائي للدلالة على الهوية الدينية والخط الديني الوطني الذي تتبعه المجلة وتريد إيصاله للقارئات". وقد جاءت باقي الألوان مكملة أو مناسباتية، مثل الأبيض والأحمر في المناسبات الوطنية، والأزرق والأصفر في بعض المواضيع الدينية والاجتماعية، بينما بقي حضور الألوان الأخرى محدودًا أو زخرفيًا.

وبناءً على ذلك، يمكن القول أنّ مجلة «دزيريات» منحت اللون الأصفر بعداً هوياتياً أمازيغياً واضحاً، خاصة في تأطير العناوين أو إبراز الموضوعات ذات الصلة بالزي القبائلي والتقاليد الأمازيغية، بل وحتى في بعض العبارات مثل "تعرويس". وقد أكدت الصحفية العاملة بالمجلة منيرة ع (2018) أنّ اللون يحظى بدلالة قوية في الثقافة الأمازيغية، إذ تستحضره النساء القبائليات في معظم المستلزمات اليومية، من الزرابي والاولاني الفخارية والقِلال، إلى الألبسة والطرز والفرش، معتبرة إياه لوناً دلاليّاً مركزياً في الهوية الأمازيغية. في المقابل، لم تمنح «موعد حواء» للأصفر هذا الحضور الرمزي المركز بل وظفته في سياقات متفرقة ارتبطت بالإنجازات الفردية أو بالعناوين الاحتفالية، مما قلل من قوته كرمز هوياتي جماعي.



الشكل رقم (13): يوضح فئة الألوان حسب مواضع توظيفها ودلالاتها

● الخلاصة التفسيرية العامة لمحور التوجيه البصري الرمزي: انطلاقًا مما سبق، يمكن القول إن تحليل مكونات التوجيه البصري الرمزي في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» من عناوين وصور وألوان، كشف أن الخطاب الهوياتي ظل مرتكزًا إلى أنماط تمثيل نمطية وتقليدية في الغالب، تُعيد إنتاج صورة المرأة في أطر احتفالية أو وجدانية أكثر منها تحليلية أو نقدية. فقد غلب على العناوين الطابع الوصفي والوجداني، ما يعكس هيمنة البعد الشعوري والقيمي على حساب المعالجة الإخبارية أو التحفيزية. أما الصور، فتمركزت أساسًا حول الرموز التراثية (الأزياء، الأطباق، الطقوس)، مع حضور محدود للتمثيلات الحداثية أو المهنية، ما يجعل الهوية المقدمّة في هذه الوسائط أقرب إلى استدعاء الذاكرة الجمعية منها إلى إبراز المرأة الجزائرية في واقعها المعاصر المتعدد.

وفيما يخص الألوان، فقد استُحضرت بمدلولات ثقافية ودينية ووطنية قوطنية، إذ ارتبط الأخضر بالبعد الديني والوطني، والأصفر بالرموز الأمازيغية، والأحمر بدلالات المقاومة والفخر، والأبيض بالبعد الروحي والطهوري. غير أن تكرار هذه الألوان في مختلف المواضع كشف عن آلية غرس رمزي تعيد تكريس قيم الهوية بشكل غير مباشر، في انسجام مع ما يطرحه جرينر من أن التكرار في الخطاب الإعلامي يُنتج معاني مستقرة ويُطبع وعي الجمهور بها (Gerbner, Gross, 1976, pp 173-199).

بناءً على ذلك، يمكن القول إن التوجيه البصري الرمزي في المجلتين لم يكن حياديًا، بل مارس وظيفة مزدوجة: من جهة، تكريس صور نمطية متوارثة عن المرأة الجزائرية، ومن جهة أخرى، تثبيت الرموز الوطنية والدينية الثقافية عبر وسائط بصرية ولونية متكررة. وهو ما ينسجم مع طرح ستيوارت هول الذي يرى أن الصور لا تعكس الواقع بل تبنيه داخل نظام من التمثيلات، بحيث يصبح المتلقي أمام هوية مُصاغة ومؤطرة رمزيًا، أكثر منها هوية مفتوحة على التعدد والتحول.

المطلب الثالث: محور شكل ظهور المادة الصحفية

جدول رقم (25) يمثل فئة جماليات التناول البصري لتقديم قضايا الهوية الثقافية

التركيز البصري	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«مؤعد حواء» (تكرار)	«مؤعد حواء» (%)
تغليب الصورة على النص	93	31,96%	47	19,92%
تكافؤ بين النص والصورة	28	9,62%	45	19,07%
تغليب النص على الصورة	24	8,25%	39	16,53%
تركيز بصري على الزبي التقليدي	56	19,24%	18	7,63%
تركيز بصري على رموز الهوية الثقافية	49	16,84%	29	12,29%
تركيز بصري على الشخصية الثقافية أو التاريخية	18	6,19%	10	4,24%
تركيز بصري على الطقوس أو الممارسة الثقافية	17	5,84%	8	3,39%
تركز بصري على الفضاء المكاني	6	2,06%	40	16,95%
المجموع	291	100%	236	100%

◆ يكشف الجدول الخاص بفئة جماليات التناول البصري لقضايا الهوية الثقافية في مجلة «دزيريات» أن فئة تغليب الصورة على النص تصدرت بنسبة 31,96% (93 تكرارًا)، مما يدل على حضور بصري طاغٍ مقارنة بالمادة التحريرية، تليها فئة التركيز على الزبي التقليدي بنسبة 19,24% (56 تكرارًا)، ثم التركيز على رموز الهوية الثقافية بنسبة 16,84% (49 تكرارًا). كما سجلت فئات أخرى نسبيًا أقل: تكافؤ النص والصورة 9,62%، تغليب النص على الصورة 8,25%، التركيز على الشخصيات الثقافية أو التاريخية 6,19%، الطقوس والممارسات الثقافية 5,84%، وأخيرًا الفضاء المكاني بنسبة 2,06% فقط.

تُظهر هذه المعطيات أن «دزيريات» تراهن بقوة على الصورة كوسيلة أولى لتشكيل خطابها البصري حول الهوية. فالأولوية الممنوحة لتغليب الصورة على النص تعكس اعتماد المجلة على التأثير الفوري للبصري في تشكيل الانطباع لدى القارئ، مع إسناد مكانة محورية للمرأة داخل هذه الصور سواء عبر إبراز ملامحها، أزيائها التقليدية (الكرامكو، الجبة القبائلية، القفطان)، أو مشاركتها في طقوس وعادات جماعية. ويبدو أن اللباس التقليدي يُشكّل الرمز الأكثر رسوخًا في خطاب المجلة، حيث لا يُوظف فقط كعنصر جمالي وإنما كآلية لتثبيت هوية متجذرة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

من جهة أخرى، ورغم الحضور الواضح للرموز الثقافية (رموز أمازيغية، الزخارف، الأواني، العمارة التقليدية)، يبقى تمثيل الفضاءات المكانية ضعيفاً للغاية (2,06% فقط)، مما يحصر الهوية في بُعد رمزي وشكلي دون إسنادها بسياق جغرافي متنوع. كذلك، فإن ضعف نسبة إبراز الشخصيات الثقافية والتاريخية يشير إلى قصور في تقديم الهوية كنتاج لمسارات فردية وجماعية حيّة، والاكتفاء بتمثيلات بصرية نمطية.

ينسجم هذا التناول مع ما تطرحه نظرية التمثيل الثقافي (ستيوارت هول)، حيث لا تعكس الصور الواقع كما هو، بل تعيد إنتاجه من خلال اختيارات رمزية (اللباس، الطقوس، الزخارف) لتثبيت معانٍ محددة عن الهوية الثقافية. في الوقت نفسه، يمكن قراءة تغليب الصورة على النص من منظور نظرية الهيمنة، باعتباره ممارسة لإعادة إنتاج خطاب يرسّخ رموزاً تقليدية على حساب التنوع أو العمق التحليلي، ما يوجّه القارئ نحو تمثيل ضيق للهوية.

◆ يظهر الجدول أيضاً أن فئة تغليب الصورة على النص في مجلة «موعد حواء» تصدرت بنسبة 19,92% (47 تكراراً)، تليها فئة تكافؤ النص والصورة بنسبة 19,07% (45 تكراراً)، ثم فئة تغليب النص على الصورة بنسبة 16,53% (39 تكراراً). كما سجلت فئة التركيز البصري على الفضاء المكاني حضوراً قوياً بلغ 16,95% (40 تكراراً)، متقدمة بذلك على فئات أخرى مثل التركيز على رموز الهوية الثقافية 12,29%، الزي التقليدي 7,63%، الشخصيات الثقافية أو التاريخية 4,24%، وأخيراً الطقوس والممارسات الثقافية بنسبة 3,39% فقط.

تميزت «موعد حواء» باعتماد أسلوب بصري يقوم على ما يمكن تسميته "الازدحام الإخراجي" أو "أسلوب السيرك"، حيث تُغرق الصفحات بالصور الجاهزة المستقاة غالباً من مصادر رقمية، وهو ما يقصر نسبة تغليب الصور على النصوص. وتكشف بنية المجلة عن قاعدة تحريرية تعتمد على تخصيص موضوع واحد (خصوصاً في الريبورتاجات) بعدة صور متجاورة، مما يمنح الطابع البصري ثقلاً على حساب التحليل العميق.

في المقابل، يظهر حرص المجلة على المناصفة البصرية في بعض الأركان الثابتة مثل الطبخ وإسلاميات، حيث يقابل النص صورة واحدة بشكل متوازن، مع تنويع المواضيع داخل الصفحة الواحدة.

ويُعد تركيزها البصري على الفضاء المكاني أبرز ما يميزها مقارنة بـ «دزيريات»، إذ منحت «موعد حواء» مساحة واسعة للريبورتاجات الجغرافية والتاريخية عن مختلف الولايات والمعالم (مثل تاغيت، تلمسان، أمدوكال...)، وهو ما يمنح الهوية الثقافية بعداً جغرافياً ومجالياً أكثر وضوحاً. أما بخصوص الزي التقليدي، فقد حضر بشكل محتشم، حيث انصبت الصور على إبراز تفاصيل اللباس ذاته (طرزه وتصميمه) أكثر من إبراز

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

العارضة أو السياق الجمالي المحيط، على عكس «دزيريات» التي بالغت في تقديم تشكيلات كاملة بتركيز على الماكياج والأكسسوارات والفضاءات المصاحبة.

من جانب آخر، سُجِّل حضور محدود للشخصيات الثقافية والتاريخية، حيث تناولتها المجلة في إطار احتفائي/ تمجيدي أكثر من كونه توثيقياً، مثل: سليمة سواكري (كسفيرة للنوايا الحسنة)، الإعلامية ليس زوبيري، عقيلة حشيشي، والمجاهدة بلقمبور. لكن يُلاحظ غياب البورتريه الصحفي الذي يُعنى بتوثيق المسارات الفردية بشكل معمق، مما يقلل من القيمة المرجعية لهذه التغطيات.

يمكن تفسير هذا التوجه عبر نظرية الغرس الثقافي (جرينر)، حيث يؤدي تكرار الصور الجاهزة والازدحام البصري إلى ترسيخ تمثيلات نمطية عند القارئ، تُنتج مع الوقت صوراً ذهنية اختزالية عن الهوية. وفي الوقت نفسه، يُظهر التركيز القوي على الفضاء المكاني انسجماً مع نظرية التمثيل الثقافي (هول)، باعتبار أن الصور لا تعكس الواقع كما هو، بل تبنيه داخل خطاب محدد يجعل من المكان مرادفاً للهوية. أما تغييب البورتريه والبعد التحليل فيعكس نوعاً من الهيمنة التحريرية التي تُعيد إنتاج صورة المرأة الجزائرية بشكل تجزيئي وسطحي، بعيداً عن تعدديتها وتجارها الفعلية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يُلاحظ أن كلا المجلتين منحتا للصورة دوراً مركزياً في تمثيل الهوية الثقافية، غير أن طبيعة هذا التوظيف تباينت بشكل واضح:

مجلة «دزيريات» اعتمدت على تغليب الصورة على النص بنسبة أعلى (31,96%)، لكنها ربطت ذلك أساساً بالتركيز على الزي التقليدي (19,24%) ورموز الهوية الثقافية (16,84%). فالصورة هنا وظفت بشكل جمالي وترويجي، لإبراز اللباس، الألوان، أو الرموز التراثية، مع طابع احتفالي أو دعائي أكثر من كونه تحليلياً أو توثيقياً.

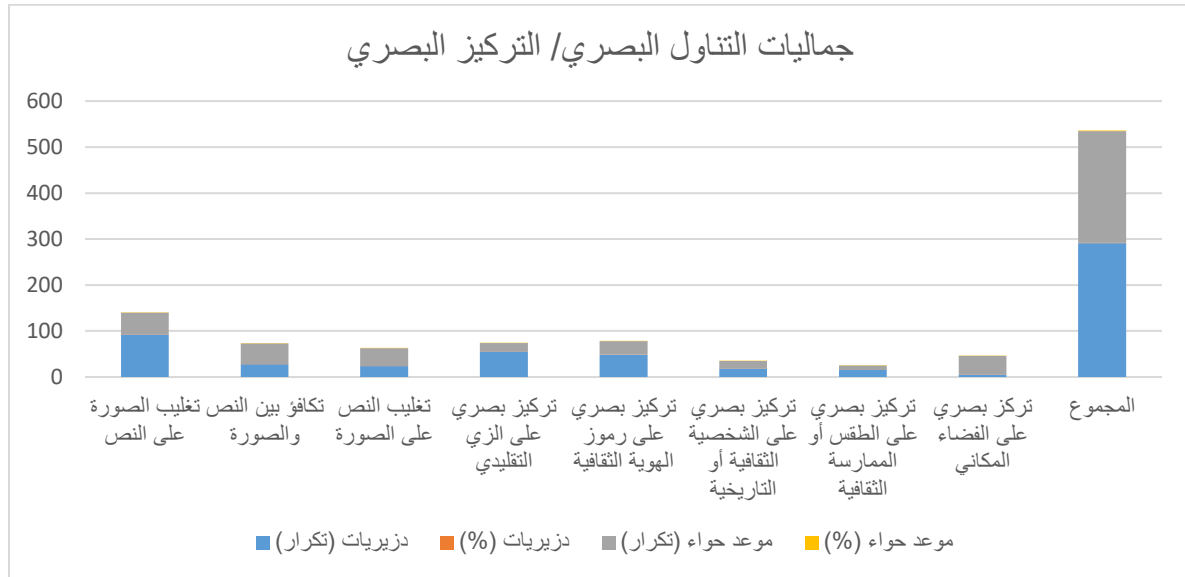
في المقابل، ركزت «موعد حواء» بدرجة أوضح على الفضاء المكاني (16,95%) من خلال الريبورتاجات التاريخية والجغرافية (تمنراست، أمدوكال، تلمسان...)، بينما جاء حضور الزي التقليدي والرموز البصرية أقل بكثير مقارنة بـ «دزيريات». أي أن المجلة ربطت الهوية بالبعد المجالي والفضاء الطبيعي/ التاريخي أكثر من ربطها بالرموز الفردية أو الشكلية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

من جهة أخرى، يُظهر التحليل أن «موعد حواء» تميل إلى توزيع بصري مزدحم عبر صور جاهزة متكررة، في حين اعتمدت «دزيريات» على صور ملتقطة من طاقمها الخاص، وهو ما جعلها تبدو أكثر "تنظيمًا" بصريًا لكنها أيضًا أكثر سطحية في معالجة الهوية (حصرها في الأزياء والرموز).

أما الشخصيات الثقافية والتاريخية، فقد حضرت في كلتا المجلتيين لكن بصورة محتشمة، مع طغيان الطابع الاحتفائي/ التمجيدي على حساب البورتريه التحليلي أو التوثيقي.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن «دزيريات» جسدت الهوية بصريًا من خلال الرموز الفردية (الزي، الألوان، المرأة كنموذج جمالي)، بينما جسدها «موعد حواء» من خلال المكان (الفضاء، المعالم، الريبورتاجات الجغرافية). ومع ذلك، تشترك المجلتيان في سطحية التناول وغياب العمق التوثيقي، مما يجعل الخطاب البصري أقرب إلى الاستهلاك الجمالي منه إلى إنتاج معرفة أو وعي بالهوية.



الشكل رقم (14): يوضح فئة جماليات التناول البصري

جدول رقم (26) يمثل فئة القالب الصحفي المعتمد في تقديم قضايا الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

القالب الصحفي	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
خبر	3	3,66%	0	0,00%
تقرير صحفي	27	32,93%	3	2,29%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

مقال تحليلي	1	1,22%	1	0,76%
عمود صحفي	5	6,10%	4	3,05%
افتتاحية	5	6,10%	6	4,58%
تحقيق صحفي	0	0,00%	0	0,00%
حوار صحفي	12	14,63%	6	4,58%
بورترية	3	3,66%	0	0,00%
ريپورتاج	8	9,76%	15	11,45%
ملف صحفي	2	2,44%	1	0,76%
موضوعات مكملة	16	19,51%	95	72,52%
المجموع	82	100%	131	100%

♦ من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن التقرير الصحفي احتل الصدارة بنسبة 32,93%، وهو ما يشير إلى أن المجلة اعتمدت بشكل كبير على هذا القالب التفسيري الإخباري، خاصة في تغطية الطقوس والسلوكيات الاجتماعية ذات الطابع الهوياتي. تلاها قالب الموضوعات المكمل بنسبة 19,51%، ثم الحوار الصحفي بنسبة 14,63%، في حين احتل الريبورتاج المرتبة الرابعة بنسبة 9,76%. أما القوالب الأخرى فجاء حضورها متفاوتاً: الافتتاحية والعمود الصحفي (6,10% لكل منهما)، البورترية والخبر (3,66%)، الملف الصحفي (2,44%)، المقال التحليلي (1,22%)، بينما غاب التحقيق الصحفي تمامًا عن أعداد المجلة. هذا التوزيع يعكس اعتماد المجلة على القوالب التقريرية والوظيفية أكثر من القوالب التحليلية أو الاستقصائية.

أظهر التحليل النوعي أن التقارير الصحفية شكّلت العمود الفقري للمجلة، ما يعكس اعتماد المجلة المكثف على هذا القالب التفسيري الإخباري خصوصاً في التغطيات والمواد المصورة التي تناولت الطقوس، والسلوكيات، والممارسات اليومية والاجتماعية في سياقات احتفالية أو رمزية. وقد تفرعت هذه التقارير بدورها إلى أشكال متعددة: تقارير مصورة اهتمت بالطبخ والموضة بدعم بصري كثيف للصور على حساب النصوص مثل "دهن جسم الطفل بالزيت الزيتون من أحسن العادات المتوارثة"، وأخرى سلوكية طقسية أبرزت الممارسات الاجتماعية المتجذرة مثل الطقوس الاحتفالية والمناسباتية، فضلاً عن تقارير وصفية إخبارية غطت فعاليات وأحداث مختلفة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

مثال: ("الطبعة الأولى لمهرجان الكسكس الدولي" (عدد 134)، "أسبوع الموضة في طبعته الثالثة" عدد (139))، جاءت في شكل معالجة مباشرة وسطحية أحياناً، لكنها وُفّرت للمجلة أداة لتكريس الهوية الثقافية اليومية.

أما **الموضوعات المكملّة** فجاءت في صيغ متعددة، مواد وظيفية وخدماتية ذات طابع رمزي (وصفات، نصائح إرشادية، تثقيفي أو ترفيهي كالأقوال الشعبية (بوقلات)، استطلاعات رأي غالباً ما تكون مرتبطة بالسياقات الطقسية (رمضان، العيد، الزواج...) أو بالممارسات الاجتماعية اليومية، وهي مواد خفيفة لكنها تسهم في تعزيز ودعم البُعد الهوياتي غير المباشر في المجلة.

أما **الحوارات الصحفية** بدورها عكست تبايناً؛ بعضها مثل الهوية الثقافية الجزائرية تمثيلاً مباشراً وعميقاً (عبر الدفاع عن التراث أو إبراز رموز وطنية) مثال: "حوار مع الفنانة سهى أولها"، بينما انفتح بعضها الآخر على ثقافات بديلة أو علاقة الذات بالآخر (المغتربات، التجارب العابرة للثقافات) مثال "حوار مع السيدة إلهام أبو عيش"، "الشيف المغربية شميصة"، ما منحها طابعاً تفاعلياً متنوعاً.

أما **الريبورتاجات** فقد غطّت محاور مكانية (توثيق الفضاءات الحضرية والتراثية مثل الأحياء التاريخية والمطاعم التقليدية مثل "القصة"، "لالة مينا مطعم عائلي يحافظ على المروث التقليدي")، طقسية (الاحتفالات الوطنية والدينية وما يرافقها من شعائر وعادات كـ "يناير 2968"، أسطورة، شعائر، أو معتقدات)، وشخصية (تسليط الضوء على نساء مبدعات). هذه الريبورتاجات اتسمت بالوصف الوجداني وسرد التفاصيل بشكل قصصي يقرب القارئ من الحدث.

الافتتاحيات والأعمدة الصحفية مثّلت مساحة وجدانية تأملية، الأولى عكست مقاربات نقدية أو اجتماعية عامة مثل ("بايرة"، "إلى متى؟")، بينما تميز العمود بنبرة أدبية ذاتية وقارة، أقرب إلى الكتابة الوجدانية منه إلى التحليل الصحفي (تلك المرأة، ويستمر التحدي، صورة وكلها تحت عنوان قار امرأة من عطر ومن نور)، ما جعله جزءاً من خطاب شعوري أكثر من كونه أداة تفسيرية.

أما **البورتريه** فقد ظهر بلامح احتفائية متمحورة غالباً حول المرأة الجزائرية الناجحة والمبدعة في الحرف والمهن والفنون مثال ("بسمة سادات أنامل جزائرية من ذهب") عاكساً صورة نمطية إيجابية للمرأة النموذجية، أما

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الأخبار فاقصرت على تغطية فعاليات موسمية محدودة، في حين كان **الملف الصحفي** قالبًا مركبًا جمع بين عدة أشكال (تقارير، حوارات، صور...) حول موضوع واحد مقال "حفل «دزيريات» تكرم المرأة في عيدها العالمي". بينما سُجِّل مقال تحليلي وحيد تناول ظاهرة التعصب بشهر رمضان.

الملفت للنظر هو الغياب التام لـ **التحقيق الصحفي**، ما يكشف افتقار المجلة للبعد الاستقصائي القادر على مساءلة القضايا الحساسة أو الإشكالية المتعلقة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وهو ما يؤكد الطابع الاحتفائي والوظيفي للمجلة على حساب العمق النقدي والتحليلي.

◆ يكشف الجدول الإحصائي كذلك، أن القالب الأكثر حضورًا في مجلة «موعد حواء» هو **الموضوعات المكملة** بنسبة 72,52%، وهو رقم مرتفع جدًا مقارنة ببقية القوالب، ويعكس اعتماد المجلة على مواد ذات طبيعة وظيفية وخدمائية مرتبطة بالطبخ، الأزياء، الفتاوى الإسلامية، والقصص الوجدانية. أما **الريپورتاج** فحلّ في المرتبة الثانية بنسبة 11,45%، وجاء في صيغ متنوعة بين ريپورتاجات مكانية طقسية، وتاريخية، ووطنية رمزية، في حين احتل **الحوار الصحفي** المرتبة الثالثة بنسبة 4,58%، وغلبت عليه الصيغة الاحتفالية التمجيدية أو التوثيقية الرمزية، و**الافتتاحية** بنسبة 4,58%، وهي عادة مناسباتية أو نقدية تساءلية تتناول تغير أدوار المرأة أو العادات المتوارثة.

وسُجِّل حضور محتشم **للعמוד الصحفي** الذي يعنى بمواضيع الهوية الثقافية بنسبة 05,3%، وعلى جاءت **التقارير الصحفية** في مجلة «موعد حواء» بنسبة 2.29% وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بـ «دزيريات»، و**المقال التحليلي** بنسبة 0,76% فقط، بينما غاب **التحقيق الصحفي** تمامًا، كما غاب **الخبر والبورترية** تقريبًا عن معالجة الهوية الثقافية في المجلة.

وتظهر القراءة المعمقة للقوالب الصحفية في «موعد حواء» أن المجلة تراهن بالدرجة الأولى على **الجانب الوظيفي والخدمي** أكثر من الطرح التحليلي أو الاستقصائي. فالموضوعات المكملة لم تقتصر على وصفات الطبخ والأزياء، بل انفتحت على الفتاوى الدينية، النصائح القيمية، والمضامين الوجدانية مثل القصص والأشعار الوطنية ("احكي يا تاريخ"، "تاج إفريقيا")، ما يعكس حضورًا قويًا للبعد الديني والوطني في الخطاب الصحفي. أما **الريپورتاج**، فقد شكّل فضاءً بارزًا للتوثيق الميداني، سواء عبر الريپورتاجات التوثيقية الوطنية الرمزية (المرأة المجاهدة الجزائريات قدمن النفس والنفيس في سبيل أن يحيا الوطن...)، أو تصوير الأمكنة التاريخية والسياحية (تلمسان،

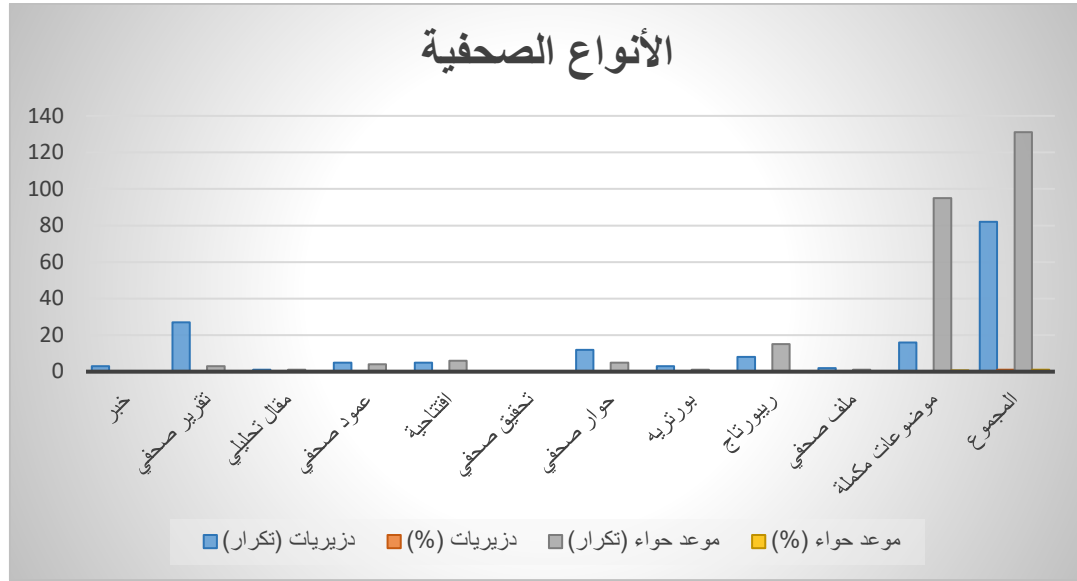
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أمدوكال، جزيرة سيرجينا)، أو الطقوس والممارسات التقليدية (المولد النبوي عراقا الموروث تعانق ذكرى خير الأنام، الهيدورة، رمضان، ...)، وهو ما يعكس وعيًا تحريريًا بأهمية الفضاء والمكان في تجسيد الهوية. في المقابل، اتسمت الحوارات بالتوظيف الاحتفائي أو التوثيقي أكثر من الطرح النقدي، إذ غلب عليها تمجيد النساء الفاعلات أو الرموز الوطنية. أما المقالات التحليلية والافتتاحيات فمثلت محاولات محدودة لطرح نقدي أو تأملي، مثل مقال فرحة الخروج من القفص تضاهي فرحة دخوله الذي استند إلى النصوص الدينية وآراء الأخصائيين ليجسد أبعاد الهوية الدينية والاجتماعية. ويلاحظ أيضًا أن المجلة لم تستثمر التحقيق الصحفي أو البورتريه، ما يُبرز غياب المعالجة الاستقصائية العميقة، مقابل ترجيح القوالب السطحية والخدمية.

هذا التوزيع يكشف عن هوية تحريرية تقوم على الازدحام الإخراجي وتعددية المواد ضمن الصفحة الواحدة، مما يمنح انطباعًا بصريًا غنيًا لكنه يفتقد للتركيز أو العمق التحليلي.

■ **المقارنة بين المجلتين:** من خلال المقارنة بين المجلتين يتبين وجود اختلاف جوهري في انتقاء القوالب الصحفية وطريقة توظيفها. ف «دزيريات» اعتمدت أساسًا على التقرير الصحفي (32,93%) باعتباره قالب المهيمن في معالجة قضايا الهوية الثقافية، يليه الموضوعات المكملة (19,51%) ثم الحوار الصحفي (14,63%). هذا التوزيع يعكس توجهًا تحريريًا يقوم على التفسير الوصفي والربط بالصور والمشاهد الاحتفالية واليومية، مع حضور معتبر للريورتاجات (9,76%) ذات الطابع المكاني أو الطقسي. في المقابل، جاءت «موعد حواء» مختلفة تمامًا، إذ طغت عليها الموضوعات المكملة بنسبة مرتفعة جدًا (72,52%)، ما يكشف عن اعتمادها شبه الكلي على مواد وظيفية وخدمية (طبخ، أزياء، فتاوي، نصائح، أشعار وطنية...)، بينما جاء الريورتاج في المرتبة الثانية (11,45%)، وهو ما يبرز رهانها على التغطيات المكانية والطقسية أكثر من المعالجة التحليلية. أما الحوار الصحفي فاقصر على تمثيلات سطحية أو احتفائية (3,82%)، وغاب التحقيق الصحفي تمامًا عن كلتا المجلتين، في حين كان حضور العمود الافتتاحية محدودًا وبطابع وجداني أو مناسباتي.

بناءً على ذلك، نلاحظ أن «دزيريات» حاولت قدر الإمكان تطويع القوالب الصحفية ذات الطابع التفسيري والتقريرية لإبراز الهوية، بينما «موعد حواء» اختزلت قضايا الهوية في سياق خدماتي ووظيفي يُقدّم غالبًا في إطار مكمل للمواد الأساسية.



الشكل رقم (15): يوضح فئة فئة القالب الصحفي المعتمد في تقديم قضايا الهوية الثقافية

❖ **الخلاصة التفسيرية العامة لمحور شكل ظهور المادة الصحفية:** يُظهر هذا المحور أن المجلتين لم تُعطيا الأولوية للقبول التحليلية أو الاستقصائية (كالتحقيق أو المقال النقدي)، بل ركزتا على قوالب سطحية ووصفية أو وظيفية، وهو ما جعل الهوية الثقافية تُقدّم في صورة مجزأة أو مؤثثة سياقياً (من خلال الطقوس، الطبخ، الأزياء، الفتاوى) أكثر من كونها مشروعاً تحليلياً متكاملًا. كما يُبرز غياب التحقيق الصحفي عن المجلتين محدودية في العمق الصحفي، حيث يُختزل حضور الهوية في أشكال تمثيلية جاهزة، إما عبر التقارير والريبورتاجات في «دزيريات» أو عبر الموضوعات المكملّة والوظيفية في «موعد حواء».

هذا التوجّه يمكن قراءته في ضوء مفهوم التمثيل عند ستيفارت هول، حيث لا تعكس القوالب الصحفية الواقع مباشرة، بل تُعيد بناءه عبر أنظمة المعنى واللغة؛ وهو ما جعل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية تُختزل في قوالب نمطية متكررة. كما يمكن تفسير الطابع التراكمي لتوظيف هذه القوالب من خلال نظرية الغرس الثقافي لجروينر، إذ إن التكرار المستمر للمواد الوصفية والخدمية (كالطبخ، الأزياء، الفتاوى) يُسهم في غرس تمثيلات ثابتة عن المرأة الجزائرية لدى القارئات، بما يعزز الاستمرارية النمطية على حساب التجديد أو التنوع في صور الهوية.

❖ **الخلاصة الشاملة لفئات الشكل:** كشفت فئات الشكل عن هيمنة الطابع البصري والوصفي على معالجة قضايا الهوية الثقافية، من خلال تغليب الصور والرموز والألوان على المعالجة النصية والتحليلية، مما يعكس تركيز المجلتين على الجاذبية الإخراجية والرمزية أكثر من التوثيق أو العمق النقدي، وبذلك تتشكل صورة نمطية متكررة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، تؤكد أطروحة هول حول كون التمثيلات الإعلامية بناءات دلالية، وتنسجم مع طرح جرينر بأن التكرار يعزز الصور الذهنية في الوعي الجمعي.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون

يمثل المضمون الصحفي المجال الأعمق الذي تتجلى فيه التمثيلات الثقافية، حيث لا تقتصر المجالات النسائية على تقديم موضوعات خفيفة أو خدماتية، بل تعيد عبر خطابها التحريري صياغة عناصر الهوية من لغة ودين وتراث وقيم، ومن هذا المنطلق، يتناول هذا المبحث تحليل فئات المضمون في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»، من خلال دراسة القضايا الهوياتية المطروحة، أنماط الخطاب الثقافي المتكرر، وطبيعة الرموز والمضامين المستحضرة، قصد الكشف عن كيفية بناء صورة المرأة الجزائرية وتموقعها داخل الحقل الثقافي والإعلامي.

المطلب الأول: مضامين الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية المطروحة في الخطاب الإعلامي

جدول رقم (27): يمثل فئة الرصد الكمي للمواضيع في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة

المعيار	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
المواضيع الهوياتية	109	15,68%	137	12,78%
المواضيع الغير هوياتية	586	84,32%	935	87,22%
المجموع	695	100%	1072	100%

◆ تكشف النتائج الإحصائية الخاصة بمجلة «دزيريات» عن هيمنة واضحة للمواضيع غير الهوياتية بنسبة 84,32% مقابل 15,68% فقط من المواد التي عاجلت قضايا الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. هذا التفاوت الكبير يبرز طغيان البعد التجاري والخدمي على حساب البعد الثقافي والهويتي، وهو ما يجعل الحضور الهوياتي في المجلة محدودًا، مقارنة بالحجم الكلي للمواد المنشورة.

يتضح من خلال تحليل المضمون أن مجلة «دزيريات» ركّزت بشكل ملحوظ على المواضيع ذات الطابع الترويجي والتسويقي والترفيهي، وهو ما يظهر في الركن القار المخصص للتسوق الذي يتضمن عناوين وأرقام هواتف

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

المجلات التجارية ومواقعها، إضافة إلى ما يُرفق من بطاقات معلومات للخبراء والمختصين، تتضمن بدورها بيانات اتصال كنوع من الترويج الذكي لخدماتهم. كما أولت المجلة اهتمامًا لاقتراح عناوين صالونات التجميل والمطاعم والمرافق التي تخص المرأة، ما يعكس انزياح الخطاب التحريري نحو منطق السوق والإشهار. وبذلك يصبح البعد الهوياتي خطابًا ثانويًا أو مكملًا ضمن رؤية تحريرية تضع المرأة في موقع المستهلك أولاً، أكثر من كونها فاعلاً ثقافياً واجتماعياً. هذا الطابع التجاري الاستهلاكي ينسجم مع طبيعة المجلات النسائية ذات التوجه الترفيهي، لكنه يثير تساؤلات حول مدى التزام «دزيريات» بوظيفتها الثقافية والتنويرية في سياق بناء الوعي الهوياتي للمرأة الجزائرية.

◆ وتشير نتائج الرصد الكمي لمجلة «موعد حواء» إلى أنّ نسبة المواضيع غير الهوياتية بلغت 87,22%، مقابل 12,78% فقط من المواد التي تطرقت إلى قضايا الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. هذه النسبة المرتفعة من المواضيع العامة ذات الطابع الخدماتي والترفيهي تكشف عن هيمنة البعد اليومي والمعيشي على المضمون التحريري للمجلة، في مقابل حضور أقل لموضوعات الهوية المباشرة.

من خلال قراءة نوعية للمضامين يظهر أن «موعد حواء» قد أولت اهتمامًا بارزًا للمواضيع الخدماتية والإرشادية والترفيهية، حيث تكررت موضوعات الطبخ، الجمال، الديكور، والصحة، على جانب معالجة قضايا اجتماعية ودينية وتاريخية. ورغم وجود مواد ترويجية (مثل ركن السيارات أو أخبار التكنولوجيا الخاصة بالإصدارات الذكية)، إلا أنها لم تطبع المجلة بطابع تسويقي مباشر كما هو الحال في «دزيريات».

الفرق الجوهرى يكمن في أن «موعد حواء» توظف هذه المضامين في إطار إرشادي توجيهي وظيفي يستهدف تقديم خدمة معرفية أو عملية للقارئات، أكثر من كونه محتوى دعائي استهلاكي. أي أن الهدف الأساسي من المادة ليس الترويج بقدر ما هو توجيه وإفادة، مما يمنح الخطاب التحريري للمجلة بعداً أكثر قرباً من القارئة كمتلقية تسعى للمعلومة العملية والحياتية. وبذلك، يمكن القول إن «موعد حواء» تميل إلى خطاب إعلامي أقل تسليعاً وأقرب إلى الطابع التوجيهي والإرشادي، رغم استمرار غلبة المواضيع غير الهوياتية على محاورها التحريرية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تظهر المقارنة بين المجلتين أن مجلة «دزيريات» أظهرت نسبة أعلى نسبياً من المواضيع المرتبطة بالهوية (15,68%) مقارنة بـ «موعد حواء» (12,78%)، ما يشير إلى أن «دزيريات» تمنح مساحة أوسع، ولو محدودة، للخطاب الهوياتي.

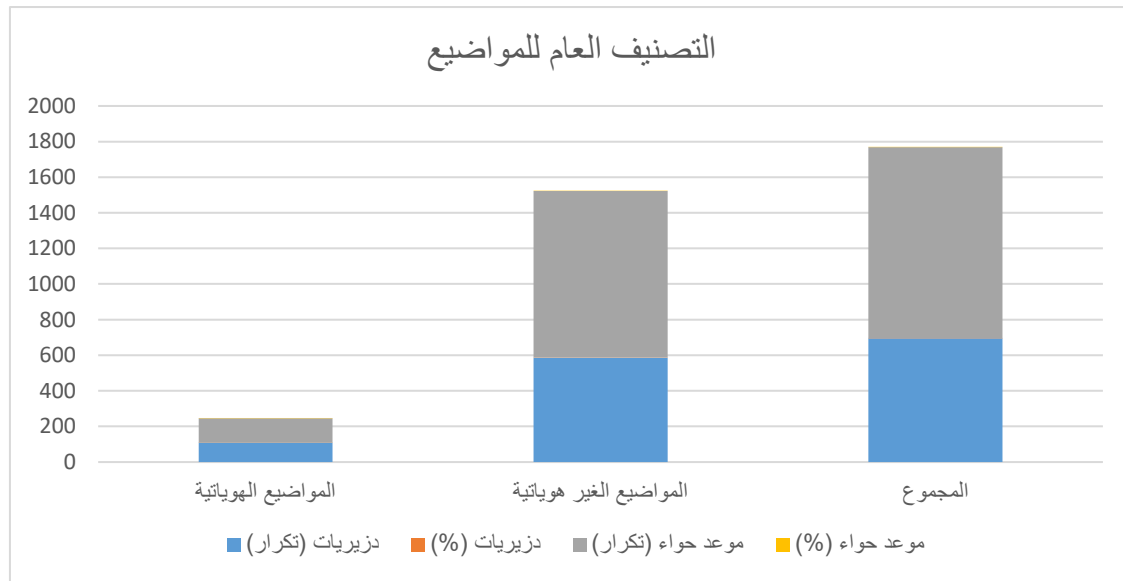
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وبالنظر إلى طبيعة المواضيع غير الهوية، نجد اختلاف واضح بين المجلتين، ففي «دزيريات» طغى البعد الترويجي والتسويقي، من خلال المواضيع التسويقية، والإشهار الغير مباشر، والترويج لصالونات ومطاعم وخدمات نسائية. بمعنى أن الطابع التجاري الاستهلاكي يطبع المجلة بوضوح، في المقابل، نجد أن «موعد حواء» هيمن عليها طابع المواضيع الخدماتية والإرشادية (طبخ، جمال، ديكور، صحة، دين، تاريخ...) مع حضور محتشم للترويج، أي أن هدفها توجيهي معرفي أكثر من كونه تجارياً من كونه تجارياً مباشراً.

وبذلك، يمكن القول بأن مجلة «دزيريات» تعكس خطاباً أقرب إلى الاستهلاك والتسليع، بينما «موعد حواء» تقدم خطاباً أقرب إلى التثقيف والإرشاد الوظيفي، حتى وإن ظلت المواضيع الهوية في ثانوية. يمكن تفسير هذه الفروقات في ضوء نظرية الهيمنة والتمثيل عند ستوارت هول بأن:

الإعلام وفق هذا المنظور، لا يعكس الواقع بقدر ما يُعيد تمثله بطريقة تخدم مصالح مسيطرة أو توجهات سائدة، ففي حالة «دزيريات»، يظهر أثر الهيمنة الاستهلاكية، حيث تُختزل هوية المرأة الجزائرية في بعدها التسويقي والتجميلي، وتوجه القارئة نحو نمط عيش استهلاكي يتوافق مع مصالح السوق.

أما «موعد حواء»، فتمارس تمثيلاً توجيهياً إرشادياً، حيث تُقدم نفسها كوسيط لتلقي قيم حياتية ودينية واجتماعية، لكن دون الغوص بعمق في الهوية الثقافية، ما يجعل خطابها أقرب إلى إعادة إنتاج القيم السائدة أكثر من مساءلتها أو تطويرها.



الشكل رقم (16): يوضح فئة الرصد الكمّي للمواضيع في الخطاب الإعلامي النسوي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (28): يمثل فئة مسائل الهوية الثقافية المطروحة في عينة الدراسة

نوع المسألة	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
مسائل لغوية	2	1,83%	6	4,38%
مسائل دينية	1	0,92%	36	26,28%
مسائل العادات والتقاليد	3	2,75%	3	2,19%
مسائل التراث المادي والمعنوي	16	14,68%	42	30,66%
مسائل تاريخية	2	1,83%	4	2,92%
ثنائية التأصيل والمعاصرة في الهوية الثقافية	8	7,34%	6	4,38%
تغطيات أو نقد خطابات إعلامية حول الهوية الثقافية	3	2,75%	0	0,00%
مسائل القيم الثقافية والرمزية	4	3,67%	4	2,92%
التمثيلات السلوكية والاجتماعية للهوية الثقافية	16	14,68%	4	2,92%
الذات الجزائرية والآخر في الخطاب الثقافي	6	5,50%	2	1,46%
التمثيلات الرمزية للمرأة الجزائرية في الفضاءات الثقافية، الاجتماعية والإعلامية	9	8,26%	5	3,65%
ديناميكية الهوية الثقافية وتعدد روافدها	7	6,42%	5	3,65%
التمثيل السلبي أو الإشكالي للهوية الثقافية	5	4,59%	6	4,38%
دعم الهوية الثقافية وتعزيز الإنتماء	7	6,42%	8	5,84%
تقديم المرأة الجزائرية كنموذج تمثيلي	5	4,59%	3	2,19%
البعد الترويجي والتسويقي للهوية الثقافية	14	12,84%	3	2,19%
الانزياحات الرمزية في تمثيل الهوية الثقافية	1	0,92%	0	0,00%
المجموع	109	100%	137	100%

◆ تكشف المعطيات الإحصائية الخاصة بتوزيع المسائل الهوية في مجلة «دزيريات» عن تباين نسبي في الحضور بين مختلف القضايا، حيث احتلت كل من التمثيلات السلوكية والاجتماعية ومسائل التراث المادي والمعنوي المرتبة الأولى بنسبة 14,68% لكل منهما. تلاها محور التمثيلات الرمزية للمرأة الجزائرية في الفضاءات الثقافية والإعلامية بنسبة 8,26%، ثم محور ثنائية التأصيل والمعاصرة بنسبة 7,43%، في حين جاءت مسائل دعم الهوية وديناميكية الهوية مقارنة بنسبة 6,42%. أما المسائل ذات الطابع النقدي أو السلبي مثل التمثيل السلبي للهوية (4,59%) والانزياحات الرمزية (0,92%) فقد سجلت نسباً ضعيفة، كما برزت المسائل ذات الطابع الديني والتاريخي واللغوي بشكل محتشم لم يتجاوز مجتمعة 4,58%. اللافت في النتائج هو الحضور الواضح لفئة البعد الترويجي والتسويقي للهوية بنسبة 12,84%، وهو ما يعكس إدماج الهوية ضمن منطق السوق والإشهار.

يعكس هذا التوزيع الكمي توجهًا تحريريًا يقوم على إبراز الهوية من خلال المعيش اليومي والمظاهر المادية والثقافية القابلة للتسليع (الأزياء، المأكولات، الطقوس الاجتماعية)، بما ينسجم مع استراتيجية تحريرية ترى في الهوية فضاءً جماليًا ورمزيًا أكثر من كونه فضاءً نقديًا أو جدليًا. فقد تم التركيز على التراث المادي والمعنوي من خلال وصف وتغطية عناصر التراث كالمطبخ أو الأزياء، غير أن هذه التغطية غالبًا ما أدرجت ضمن إطار ترويجي أو دعائي (الإشارة إلى صالونات، متاجر، أو علامات تجارية)، ما يبرز التداخل بين البعد الهوياتي الثقافي والبعد التجاري الإعلامي.

أما التمثيلات السلوكية والاجتماعية فقدت صورة نمطية إيجابية للمرأة الجزائرية في ارتباطها بالممارسات الاجتماعية، الطقوسية واليومية، ما يعزز وظيفة الإعلام كفاعل في إعادة إنتاج صور جماعية للهوية. وعلى الرغم من حضور نسبي لمحور التأصيل والمعاصرة وديناميكية الهوية، فإن هذا الحضور جاء غالبًا بشكل وصفي أو تكميلي دون تعمق في التوترات القائمة بين التقليد والحداثة.

أما المسائل الدينية والتاريخية فقد جاءت باهتة، وهو ما قد يُقرأ في ضوء إستراتيجية تحريرية تهتم أكثر بـ "الهوية المعولة" أو "الموضعة" ضمن أنماط استهلاكية، بدلاً من إبراز العمق القيمي أو التاريخي. كما أن ضعف التنازل النقدي (التمثيل السلبي، الانزياحات الرمزية) يكشف عن نوع من التحفظ التحريري أو الانتقائية الواعية في طرح ما قد يثير جدلاً حول قضايا الهوية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

هذا التوجه يمكن قراءته من خلال نظرية التمثيل عند ستيوارت هول، حيث لا تعكس المواد المنشورة "الواقع" بقدر ما تنتج تمثيلات للهوية تسعى إلى تثبيت معاني محددة (المرأة الجميلة، الحاضرة في التراث والممارسات الاجتماعية، المستهلكة للمنتجات ذات الطابع الهوياتي). كما يمكن فهمه في إطار نظرية الهيمنة، حيث يُعاد إنتاج خطاب ثقافي "آمن" يخدم مصالح السوق ويكرّس أنماطاً سائدة دون مساءلة عميقة.

◆ تشير المعطيات الإحصائية الخاصة بمجلة «موعد حواء» أيضاً إلى تفوق بعض المسائل على غيرها في تناول قضايا الهوية الثقافية، حيث احتلت مسائل التراث المادي والمعنوي المرتبة الأولى بنسبة 30,66%، تلتها مباشرة المسائل الدينية بنسبة 26,28%، وهو ما يعكس حضوراً قوياً للبعد القيمي والروحي في خطاب المجلة. ثم جاءت المسائل المرتبطة بالعادات والتقاليد والمسائل التاريخية بنسب متوسطة (2,19% و 2,92% على التوالي)، في حين ظهر الاهتمام بديناميكية الهوية وثنائية التأصيل والمعاصرة بنسب متقاربة (3,56% و 4,38%). أما الفئات النقدية مثل التمثيل السلبي أو الإشكالي فقد بلغت 4,38%، وهي نسبة محدودة لكنها لافتة مقارنة بمجلة «دزيريات». كما سجلت فئات دعم الهوية وتعزيز الانتماء (5,84%) وتقديم المرأة الجزائرية كنموذج تمثيلي (2,19%) حضوراً ملموساً، مقابل ضعف البعد الترويجي والتسويقي (2,19%) مقارنة بـ «دزيريات».

يتضح من التوزيع أن مجلة «موعد حواء» تبنت خطاباً هوياتياً يميل إلى التأصيل الروحي والقيمي من خلال حضور لافت للمواد الدينية، سواء عبر الأركان القارة (إسلاميات، الفتاوى) أو في الطروحات الاجتماعية التي استندت إلى المرجعية الدينية، وحتى في الأعمدة الافتتاحية. هذا التركيز يكشف عن توجه نحو إعادة إنتاج الهوية في بعدها الأخلاقي والقيمي، بما يجعل من الدين إطاراً مرجعياً قاراً في التمثيلات.

في المقابل، أولت المجلة أهمية بارزة للتراث المادي والمعنوي من خلال الطقوس الغذائية (الطبخ كهوية غذائية)، المعالم المعمارية، وبعض الأزياء التقليدية، بل وأعادت استحضار بعض الأساطير الشعبية (تنهينان، لالة سيدي، الطفل الزهري)، ما يعكس محاولة لربط المرأة الجزائرية بجذور تاريخية وذاكرة جمعية تتجاوز اليومي.

كما تجلّى حضور المسائل التاريخية في تغطيات واسعة ربطت الفضاء المكاني بالذاكرة التاريخية، في حين جاءت ثنائية التأصيل والمعاصرة بشكل مختلف عن «دزيريات»؛ إذ ركزت على أنماط العيش بين الماضي والحاضر (الهيدورة، المرأة القبائلية)، أكثر من ارتباطها بالموضة والزّي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

اللافت أن «موعد حواء» تناولت التمثيلات السلوكية والاجتماعية بمنظور نقدي تساؤلي، مظهرة صوراً عن التهميش، القهر، والتحرش، ومستندة إلى شهادات فردية أو مرجعيات دينية، ما أضفى نوعاً من العمق التحليلي المفقود نسبياً في «دزيريات». كما فتحت نافذة على علاقة الذات الجزائرية بالآخر عبر الاعتراف الخارجي بالجزائر كفاعل ثقافي وإنساني، مستحضرة قيماً وطنية كالثورة والتحرر.

إلى جانب ذلك، برزت محاور دعم الهوية وتعزيز الانتماء وتقديم المرأة الجزائرية كنموذج من خلال مقالات تمجيدية وتوثيقية لشخصيات وطنية أو رمزية (المجاهدة بلقمبرور، المرأة القبائلية، عقيلة حشيشي...). أما الجانب السلبي فقد عولج عبر نقد السلوكيات المستوردة والقيم الدخيلة، مثل الخيانة الزوجية أو عقوق الوالدين، مما يعكس وعياً بمخاطر الانزياحات الثقافية.

يظهر هذا التوجه أن «موعد حواء» تسعى إلى بناء خطاب هوياتي أكثر قيمية وروحانية مقارنة بـ «دزيريات»، حيث يحضر الدين والتراث والتاريخ كمحاور أساسية، مقابل غياب شبه تام للبعد الترويجي التجاري. ويمكن قراءة هذا في ضوء نظرية الهيمنة عند ستيفارت هول، إذ تساهم المجلة في تكريس رؤية ثقافية محافظة تُعيد إنتاج أنماط سائدة عن الهوية، لكنها في الوقت ذاته تفتح مجالاً للنقد الاجتماعي والاعتراف بتحديات العصر، ما يعكس حالة من التفاوض بين التقاليد والتحول.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يكشف تحليل مسائل الهوية الثقافية في المجلتين عن اختلاف جوهري في أولويات الخطاب التحريري:

في «دزيريات»، برز الاهتمام بـ التمثيلات السلوكية والاجتماعية والتراث المادي والمعنوي (14,68%) لكل منهما)، مع ميل واضح لإبراز الهوية من منظور الممارسات اليومية (اللباس، الطبخ، العادات) وتقديمها غالباً في سياق ترويجي أو تسويقي. كما حضرت فئة البعد الترويجي والتجاري للهوية بنسبة مرتفعة (12,84%)، ما يعكس خضوع الخطاب لاعتبارات السوق والاستهلاك، مقابل ضعف الاهتمام بالقضايا الدينية (0,92%) أو التاريخية (1,83%).

أما «موعد حواء» فقد أعطت الأولوية لـ المسائل الدينية (26,28%) والتراث المادي والمعنوي (30,66%)، حيث تبنت خطاباً أكثر قيمية وروحانية، يُعيد إنتاج الهوية في بعدها الأخلاقي والديني مع حضور واسع للأركان القارة (فتاوى، إسلاميات، أعمدة دينية). كما اهتمت بالتراث من خلال الأطعمة، العمارة، الأزياء، وحتى

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الأساطير الشعبية. ويلاحظ أن حضور التمثيلات السلوكية والاجتماعية كان ضعيفاً نسبياً (2,92%) لكنه عُولج بعمق أكبر في بعض المواضيع النقدية.

من حيث البعد النقدي، سجلت المجلتان نسباً محتشمة، لكن «موعد حواء» أظهرت جرأة أكبر في طرح التمثيل السليبي أو الإشكالي (4,38% مقابل 4,59% في «دزيريات»، مع اختلاف في زاوية الطرح). بينما ركزت «دزيريات» على صورة احتفائية نمطية للمرأة، طرحت «موعد حواء» قضايا اجتماعية شائكة مثل التحرش والعنف الأسري والخيانة الزوجية.

أما في تمثيل المرأة كنموذج، فقد اختلف المنظور: «دزيريات» ركزت على المرأة كصور جمالية أو ايقونة استهلاكية، بينما ركزت «موعد حواء» على المرأة كفاعل اجتماعي وثقافي وديني، وأبرزت المجاهدة والفنانة والمرأة القبائلية كنماذج إيجابية.

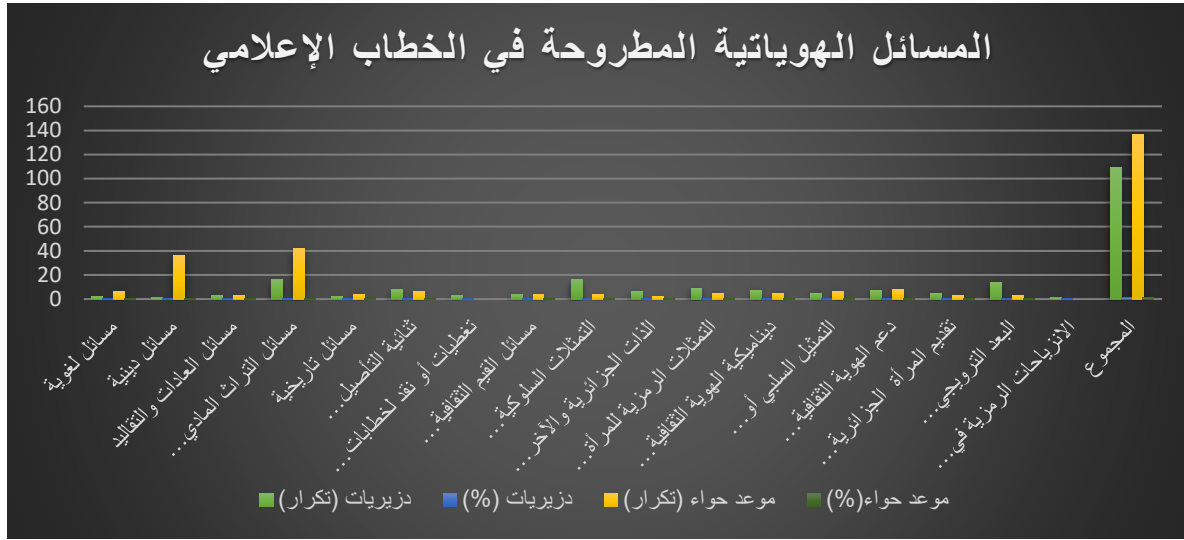
يمكن فهم هذه الفروقات في ضوء نظرية الهيمنة عند ستيفارت هول:

«دزيريات» تسهم في تكريس هيمنة المنطق الاستهلاكي على الهوية الثقافية، حيث تُقدّم الممارسات التراثية والرموز الهوية في إطار تجاري ترويجي يعيد إنتاج الثقافة الجماهيرية كسلعة (تسليع الهوية). «موعد حواء» تركز هيمنة الخطاب الديني والقيمي (تدين الهوية)، حيث يُعاد إنتاج الهوية في إطار معياري محافظ (منظور أحادي)، لكنه في بعض الحالات يتفاوض مع التحولات الحديثة من خلال التداخل بين العادات التقليدية والممارسات المعاصرة.

كما يمكن الاستعانة بنظرية الغرس عند جرينر لتوضيح أثر تكرار القضايا: إذ يؤدي تكرار التراث والطقوس في «دزيريات» إلى ترسيخ صورة الهوية كـ "ممارسة يومية مرتبطة بالاستهلاك"، بينما يرسخ التكرار الديني في «موعد حواء» صورة الهوية كـ "انتماء قيمي وروحي" موجّه للمرأة الجزائرية.

وبذلك، فإن المجلتين لم تُقدّما صورة شاملة ومعقّدة للهوية الثقافية، بل أعادتا إنتاجها ضمن قوالب وظيفية (تجارية أو دينية)، ما يطرح تساؤلاً حول قدرة هذه الخطابات الإعلامية على بناء هوية نسوية جزائرية جامعة ومتنوعة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (17): يوضح المسائل الهويةية المطروحة في الخطاب الإعلامي النسوي

الجدول رقم (29) يمثل فئة عمق معالجة مسائل الهوية الثقافية بعينة الدراسة:

عمق المعالجة	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موضوع حواء» (تكرار)	«موضوع حواء» (%)
سطحية	52	47,71%	59	43,07%
متوسطة	36	33,03%	41	29,93%
معمقة	11	10,09%	35	25,55%
ضمنية	10	9,17%	2	1,46%
المجموع	109	100%	137	100%

◆ تكشف المعطيات الإحصائية الخاصة بعمق المعالجة في المواضيع ذات الصلة بالهوية الثقافية داخل مجلة «دزيريات» عن هيمنة ذات الصلة بالهوية الثقافية داخل مجلة «دزيريات» عن هيمنة ملحوظة للمعالجات السطحية بنسبة 47,71%، ما يعكس اعتماد المجلة على الطرح الاحتفائي أو الترويجي أكثر من اعتمادها على التحليل النقدي أو الاستقصاء. تليها فئة المعالجات المتوسطة بنسبة 33,03%، التي حاولت استدعاء بعض الدلالات الثقافية والرمزية لكن دون التعمق في استجلاء خلفياتها. أما الفئة المعمقة فقد جاءت بنسبة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ضعيفة بلغت 10,09% فقط، في حين سجلت **المعالجات الضمنية** نسبة 9,17%، ما يبرز حضور الهوية في بعض المواد بطريقة غير مباشرة عبر الصور أو السرديات الفرعية.

يوضح التحليل النوعي أن **الطابع السطحي** تجسد في مواضيع احتفائية أو ترويجية ذات بعد استهلاكي، مثل المواد التي تناولت الأزياء أو المأكولات في سياق تجاري أكثر منه ثقافي، حيث غاب الربط بين المظهر الخارجي والبعد الرمزي أو التاريخي للهوية. أما **المعالجات المتوسطة**، فقد حاولت المجلة أن تمنحها بعداً ثقافياً عبر التلميح إلى رموز الهوية، لكنها بقيت حبسة الطرح الدعائي أو الاستعراضي، مثل تقارير الموضة التي تربط اللباس التقليدي بالترويج التجاري دون تعميق النقاش حول أصوله ودلالاته (أسبوع الموضة في طبعته الثالثة، جولة حول أرجاء الوطن عرض أزياء بلمسات تقليدية مميزة)، بالمقابل، برزت بعض **النماذج المعمّقة** بنسبة محتشمة، مثل موضوع ليلة الحناء عبر ربوع الوطن أو حمام العروس، حيث تم التوثيق الدقيق للطقوس واستحضار بعدها الرمزي والذاكراتي، مما منحها قيمة معرفية أكبر. أما **المعالجات الضمنية**، فقد سمحت بتمرير تمثيلات الهوية عبر سياقات غير مباشرة، مثل مواضيع الشهادات الإنسانية (نساء عايشن سرطان الثدي) التي عكست صورة المرأة الجزائرية كمناضلة ومقاومة، وإن لم يتم التصريح بالبعد الهوياتي بشكل مباشر.

هذا التوزيع يعكس ميل المجلة إلى استثمار الهوية الثقافية كخلفية أو إطار ثانوي ضمن مواد يغلب عليها **الطابع التجاري والخدمي**، أكثر من اعتبارها موضوعاً جوهرياً يستدعي البحث والتحليل. وهو ما يتوافق مع ما طرحه **ستيوارت هول في نظرية التمثيل**، حيث لا تعكس وسائل الإعلام الواقع كما هو، بل تعيد إنتاجه في صيغ قد تختزل أو تبسط الهوية ضمن قوالب استهلاكية.

يمكن القول إن مجلة «دزيريات» قدّمت الهوية الثقافية الجزائرية بسطحية واضحة، إذ اعتمدت في الغالب على الطرح الترويجي والخدمي الذي يختزل الرموز الهوياتية في أبعاد جمالية أو استهلاكية، مع غياب شبه تام للمعالجة النقدية أو الاستقصائية. ورغم وجود بعض النماذج المعمّقة أو الضمنية التي وثّقت الطقوس والعادات بارتباطاتها الرمزية، إلا أنها بقيت استثناءات محدودة، ما يجعل الهوية في خطاب المجلة أقرب إلى عنصر تكميلي مكمل أكثر من كونها محوراً معرفياً تحليلياً.

◆ تنوعت **المعالجات السطحية** أيضاً في مجلة «موعد حواء» بين خدمية وظيفية (كالطبخ، والأزياء)، وإرشادية طقسية (مثل كيف تحافظين على التوازن بين العبادة والعمل أو التعامل مع الزوج العصبي في رمضان)، فضلاً عن

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بعض الفتاوى الدينية التي افتقدت إلى المرجعية القرآنية أو الاجتهادية، ما جعلها تقتصر على أجوبة مباشرة ذات طابع سطحي.

أما **المعالجات المتوسطة** فتمثلت في مواضيع استدعاء الرموز الثقافية كإحياءات دون تعمق (مثل الافتتاحيات ذات الطابع الاحتفائي نسمات عيدية أو ريحة رمضان)، وفي ريبورتاجات جغرافية ركزت على الهوية المكانية بارتباطها بعادات وتقاليد، لكنها بقيت أقرب للعرض الاستكشافي. كما برزت **معالجات طقسية متوسطة** وبعض التناولات الدينية التي استندت إلى اجتهادات ضعيفة أو نصوص غير موثقة، إضافة إلى معالجات تمجيدية احتفائية كموضوع حواء الجزائر مجد الجزائر.

أما **المعالجة المعمقة** فشملت مقاربات قيمة روحية اعتمدت على نصوص قرآنية صريحة، وأخرى توثيقية طقسية (مثل المولد النبوي الشريف)، وتوثيقية تاريخية (مثل تغطية أمدوكال وتلمسان)، وأيضاً معالجات تمجيدية لشخصيات نسوية وطنية كمجاهدة بلقمبرور. إضافة إلى ذلك، برزت بعض المواضيع الاجتماعية التي حملت طابعاً نقدياً احتجاجياً، مثل "الهيدورة من ديكور المنازل إلى حاوية المزابيل" و"فرحة الخروج من القفص تضاهي فرحة دخوله"، التي عالجت قضايا سلوكية واجتماعية بمنظور تساؤلي ونقدي عميق.

أما **المعالجات الضمنية** فقد تمثلت في بعض الحوارات والمواضيع القيمية الإنسانية (مثل الاحتفال بلباس العيد للأيتام)، أو في قيم دينية واجتماعية كالمبادرات بالصلح وتقديم الاعتذار، وكذلك في معالجات رمزية كـ "قبلة الامتنان والاحترام". كما ظهرت في شكل تمجيدية افتخارية عبر إبراز ثراء اللهجات وتنوع العادات، أو الاعتراف بجميل الجزائر وخصالها الإنسانية.

يظهر توزيع عمق المعالجة في مجلة «موعد حواء» أن الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة الجزائرية تميز بميل أوضح نحو التناول المعق (25,55%) مقارنة بنظيره «دزيريات». هذا الميل عكس رغبة المجلة في الاضطلاع بدور تثقيفي وتوعوي إلى جانب وظيفتها الترفيهية والخدمية.

فالمعالجة القيمية والروحية المستندة إلى النصوص القرآنية، إلى جانب الطابع التوثيقي التاريخي والطقسي، يندرج ضمن ما يسميه جربنر بـ "آثار الغرس الثقافي"؛ إذ يؤدي تكرار هذه المواضيع إلى تعميق حضور المرجعية الدينية والتاريخية في وعي القارئة، وتثبيت صورة المرأة كحاملة للذاكرة الجماعية والهوية الروحية.

من جانب آخر، فإن الحضور القوي للمعالجة السطحية، خصوصاً في الطبخ والأزياء وبعض الفتاوى، يعكس استمرارية خطاب الاستهلاك والخدمية الذي يكرس ما يسميه هول في إطار نظرية الهيمنة بإعادة إنتاج أنماط

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الثقافة السائدة (Dominant-hegemonic position)، حيث يتم تمرير القيم المهيمنة في ثوب خدماتي ووظيفي يحد من الطرح النقدي.

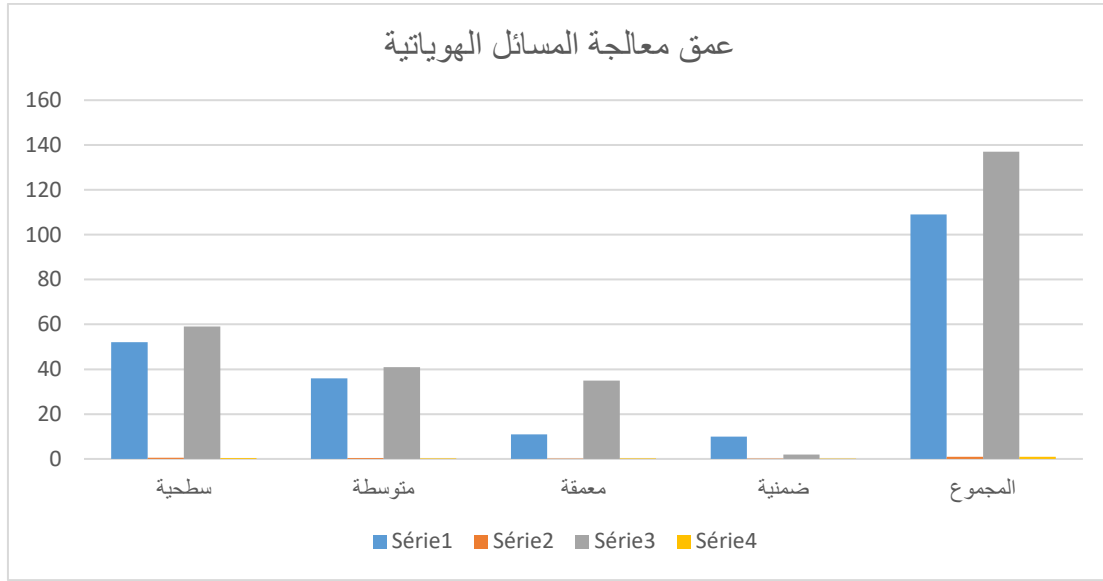
في المقابل، فإن بعض المواضيع النقدية والاحتجاجية ذات الطابع السلوكي والاجتماعي (كالتحرش أو قضايا التهميش) تعكس نظرية التمثيل عند هول، إذ تُبرز كيف تُبنى صورة المرأة الجزائرية في علاقتها بالمجتمع والآخر من خلال خطاب يعترف بالتناقضات والهشاشة الاجتماعية، لكنه يفتح أيضًا مجالاً لإعادة تأويل الهوية تمثيلها في صور أكثر تنوعًا وواقعية.

بناءً عليه، فإن خطاب «موعد حواء» بدا أكثر توازنًا من حيث عمق الطرح، لكنه ظل مشدودًا بين قطبين: قطب وظيفي استهلاكي يعيد إنتاج الثقافة المهيمنة، وقطب آخر تثقيفي قيمى يسعى لترسيخ مرجعيات دينية وتاريخية تمثل عماد الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.

■ **المقارنة بين المجلتيْن:** تكشف النتائج عن اختلاف جوهري في طبيعة تناول الهوية الثقافية بين المجلتيْن. فقد طغى على «دزيريات» الطابع السطحي (71,47%) والمتوسط (33,03%)، مع نسبة محدودة جدًا للمعالجة المعمقة (10,09%). ما يعكس هيمنة البعد الاستهلاكي الترويجي على حساب الطرح النقدي أو التوثيقي. بالمقابل، أظهرت «موعد حواء» حضورًا أوضح للمعالجة المعمقة (25,55%)، سواء في بعدها الديني أو التاريخي أو النقدي السلوكي، مع تراجع نسبي في الطابع السطحي مقارنة بـ «دزيريات». هذا التباين يوضح اختلاف الرؤية التحريرية:

«دزيريات» ركزت على تقديم الهوية في إطار جمالي، تجميلي أو تسويقي، ما جعل خطابها أقرب إلى "الهوية المعلّبة" في ثوب استهلاكي. بينما «موعد حواء» سعت إلى إضفاء بعد تثقيفي وروحي أو توثيقي، وإن لم تتحرر بدورها من حضور السطحية والخدمائية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (18): يوضح فئة عمق معالجة مسائل الهوية الثقافية في الخطاب الإعلامي

الجدول رقم (30) يمثل فئة المسائل اللغوية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة

المسائل اللغوية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«محدد حواء» (تكرار)	«محدد حواء» (%)
اللغة العربية كرمز للهوية الوطنية	5	2,00%	3	1,21%
التنوع اللغوي داخل المادة الواحدة	3	1,20%	2	0,81%
استخدام اللهجات المحلية وتوقعها	76	30,40%	117	47,18%
الحضور الرمزي للغة الأمازيغية	15	6,00%	21	8,47%
الحضور الرمزي للغة الفرنسية	21	8,40%	10	4,03%
استعمال لغات أجنبية أخرى	3	1,20%	0	0,00%
التهجين اللغوي والمصطلحات الوافدة	43	17,20%	13	5,24%
عدم التجانس اللغوي وتأثيره على هوية الخطاب	2	0,80%	0	0,00%
التمظهر الأبجدي في النصوص أو الصور	28	11,20%	12	4,84%
اللغة في الإعلانات والرسائل الرمزية	5	2,00%	12	4,84%
الخطاب حول اللغة والهوية	8	3,20%	21	8,47%
اللغة العربية في المادة الإعلامية	41	16,40%	37	14,92%
المجموع	250	100%	248	100%

تعدّ اللغة أحد أهم المكونات الرمزية للهوية الثقافية، إذ لا تختزل وظيفتها في كونها وسيلة للتواصل فحسب، بل تتجاوز ذلك لتشكّل أداة تمثيل وبناء للمعنى داخل الجماعات الإنسانية.

فاللغة هي النظام الذي تُعاد من خلاله صياغة المفاهيم والرموز وتُربط بالأطر الثقافية المشتركة، بما يجعلها أداة محورية في تشكيل الانتماء وإعادة إنتاج التصورات الجمعية للذات والآخر (Hall, 1997, p15). كما يرى بورديو أن اللغة تمثل شكلاً من أشكال السلطة الرمزية، حيث تُستخدم في تكريس الهيمنة الاجتماعية والثقافية أو مقاومتها (بورديو، 2007، ص 37)، أما سابير فقد أكد مبكراً على أن اللغة ليست مجرد أداة للتعبير، بل هي وعاء للثقافة ووسيلة تحدد رؤية الأفراد للعالم وتوجه إدراكهم له (Sapir, 1921, p207). وفي السياق نفسه، يُبرز غيرتر البعد الرمزي للغة باعتبارها نسقاً تأويلياً يتيح للأفراد إدراك ذواتهم في إطار ثقافي مشترك (غيرتر، 2009، ص 89). وفي الفكر العربي المعاصر، يُلحّ الجابري على مركزية اللغة في بلورة الهوية العربية واعتبارها حاملاً أساسياً للذاكرة التاريخية والوجدان الجمعي (الجابري، 2006، ص 44).

وبذلك، فإن تحليل المسائل اللغوية في الخطاب الإعلامي لا يُعد ترفاً وصفيّاً، بل مدخلاً جوهرياً لفهم كيفيات تمثل الهوية الثقافية وبنائها عبر وسائط التعبير المختلفة.

وانطلاقاً من هذه المكانة المحورية للغة في بناء الهوية الثقافية جاء تحليلنا للمسائل اللغوية في المجلّتين محل الدراسة من أجل الوقوف على أنماط التوظيف اللساني، سواء من خلال حضور العربية كلغة وطنية جامعة، أو استعمال اللهجات المحلية والأمازيغية كامتداد للتنوع الثقافي، أو عبر التهجين والتمظهر الأبجدي واللغات الأجنبية التي تعكس أثر العولمة. ويتيح هذا الرصد الكمي والنوعي استجلاء كيفيات تمثيل الهوية عبر الخطاب اللغوي، ومدى قدرة اللغة على نقل الرموز والمعاني الثقافية في المادة الإعلامية النسوية.

◆ يكشف الجدول الإحصائي لفئة المسائل اللغوية في مجلة «دزيريات» عن حضور قوي للأبعاد اللسانية بوصفها إحدى ركائز تمثيل الهوية الثقافية. فقد بلغ مجموع التكرارات 250، احتلّت فيه اللهجات المحلية المرتبة الأولى بنسبة 30,40%، تليها فئة التهجين اللغوي والمصطلحات الوافدة بنسبة 17,20%، ثم اللغة العربية في المادة الإعلامية بنسبة 16,40%. كما برز التمظهر الأبجدي في النصوص أو الصور بنسبة 11,20%، وهو مؤشر على استدعاء الحروف اللاتينية أو الأمازيغية (تيفيناغ) أو غيرها في التعبيرات التحريرية والإشهارية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما الحضور الرمزي للفرنسية فقد بلغ 8,40%، في حين جاء حضور الأمازيغية بنسبة 00,6%، ليعكس كلاهما بعداً ثقافياً وتاريخياً متعدد المستويات. وقد سجلت الفئات الأخرى نسباً أقل: "الخطاب حول اللغة والهوية" بنسبة 3,20%، و"التنوع اللغوي داخل المادة الواحدة" و"استعمال لغات أجنبية أخرى" بنسبة 1,20% لكل منهما، بينما تراجعت فئة "عدم التجانس اللغوي" إلى 0,80% فقط.

من خلال الجدول الإحصائي المخصص لفئة "مسائل اللغة"، يتبين أن المجلة النسائية «دزيريات» تولي اهتماماً واضحاً بالأبعاد اللغوية في معالجتها للمواضيع الثقافية والاجتماعية، بما يعكس مستويات متباينة من التعبير عن الهوية اللغوية والثقافية في الجزائر. وقد بلغ مجموع الوحدات المرصودة 250 تكراراً، توزعت بنسب متفاوتة بين الفئات الفرعية المشكلة لهذه الفئة.

أظهر التحليل النوعي أن توظيف اللهجات المحلية في «دزيريات» ارتبط أساساً بالمواضيع التراثية والاحتفالية مثل الأزياء، الأطعمة، وحمام العروسة، ليلة الحناء، الاحتفال بيناير، فرحة عيد الفطر مئة بالمئة جزائرية، حيث استُحضرت مفردات عامية وأمثلة شعبية غالباً دون شرح، مما عزز الطابع المحلي لكنه حدّ من شمولية الفهم للقارئات من خارج السياق الجهوي. وفي المقابل، حاولت بعض الموارد الريبورتاجية أن تعطي لهذه المفردات تفسيراً رمزياً يربطها بالممارسات الثقافية الأصيلة.

أما التهجين اللغوي فقد برز في سياقات الموضة والإعلانات، حيث طغت المصطلحات الأجنبية لتضفي بُعداً استهلاكياً وتسويقياً أكثر من كونه هوياتياً. بينما استثمرت اللغة العربية كوسيط يوفّق بين العامية والفصحى ويترجم المصطلحات الوافدة، ما جعلها أداة للتبسيط والتوسيط بين مستويات لغوية متعددة.

وبالنسبة للحضور الرمزي للفرنسية والأمازيغية، فقد ظهر غالباً في المناسبات (كاحتفالات ينابر) أو في إعلانات رسمية وتجارية، مما أضفى بعداً اعترافياً بتعددية المشهد اللغوي الجزائري، لكن دون أن يتجاوز الجانب الشكلي إلى معالجة أعمق. أما "الخطاب حول اللغة والهوية"، فظل ضعيفاً وحضوره جاء غالباً في شكل تصريحات مباشرة عن الاعتزاز بالعربية أو الأمثال الشعبية، من دون نقاش نقدي موسّع لمسألة اللغة كأحد أعمدة الهوية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تؤكد هذه النتائج أن البعد اللغوي في «دزيريات» يتسم بالديناميكية والتداخل بين الفصحى والعامية والأمازيغية والفرنسية، غير أن الغلبة تبقى للاستعمال الوظيفي والترويجي، مقابل محدودية التوظيف النقدي أو التأصيلي للغة في بناء الهوية الثقافية.

وبذلك، يمكن القول أن حضور اللغة في «دزيريات» لا يُعالج كموضوع معرفي قائم بذاته بقدر ما يُوظف كآلية تمثيل رمزي، وهو ما يتقاطع مع مقارنة ستيوارت هول حول "التمثيل"، حيث لا تُستخدم اللغة لنقل المعنى فقط، بل لتثبيت صور محددة عن الهوية، سواء عبر إقحام اللهجات المحلية أو إدراج الأمازيغية والفرنسية كرموز ثقافية. غير أن هذا التمثيل جاء في الغالب ذا بعد سطحي أو تجميلي لأكثر من كونه حاملاً لخطاب نقدي أو تحليلي معمق، ما يعكس وفق منظور نظرية الغرس لجربنر تأثيراً تراكمياً للخطاب الإعلامي على المتلقي، بحيث يرسخ صورة معينة عن الهوية اللغوية بوصفها متعددة ومرنة، لكن من دون مساءلة جدية لمعانيها أو إشكالياتها.

◆ ويكشف الجدول الإحصائي المتعلق بفئة المسائل اللغوية في مجلة "«موعد حواء»" عن توزّع لافت في أشكال التوظيف اللغوي، إذ بلغ مجموع التكرارات 248، تميزت بارتفاع نسبة اللهجات المحلية بنسبة 47,18%، وهو ما يعكس توجهها تحريراً نحو مخاطبة القارئات من خلال اللغة اليومية القريبة من المتلقي، خاصة في أقسام الطبخ والريپورتاجات الجغرافية والحوارات المباشرة مع الجمهور. كما برز الحضور الرمزي للغة الأمازيغية بنسبة 8,47%، متوزعاً بين الأمازيغية الشاوية، القبائلية، التارقية وأمازيغية بني سنوس، مع تعمق نسبي في شرح بعض المصطلحات والمعاني التراثية المرتبطة بالأكلات أو الأقمشة أو أسماء الأماكن.

في المقابل، سجلت اللغة العربية حضوراً معتبراً كنص محرري بنسبة 14,92%، لكنها كثيراً ما اختلطت بعبارات عامية أو هجينة، في حين تراجع حضور الفرنسية إلى 4,03%، باستعمالات غالباً تجارية أو وظيفية، مثل أسماء الماركات أو الوصفات المترجمة. كما ظهرت مؤشرات أخرى: التمثيل الأبجدي بنسبة 84,4%، التهجين اللغوي بنسبة 5,24%، والخطاب حول اللغة والهوية بنسبة 8,47%، الأخير أبرز وعياً بالانتماءات التاريخية والثقافية، خاصة في مواضيع تمجيدية احتفائية كربط الهوية بالأصول الأمازيغية أو الذاكرة التاريخية.

وأظهر التحليل النوعي أن هيمنة اللهجات المحلية لم تكن مجرد عنصر زخرفي، بل مثلت أداة لربط المجلة بمخيل القراء الشعبي اليومي، ما جعلها أكثر قرباً ومصداقية في تقديم مواضيع مثل وصفات الطبخ أو الحوارات. في

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الوقت ذاته، ساهم الحضور المتنوع للأمازيغية في إبراز ثراء الهوية اللغوية للجزائر، ليس فقط عبر الإشارة الرمزية، بل أيضًا من خلال تفسير بعض الكلمات ومعانيها الثقافية (مثل أجقيق تفسوت، منانة، أمدوكال...).

أما العربية فقد تباين حضورها بين كونها لغة معيارية للنصوص الرسمية، وبين كونها لغة هجينة أحيانًا عند نقل الوصفات أو النصائح اليومية، وهو ما يكشف عن محاولة «موعد حواء» التوفيق بين الفصحى والدارجة لتوسيع دائرة الفهم والاستقبال.

الفرنسية ظلت في الهامش، مرتبطة بالبعد التجاري والترويجي أكثر من كونها خيارًا هوياتيًا. بينما عكست ظاهرة التهجين والتمظهر الأبجدي ملامح العولمة اللغوية، خصوصًا في الإعلانات والشعارات.

من جهة أخرى، كشف «الخطاب حول اللغة والهوية» في المجلة عن نزعة اعتزاز بالتراث اللغوي والتاريخي للجزائر، وحرص على ربط اللغة بالانتماءات الثقافية والحضارية (الملكة تنهينان، المرأة التارقية، متحف المجاهد...) ما أضاف بعدًا دلاليًا على المسألة اللغوية.

بالجمل، تقدم «موعد حواء» صورة ديناميكية عن المشهد اللغوي الجزائري، حيث تلتقي العربية، اللهجات، الأمازيغية، الفرنسية والرموز الأبجدية في فضاء واحد، بما يعكس الهوية المتعددة والانفتاح على المرجعيات المتنوعة، لكن في إطار يغلب عليه الطابع الوظيفي والخدمي أكثر من التحليلي النقدي.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف المقارنة بين مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» عن اختلاف واضح في توظيف اللغة كرافد للهوية الثقافية. فبينما منحت «دزيريات» الأولوية للهجات المحلية بنسبة 30,40% وظفتها غالبًا في سياقات سطحية مرتبطة بالموضة أو الطبخ أو العادات الاحتفالية، فإن «موعد حواء» ذهبت أبعد من ذلك بارتفاع النسبة إلى 47,18%، وقدمتها بشكل أكثر قربًا من الواقع الشعبي والفضاء الجغرافي، مما جعلها قناة للتأصيل اللغوي والثقافي.

أما الأمازيغية، فقد حضرت في المجلة الأولى بشكل رمزي (6,00%) مرتبط بالاحتفالات أو المناسبات الرسمية، بينما تميزت «موعد حواء» بثراء تنوعها الأمازيغي (8,47%) عبر إبراز كلمات وأسماء ومعاني تم تفسيرها وربطها بالذاكرة الشعبية والتاريخية، وهو ما منحها قيمة معرفية إضافية.

اللغة العربية ظهرت في الحالتين كلغة معيارية نسبية، لكن «موعد حواء» حاولت تبسيطها بالدارجة في الوصفات والنصائح اليومية، في حين حافظت «دزيريات» على مستوى وسطي أقرب إلى الإعلامية المعيارية. أما الفرنسية والتهجين اللغوي، فقد كان حضورهما أوضح في «دزيريات» (بنسب 8,40% و 17,20% على التوالي)

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

كدلالة على الانفتاح الاستهلاكي والعولمي، في حين ظل حضورهما في «موعد حواء» محدودًا ومؤطرًا في المجال التجاري والترويجي.

إن هذا التفاوت في حضور اللغة يوحي بوجود استراتيجيتين مختلفتين في تمثيل الهوية الثقافية: «دزيريات»: تركز على الجمالية التسويقية والترويجية للغة، وتستثمر التعدد اللغوي كأداة للفت الانتباه والإبحار البصر والرمزي.

«موعد حواء»: تنزع إلى جعل اللغة وسيلة للتأصيل والاحتفاء بالتنوع الجهوي والرمزي، وإن كان ذلك في قالب خدماتي ووظيفي.

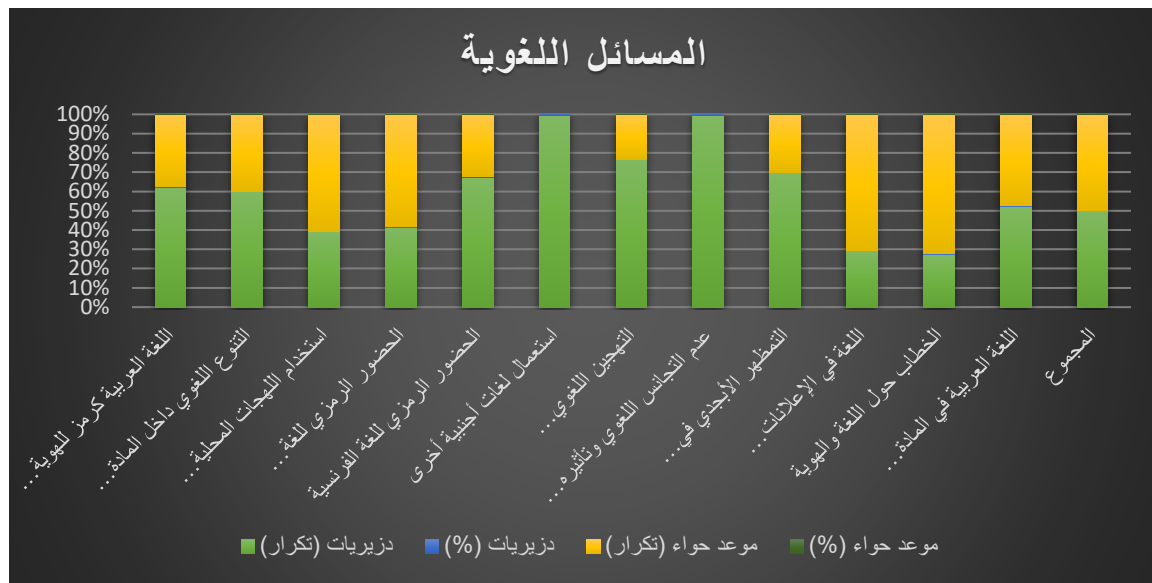
من منظور نظرية التمثيل (ستوارت هول)، يمكن القول إن كلتا المجلتين لا تنقلان اللغة كوسيلة محايدة، بل كرمز تمثيلي لهوية متخيلة: فـ «دزيريات» تمثل الجزائرية العصرية المنفتحة على الاستهلاك والموضة والرموز العولمية، بينما «موعد حواء» تمثل الجزائرية الشعبية المتمسكة بتراثها وموروثها المحلي، بما يعكس تعددية التمثيلات داخل الخطاب الإعلامي النسوي.

وبالعودة إلى نظرية الهيمنة، نلاحظ أن هيمنة العربية كلغة مرجعية، مع بقاء اللهجات والأمازيغية والفرنسية في مستويات ثانوية أو وظيفية، يعكس البنية اللسانية السلطوية السائدة في الإعلام الجزائري، حيث تُعطى الشرعية للغة العربية بينما تُستحضر باقي اللغات كدعم رمزي أو وظيفي.

وبالعودة أيضًا إلى أداة تحليل الخطاب، وتحديدًا مقارنة القوى الفاعلة، يتضح أن التمثيلات اللغوية في المجلتين ليست معطيات عرضية بل انعكاس مباشر لخلفيات القائمين على إنتاج الخطاب. ففي «دزيريات»، يظهر أثر الانتماء الأمازيغي لمدير المجلة في الحضور اللافت للمفردات الأمازيغية حتى في الطقوس العامة، إلى جانب النزعة الفرانكفونية المرتبطة بزواجه الفرنسية الأصل، وهو ما يفسر الميل إلى التهجين اللغوي واستدعاء الفرنسية في مجالات الموضة والإشهار.

أما في «موعد حواء»، فإن التوجه الإسلامي-العروبي لمديرتها جميلة طالي انعكس على طبيعة الخطاب اللغوي من خلال الحضور المكثف للعربية في سياقات دينية وقيمية، والاحتفاء بالأعياد والرموز الإسلامية العربية الجامعة. وعليه، يتأكد أن اللغة في الخطاب الإعلامي ليست مجرد أداة للتواصل، بل رافد هوياتي يرتبط بوعي الفاعلين ومواقفهم المؤسسية في توجيه المحتوى.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (19): يوضح فئة المسائل اللغوية في الخطاب الإعلامي النسوي

جدول رقم (31): يمثل فئة المسائل الدينية في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة

مسائل دينية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعدها» (تكرار)	«موعدها» (%)
الدين كمكون من مكونات الهوية الثقافية	2	2,22%	9	2,64%
الحضور الرمزي للدين في الممارسات والعادات	3	3,33%	16	4,69%
المفردات والمصطلحات ذات المرجعية الدينية	5	5,56%	149	43,70%
التمظهر البصري للرموز الدينية	14	15,56%	20	5,87%
نقاشات حول علاقة المرأة بالدين وتدينها	1	1,11%	5	1,47%
توظيف الدين في الإعلانات أو التسويق الرمزي	7	7,78%	3	0,88%
المادة الإعلامية ذات البعد الوعظي أو الإرشادي	1	1,11%	92	26,98%
الإشارات إلى المناسبات الدينية	17	18,89%	23	6,74%
الإزدواجية القيمية في التمثيلات الدينية	17	18,89%	15	4,40%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

1,17%	4	18,89%	17	الديناميكية المرجعية الدينية الجماعية
1,47%	5	6,67%	6	التمثيلات الهوياتية الهجينة للمرجعية الدينية
100%	341	100%	90	المجموع

يشكل الدين الإسلامي الركيزة الأولى في بناء الهوية الجزائرية، إذ شكّل عبر التاريخ الإطار المرجعي الجامع الذي صان الشخصية الوطنية في مواجهة محاولات الطمس الثقافي والاستعماري، ويُعدّ الدين كعنصر بنيوي في تشكيل المرجعية القيمية والاجتماعية للمجتمع الجزائري، وهو ما أكدّه عدد من المفكرين الجزائريين مثل مالك بن نبي الذي اعتبر أن الثقافة في بعدها الشامل لا يمكن أن تنفصل عن الدين (بن نبي، 2000)، وأبو القاسم سعد الله الذي أبرز كيف أن الممارسات الدينية كانت ولا تزال مكوّنًا محوريًا في تاريخ الثقافة الجزائرية (سعد الله، 1998).

ومن ثم فإن أي تمثيل للدين في الخطاب الإعلامي لا يمكن النظر إليه باعتباره مجرد بعد ثانوي، بل هو مؤشر حساس يعكس طبيعة التوجه التحريري للمجلة ومدى وعيها بدور الدين كعنصر أساسي في تشكيل الهوية الثقافية. وبناءً على ذلك جاء تحليلنا للوقوف عند الكيفية التي تم بها تمثيل الدين في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة.

◆ بين الجدول أن المواد التي تندرج ضمن المسائل الدينية في مجلة «دزيريات» بلغت 90 وحدة تحليل، توزعت على فئات متعدد بنسب متفاوتة. وقد تصدرت كل من: الإشارات إلى المناسبات الدينية، والازدواجية القيمية في التمثيلات الدينية والديناميكية المرجعية الدينية الجماعية بنسبة 18,89% لكل منها، ما يعكس حضورًا موسميًا واجتماعيًا للدين أكثر منه معالجة معرية أو وعظية معمقة. تلتها فئة التمثيل البصري للرموز الدينية بنسبة 15,56%، والتي عكست اعتماد الرموز الزخرفية والألوان في تصوير الدين، إلى جانب توظيف الدين في الإعلانات والتسويق الرمزي بنسبة 7,78%. أما المفردات والمصطلحات ذات المرجعية الدينية فسجلت نسبة متواضعة (5,56%)، وجاءت في الغالب في شكل عبارات يومية متداولة مثل "الحمد لله" و "إن شاء الله". في المقابل، برز ضعف كبير في المادة الإعلامية ذات البعد الوعظي (1,11%)، والنقاشات حول علاقة المرأة بالدين (1,11%)، والدين كمكوّن للهوية (2,22%)، ما يكشف عن غياب شبه تام للمعالجة الدينية المباشرة كقيمة فكرية أو هوياتية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يكشف التحليل النوعي أن الحضور الديني في «دزيريات» اتسم بكونه رمزيًا، احتفائيًا، أو مناسباتيًا أكثر من كونه التزامًا فكريًا أو تربويًا، فقد ارتبط الدين أساسًا بالمناسبات الكبرى كرمضان والعيد، حيث طغت الطقوس الجماعية (الإفطار، الحلويات، الزيارات) على البعد الروحي التعبدية، وهو ما يعكس نزوعًا لتسليع المناسبات الدينية وتحويلها إلى محتوى استهلاكي/ خدماتي. كما ظهر التدين اللساني من خلال كثرة المفردات الدينية في الحوارات والمواد الاجتماعية، بما يعكس تحذرًا ثقافيًا غير واعٍ أكثر من كونه مقارنة دينية مقصودة.

أما التمثيل البصري فقد تجسد في الغلافات والتصاميم الداخلية باستعمال الهلال والفوانيس والزخارف، وهو تمثيل جمالي يبرز الرمزية أكثر من المضامين. وبرزت ازدواجية القيمة في مواضيع ربطت التدين بالمظاهر السطحية أو بالممارسات الاجتماعية المتناقضة، مثل استطلاع "بنت الفاميليا"، حيث اختزل الدين في مظهر اللباس أو بعض السلوكيات الجزئية. كما عكست بعض المواضيع تمثيلات هجينة للمرجعية الدينية، خاصة في النقاشات حول صورة المرأة، بما يشير إلى التقاء المرجعية الدينية بالقيم الاجتماعية الحديثة في علاقة ملتبسة وغير مستقرة.

◆ يكشف الجدول الإحصائي المتعلق بفئة المسائل الدينية في مجلة حواء أيضًا عن حضور قوي ومكثف للبعد الديني، إذ بلغ مجموع الوحدات المرصودة 341 تكرارًا مقابل 90 فقط في «دزيريات». وقد تركز هذا الحضور أساسًا في ثلاث فئات رئيسية:

المفردات والمصطلحات ذات المرجعية الدينية بنسبة 43,70%، وهو ما يعكس حضورًا متجذرًا للخطاب الديني في النصوص والحوارات اليومية من خلال عبارات متداولة مثل إن شاء الله، بإذن الله، بفضل الله، رحمها الله، أطل الله في عمرها.

المادة الإعلامية ذات البعد الوعظي أو الإرشادي بنسبة 26,98%، بفضل الأركان القارة مثل "إسلاميات" والفتاوى، التي طرحت مسائل دينية طقسية أو حياتية ذات صلة مباشرة بالمرأة. الإشارات إلى المناسبات الدينية بنسبة 6,74%، حيث تكررت العناوين والإشارات المرتبطة برمضان، المولد النبوي والأعياد الدينية (عيد الفطر، عيد الأضحى).

في المقابل، سجّلت بعض الفئات نسبًا، مثل نقاشات علاقة المرأة بالدين (1,47%)، وهو ما يشير إلى أن المجلة ركّزت أكثر على تثبيت المرجعية الدينية كممارسة يومية وإرشاد عملي، بدل الانخراط في نقاشات جدلية أو نقدية معمقة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تبين من التحليل النوعي أن «موعد حواء» جعلت من الدين مكوناً محورياً في خطابها التحريري، سواء من خلال تناول المباشر عبر الأركان القارة (فتاوى، إرشادات دينية) أو عبر حضوره الضمني في المواضيع الاجتماعية والإنسانية. فقد مثل الدين هما إطاراً تفسيرياً يعالج قضايا اجتماعية كالإكراه الزوجي أو التفكك الأسري بالاستناد إلى القرآن والسنة، وهو ما يضيف على المعالجة بعداً قيمياً وروحياً يعزز صورة المرأة الجزائرية كمتمسكة بهويتها الدينية.

في مستوى الحضور الرمزي، عكست المجلة استمرار الممارسات الشعبية الجماعية المرتبطة بالمولد النبوي الشريف ورمضان (التهليل، الحضرة، الطبخ الطقوسي، زيارة الأولياء)، ما يظهر الدين كتراث اجتماعي حي، حتى وإن نظر إليه البعض كبدع.

أما التمثيل البصري فجاء مختلفاً عن «دزيريات»: إذ لم تعتمد على زخارف الأهلة والفوانيس بشكل مكثف، بل ركزت على صورة المرأة المحجبة والمنقبة، ووضعيات الصلاة وتلاوة القرآن، مع لمسات لونية رمزية (الأخضر في رمضان، البني في العيد).

أما الازدواجية القيمية فظهرت في مواضيع ربطت بين المرجعية الدينية وممارسات متناقضة، مثل الاحتفال بالمولد مقابل المفرقات، أو صيام 6 شوال مقابل فوائد صحية وجمالية، أو تناول مواضيع دينية مع صور مستوردة غربية، في حين برزت الديناميكية المرجعية من خلال دمج الدين مع مقاربات أخرى (كالخوض في الطلاق بين المرجعية الشرعية ورأي علماء النفس، أو مشاركة الآخر في الأعياد الدينية). أما التمثيلات الهجينة فظهرت في تبني قيم دخيلة (كالزواج من أجنبي أو الاحتفال برأس السنة) التي عُرضت أحياناً في المجلة رغم توجهها الديني المحافظ.

بالحصول، يمكن القول إن «موعد حواء» قدّمت الدين كدعامة هوياتية رئيسية في خطابها، يجمع بين الطابع الوعظي المباشر والتجلي الرمزي والاجتماعي، لكنها في بعض الحالات وقعت في الانتقائية أو التبسيط، مما جعل حضور الدين يتراوح بين العمق القيمي من جهة والتسطيح الرمزي أو الخدمي من جهة أخرى.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف مقارنة نتائج المسائل الدينية بين المجلتين عن اختلاف جوهري في طبيعة الحضور ووظيفته:

في «دزيريات»: بدا الدين أقرب إلى عنصر رمزي احتفالي، يهيمن فيه البعد البصري (الزخارف، الأهلة، الفوانيس) والتناول المناسباتي (رمضان، عيد الفطر) بنسبة معتبرة، مع حضور متكرر للرموز الدينية في الإعلانات

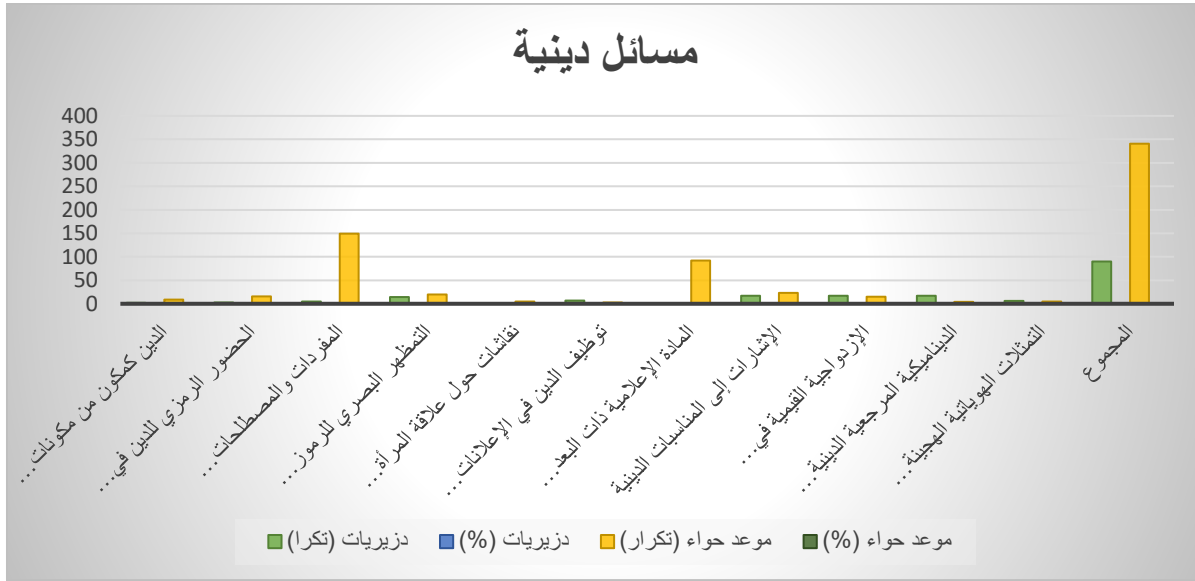
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

(78,7%). لكن المعالجة الوعظية المباشرة أو النقاشات الفكرية حول علاقة المرأة بالدين تكاد تكون شبه غائبة (11,1%). الدين هنا يستدعى غالبًا كـ مكوّن جمالي أو تسويقي أكثر منه مرجعية فكرية أو قيمية في «موعد حواء»: على العكس، تحوّل الدين إلى مكوّن محوري ضمن الخطاب التحريري، إذ بلغت نسبة المفردات الدينية 43,70%، والمادة الإرشادية الوعظية 26,98%. الدين لم يظهر فقط في شكل رموز بصرية أو إشارات مناسباتية، بل كمرجعية يومية لمعالجة قضايا اجتماعية (الطلاق، الاكراه الزوجي، العلاقات الأسرية) وحتى الدفاع عن مكانة المرأة في الإسلام. ورغم ذلك، لوحظت ازدواجية في بعض المواضيع (كالمولد مقابل المفرقات، مواضيع دينية مقابل صور مستوردة غريبة) أو تسطيح لبعض الممارسات عبر ربطها بأبعاد صحية أو جمالية (صيام 6 شوال).

ويجدر الإشارة إلى أن المقارنة بين المجلتين تكشف عن اختلاف جوهري في تمثيل المناسبات الدينية، حيث غيّبت مجلة «دزيريات» عيد الأضحى تقريبًا، مكتفية بوسم تهنئة وصورة كبش مزخرف في صفحة داخلية، ما يوحي بتناول جمالي استهلاكي واتقائي للرموز الدينية، دون إرفاقها بمضامين قيمية أو وعظية. في المقابل، أولت «موعد حواء» اهتمامًا أكبر بالمناسبات الدينية، بما في ذلك رمضان، عيد الفطر، والمولد النبوي الشريف، حيث عالجتها ضمن مقالات وفتاوي وأعمدة قارة، فجمعت بين الطابع الاحتفالي والبعد الإرشادي التربوي. وهو ما يعكس اختلافًا في فلسفة تناول الإعلام: تسطيح رمزي مناسباتي عند «دزيريات»، مقابل معالجة وعظية قيمية لدى «موعد حواء».

فبالاستناد إلى مقارنة الغرس الثقافي، فإن هذا التباين يعكس اختلافًا في آليات تشكيل الوعي الديني لدى للمناسبات الدينية، تُفرغها من بعدها الروحي والرمزي العميق، بينما تسعى «موعد حواء» إلى إعادة إنتاج الدين كمرجعية قيمية وتربوية جماعية، بما يعزز حضوره كركيزة من ركائز الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. هذا التباين في الحضور الديني بين المجلتين لا يرتبط فقط بطبيعة المضامين أو تفضيلات القراء، بل يعكس أيضًا وعي القائمين على الاتصال وتوجهاتهم التحريرية كقوى فاعلة في الخطاب الإعلامي؛ فخلفيات القائمين على التحرير في «دزيريات» ذات توجه حدائي فرانكفوني انعكست في تغييب بعض المناسبات الكبرى أو استدعائها بشكل رمزي فقط، بينما في «موعد حواء» ارتبط حضور الدين بتوجهات القائمين عليها، وعلى رأسهم مديرة التحرير ذات المرجعية الإسلامية والعروبة كما ورد على لسانها أثناء مقابلتنا لها (2018)، ما عزز توظيف الدين كعنصر أصيل من عناصر الهوية الثقافية الجزائرية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (20): يوضح فئة المسائل الدينية في الخطاب الإعلامي النسوي

جدول رقم (32): يمثل فئة مسائل الرموز الثقافية التقليدية في الخطاب الإعلامي بعينة الدراسة

مسائل الرموز الثقافية التقليدية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
التراث المادي	89	41,20%	170	73,28%
التراث المعنوي	37	17,13%	21	9,05%
العادات والتقاليد	24	11,11%	27	11,64%
الرموز البصرية الثقافية التقليدية	66	30,56%	14	6,03%
المجموع	216	100%	232	100%

◆ يبين الجدول رقم (32) أن فئة الرموز الثقافية التقليدية حازت حضوراً معتبراً في الخطاب الإعلامي لمجلة «دزيريات» بإجمالي (216 تكراراً). وقد تصدرت فئة التراث المادي المرتبة الأولى بنسبة (41,20%)، تلتها الرموز البصرية الثقافية التقليدية بنسبة (30,56%)، بينما جاء التراث المعنوي في المرتبة الثالثة بنسبة (17,13%)، وأخيراً العادات والتقاليد بنسبة (11,11%).

وتكشف هذه الأرقام عن نزوع المجلة إلى التركيز على الملموس والمرئي من عناصر التراث، كالأزياء التقليدية والرموز البصرية الاحتفالية، مقابل حضور أقل نسبياً للبعد المعنوي أو الممارسات الاجتماعية ذات الطابع الطقسي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وتكشف قراءة المضامين أن تمثلات «دزيريات» للرموز الثقافية التقليدية تميزت بثلاث أبعاد أساسية:

البعد المادي الملموس: تمثل بوضوح في الأزياء التقليدية، خصوصًا الزي القبائلي والأكسسوارات المصاحبة له، مع تركيز ملحوظ على الحلي الأمازيغي. كما تكرر حضور **الغذاء الثقافي**، سواء بشكل سطحي يُوظف كمفردة سياقية في تغطيات لنشاطات وفعاليات، أو بشكل متعمق ومفسّر بجانب رموز ثقافية مادية أخرى كما في موضوعات الاحتفال بـ **يناير**، حيث تم شرح الرموز والدلالات المرتبطة بالموروث الغذائي والثقافي المادي الأمازيغي (كعلامة إيمازيغن، السجاد البربري، طبق الدراز، الأخدوشن...). أُشير كذلك إلى بعض الأماكن التراثية ذات الطابع المادي مثل **القصة وباب الواد**. كما رُصدت مؤشرات على تمثلات **الذات** الجزائرية في المخيال الخارجي، عبر آراء الأجانب حول عناصر الهوية كالمطبخ الجزائري، والمدن التراثية، والشخصيات الوطنية مثل جميلة بو حيرد.

البعد المعنوي: تجسد في استدعاء التراث الشفهي عبر البوقلات والأمثال الشعبية، وظهر كحنين للذاكرة الجمعية في مواضيع تتعلق برمضان والعيد، وليلة الحناء وحمام العروس ويناير كحفلات شعبية. وقد تميز ببعد وجداني في استحضار الماضي من خلال أمثلة رمزية كـ **مطعم لالة فاطمة** وديكور نقوش بسملة سادات الذي يعيد تمثيل الأثاث التقليدي. كما ظهر في الموروث الفني الشفهي في بعض الحوارات مع فنانين، تم خلالها التطرق لطابع الحوزي، الأندلسي، والزرنة، وأغانٍ تقليدية مثل "صب الرشراش"، لكن دون تعمق تحليلي.

البعد الممارساتي الاجتماعي: ظهرت من خلال ممارسات تقليدية كـ **تقميط الطفل**، **دهنه بزيت الزيتون** كممارسات طقسية ذات بعد اجتماعي وثقافي. كما تجسدت في عادات اجتماعية سلوكية متكررة خلال رمضان وعيد الفطر، مثل السهرات، إعداد الحلويات، زيارات العائلة، عيادة المرضى، صلاة التراويح. وقدمت كذلك كعادات طقسية محلية مثل **ليلة الحناء** وحمام العروس ويناير، مظهرة بذلك ثراء التنوع الجهوي في التقاليد الشعبية. بعض العادات وردت كمفردات أو مصطلحات فقط في سياقات خدمية، مثل "الجهاز"، الذي تم توظيفه دون تعمق في موضوعات خدمتية مستوردة.

البعد الرمزي البصري: غالبًا ما ظهرت في إطار جمالي واحتفائي، خاصة في المناسبات الدينية كرمضان، حيث تكررت رموز مثل **الفوانيس**، **الأهلة**، **النجوم**، **المساجد**، **المصاحف**، **السبحات**، وعبارات مثل "رمضان كريم" و"عيد مبارك". كما تجسدت رموز بصرية أخرى في خلفيات الصور، من خلال **الديكور والأثاث** والتفاصيل

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

المعمارية التي تحيل إلى التراث الجزائري، كزخارف الفسيفساء، الزليج التقليدي، الأعمدة الكثيرة، النوافير، والأقواس، التي تعكس البعد الحضاري والانتماء التاريخي العميق للهوية الجزائرية.

بالمحصلة، يبدو أن المجلة ركزت على ما هو ملموس ومرئي واحتفائي في الرموز الثقافية، وهو ما يمنح حضوراً قوياً للتراث لكنه قد يحصره في بعد سطحي بصري أو عاطفي، بدل أن يتحول إلى أداة للتربية الثقافية أو الوعي التاريخي.

◆ كما أظهر الجدول الإحصائي الخاص بفئة الرموز الثقافية التقليدية في مجلة «موعد حواء» أن التراث المادي احتل المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة جداً بلغت 73,28%، متبوعاً بالعادات والتقاليد بنسبة 11,64%، ثم التراث المعنوي بنسبة 9,05%، وأخيراً الرموز البصرية الثقافية التقليدية بنسبة 6,03%. هذه النسب تكشف عن ميل المجلة إلى التركيز على الجوانب الملموسة والمادية للهوية الثقافية الجزائرية، خصوصاً من خلال الأطباق التقليدية والمعالم الأثرية والأزياء، في مقابل حضور متواضع للتراث المعنوي أو الرمزية البصرية.

وكشفت المعالجة الإعلامية لمجلة «موعد حواء» عن حضور بارز للرموز الثقافية التقليدية، تمثل أساساً في التراث المادي. لكنه لم يكن مجرد استدعاء وصفي للوصفات أو الأزياء أو المعالم، بل حمل دلالات رمزية ترتبط بدور المرأة في حفظ الذاكرة الجماعية ونقلها. فإبراز الأطباق التقليدية (كالحريرة، المشوم، البغير، المردود، الطمينة...) لم يُقدّم باعتباره مادة غذائية فحسب، بل باعتباره ممارسة جماعية تُعيد إنتاج صورة المرأة كحافضة للموروث الأسري والهوية الغذائية الجزائرية.

أما استدعاء المعالم الأثرية (مغارة بني عاد، صومعة المنصورة، الطاسيلي، امدوكال...) فقد جاء في سياق ريبورتاجات مكانية تعكس وعياً بامتداد الهوية عبر الفضاء الجغرافي والتاريخي، حيث تتحول الأمكنة إلى رموز دالة على عمق الانتماء الوطني. كما أن الأزياء التقليدية (الكراكو، الجبة القبائلية، الملحفة الشاوية...) لم تُطرح من زاوية جمالية بحتة، بل عُولجت عبر إبراز مكوناتها المادية (القماش، الطرز) كرموز ذات وظيفة ثقافية في تشكيل الذات الأنثوية الجزائرية.

من جهة أخرى، لعب التراث المعنوي دوراً مزدوجاً؛ فمن خلال الأساطير (تنهينان، الرجال الملثمة، الزهرين...) أعادت المجلة صياغة هوية متجذرة في المخيال الجمعي، بينما استُحضِر الشعر الثوري (مفدي زكرياء) وخطابات المجاهدات كآلية تمجيدية تعيد إنتاج خطاب وطني-هوياتي يرسّخ قيم الانتماء والمقاومة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما العادات والتقاليد، فقد حضر المولد النبوي الشريف بوصفه مناسبة محورية أعادت المجلة من خلالها إبراز الطقوس المحلية (المدائح، التبرك، الوعدة...) كإحياء للذاكرة الشعبية. وتجلت أيضاً عادات مميزة لمناطق مختلفة (قسنطينة، تلمسان، تمنراست، جيجل...) ما يعكس تمثيلاً لتعددية ثقافية ترى في التنوع الجهوي غنى للهوية لا تهدد لها.

وفي المقابل، بدت الرموز البصرية الثقافية محدودة جدًا مقارنة بما لوحظ في «دزيريات»، حيث اقتصرت غالبًا على تحاني المناسبات وبعض الإيحاءات الزخرفية (كالنجمة المضلعة، الألوان الرمزية، أو الشموع في المولد، التهاني البصرية). هذا الضعف يطرح تساؤلات حول الرؤية التحريرية التي بدت منحازة إلى السرد النصي والصور التوثيقية، أكثر من الوظيف الرمزي البصري الجمالي، وهو ما قد يعكس تصورًا تقليديًا يعتبر الكلمة المكتوبة أكثر شرعية من الرمز البصري في التعبير عن الهوية.

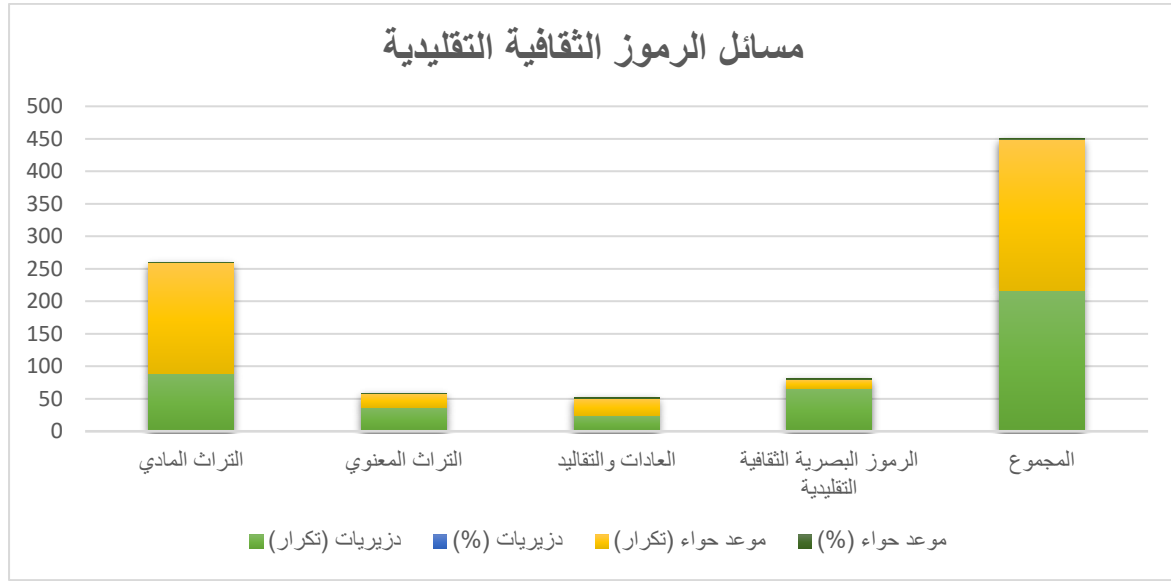
بذلك يمكن القول إن «موعد حواء» قدّمت معالجة تُبرز الوعي بالتراث كرافد من روافد الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، لكنها تميل إلى إعلاء الجانب المادي والوصفي، مع حضور محدود للبصريات، ما يفتح المجال لقراءة نقدية حول طبيعة أولوياتها التحريرية بين النص والصورة، وبين التوثيق السردي والتجسيد الرمزي.

■ **المقارنة بين المجلّتين:** تُظهر المقارنة أن «دزيريات» منحت حضوراً معتبراً للرموز البصرية (30,56%) كالزخارف، الأهلة، الفوانيس، والخلفيات المعمارية، في حين تعاملت مع التراث المادي (41,20%) بمنظور جمالي يركز على الأزياء التقليدية والحلي، مما يعكس نزعة احتفائية وجمالية أكثر من كونها توثيقية.

أما «موعد حواء» فقد طغى فيها التراث المادي (73,28%) بشكل بارز، خاصة في وصفات الطبخ التقليدي، الأزياء، والمعالم التاريخية، إضافة إلى عادات وتقاليد مرتبطة بالمناسبات الدينية والاجتماعية. الرموز البصرية حضرت بشكل ضعيف (6,03%)، وغالبًا بوصفها إكسسوارًا مكملًا، ما يشير إلى أن أولويتها كانت منح الهوية الثقافية بعداً معرفيًا وشعبيًا قائمًا على التوثيق والذاكرة الجمعية.

استنادًا إلى نظرية التمثيل (هول)، يمكن القول إن «دزيريات» أعادت إنتاج الهوية بشكل رمزي احتفالي يخاطب الذائقة البصرية المعاصرة، بينما ركزت «موعد حواء» على تمثيل تأصيلي يوثق الذاكرة الثقافية المادية والمعنوية. أما من منظور الهيمنة، فيكشف التباين عن اختلاف في التوجه: خطاب يميل إلى إعادة صياغة الهوية ضمن صور بصرية عابرة («دزيريات»)، مقابل خطاب يرسخ الانتماء عبر استدعاء التراث المادي وتثبيته («موعد حواء»).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (21): يوضح فئة الرموز الثقافية التقليدية في الخطاب الإعلامي النسوي

جدول رقم (33) يمثل فئة المسائل التاريخية في الخطاب الإعلامي لمجلتي «دزيريات» و«موعدها»

مسائل تاريخية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعدها» (تكرار)	«موعدها» (%)
استحضار الشخصيات النسائية التاريخية	2	20,00%	12	33,33%
الإحتفاء بالأحداث التاريخية الوطنية	0	0,00%	5	13,89%
مقاومة الطمس التاريخي	0	0,00%	0	0,00%
الربط بين الماضي والحاضر في بناء الهوية	3	30,00%	6	16,67%
تمثيل الإرث الحضاري القديم	5	50,00%	13	36,11%
المجموع	10	100%	36	100%

يُعتبر التاريخ أحد أهم روافد الهوية الثقافية، إذ يشكل عبر أحداثه ورموزه ومعالجه ما يُعرف بـ "الذاكرة الجماعية" التي تمنح الأفراد والجماعات إحساسًا بالانتماء والاستمرارية.

فالمخيل الجمعي، بما يحمله من شخوص وأمكنة وأساطير، لا يُستعاد بوصفه مجرد ماضٍ جامد، بل باعتباره مخزونًا رمزيًا يُستثمر في الحاضر لصياغة تمثيلات الهوية وتوجيهها. ومن هذا المنطلق، فإن حضور القضايا التاريخية في الخطاب الإعلامي ليس مجرد استدعاء للماضي، بل هو أيضًا فعل تمثيلي يساهم في إعادة إنتاج الهوية داخل الحاضر.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

◆ تشير النتائج الكمية المحصورة في جدول الرصد الخاص بمجلة «دزيريات» إلى أن المجلة أبدت اهتمامًا نسبيًا معتبرًا بالقضايا ذات الطابع التاريخي، حيث تم رصد 10 مواد تنضوي تحت هذا التصنيف ضمن العينة المدروسة. وقد توزعت هذه المعالجات على خمس فئات دلالية، جاءت في مقدمتها فئة "تمثيل الإرث الحضاري القديم" بنسبة 50%، تليها فئة "الربط بين الماضي والحاضر في بناء الهوية" بنسبة 30%. أما "استحضار الشخصيات النسائية التاريخية" فقد مثّلت 20%، في المقابل، لم تُسجّل أية معالجة ضمن فئتي "الاحتفاء بالأحداث التاريخية الوطنية" و"مقاومة الطمس التاريخي"، ما يكشف عن فراغ ملحوظ في تناول المباشر للتاريخ الوطني بصيغته الحديثة أو السياسية.

وتكشف نتائج مجلة «دزيريات» عن ميل واضح إلى استثمار التاريخ بُعدًا رمزيًا جماليًا أكثر من كونه سردًا سياسيًا أو وطنيًا مباشرًا. فقد ركزت على تمثيل الإرث الحضاري القديم (50%) من خلال استحضار المعالم المعمارية والمكانية (كالقصة، متحف باردو، الزليج التقليدي...)، وهو ما يشي برغبة في ترسيخ الهوية بصريًا وثقافيًا عبر الرمز أكثر من الحدث.

ويبدو هذا التوجه متماهيًا مع طبيعة المجلة ذات الطابع النسوي والاجتماعي، التي تتحاشى العوص في الجدل السياسي، مفضلةً أن تقدم التاريخ كديكور بصري أو موروث ثقافي.

كما ظهر توجه نحو الربط بين الماضي والحاضر (30%)، من خلال إدماج رموز تراثية في سياقات معاصرة (كأعمال بسمة سادات أو مطاعم لالة مينا)، مما يحيل إلى محاولة تحديث التراث وإعادة توظيفه في نخط الحياة العصرية، وهو ما يعكس منطق "التأصيل داخل المعاصرة".

أما استحضار الشخصيات النسائية التاريخية (20%) فقد اقتصر على تغطية خارجية لشخصية جميلة بوحيرد، بما يجعلها رمزًا متداولًا أكثر من كونها موضوع معالجة معمقة، وهذا يبيّن أن المرأة التاريخية تحضر غالبًا كأيقونة جاهزة، لا كفاعل خاضع للبحث أو السردية الداخلية.

في المقابل، يغيب كليًا الاحتفاء بالأحداث الوطنية الكبرى ومقاومة الطمس التاريخي، ما يُظهر فراغًا في الخطاب التحريري، ويشير تساؤلًا حول دور المجلة في حماية الذاكرة الوطنية من النسيان أو التشويه. هذا الفراغ في تناول المباشر للتاريخ الوطني لم يكن معزولاً، بل يتقاطع مع ممارسات تحريرية أخرى عكست انتقائية واضحة في استدعاء الرموز الدينية والتاريخية. فقد سبق أن غابت عن المجلة مناسبة عيد الأضحى بشكل شبه كلي، حيث اكتفت بصفحة داخلية تضمنت صورة لكبش مزخرف ووسم "عيد أضحى مبارك"، دون أي ملف مرافق أو معالجة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

دينية واجتماعية معمقة. والأكثر لفتًا للانتباه أن غلاف العدد المعني لم يشير إلى المناسبة، بل حمل صورة ذات مرجعية غربية، بألوان ترويجية يغلب عليها الأبيض والأحمر والأزرق، ما يعكس تغليب البعد الحتفائي الجمالي المستورد على حساب الرموز الجمعية المتجذرة في الهوية الجزائرية. وعليه، يمكن القول إن هذا التوجه يكرّس تمثيلاً "مُسقطاً" للهوية الثقافية، يركّز على الرموز البصرية والاحتفالية، ويغيب عنه العمق التاريخي والديني القادر على صون المخيال الجمعي وتعزيزه.

◆ ويبين الجدول أن مجلة «موعد حواء» خصصت مساحة أوفر للمسائل التاريخية مقارنة بـ «دزيريات»، حيث بلغ عدد المواد المرصودة 36 موضوعاً (مقابل 10 فقط في «دزيريات»). وقد تصدرت فئة تمثيل الإرث الحضاري القديم المرتبة الأولى بنسبة 36,11%، تلتها فئة استحضار الشخصيات النسائية التاريخية (33,33%)، في حين سجلت فئة الربط بين الماضي والحاضر في بناء الهوية نسبة 16,67%، والاحتفاء بالأحداث الوطنية نسبة 13,89%، أما فئة مقاومة الطمس التاريخي، فقد غابت تماماً كما في «دزيريات»، ما يكشف عن فراغ لافت في هذا البعد الحساس.

ويكشف التحليل النوعي أن مجلة «موعد حواء» عاجلت التاريخ من زاويتين متكاملتين: زاوية وجدانية تعبوية: من خلال تمجيد المجاهدات في افتتاحيات وريورتاجات الذكرى (5 جويلية، نوفمبر)، حيث استحضرت أدوار الجميلات الثلاث (جميلة بوحيرد، جميلة بوباشا، جميلة بوعزة) وغيرهنّ في الكفاح المسلح والرمزي، وصوت المرأة الجزائرية كعنوان للصمود والتحدي. كما حُصصت بورترية لمعمقة لمجاهدة مثل خديجة بلقمبور (فريدة) لإبراز مساهماتها في الجهاد والنضال.

وزاوية معرفية/ ثقافية: باستدعاء علماء ومشايخ مثل الشيخ عبد القادر بن بليوز والشيخ العالم والمجاهد علي دهوم... وغيرهم، بما يثري الذاكرة الثقافية للقارئة ويعزز الاعتزاز بالانتماء.

إلى جانب ذلك، برز الربط بين الماضي والحاضر كآلية لبناء الهوية، سواء عبر الدعوة إلى إعادة إحياء الديكور العربي الأصيل، أو من خلال إبراز التحولات السوسيوثقافية والمعمارية (اندثار أجزاء من مغارة بني عاد بفعل الاستعمار، النزوح العرقي نحو تمنراست...).

أما تمثيل الإرث الحضاري القديم، فجاء أوسع وأعمق، حيث غطت المجلة مواقع تاريخية (تاغيت، الطاسيلي، تمنراست، تلمسان، جيغل...) وأسطورية (تينهان، الرجال المثلثون)، إلى جانب أطباق وموروثات غذائية ذات

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بعد تاريخي (البويشة المرتبطة بالعهد العثماني). هذه القراءة تمنح المادة الإعلامية بعدًا ثقافيًا ومعرفيًا يتجاوز الطرح الرمزي أو الاحتفائي البسيط.

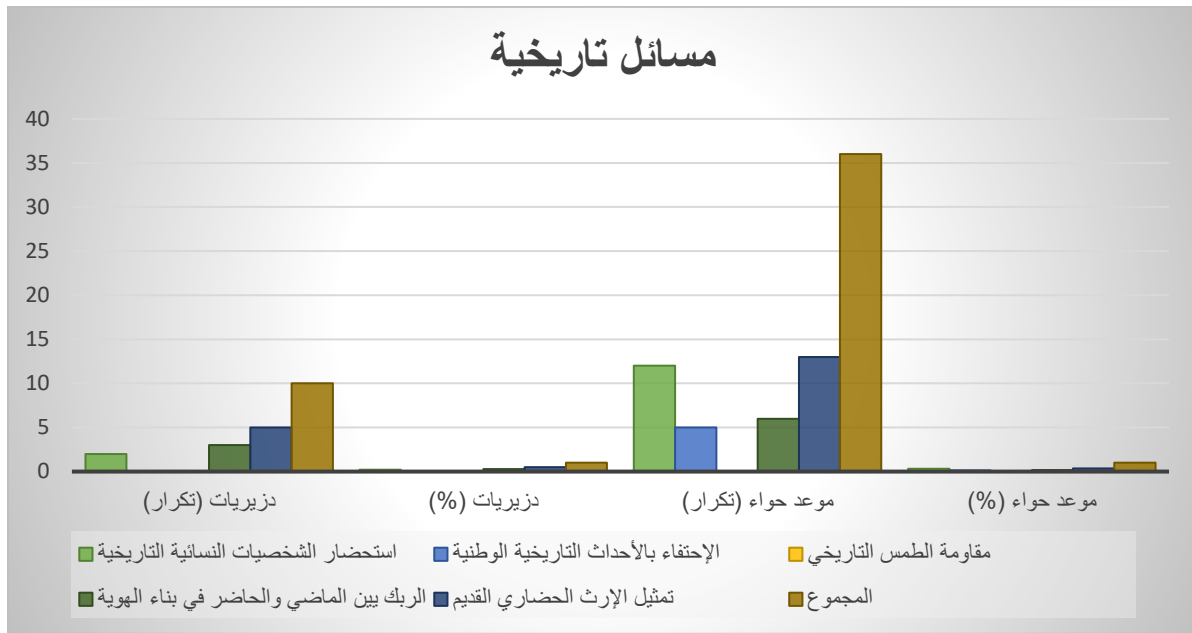
في المجمل، تكشف معالجة «موعد حواء» عن توجه تحريري واع بتوظيف التاريخ كذاكرة جمعية حية، ليس فقط كرموز أو أماكن، بل كرافد لبناء الانتماء وإعادة ربط المرأة الجزائرية بجذورها الحضارية والنضالية.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يظهر من تحليل فئة المسائل التاريخية أن «موعد حواء» أولت للتاريخ مكانة مركزية باعتباره ركيزة في بناء الهوية، بينما اكتفت «دزيريات» بتوظيف رمزي محدود ارتبط غالبًا بالجانب المعماري والبصري. ففي حين ركزت «موعد حواء» على استحضار الشخصيات النسائية الثورية والاحتفاء بالأحداث الوطنية، واعادت ربط الماضي بالحاضر عبر خطاب وجداني تعبوي ومعرفي، غابت هذه الأبعاد كليًا عن «دزيريات»، التي لم تُسجل أي معالجة للأحداث الوطنية أو لمسألة مقاومة الطمس التاريخي، مكتفيةً بتمثيل جزئي للإرث الحضاري أو تغطية مناسبات رمزية.

وفقًا لنظرية التمثيل (Representation)، فإن «موعد حواء» مارست إعادة تمثيل للمرأة الجزائرية كفاعل تاريخي أصيل، من خلال ربطها بالذاكرة الوطنية ومساهمتها في المقاومة، وهو ما يعزز الهوية الجمعية. بينما في «دزيريات»، يظل التمثيل سطحيًا يميل إلى الجمالية والاستهلاك البصري أكثر من ارتباطه بالمخيال الجمعي. أما من منظور الغرس الثقافي (Cultural Cultivation)، فإن حضور الشخصيات النسوية والأحداث التاريخية في «موعد حواء» يعزز وعي القارئات بأهمية الماضي في تشكيل الحاضر، ويساهم في غرس قيم الانتماء والاعتزاز بالهوية. في المقابل، يُضعف تغييب هذه العناصر في «دزيريات» عملية الغرس، ويجعل الخطاب أقرب إلى الاستهلاك الثقافي منه إلى الاستمرارية الرمزية للتاريخ.

في ضوء نظرية الهيمنة (Hegemony)، يمكن القول إن تغييب «دزيريات» للأحداث التاريخية الكبرى، وغياب البعد النقدي لمقاومة الطمس التاريخي، يعكس انحيازًا نحو خطاب ناعم متماه مع النزعة الفرانكفونية/ الاستعراضية، بينما تمثل «موعد حواء» صوتًا أقرب إلى التوجه العروبي الوطني، حيث يوظف التاريخ كأداة مقاومة رمزية ضد النسيان وضد الهيمنة الثقافية الغربية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (22): يوضح فئة المسائل التاريخية في الخطاب الإعلامي النسوي

جدول رقم (34): يمثل فئة التمثيلات القيمية في مسائل الهوية الثقافية بعينة الدراسة

التمثيلات القيمية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«مؤعد حواء» (تكرار)	«مؤعد حواء» (%)
قيمة العائلة	16	10,06%	23	12,99%
قيمة التمكين والنجاح	6	3,77%	5	2,82%
قيمة الجمال والأنوثة	27	16,98%	14	7,91%
قيمة الأخلاق والسلوك	6	3,77%	13	7,34%
قيمة الدين والتدين	6	3,77%	30	16,95%
قيمة التضامن والانتماء الجماعي	6	3,77%	10	5,65%
قيمة المواطنة والوطنية	12	7,55%	15	8,47%
قيمة الأصالة والافتخار	31	19,50%	30	16,95%
قيمة النضال والصبر	9	5,66%	8	4,52%
قيمة الأصالة والافتخار بعدسة الآخر	7	4,40%	4	2,26%
قيمة التشبيء والسطحية	14	8,81%	10	5,65%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

قيمة التهميش والتمييز	4	2,52%	4	2,26%
قيمة التحرر والتمرد غير المؤسس	3	1,89%	3	1,69%
القيم الهجينة المستوردة	10	6,29%	7	3,95%
قيمة التجرد والإساءة	2	1,26%	1	0,56%
المجموع	159	100%	177	100%

◆ تكشف القراءة الكمية والنوعية لجدول التمثيلات القيمية في مجلة «دزيريات» بأنها أولت اهتماماً كبيراً بقيمة الأصالة والافتخار، حيث سجّلت أعلى نسبة (31 تكراراً، 19.50%)، ورغم تصدرها باقي القيم إلا أنها لم تأت دائماً في سياق تصريح مباشر أو معالجة معمّقة تعكس وعياً فعلياً بالهوية أو تمثيلاً مقصوداً للتراث كموضوع للفخر، بل ظهرت في الغالب ضمن تغطيات صحفية سطحية أو عروض أزياء تقليدية، اكتفت بإبراز اللباس أو الإكسسوارات كصورة نمطية للتراث دون تفكيك دلالاته الثقافية أو رمزيته الهويةية.

أما قيمة الجمال والأنوثة جاءت في المرتبة الثانية (27 تكراراً، 16.98%)، وغالباً ما ترافقت هذه القيمة مع عروض الأزياء، سواء التقليدية أو العصرية، لكنها كانت أحياناً تغلف بقيم تجميلية سطحية كما هو ملاحظ في فئة "التشييء والسطحية". والتي احتلت بدورها نسبة (8.81%) 14 تكراراً كتمثيل قيمى سلبى، أما باقي القيم السلبية فجاءت بنسب متفاوتة، حيث بلغت القيم الهجينة المستوردة (10 تكرارات، بنسبة 6.29%)، أما التحرر والتمرد غير المؤسس (3 تكرارات، بنسبة 1.89%)، وأخيراً فئة التجرد والإساءة (2 تكرار، بنسبة 1.26%). تُظهر هذه المعطيات توجّهات جزئية في بعض المواضيع نحو التسليع أو النمطية أو التغريب الثقافي، ما يستوجب الإشارة إلى الازدواجية في التمثيلات القيمية لدى المجلة.

أما قيمة الأصالة والافتخار بعدسة الآخر (7 تكرارات)، فتُعدّ إشارة مهمة إلى كيف يرى "الآخر" ثقافة المرأة الجزائرية، ما يعكس بُعداً رمزياً إضافياً في تمثيلات الهوية من الخارج.

في حين أنّ بعض القيم الأقل تكراراً مثل التمكين والنجاح، والأخلاق، والدين، والانتماء الجماعي ظهرت بنسب متقاربة (كل منها 6 تكرارات - 3.77%)، ما يمكن أن يدلّ على تمثيل محدود أو انتقائي لهذه القيم.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يُظهر تحليل تمثيلات القيم داخل مضامين مجلة "«دزيريات»" طغياناً واضحاً للقيم الإيجابية، من حيث الكم، وعلى رأسها قيمة الأصالة والافتخار التي تصدرت التكرارات بنسبة (19.50%)، متبوعة بقيمة الجمال والأنوثة (16.98%)، ثم قيمة العائلة (10.06%) غير أن القراءة النوعية لهذه القيم تُظهر فروقات دلالية دقيقة لا يمكن تبينها عبر المعالجة الإحصائية فقط.

فقد ارتبطت قيمة العائلة غالباً بالسياق الطقوسي والاجتماعي، وبرزت بقوة في المواضيع ذات العلاقة بالاحتفالات الشعبية والدينية مثل رأس السنة الأمازيغية (يناير)، ومراسم حَمَام العروسة، والختاء، وطقوس رمضان والعيد، حيث تم تمثيل العائلة كوحدة حافظة للذاكرة الجماعية والروابط الاجتماعية، وإن كان ذلك غالباً ضمن معالجة وصفية أو شهادات فردية لا ترتقي في مجملها إلى مستوى النقد الاجتماعي أو التحليل العميق.

أما قيمة الأصالة والافتخار، فقد ظهرت في شكلين أساسيين:

1. تصريحات صريحة تُظهر اعتزازاً بالتراث المادي أو بالهوية الثقافية. مثل تصريح الفنانة سهى أولها، بسمة سادات، تشجيع منتوج بلادي...).

2. تمثيلات ضمنية من خلال عرض الرموز التقليدية مثل الأزياء، الأطباق، أو الفنون الشعبية في سياقات احتفالية أو تجميلية. غير أن هذا التمثيل ظل في كثير من الأحيان موسوماً بالسطحية أو التوظيف الترويجي، حيث تم التركيز على إبراز الصورة أكثر من شرح الدلالة، ما أفقد بعض المواد مضمونها الهوياتي الأصيل.

في المقابل، ظهرت تمثيلات قيمية سلبية تعكس تحولات أو اختلالات في منظومة القيم الثقافية، مثل:

- التشييء والسطحية (8.81%)، والذي تجلّى في تقديم المرأة كأداة عرض أو تسليع بصري، لا كذات ثقافية فاعلة.

- القيم المهجنة المستوردة (6.29%)، التي عكست حالة انبهار بالثقافات الأخرى وترويج مظاهرها، دون تمحيص أو تأصيل (الخطبة، من هي بنت الفاميليا، كيف يقضي الجزائريون رمضان...).

- التحرر والتمرد غير المؤسس، التهميش والتمييز، والتجرد والإساءة، كقيم فرعية تعبّر عن خطابات خفية تكرّس الاستبعاد أو التمرد دون أسس معيارية أو ثقافية واضحة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وتجدر الإشارة إلى أن الخطاب المجلّاتي وإن كان يهتم بتكريس قيم الهوية والتمكين، إلا أنه في كثير من المواضع يُعيد إنتاج أنماط سطحية أو متناقضة لا تساهم فعليًا في بناء وعي ثقافي أو نسوي نقدي، بل قد تؤدي في بعض الحالات إلى تسليع المرأة أو تقويض العمق القيمي والهوياتي الذي من المفترض أن تحمله الصحافة النسائية المتخصصة.

◆ وتكشف قراءة التمثيلات القيمية في مجلة «موعد حواء» عن حضور لافت للقيم الإيجابية التي ارتبطت بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، في مقدمتها ثلاثية الأصالة والافتخار (16,95%)، الدين والتدين (16,95%)، والعائلة (12,99%)، وهي القيم التي شكّلت العمود الفقري لهوية المجلة.

فقد ظهر البعد الديني كأحد أبرز مرتكزات الخطاب القيمي، ليس فقط من خلال التوظيف المباشر للفتاوى أو المواضيع الإرشادية، بل أيضًا عبر تعزيز حضور المرأة المتدينة (المحجبة أو المتمسكة بخياراتها الدينية في حياتها اليومية) وتقديمها كنموذج للافتخار والانتماء. هذا ما يميز «موعد حواء» عن «دزيريات»، إذ تعاملت مع الدين بوصفه قيمة جماعية راسخة، لا مجرد ممارسة فردية أو سطحية.

أما قيمة الأصالة والافتخار، عبّرت عن انتماء المرأة لرموزها الثقافية والتاريخية (الجبة القبائلية، الملكة تينهنان، كتابات نسوية واعترافات شخصية كقول لميس الزوييري نحن الجزائريون نملك ثراء وتنوع لغوي...)، بما يعكس رؤية تعبوية وجدانية تسعى إلى ترسيخ الاعتزاز بالانتماء الوطني والهوياتي. وقد جاءت هذه القيمة في كثير من الأحيان متشابكة مع قيمة المواطنة والوطنية (8,47%)، من خلال خطاب وجداني تمجيدى للمرأة الجزائرية كفاعل أصيل في بناء الأمة كحوار عقيلة حشيشي "الجزائر أمي، الأم وطني" أو الكتابات النسوية (احكي يا تاريخ، تحت جناحك يا جزائر، تاج افريقيا، جلسة...)، وخطاب ثوري تمجيدى أبرز دور المرأة في الكفاح، وأكد على ارتباط المرأة الجزائرية بتاريخها الوطني (تقديم الغالي والنفيس، الصبر، الكفاح، تحد الاستعمار، المساهمة بكل ما تملك من أجل أن تحيا الجزائر...).

قيمة العائلة بدت محورية في المواضيع الاجتماعية والدينية، حيث استُحضرت في سياقات رمزية مرتبطة بالمناسبات الجماعية (رمضان، العيد، المولد النبوي)، وأيضًا في المعالجات السلوكية والأعراف الشعبية (كمحافظة العائلات القبائلية على النسب والشرف كمعايير ثقافية راسخة، وحفاظ العائلات الأمدوكالية على أحياء الأعراس التقليدية تمامًا كما في الماضي...)، وهو ما عزّز صورة العائلة كوحدة حافظة للهوية الجماعية. كما ظهرت قيمة العائلة في المعالجات الدينية والاجتماعية التي ارتبطت بالتماسك الأسري والوازع الديني وقيم المودة والرحمة والتواصل

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

والتسامح، كما تعززت هذه القيمة عبر موضوعات تُبرز خصوصية العائلة الجزائرية المحافظة، مثل الاستجمام في فضاءات مخصصة للعائلات (غابة بوشاوي).

أما قيمة التمكين والنجاح، فقد برزت من خلال استعراض نماذج نسائية ناجحة كسليمة سواكري سفيرة النوايا الحسنة باليونيسيف، خولة علالشة صاحبة مبادرة طفلك مشروعك، وسيليا خشني كابتكارها لجهاز رصد وتشويش طائرات الدرونز، حيث تم تقديم المرأة الجزائرية كفاعلة ومنجزة في ميادين متعددة، مما يعكس توجهًا تحفيزيًا يروم بناء صورة إيجابية للمرأة العصرية، وهذا جاء على عكس ما اعتمدته «دزيريات» في تقديم المرأة كفاعلة ورائدة ومنتجة (3,77%) مثل (مديرة قناة سميرة تي في، مبتكرة العلامة التجارية في الملابس الجاهزة العصرية أبيلا، ومبتكرة ثلجة كوسميتيك) لكن كوسيط دعائي ترويجي، وبالنسبة لقيمة الجمال والأنوثة، فقد قُدمت في المجلة ضمن إطار محافظ يربط الجمال بالبساطة والعودة إلى الأصل، سواء عبر الأزياء التقليدية أو الأدب النسوي الذي اعتبر البساطة معيارًا للجمال الحقيقي كما في نص هكذا أزيد الجمال جمالاً، كما ارتبطت هذه القيم بالخطاب الديني الذي ربط النظافة والطهارة بالأنوثة، معتبراً أن الجمال الخارجي لا ينفصل عن الروح والقيم.

كما حضرت بقوة قيم الأخلاق والسلوك مثل الحشمة والحياء والحرمة، سواء في تصريحات شخصيات عامة (سليمة سواكري)، أو في معالجات إعلامية هدفت لتقديم صورة المرأة المحافظة التي تحافظ على خصوصية العائلة والمجتمع. وتجلت قيمة الأخلاق والسلوك بوضوح في عمود المجلة وفي المواد الإرشادية التي قدمت قضايا المرأة في ضوء المرجعية الإسلامية (كالفتاوى، معالجة المعتقدات الشعبية، مكانة المرأة في الإسلام كموضوع المرأة كرمها الإسلام، موضوع قبله الاحترام والامتنان، مكارم الأخلاق..)، ما يعكس تجذر القيم الدينية كمعيار لأخلاق المرأة وسلوكها.

أما قيم التضامن والانتماء الجماعي فقد ظهرت في التقاليد الشعبية الجماعية (الوعدة، الهمزية، البردة، تمشط) والتكافل الاجتماعي عبر إحياء المناسبات الدينية وتقديم المساعدات، إلى جانب التضامن مع الأيتام في الأعياد. ورغم الحضور القوي للقيم الإيجابية، إلا أن المجلة لم تخلُ من بعض القيم السلبية أو الإشكالية مثل التشييء والسطحية (5.65%) في بعض المعالجات التي أفرغت المواضيع من عمقها (كالتبسيط المفرط للمواضيع الدينية أو الأسرية). والتهميش والتمييز (2,26%) في تناول قضايا المرأة ومعاناتها في ظل الأدوار النمطية (زوجات تحت الإكراه، معاناتي مع زوجي، تفضيل إنجاب الذكر لازال راسخا في عقلية المجتمع). والقيم المهجينة المستوردة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

(3,95%)، حيث ظهرت في مواضيع تجميلية أو إخبارية وظفت فيها المرأة كأداة عرض، أو في استعمالات لغوية هجينة ومظاهر مغمطة بثقافات أجنبية (الاحتفال رأس السنة الميلادية أو في خطابات التحرر من القفص الزوجي) ما يعكس انفتاحاً على أنماط غربية لا تنسجم بالضرورة مع المرجعية المحلية، لكنها مع ذلك ظلت أقل بروزاً مقارنة بالخطاب القيمي الإيجابي الطاعي.

هذا التداخل بين القيم الإيجابية والسلبية في خطاب «موعد حواء» يعكس وعياً قيمياً حاضراً لدى القائمين على المجلة الذين حرصوا على إسناد أغلب المعالجات إلى مرجعية دينية واجتماعية، مع استدعاء الذاكرة الجمعية (الثورية والتاريخية) في خدمة قيم الأصالة والانتماء، مع انفتاح جزئي على قيم هجينة، وهو ما جعل خطابها أكثر قرباً من الواقع الاجتماعي المتحول، وأقل انجذاباً للسطحية مقارنة بـ «دزيريات».

■ **المقارنة بين المجلتين:** عند المقارنة بين مجلتي «دزيريات» و «موعد حواء» في تمثيلات القيم، يلاحظ أن الأولى أوبت اهتماماً أكبر بالقيم ذات الطابع الجمالي والاستهلاكي مثل الجمال والأنوثة (16,98%) والتشبيء والسطحية (8,81%)، حيث تم تقديم المرأة في كثير من الأحيان كوسيلة عرض أو أيقونة بصرية مرتبطة بالأزياء والمظهر. في المقابل، ركزت «موعد حواء» على قيم أكثر ارتباطاً بالمرجعية الدينية والاجتماعية مثل الدين والتدين (16,95%) والعائلة (12,99%)، إلى جانب إبراز قيم التضامن والانتماء الجماعي والمواطنة، وهو ما يعكس تركز خطابها حول الوظيفة التربوية والإرشادية أكثر من الوظيفة الجمالية التجميلية.

أما قيمة الأصالة والافتخار، فقد سجلت نسباً مرتفعة في كلتا المجلتين (19,50% في «دزيريات» و 16,95% في «موعد حواء»)، لكن طبيعة حضورها اختلفت؛ ففي «دزيريات» غالباً ما تمثلت في صور احتفالية سطحية أو بعض الإشارات الفردية كتعبير عن رغبتهم في ترسيخ العادات والتقاليد لأولادهم، أو عبر عدسة الآخر (7 تكرارات)، بينما في «موعد حواء» جاءت مرتبطة بالرموز التاريخية والثقافية (تينهينان، الجبة القبائلية، أماكن أثرية) وبخطاب نسوي وطني واضح.

القيم السلبية ظهرت في كلتا المجلتين مع اختلاف في المنطلقات: ففي «دزيريات» ارتبطت أساساً بالنزعة الاستهلاكية حتى في أكثر القيم إنسانية كالتضامن "الذي روج فيه لصالح برنامج اليد فاليد لمدير المجلة"، كما ارتبطت بالانبهار بالغرب (القيم الهجينة المستوردة 6,29%)، التشبيء (8,81%)، بينما في «موعد حواء» جاءت القيم السلبية مرتبطة بمعالجات اجتماعية أو دينية لم ترقّ دوماً إلى مساءلة عميقة (التحرر غير المؤسس 1,69%، التمييز 2,26%)، لكنها ظلت أقل حدة من حيث الطابع البصري والتسلبي.

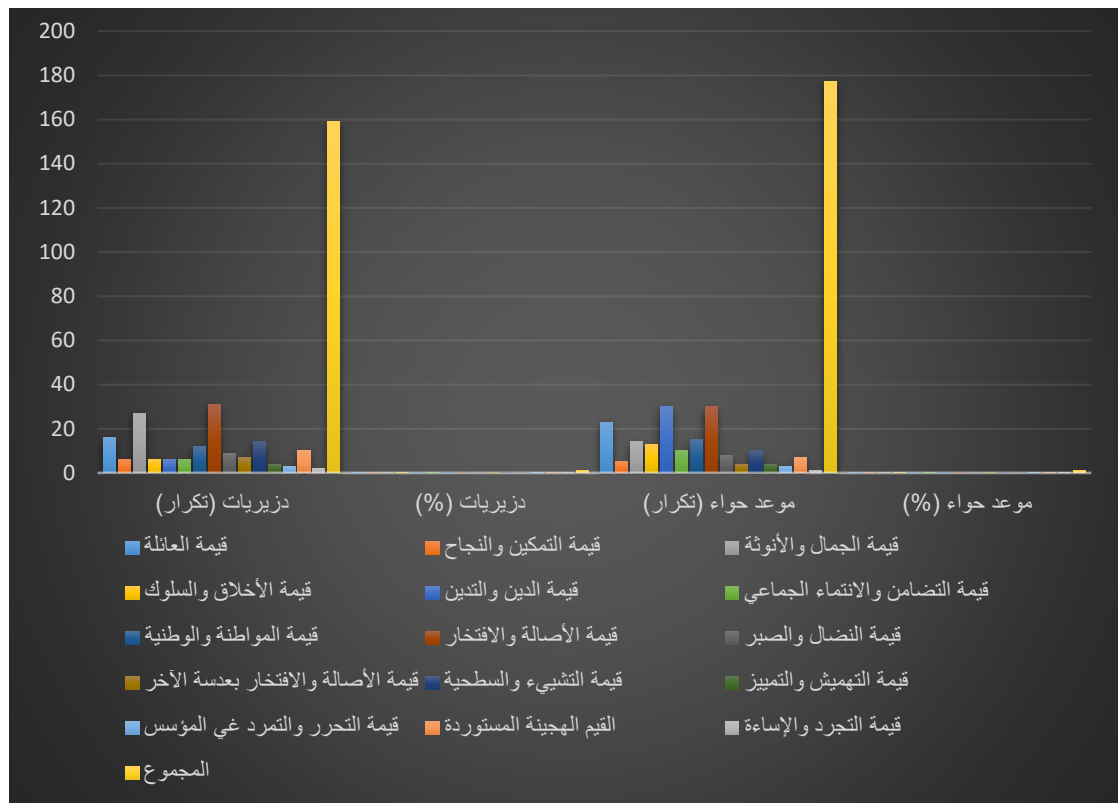
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ويمكن قراءة هذه العطيات من منظور نظرية الغرس الثقافي، حيث نستطيع القول إن خطاب «موعد حواء» يعزز قيمًا تقليدية متجذرة (العائلة، الدين، التضامن) بما يرسخ لدى القارئات صورة المرأة المحافظة الملتصقة بمرجعياتها. أما «دزيريات» فتسهم في تكريس صورة مغايرة، قائمة على تسليع الهوية وربطها بالموضة والجمال والتمثيلات السطحية، ما يعكس محاولة لغرس قيم استهلاكية جديدة.

ووفق نظرية التمثيل، نلاحظ أن «موعد حواء» مثلت المرأة كفاعل اجتماعي مرتبط بالهوية الجمعية والدينية، بينما «دزيريات» أعادت تمثيلها كصورة جمالية أو موضوع للنظر، أي "كموضوع ممثل لا كفاعل". أما من منظور نظرية الهيمنة، فيمكن تفسير الفارق بين المجلتين باعتباره انعكاسًا لخلفيات القوى الفاعلة: «دزيريات» تحت تأثير توجه فرانكفوني استهلاكي، بينما «موعد حواء» تميل نحو توجه إسلامي عروبي، يحاول استثمار الرموز الثقافية والتاريخية كأدوات هيمنة قيمية بديلة.

وبذلك، يمكن القول إن القيم التي برزت في كل من المجلتين ليست مجرد عناصر معزولة، بل هي أدوات تمثيلية تُعيد إنتاج رؤية ثقافية للهوية النسائية الجزائرية، حيث تخبر القارئة بما هو "مفضل ومقبول"، وتساهم في الغرس الثقافي لهويتها الإعلامية.

وتؤكد الدراسات في هذا السياق أن القيم تشكل أحد المرتكزات الأساسية للهوية الثقافية، إذ تُعد بمثابة الإطار المرجعي الذي يوجه السلوك الفردي والجماعي، ويحافظ على استمرارية الانتماء في ظل التحولات الاجتماعية (غصيب، 2021، ص45).



الشكل رقم (23): يوضح فئة التمثيلات القيمية في الخطاب الإعلامي النسوي

تكشف القراءة الإجمالية لمضامين الهوية الثقافية في المجالات النسائية المدروسة أن الفئات الست (المسائل المطروحة، اللغوية، الدينية، التاريخية، الرموز الثقافية التقليدية، التمثيلات القيمية) لا تعمل في عزلة، بل تتشابك لتشكّل شبكة دلالية متكاملة حول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فقد بيّنت النتائج أن الخطاب الإعلامي النسوي لم يقدّم الهوية بصورة واحدة، بل في أشكال متعددة تراوحت بين ما هو لغوي وديني وتاريخي ورمزي وقيمي. ورغم هذا التنوع، فإن الصورة النهائية التي تُبنى في ذهن القارئة لا تعكس الواقع بقدر ما تنتج أثرًا افتراضيًا: ففي حين اتجهت «دزيريات» إلى رسم ملامح امرأة عصرية منفتحة على القيم الكونية وأنماط العولمة، حرصت «مودة حواء» على ترسيخ صورة المرأة الأصيلة المتمسكة بالقيم الدينية والجماعية. وهو ما يؤكد انسجامًا مع مقارنة الغرس الثقافي "أن المجالات لا تكتفي بعرض التمثيلات، بل تساهم في غرس نماذج معيارية للهوية النسوية، لتصبح بمثابة "المرأة الجزائرية المنشودة" في المخيال الإعلامي.

وعليه، يمكن القول أنّ محور المضامين لا يُفهم بمعزل عن الكيفية التي جرى بها تمثيل المرأة الجزائرية إعلاميًا، من حيث الأهداف والرسائل والخطابات والاستمالات التي تبنتها المجالات في تشكيل صورة المرأة الجزائرية. من هنا،

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يأتي المحور الموالي لمعالجة استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، من خلال الوقوف عند التمثيلات الجغرافية، أهداف الخطاب وأدواره، الرسائل المتكررة، الاستمالات الموظفة، ثم الجمهور المستهدف.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

المطلب الثاني: استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

جدول (35): يمثل تمثيلات المرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة

تمثيلات المرأة في الخطاب الإعلامي	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«مؤعد حواء» (تكرار)	«مؤعد حواء» (%)
المرأة كموضوع جمالي/سطحي	60	39,47%	14	11,20%
المرأة كففاعل ثقافي/ مجتمعي	9	5,92%	7	5,60%
المرأة كرمز ثوري مؤسس للهوية الوطنية	2	1,32%	5	4,00%
المرأة كحاملة للهوية الثقافية	18	11,84%	30	24,00%
المرأة كمحور للمساءلة والتحويلات الحداثية	22	14,47%	12	9,60%
المرأة بوصفها منتجة للإبداع والابتكار	12	7,89%	7	5,60%
المرأة في موقع النضال والقوة	12	7,89%	7	5,60%
المرأة في موقع السلطة والقيادة	3	1,97%	2	1,60%
المرأة في موقع الضعف أو الضحية	2	1,32%	4	3,20%
المرأة متعددة التمثيلات	5	3,29%	0	0,00%
المرأة في أدوارها النمطية	7	4,61%	37	29,60%
المجموع	152	100%	125	100%

◆ يتضح من خلال الجدول أن تمثيلات المرأة في الخطاب الإعلامي لمجلة «دزيريات» توزعت بنسب متفاوتة،

تعكس توجهات المجلة واختياراتها التحريرية، ويمكن حصر أبرز الملاحظات كما يلي:

● التمثيلات الأكثر حضوراً:

المرأة كموضوع جمالي/سطحي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 39,47% (60 تكراراً)، ما يعكس هيمنة الصورة النمطية للمرأة كمجرد جسد وزينة ومظهر، وهو تمثل يغلب على الصفحات البصرية والترويجية، خصوصاً في مجالات الموضة، الجمال، عروض الأزياء، والإعلانات. وهو ما يكرّس النظرة الاستهلاكية للمرأة ويهمّش أدوارها الفكرية أو السياسية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

المرأة كمحور للمساءلة والتحويلات الحداثية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 14,47% (22 تكرارًا)، ما يشير إلى نوع من الانخراط في خطاب نقدي – أحيانًا إشكالي – حول أدوار المرأة وتغيرها، لكنه غالبًا لا يُفكّك البنى الاجتماعية المسببة للتحويل بقدر ما يركّز على سلوكيات النساء بصورة مباشرة.

المرأة كحاملة للهوية الثقافية بنسبة 11,84% (18 تكرارًا)، وهو تمثل إيجابي نسبيًا، يُظهر انشغالًا بثقافة المرأة الجزائرية، وتأكيدًا على رموزها، يظهر تمثل المرأة كمحافظة على الموروث الثقافي في مواضيع متعلقة بالطبخ، الحفلات التقليدية، اللباس، الطقوس، لكنه يتخذ أحيانًا طابعًا فولكلوريًا أكثر منه تمثيلًا لقيمة فاعلة ومستدامة..

● تمثيلات متوسطة الحضور:

المرأة بوصفها منتجة للإبداع والابتكار والمرأة في موقع النضال والقوة بنسب متساوية (7,89%)، ما يشير إلى حضور للمرأة الفاعلة والمبدعة، وإن كان هذا الحضور لا يرقى إلى مستوى التمثيل الجمالي.

المرأة في أدوارها النمطية بنسبة 4,61%، تعكس كيف يستمر الخطاب الإعلامي في إعادة إنتاج الأدوار التقليدية (الطبخ، التنظيف، الأمومة، الزينة في الأعياد...).

المرأة متعددة التمثيلات بنسبة 3,29%، وهو تمثل مهم يشير إلى صورة مركبة ومعقدة للمرأة، لكنه لا يزال ضعيف الحضور.

● تمثيلات ضعيفة الحضور:

تمثيلات المرأة في موقع القيادة (1,97%) والمرأة في موقع الضعف أو الضحية (1,32%) والمرأة كرمز ثوري (1,32%)، ما يبيّن هشاشة الاهتمام بالتمثيلات ذات الطابع التاريخي أو الحقوقي أو السياسي، ويدل على غياب شبه تام للمرأة كفاعلة في دوائر القرار أو كتجسيد لرموز النضال الوطني والمؤسسة للهوية الجزائرية.

من خلال التحليل النوعي لمضمون مجلتي "«دزيريات»"، برزت مجموعة من التمثيلات المتنوعة التي تُسقط على صورة المرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي النسوي. اتضح أن التمثيل الجمالي السطحي هو الأكثر حضورًا، حيث يتم التركيز على الجسد الأنثوي أو الأزياء التقليدية كعناصر بصرية ترويجية، دون أي سياق رمزي أو ثقافي عميق، مما يجعل حضور المرأة شكليًا مفرغًا من البعد الهوياتي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

في المقابل، برز تمثيل المرأة كفاعل ثقافي ومجتمعي في بعض المضامين التي أبرزت مساهمتها في الحياة العامة، من خلال تنظيم التظاهرات التراثية أو بعث الصناعات التقليدية، وهو ما يعكس وعيًا بدور المرأة كمحافظة على الموروث الشعبي. غير أن بعض النماذج حملت دلالات هوياتية هجينة، خاصة في المجال الفني (ليندة بورني، ليلي بورصالي، جمعية أهل الفن)، حيث تم تمرير طوابع ثقافية غربية داخل قوالب محلية، أو العكس، ما يؤشر إلى تحولات ثقافية قائمة على نوع من التسويق الانتقائي لهويات هجينة بين الأصالة والانفصال عنها.

أما تمثيل المرأة كحاملة للهوية الثقافية، فقد تجلّى في الصور التي تؤكد على البعد التراثي في الممارسات اليومية، والطقوس، والعادات، والتقاليد، وفي إبرازها كوسيط ثقافي ينقل الذاكرة الجماعية بين الأجيال، سواء عبر الاحتفاء بالحناء، أو الطقوس المرتبطة بالزواج والاحتفالات الشعبية.

وفيما يخص المرأة كمحور للمساءلة والتحويلات الحداثية، فقد تكرست مضامين متعددة تكشف عن تصدّع بين التوقعات المجتمعية الحديثة والتحويلات الفردية، منها مساءلة الواقع الاجتماعي لاضمحلال أدوار المرأة التقليدية (كموضوع أجواء العيد بين الماضي والحاضر)، أو بروز تمثيلات هجينة تخلط بين القيم الدينية والاستهلاك المناسباتي "كما في حالة الحجاب في سهرات رأس السنة" ما يعكس مساءلة ضمنية لواقع المرأة داخل مجتمع يعيش مفارقات بين الحداثة والتقليد.

وقد تمثلت المرأة أيضًا بوصفها منتجة للإبداع والابتكار من خلال نماذج نسوية فاعلة في الحرف، والفن، والصناعة، والتصميم، حيث أبرز دورها كعنصر ديناميكي يوظف الذاكرة والتراث في إبداعات أصيلة تجمع بين الجمالية والهوية. وبرزت المرأة المبدعة أيضًا في الأدب النسوي كصوت رمزي يعيد تشكيل حضور المرأة في المجتمع كقوة واعية منتجة للمعنى الثقافي.

كما حضرت المرأة في موقع النضال والقوة من خلال شهادات نساء تحدّين المرض أو الصعاب الاجتماعية والاقتصادية، مثبتات أن القوة النسوية تتجاوز الإنجاز المهني لتشمل الصمود الفردي والعائلي، وأن النضال ليس خيارًا بل ضرورة وجودية فرضتها السياقات.

المرأة في موقع الضعف أو الضحية

ظهر تمثيل المرأة في موقع الضحية ضمن سياقات تعكس هشاشة وضعها الاجتماعي أو العاطفي، كما في موضوعات تتعلق بالتجارب المرضية أو الخيانات الزوجية أو التهميش الثقافي والاجتماعي. وفي بعض الحالات، يتم تسليط الضوء على هذه المعاناة بهدف إثارة التعاطف أو النقد، لكن دون الإشارة بوضوح إلى مخارج تمكينية أو بدائل ممكنة، مما يجعل بعض الخطابات تقع في فخ إعادة إنتاج صورة المرأة ككائن مكسور أو ضعيف بحاجة دائمة إلى إنقاذ.

المرأة في أدوارها النمطية

استُحضرت المرأة داخل أدوارها النمطية التقليدية، خاصة خلال المناسبات الدينية أو الاجتماعية مثل رمضان أو العيد، حيث تُصور كالمحور الرئيسي لتحضير الموائد، وتنظيف البيت، والاعتناء بالأطفال، وهي أدوار وإن كانت تعكس خصوصية ثقافية، فإنها تركز تمثيلات نمطية لا تُبرز جوانب التغيير أو التمكين، بل تؤدي في أحيان كثيرة إلى تثبيت الصورة النمطية للمرأة المطيعة، الخادمة للأسرة، دون طموحات أو مسارات خارج هذا الدور.

المرأة متعددة التمثيلات

تجلت صورة المرأة الجزائرية كنموذج متعدد الأنماط في بعض المضامين، خاصة حينما جمعت بين الأنوثة والنجاح، بين التقاليد والحدثة، أو بين التعبير الفردي والالتزام المجتمعي. هذا التمثيل غالبًا ما يندرج في إطار خطاب يبحث عن موازنة صعبة بين المحافظة على المرجعيات الثقافية والاندماج في العالم المعاصر، مما يجعل هذه الصورة ديناميكية لكنها في كثير من الأحيان غير مستقرة.

المرأة في موقع السلطة والقيادة

رُصدت حالات تمثيل للمرأة الجزائرية كصاحبة قرار أو مسؤولة إدارية أو مؤسسة لمشروع، إلا أن هذه التمثيلات تبقى محدودة جدًا مقارنة بباقي الصور، وغالبًا ما يتم تأطيرها داخل سياقات ترويجية احتفالية لا تُظهر عمق الممارسة القيادية للمرأة، بل تكتفي باستعراض إنجازاتها دون الخوض في التحديات البنوية التي تواجهها.

◆ تشير نتائج الجدول الخاص بتمثيلات المرأة في مجلة «موعد حواء» كذلك إلى توازن نسبي بين التمثيلات المختلفة، حيث تصدرت فئة المرأة في أدوارها النمطية بنسبة (29,60%)، متبوعة بـ المرأة كحاملة للهوية الثقافية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بنسبة (24%)، ثم المرأة كموضع جمالي سطحي بنسبة (11,20%). بينما توزعت بقية التمثيلات على نسب متوسطة مثل المرأة كفاعل ثقافي/ مجتمعي (5,60%) والمرأة في موقع النضال والقوة (5,60%)، والمرأة كمنتجة للإبداع والابتكار (5,60%)، وأخرى ضعيفة الحضور مثل المرأة في موقع القيادة (1,60%) والمرأة كرمز ثوري (4%). هذه الأرقام تكشف عن اختلاف في أولويات الخطاب بين التثبيت النمطي، من جهة، ومحاولات إبراز المرأة كمحافظة للهوية أو كفاعل ثقافي، من جهة أخرى.

يُظهر التحليل النوعي لتمثيلات المرأة في مجلة «موعد حواء» أن الخطاب اتخذ منحى أكثر التصاقاً بالهوية الثقافية والبعد الاجتماعي مقارنة بمجلة «دزيريات». إذ برزت المرأة كحاملة للهوية الثقافية عبر تمثيلها للموروث الشعبي والديني، من خلال إحياء الطقوس كالمولد النبوي، رمضان، أو عبر العادات الأسرية مثل يناير، الاحتفالات الشعبية، الحنة، كما عُرضت المرأة في صور تمجد تمسكها بالزي التقليدي، وبكونها وسيطاً يحفظ استمرارية الذاكرة الجمعية للأجيال، الأمر الذي جعلها تُصوّر كعنصر أصيل في المحافظة على الهوية.

من جهة أخرى، ظهر تمثيل المرأة في أدوارها النمطية بشكل بارز، خاصة عبر مواضيع الحياة الأسرية والزواج، حيث رُبِطت صورة المرأة بمهامها التقليدية كالأم الزوجة والراعية لشؤون المنزل. هذا التمثيل، وإن عكس البنية الاجتماعية السائدة، إلا أنه يعيد إنتاج صورة تقليدية قد تحدّ من إمكانية التغيير والتمكين.

أما التمثيلات الإيجابية، فقد تجسّد في إبراز المرأة كفاعل ثقافي ومجتمعي من خلال مشاركتها في المبادرات التضامنية أو الثقافية (كحفلة لباس العيد)، أو عبر دورها الإعلامي والتمثيلي في محافل وطنية ودولية، كما في حالة سليمة سواكري أو عقيلة حشيشي. كما حضرت صورة المرأة المبدعة والمبتكرة، سواء في مجال الأدب، أو المبادرات الاجتماعية، أو عبر نماذج المخترعات اللواتي قدّمن إضافة علمية، وهو ما يعكس تنوعاً في الأدوار التي تسعى المجلة لإبرازها.

في المقابل، لم يخلُ الخطاب من صورة سلبية أو إشكالية؛ إذ برزت المرأة كمحور للتحويلات الحداثيّة من خلال معالجات مثيرة للجدل مثل حفل الطلاق أو الاحتفال برأس السنة الميلادية، أو من خلال طرح قصص تمرد دون مرجعية قيمية أو دينية واضحة، وهو ما يعكس تناقضاً في الخطاب بين المحافظة والانسياق وراء أنماط هجينة أو مستوردة، كما تكرر تمثيل المرأة الضحية في مواضيع الجندر والتسلط الذكوري والعنف الأسري، ما يكشف عن حضور البعد التراجيدي في الصورة الإعلامية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بذلك، يمكن القول إن «موعد حواء» قدمت خطاباً أكثر توازناً من حيث الجمع بين الأصالة والتقليد، لكنها لم تنفلت من إعادة إنتاج الصورة النمطية أو المتناقضة، حيث تجتمع المرأة المبدعة والمتمكنة إلى جانب المرأة الضحية أو النمطية، في صورة مركبة تعكس بدقة تحولات المجتمع الجزائري وتناقضاته في نظرته إلى المرأة.

■ **المقارنة بين المجلتيْن:** تُظهر المقارنة بين مجلتي «دزيريات» و«موعد» عن اختلاف في زوايا تمثيل المرأة الجزائرية داخل الخطاب الإعلامي النسوي. فقد طغت في «دزيريات» صورة المرأة كموضوع جمالي انفعالي، حيث يُعاد إنتاجها كجسد معروض أو كحامل لقيم استهلاكية ذات طابع بصري. بينما في «موعد حواء»، تبرز المرأة في أدوارها التقليدية النمطية أو كحاملة للذاكرة الثقافية والطقوس الاجتماعية، ما يجعل حضورها أكثر ارتباطاً بالانتماء الجماعي والتقاليد.

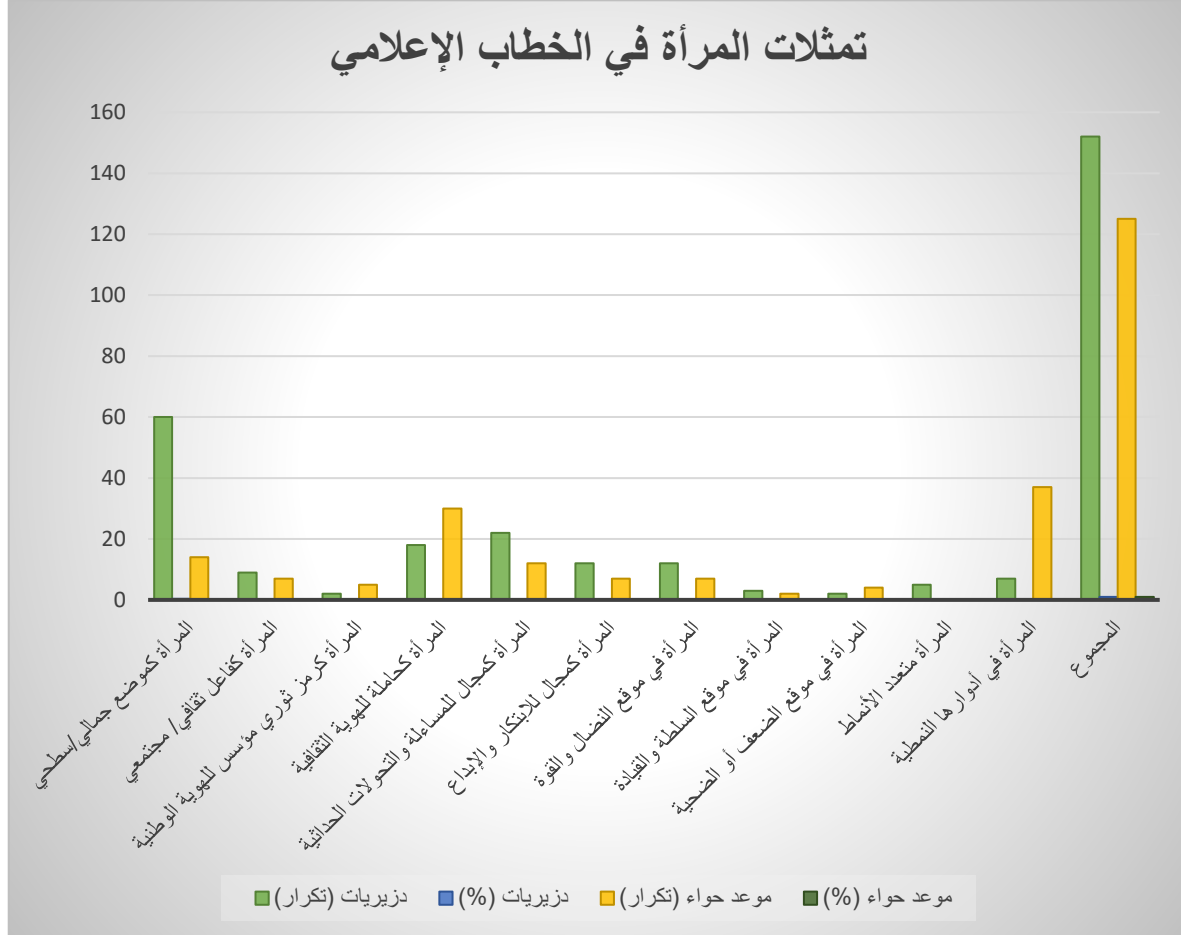
من زاوية نظرية الغرس الثقافي، يمكن القول إن «دزيريات» تسهم في تطبيع صورة المرأة كجسد جمالي معوم، فيما تعزز «موعد حواء» صورة المرأة كفاعل اجتماعي ملتزم بالتراث، بما يرسّخ لدى القارئ توقعات متناقضة عن دور المرأة في المجتمع.

أما في إطار نظرية الهيمنة، فيبدو أن الخطابين معاً يخضعان لبُنى السلطة السائدة: «دزيريات» تعيد إنتاج الهيمنة الرمزية للنموذج المعوم، في حين تُعيد «موعد حواء» إنتاج الهيمنة الثقافية الدينية والاجتماعية التي تجعل دور المرأة امتداداً لغيرها أكثر منه مبادرة ذاتية. ومن منظور التمثيل كما يطرحه ستيوارت هول، فإن كلا المجلتيْن لا تعكسان صورة «واقعية» للمرأة، بقدر ما تعيدان صياغتها وفق رؤى تحريرية مسبقة، ما يكرّس المرأة كموضوع للخطاب لا كصانعة له.

وانطلاقاً من نظرية التمثيل كما يعرضها أديب خضور (1999، ص 50-55)، فإن ترسيخ صورة المرأة في الخطاب الإعلامي لا يمكن فصله عن البُنى الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تعمل المجالات تحت سقفها. ففي حين يُعيد خطاب «دزيريات» إنتاج صورة المرأة كجسد جمالي تابع يخدم مصالح استهلاكية وتجارية، مما يكرّس اغترابها عن أدوارها الأخرى، نجد أن خطاب «موعد حواء» رغم اعتماده على صورة المرأة في أدوارها التقليدية يساهم في إعادة إنتاج الثقافة السائدة بشكل مختلف، حيث تُطرح المرأة كحافضة للرموز الثقافية والطقوس الاجتماعية، وهو ما يضمن استمرارية الهوية وتمييزها أمام الآخر، وعليه، فإن التمثيل الإعلامي للمرأة بين إعادة إنتاج الهيمنة الاستهلاكية المعومة، وبين إعادة إنتاج الثقافة التقليدية المحلية التي رغم محدوديتها تحمل بعداً إيجابياً في حفظ الذاكرة الجمعية وترسيخ الهوية الثقافية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وبالتالي يظل الخطاب الإعلامي في المجلتين يتأرجح بين صورة المرأة التبعية والانفعالية من جهة، وصورة المرأة التقليدية الحافظة للتراث من جهة أخرى، بينما يظل تمثيلها كذات مستقلة، فاعلة ومؤثرة في المجتمع، محدود الحضور، وغير قادر على منافسة القوالب النمطية السائدة.



الشكل رقم (24): يوضح فئة تمثيلات المرأة في الخطاب الإعلامي النسوي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (36): يمثل فئة التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي بعينة

الدراسة

التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية	الفئات الفرعية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد» (تكرار)	«موعد» (%)
التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية حسب الخصوصيات	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة القبائلية	84	26,84%	5	4,42%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة العاصمية	88	28,12%	18	15,93%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الشاوية	23	7,35%	4	3,54%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة النائلية	3	0,96%	0	0,00%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الوهرانية	6	1,92%	0	0,00%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة التلمسانية	6	1,92%	1	0,88%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الميزابية	0	0,00%	0	0,00%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الريفية	0	0,00%	4	3,54%
	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة التارقية	0	0,00%	2	1,77%
	تمثيل رمزي لجهة الوسط الجزائري	19	6,07%	5	4,42%
التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية حسب الجهة	تمثيل رمزي لجهة الشرق الجزائري	7	2,24%	17	15,04%
	تمثيل رمزي لجهة الغرب الجزائري	2	0,64%	1	0,88%
	تمثيل رمزي لجهة الجنوب الجزائري	2	0,64%	4	3,54%
	تمثيل مشترك عام	73	23,32%	52	46,02%
المجموع		313	100%	113	100%

يُعدّ البعد الجغرافي أحد المكونات الجوهرية في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، إذ لا تفصل الممارسات والتمثيلات عن السياق المكاني الذي يعيد إنتاج الرموز والعادات وفق خصوصياته. فالفضاء الجغرافي ليس مجرد

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

إطار خارجي، بل هو حاضن للذاكرة الجمعية ومراة للتنوع الثقافي الممتد من الشمال الساحلي إلى الجنوب الصحراوي، مروراً بالهضاب والجبال. ومن خلاله تتجلى الفوارق بين المرأة الريفية والحضرية، كما يظهر أثر الخصوصيات الجهوية في الطقوس واللباس واللهجات، مما يجعل التمثيلات الجغرافية في الخطاب الإعلامي مدخلاً لفهم كيفية صياغة صورة المرأة الجزائرية ككائن ثقافي مرتبط بأرضه وامتداداته التاريخية.

◆ أظهرت نتائج الرصد الكمي لفئة "التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية" في مجلة «دزيريات» ما مجموعه 313 تمثلاً موزعاً بين رموز ثقافية جهوية ذات طابع خصوصي، وأخرى عامة ترتبط بالمناطق الجغرافية الكبرى للجزائر. وقد تصدرت التمثيلات المرتبطة بالمرأة العاصمية بنسبة 28,12% تليها المرأة القبائلية بنسبة 26,84%، ثم المرأة الشاوية بنسبة 7,35%، في حين سجلت تمثيلات المرأة التلمسانية والوهرانية نسباً متقاربة بـ 1,92% لكل منهما. أما المرأة النائلية فظهرت بنسبة ضعيفة بلغت 0,96%، فيما غابت كلٌّ من التمثيلات الرمزية للمرأة الميزابية والتارقية والريفية عن أعداد المجلة محل الدراسة، بنسبة 0,00%.

وعند الانتقال إلى التمثيلات الجغرافية العامة حسب الجهات، فقد تم رصد حضور رمزي لجهة الوسط الجزائري بنسبة 6,07%، مقابل 2,24% لجهة الشرق، و0,64% لكل من الغرب والجنوب، ما يعكس تركيزاً غير متوازن على مناطق بعينها. أما التمثيلات المشتركة التي لم تُنسب لجهة بعينها، فقد شكّلت نسبة معتبرة بلغت 23,32%، مما يدل على ميل المجلة في عدد من المواضيع إلى تقديم رموز ثقافية جامعة تمثل الهوية الجزائرية ككل دون التركيز على الخصوصيات الجهوية.

يكشف الرصد النوعي للتمثيلات الرمزية الثقافية الجهوية للمرأة الجزائرية في مجلة «دزيريات» عن تفاوت في الحضور والتمثيل بين مختلف المناطق والأنماط الثقافية، سواء من حيث الكم أو من حيث عمق المعالجة. وقد اتضح أن هذه التمثيلات تتخذ طابعاً بصرياً في كثير من الأحيان، مع حضور للرموز المادية وغير المادية، وتفاوت في طبيعة التناول بين التقريرية السطحي والمعالجة التفسيرية العميقة.

المرأة العاصمية تمثّلت بشكل رئيسي من خلال اللباس التقليدي والصور المصاحبة له، إلى جانب استخدام تسميات وعبارات مستوحاة من اللهجة العاصمية في تغطيات عروض الأزياء والموضة. كما تم استحضار طقوس مرتبطة بالحناء وبعض العادات المحلية، غير أن المعالجة بقيت في مجملها سطحية وجمالية ترويجية، دون التعمق في الخلفيات الثقافية أو الأبعاد الرمزية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما **المرأة القبائلية** فقد حظيت بتمثيل بصري ومضموني متعدد، اتسم بالعمق والتفصيل. برزت من خلال اللباس التقليدي والإكسسوارات ونمط العيش، كما تم استحضار رموز ثقافية أمازيغية تقليدية ضمن تغطيات احتفالات يناير، حيث ظهرت المرأة كحاملة للتراث من خلال الطبخ والعادات والمصطلحات المحلية. تميزت هذه المواضيع بإضاءات تفسيرية دقيقة حول الرموز، ودلالات الحروف والطقوس، ما يجعل من التمثيل القبائلي الأكثر ثراءً من حيث المحتوى الثقافي العميق.

أما **المرأة الشاوية**، والتي تندرج ضمن فضاء الشرق الجزائري، فقد تم تمثيلها أساساً عبر صور للباس التقليدي المحتشم (الملحفة، القندورة) وذكر لبعض العبارات الدالة على الانتماء الجهوي في سياق تغطيات للأزياء والعادات الخاصة بليلة الحناء، مثل المحرمة والقشقة والتارزي. وقد غلب على هذا التمثيل البعد البصري دون تحليل كافٍ للرمزية أو التقاليد المتصلة بها.

بالنسبة لـ **المرأة الوهرانية والتلمسانية**، فقد ظهرت في عدد محدود من الصور الخاصة بالأزياء التقليدية مثل القفطان والبلوزة الوهرانية، في إطار سطحي استعراضي. وكذلك هو الحال مع **المرأة النائلية** التي تم الإشارة إلى بعض عاداتها وتقاليدها في سياق حديث عن طقوس الحناء دون التوسع أو التحليل.

من اللافت غياب التمثيل الرمزي لـ **المرأة الميزابية والمرأة التارقية، والمرأة الصحراوية والريفية** رغم ثراء هاتين المنطقتين ثقافياً ورمزياً، ما يعكس اختزالاً أو تهميشاً لبعض الهويات الثقافية في الإعلام النسوي المدروس.

فيما يتعلق بـ **التمثيل الجغرافي العام**، فقد ورد ذكر بعض المناطق والولايات بشكل صريح، سواء في سياق التغطيات للفعاليات الثقافية أو من خلال الإشارة المباشرة لأسماء المدن والقرى والولايات التي احتضنت الأحداث. ومن خلال تحليل التكرارات، يتضح تغليب تمثيل **المرأة العاصمية** كمّا، تليها **المرأة القبائلية**، في حين توزعت بقية التمثيلات بين الشاوية، والنائلية، والوهرانية، والتلمسانية بنسب أقل بكثير.

ومع ذلك، فإن **التمثيل القبائلي تفوق من حيث عمق المعالجة والبعد الرمزي والثقافي**، من خلال ريبورتاجات مفصلة، وشرح معمق للرموز والمفردات والعناصر المرتبطة بالهوية، في مقابل اختزال التمثيل العاصمي ضمن الطابع الجمالي الاستهلاكي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما التمثيل المشترك العام، فقد شمل صوراً ومواضيع لم تركز على منطقة محددة بل عكست نماذج متعددة من اللباس أو المطبخ التقليدي الجزائري بمختلف مكوناته دون ربط صريح بموقع جغرافي، ما يعكس محاولة لبناء هوية نسوية وطنية جامعة، ولو عبر اختزال بعض الخصوصيات الجهوية.

"ويكشف هذا التفاوت عن انتقائية واضحة في استدعاء الرموز الثقافية الجهوية داخل الخطاب النسوي، حيث يُعاد إنتاج صورة غير متوازنة للمرأة الجزائرية، مما يعكس أحياناً هيمنة أنماط حضرية أو أمازيغية على حساب تمثيلات ريفية وصحراوية، ويثير تساؤلات حول مدى تحقيق هذا الخطاب لتوازن بين الهوية الوطنية الجامعة وثنائها الجهوي.

◆ أظهرت نتائج الرصد الكمي لفئة التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية أيضاً في مجلة «موعد حواء» مجموعاً قدره 113 تمثلاً، توزعت بين رموز ثقافية جهوية ذات طابع خصوصي وأخرى عامة مرتبطة بالمناطق الجغرافية الكبرى للجزائر. وقد تصدرت التمثيلات المشتركة غير المرتبطة بمنطقة بعينها بنسبة 46,02%، تليها التمثيلات المرتبطة بالمرأة العاصمة بنسبة 15,93%، ثم المرأة القبائلية بنسبة 4,42%، أما المرأة الشاوية فقد حظيت بنسبة 3,54%، في حين ظهر تمثيل المرأة التلمسانية بنسبة 0,88% فقط. من جهة أخرى، برزت المرأة الريفية بنسبة 3,54% والمرأة التارقية بنسبة 1,77%، بينما غابت كل من المرأة الميزابية والنايلية والوهرانية عن التمثيلات.

وعند النظر إلى التمثيلات العامة حسب الجهة، فقد جاءت جهة الشرق في المرتبة الأولى بنسبة 15.04%، تليها جهة الوسط بـ 4,42%، ثم الجنوب بنسبة 3,54%، وأخيراً الغرب بنسبة 0,88%. ويكشف هذا التوزيع عن ميل المجلة إلى التركيز على التمثيلات العامة المشتركة ذات الطابع الوطني على حساب التمثيلات الخصوصية لبعض المناطق.

ويكشف التحليل النوعي لتمثيلات المرأة الجزائرية في مجلة «موعد حواء» عن تنوع جغرافي وثقافي ملحوظ، اتخذ طابعاً تفسيريّاً متوسط العمق في عدد من المواضيع، فقد مثلت المجلة المرأة القبائلية من خلال موضوع مستقل بعنوان: المرأة القبائلية بين البارح واليوم، إضافة إلى حضورها في تغطيات طقوس المولد النبوي عبر إعداد البغبر والخفاف والسكسو بالدجاج والقديد، حيث تم ربط هذه العادات بمعتقدات محلية كطرد الأرواح الشريرة. كما برزت المرأة العاصمة في إطار اللباس التقليدي (الكرافو) وبعض المصطلحات المحلية، فضلاً عن كون العاصمة فضاءً حاضناً للفعاليات الكبرى كعيد المرأة وحفل لباس العيد.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما المرأة الشاوية فقد تم تمثيلها من خلال المرأة القسنطينية والباتية، حيث أبرزت عاداتها في تحضير أطباق تقليدية كالثريدة والتليتلي، مع الإشارة إلى رموزها من الحلبي الذهبية وطقوس الأعراس. وفي الجنوب، تم تمثيل المرأة التارقية من خلال مواضيع حول الأمومة والطقوس الزوجية، والمرأة الصحراوية (الساورية) عبر طقوس المولد النبوي التي شملت أطباق البركوكس والمردود والروينة، مصحوبة بأجواء الحضرة النسوية. كما مثلت المجلة المرأة التلمسانية عبر ريبورتاج حول تلمسان كعاصمة للزيانيين، حيث برزت من خلال المحافظة على الصناعات التقليدية كالشدة التلمسانية والبلوزة والحلي المرصع بالأحجار الكريمة، وربطت بعض الرموز بالطقوس الأمازيغية ليناير كالعك التلمساني والحريرة.

اللافت أيضًا هو حضور المرأة الريفية، التي تم استحضارها في النصوص الأدبية والحوارات كرمز للتشبث بالأرض والحنين للماضي، مصورة في مشاهد الكوخ والجبل والجددة، والأصالة. وقد عكست هذه التمثيلات الريفية بعدًا وجدانيًا رمزيًا يختلف عن المعالجة البصرية الجمالية.

وبالرغم من هذا التنوع، فإن تمثيل «موعد حواء» بقي مرتبطًا في معظمه بالطابع الإرشادي والخدمي (وصفات الطبخ، الطقوس الدينية والاجتماعية)، ما منحه عمقًا متوسطًا في بعض المواضيع (شرح الوصفات والعادات)، لكنه ظل محدودًا من حيث الكم مقارنة بمجلة «دزيريات».

غير أنّ محدودية التمثيلات في «موعد حواء» يمكن تفسيرها بخصوصية خطها التحريري؛ إذ يغلب عليها الطابع الإرشادي والخدمي على حساب التغطيات الخبرية والتقريرية. وهو ما جعل التمثيلات الرمزية الثقافية تقتصر غالبًا على ريبورتاجات ومواضيع معدودة ذات عمق متوسط، تناولت الطقوس والرموز التقليدية من خلال شروح مبسطة لبعض الوصفات والعادات.

في المقابل، اتسمت «دزيريات» ببراء أكبر في التمثيلات نتيجة اهتمامها بتغطية الفعاليات الثقافية المرتبطة بالصناعات التقليدية وعروض الأزياء، حيث أدرجت أسماء الأزياء والأطباق والعبارات المحلية، وإن كان ذلك غالبًا في إطار جمالي ترويجي أكثر منه تحليلي.

■ **المقارنة بين المجلتين:** يكشف تحليل التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية عن اختلاف في طبيعة المعالجة بين مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء». فقد اعتمدت «دزيريات» بدرجة أكبر على الطابع البصري السطحي من خلال إبراز اللباس التقليدي وبعض العادات دون تفسير معمق، ما جعل حضور المرأة القبائلية والعاصمية يغلب على باقي المناطق، ورغم ذلك، فقد سجلت المجلة تعمقًا نسبيًا وانتقائيًا في بعض المواضيع ذات

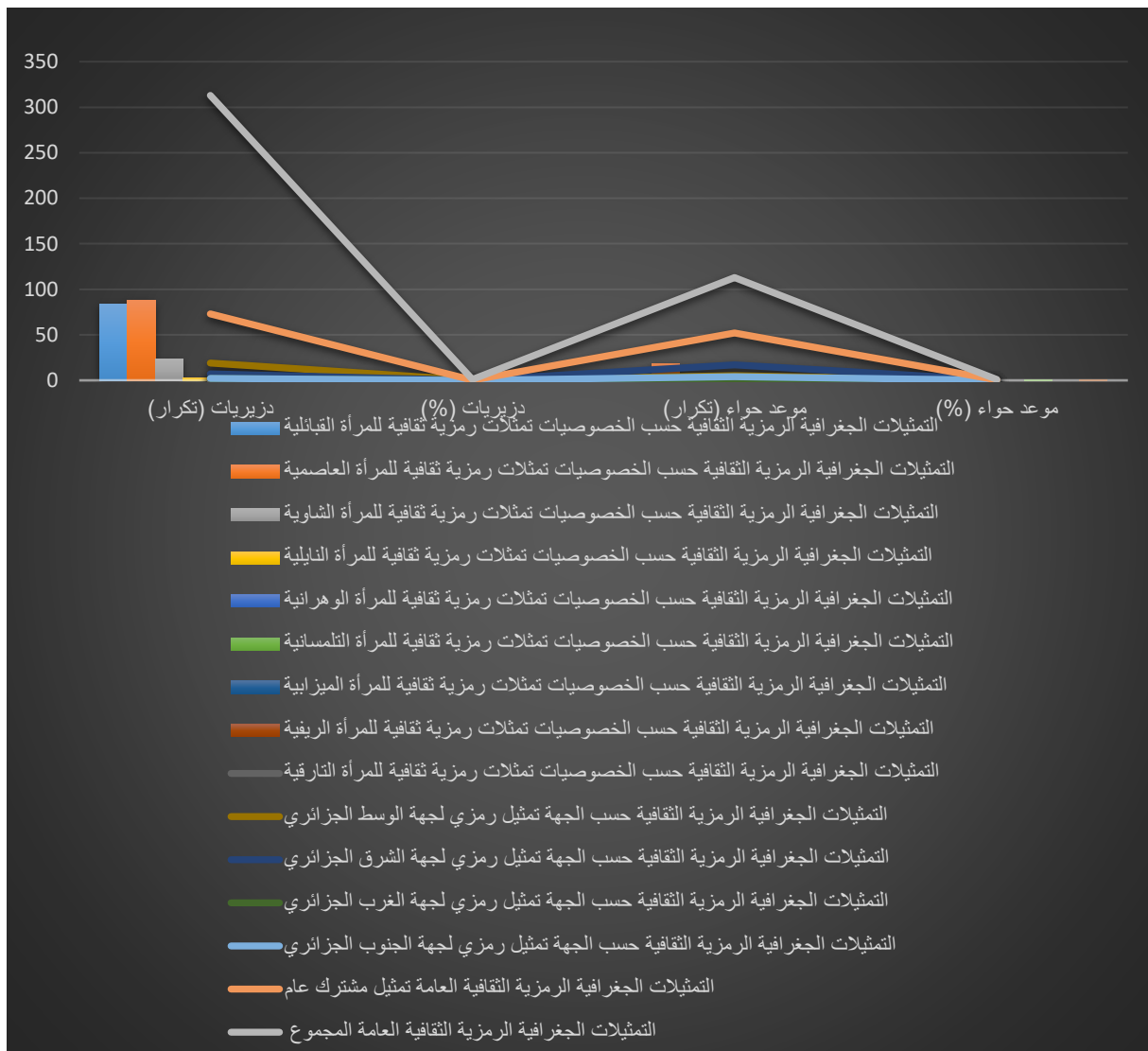
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

البعد الطقسي، مثل يناير وليلة الحناء وحمام العروسة، لكنها بقيت محصورة في فضاء جغرافي محدد، ولم تُترجم إلى قراءة وطنية جامعة.

في المقابل، اتسمت «موعد حواء» بقدر أكبر من التنوع الجغرافي والثقافي، حيث توسعت في ريبرتاجات طقسية ومكانية تناولت تمثلات المرأة القبائلية، الجيجلية، التارقية، التلمسانية، الريفية، وحتى الصحراوية، مع عمق متوسط وصل أحياناً إلى شرح الصفات والطقوس (كالروينة، البويشة، الاحدور، الحضرة...). غير أن هذا التمثيل ظل في إطار وصفي تفسيري أقرب إلى الخطاب الخدماتي، دون الارتقاء إلى مستوى التحليل السوسيولوجي أو الانثروبولوجي للهوية.

وبالنظر إلى الأطر النظرية، يتضح أن «دزيريات» تكرر، وفق نظرية التمثيل عند ستيوارت هول، صورة انتقائية للهوية الثقافية تُبرز رموزاً معينة وتهمس أخرى، ما يجعل الخطاب أقرب إلى إعادة إنتاج الثقافة السائدة بمنظور مركزي عاصمي قبائلي. أما «موعد حواء»، ورغم تنوعها النسبي، فهي تميل وفق نظرية الغرس الثقافي إلى تكريس هوية "مطمئنة" موحدة عبر تقديم الطقوس والعادات المشتركة، لكنها تفعل ذلك بآلية وصفية تبسيطية تحافظ على الثقافة الشعبية دون مساءلة عميقة. وفي كلا الحالتين، يظهر أثر نظرية الهيمنة في كون التمثلات تُعاد صياغتها بما يخدم تصورات إعلامية مؤطرة بمرجعيات اقتصادية، ثقافية معينة، سواء عبر التسويق الرمزي للجمال والموضة («دزيريات»)، أو عبر الخطاب الوصفي الخدماتي والارشادي المحافظ («موعد حواء»).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (25): يوضح فئة التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (37): يمثل فئة تمثلات الخطاب الإعلامي وأهدافه في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تمثلات الخطاب الإعلامي وأهدافه	الفئات الفرعية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد» «حواء» (تكرار)	«موعد» «حواء» (%)
اتجاه الخطاب الإعلامي	إيحائي تمكيني	33	6,21%	16	4,12%
	تزييني سطحي	44	8,29%	34	8,76%
	مزدوج (تراكبي)	17	3,20%	8	2,06%
	غامض / محايد	5	0,94%	3	0,77%
	ترويجي إشهاري	31	5,84%	10	2,58%
	منفتح ديناميكي	3	0,56%	2	0,52%
	تقليدي محافظ	16	3,01%	31	7,99%
	نقدي مساءل	17	3,20%	12	3,09%
	تعريفي توعوي	10	1,88%	18	4,64%
أهداف الخطاب الإعلامي	تجميلي ترويجي	87	16,38%	20	5,15%
	ترفيهي خدماتي	18	3,39%	22	5,67%
	تمكيني ثقافي	16	3,01%	28	7,22%
	إخباري وصفي	21	3,95%	25	6,44%
	تأصيلي توعوي	8	1,51%	14	3,61%
	حجاجي إقناعي	3	0,56%	43	11,08%
	تغريبي عولمي	6	1,13%	4	1,03%
	تغليب القيم الجمالية/ المادية	1	0,19%	2	0,52%
	حضور رمزي للقيم التقليدية	23	4,33%	31	7,99%
الرسائل الضمنية للخطاب الإعلامي	تمثيل هجين (تغريب / تحوير)	17	3,20%	8	2,06%
	تكريس التوازن بين الأصالة والمعاصرة	25	4,71%	11	2,84%
	إبراز الفروقات الجهوية دون تأطير جامع	9	1,69%	5	1,29%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

1,55%	6	3,01%	16	الهوية مشروع متفاعل متجدد
2,58%	10	13,37%	71	تسليع الهوية وجعلها أداة استهلاك
1,55%	6	1,32%	7	حيادي خدماتي
3,09%	12	1,69%	9	إيجائي تأصيلي
1,80%	7	1,51%	8	التحفيز والتعبئة
0,00%	0	1,88%	10	إعادة تأطير رمزي للمرأة كوسيط دعائي
100%	388	100%	531	المجموع

◆ يُظهر توزيع التكرارات والنسب المئوية الواردة في الجدول أنّ الخطاب الإعلامي حول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في مجلة «دزيريات» اتسم بتباين ملحوظ في اتجاهاته وأهدافه ورسائله الضمنية.

● فعلى مستوى اتجاه الخطاب الإعلامي، سُجّل حضور لافت للخطاب التزييني السطحي بنسبة (8,29%)، يليه الخطاب الإيجابي التمكيني بنسبة (6,21%)، ثم الخطاب الترويجي الإشهاري (5,84%)، بينما كان حضور الاتجاهات الأخرى مثل النقدي المساءل (3,20%) والتقليدي المحافظ (3,01%) أقل نسبياً، في حين تراجعت الفئات كالمنفتح الديناميكي والغامض المحايد إلى نسب ضعيفة جداً (أقل من 1%).

● أما فيما يتعلق بـ أهداف الخطاب الإعلامي، فقد غلب الطابع التجميلي الترويجي بشكل بارز، بنسبة بلغت (16,38%)، وهو ما يعكس هيمنة البعد الجمالي والاستهلاكي في تقديم صورة المرأة. وجاء بعده الهدف الإخباري الوصفي (3,95%)، ثم التمكيني الثقافي (3,01%)، في حين لم تتجاوز بقية الأهداف مثل التأصيلي التوعوي (1,51%) والحجاجي الإقناعي (0,56%) نسباً محدودة جداً.

● أما على مستوى الرسائل الضمنية للخطاب الإعلامي، فقد تصدّرت فئة تسليع الهوية وجعلها أداة استهلاك بشكل واضح بنسبة (13,37%)، متبوعة بفئة تكريس التوازن بين الأصالة والمعاصرة (4,71%)، ثم الحضور الرمزي للقيم التقليدية (4,33%)، بينما سجلت الرسائل الأخرى مثل الهوية كمشروع متفاعل متجدد (3,01%) والتمثيل الهجين (3,20%) نسباً متوسطة، في حين جاءت الفئات المستحدثة مثل التحفيز والتعبئة (1,51%) وإعادة التأطير الرمزي للمرأة كوسيط دعائي (1,88%) في مرتبة أقل نسبياً، لكنها مثّلت دلالات نوعية ذات أهمية في تحليل الخطاب.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وبذلك يتضح أنّ الخطاب الإعلامي يغلب عليه الطابع التزييني-الترويجي-الاستهلاكي أكثر من الطابع التمكيني-الثقافي-التوعوي، مع حضور متفاوت للرسائل المرتبطة بالتوازن بين الأصالة والمعاصرة، والتأصيل، والبعد الرمزي التقليدي.

تكشف النتائج النوعية أنّ الخطاب الإعلامي في مجلة «دزيريات» يعكس في جوهره مقارنة مزدوجة للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، تتأرجح بين بعد تزييني-ترويجي يطغى عليه منطق السوق والاستهلاك، وبعد آخر تمكيني-ثقافي يحاول إبراز مكانة المرأة كفاعل اجتماعي وثقافي. فقد بينت النتائج أنّ حضور الخطاب التزييني السطحي والتجميلي الترويجي جاء في الصدارة، وهو ما يشير إلى تركيز المجالات على إبراز الجوانب الجمالية والمظهرية والتجارية للمرأة، في مقابل تغييب أو تهميش البعد المعرفي-التوعوي.

كما أظهر الخطاب رسائل ضمنية واضحة تمثلت أساساً في تسليع الهوية وتحويلها إلى أداة استهلاك، سواء من خلال توظيف اللباس التقليدي والمأكولات الشعبية في سياقات إخبارية، أو عبر دمج الهوية في فضاءات تجارية دعائية. ومع ذلك، لا يمكن إغفال بعض المحاولات لإبراز البعد الديناميكي والتفاعلي للهوية عبر تقديمها كمشروع متجدد، يسعى إلى الموازنة بين الأصالة والمعاصرة، وهو ما ينعكس في نماذج محدودة من المقالات التي سلط الضوء على المرأة المبدعة أو المناضلة أو على الطقوس والعادات ذات الحمولة الرمزية.

ويلاحظ أيضاً أنّ بعض المضامين حملت توجهات نقدية مسائلة وإن كانت محدودة، إلا أنها كشفت عن وعي ضمني بمشكلات الواقع الاجتماعي الذي تعيشه المرأة الجزائرية، في سياقات تتعلق بالعنف، أو التحديات المهنية، أو ضرورة كسر الصمت، كما عكست في الوقت نفسه تحسراً على حصر تمثيل المرأة في أدوارها التقليدية النمطية، أو اختزال حضورها الرمزي في المناسبات والأعياد فقط، بدل إبرازها كفاعل مستمر في الفضاء العمومي والاجتماعي. أما الاتجاهات المفتوحة الديناميكية أو ذات الطابع العولمي-التغريبي فقد ظهرت بشكل هامشي، وغالباً في سياقات متصلة بالقصص أو بتغطية أحداث أو بعض السلوكيات المستوردة ذات صلة بالفضاء الخارجي.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن الخطاب الإعلامي في المجالات المدروسة يميل في غالبه إلى تقديم الهوية الثقافية للمرأة ضمن إطار استهلاكي-ترويجي، مع محاولات محدودة لتوظيفها في سياقات تمكينية أو نقدية، الأمر الذي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يعكس طبيعة هذه المجالات كمنتجات إعلامية تجارية أكثر منها فضاءات للتأصيل المعرفي أو التمكين الاجتماعي والثقافي.

◆ بين الجدول أيضًا أن الخطاب الإعلامي في مجلة حواء اتسم بتركيز أوضح على البعد الثقافي التوعوي مقارنة بمجلة «دزيريات».

● فعلى مستوى اتجاه الخطاب الإعلامي، برز الخطاب التزييني السطحي في المرتبة الأولى بنسبة (8,76%)، متبوعًا بالخطاب التقليدي المحافظ بنسبة (7,99%)، ثم الخطاب الإيجائي التمكيني بنسبة (4,12%). في المقابل تراجعت الاتجاهات المنفتحة الديناميكية (0,52%) والغموض/الحياد (0,77%) إلى نسب ضعيفة.

● أما فيما يخص أهداف الخطاب الإعلامي، فقد جاءت في الصدارة فئة الحجاجي الإقناعي بنسبة (11,08%)، وهو ما يعكس الطابع الإرشادي والوعظي الذي تميزت به المجلة، يليه الهدف التمكيني الثقافي بنسبة (7,22%)، ثم الإخباري الوصفي بنسبة (6,44%) والترفيهي الخدماتي بنسبة (67,5%). بينما سجل الهدف التجميلي الترويجي (5,15%) نسبة أدنى مقارنة بـ «دزيريات»، مما يؤكد ضعف الطابع التجاري الاستهلاكي في خطاب المجلة.

● وعلى مستوى الرسائل الضمنية، برز بشكل لافت الحضور الرمزي للقيم التقليدية بنسبة (7,99%)، مقابل تراجع كبير لفئة تسليع الهوية (2,58%). كما سجلت الرسائل ذات الطابع الإيجائي التأصيلي (3,09%) والتحفيزي التعبوي (1,80%) حضورًا ملحوظًا، في حين غابت كليًا الرسائل المرتبطة باستغلال المرأة كوسيط دعائي (0,00%).

وبذلك يمكن القول إن خطاب مجلة «موعد حواء» يميل في عمومهِ إلى الطابع التقليدي التوعوي التمكيني، مع حضور أقل نسبيًا للبعد الاستهلاكي التجميلي مقارنة بمجلة «دزيريات».

يكشف تحليل اتجاهات وأهداف الخطاب الإعلامي في مجلة «موعد حواء» أن تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية جاء أكثر التصاقًا بالبعد التقليدي التوعوي، مع حضور معتبر للجانب التمكيني الثقافي، وإن ظل في حدود الأدوار النمطية للمرأة. فبد برزت المجلة في تقديم صورة المرأة كحاملة للرموز الثقافية والتقاليد الشعبية، خاصة من خلال الريبورتاجات التي تناولت عادات الطبخ، والاحتفالات الدينية، والطقوس الاجتماعية، بما يعزز صورة المرأة كفاعل رئيسي في حفظ واستمرارية الموروث.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وتظهر قوة المجلة في توظيفها لخطاب إيجائي تمكيني، حيث قدمت المرأة كنموذج مبدع وخيري وفاعل في المجتمع المحلي وحتى في الفضاء الدولي، لكنها ظلت مقيدة غالبًا بحدود الدور النمطي، أي كحافضة للتراث ومنفذ للطقوس، أكثر من كونها صاحبة مبادرات قيادية أو مشاريع تغييرية.

في المقابل، يلاحظ أن الخطاب التزييني السطحي وإن كان حاضرًا بنسبة معتبرة، إلا أنه لم يشكل المهيمن كما هو الحال في «دزيريات»، بل جاء في سياق مكمل لإبراز الجماليات التقليدية من لباس أو مأكولات، دون أن ينزلق بشكل فج نحو الاستهلاك التجاري. كما أن الطابع الترويجي الإشعاري ظل محدودًا، ما يعكس ابتعاد المجلة عن منطق السوق والإعلانات المفرط.

أما الرسائل الضمنية، فقد تميزت بتغليب القيم التقليدية وإبراز حضورها الرمزي في الحياة اليومية للمرأة، إلى جانب نزعة إيجائية تأصيلية تسعى لربط القارئة بجذورها الثقافية. ورغم هذا التوجه المحافظ، فإن الخطاب لم يكن جامدًا تمامًا، حيث حمل بعض الملامح الحجاجية الإقناعية التي سعت إلى إرشاد المرأة وتوعيتها دينيًا واجتماعيًا، وهو ما عزز البعد الوعظي الإرشادي للمجلة.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن خطاب «موعد حواء» يمثل امتدادًا للنموذج الإعلامي المحافظ، لكنه أظهر أيضًا انفتاحًا على تمكين المرأة معرفيًا وثقافيًا، من خلال إبراز دورها في إحياء التراث وتجديد الطقوس. غير أن هذا التمكين ظل محدودًا، لأنه لم يتجاوز صورة المرأة كحافضة للذاكرة الجماعية والرموز التقليدية، مما يجعل خطاب المجلة أقرب في تثبيت الهوية التقليدية أكثر من الدفع نحو إعادة إنتاجها في سياقات عصرية جديدة.

■ **المقارنة بين المجلتين:** تكشف نتائج الجدول أن مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» قدما تمثيلات متباينة للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، سواء من حيث اتجاهات الخطاب أو من حيث أهدافه ورسائله الضمنية. ففي حين مالت «دزيريات» إلى خطاب تزييني ترويجي استهلاكي يركز على البعد الجمالي والسطحي (التزييني السطحي: 8,29%، والتجميلي الترويجي: 16,38%، وتسليع الهوية: 13,37%)، فإن «موعد حواء» اتجهت نحو خطاب أكثر تأصيلًا وتوعويًا، حيث ارتفعت نسب التمكين الثقافي (7,22%) والتعريف التوعوي (4,64%)، إلى جانب حضور قوي للبعد التقليدي المحافظ (7,99%)، ما يعكس توجهها نحو ترسيخ القيم التراثية والتقاليد الشعبية.

هذا التباين يمكن قراءته في ضوء نظرية التمثيل التي طرحها ستيوارت هول، حيث أعادت «دزيريات» إنتاج صورة المرأة ضمن منطق السوق والاستهلاك، مركزة على الجسد والزينة والمظهر كرموز ثقافية مسلّعة، بينما أعادت

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

«موعد حواء» إنتاج صورة المرأة في إطار تقليدي تأصيلي يربطها بالهوية الجمعية والذاكرة الشعبية. لكن في الحالتين ظل التمثيل جزئيًا وحدودًا، لأنه لم يعكس تعددية أدوار المرأة الجزائرية في الواقع الاجتماعي. أما من منظور نظرية الهيمنة فإن كلا المجلتين قد أسهمت كل بطريقتها في إعادة إنتاج الخطاب المهيمن: «دزيريات» من خلال تكريس تعبئة المرأة لمنطق الاستهلاك والموضة، و«موعد حواء» من خلال حصرها في أدوارها التقليدية كحافضة للتراث. بذلك، لا يُمكن اعتبار أيًا من الخطابين بديلًا نقديًا جذريًا، بل هما وجهان لهيمنة ثقافية تعيد إنتاج التصورات النمطية للمرأة.

ووفق نظرية الغرس الثقافي فإن الاستمرار في هذا النمط من التغطيات يزرع لدى المتلقي تصورات متكررة حول هوية المرأة: في حالة «دزيريات» كـ "جسد استهلاكي تجميلي"، وفي حالة «موعد حواء» كـ "كائن تقليدي محافظ". وهكذا، فإن الخطابين رغم اختلافهما يتكاملان في تثبيت صورة نمطية مزدوجة تعيق بلورة تمثيل حقيقي شامل للمرأة الجزائرية، بما يتناسب مع واقعها المتعدد والمتغير.

وعليه يمكن القول أنّ النتائج والمقارنة بين المجلتين كشفت عن:

● مجلة «دزيريات»:

■ **اتجاه الخطاب الإعلامي:** اتجه خطاب المجلة نحو الطابع التسطحي التزييني الذي يركّز على المظاهر الجمالية والاستهلاك الثقافي، مما جعل معالجة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية تنحصر في بعد شكلي يوجّه ذهنية المتلقي نحو القلب المادي الاستهلاكي بدل التعمق في القضايا الهوية الجوهريّة.

■ **أهداف الخطاب الإعلامي:** ركّزت المجلة على تسليع الرموز الثقافية التقليدية (اللباس، الطبخ، الطقوس) وتحويلها إلى أدوات للترويج، مما يعكس هدفًا تجاريًا أكثر من كونه تعزيزيًا للانتماء. وفي المقابل، برز حضور ضعيف للأهداف التوعوية أو التمكينية، ما جعل الهوية تُقدّم كسلعة أكثر منها كقيمة ثقافية راسخة.

■ **الرسائل الضمنية:** حمل الخطاب رسائل غير مباشرة تدعو إلى تحرر المرأة من القيود الاجتماعية والسلطوية الذكورية ولو كان ذلك عبر قطيعة مع بعض المرجعيات الثقافية والدينية، وهو ما يعكس خلفية ليبرالية تتعامل مع الهوية كفضاء للتجريب أكثر منه كمرجعية ثابتة.

● مجلة «موعد حواء»:

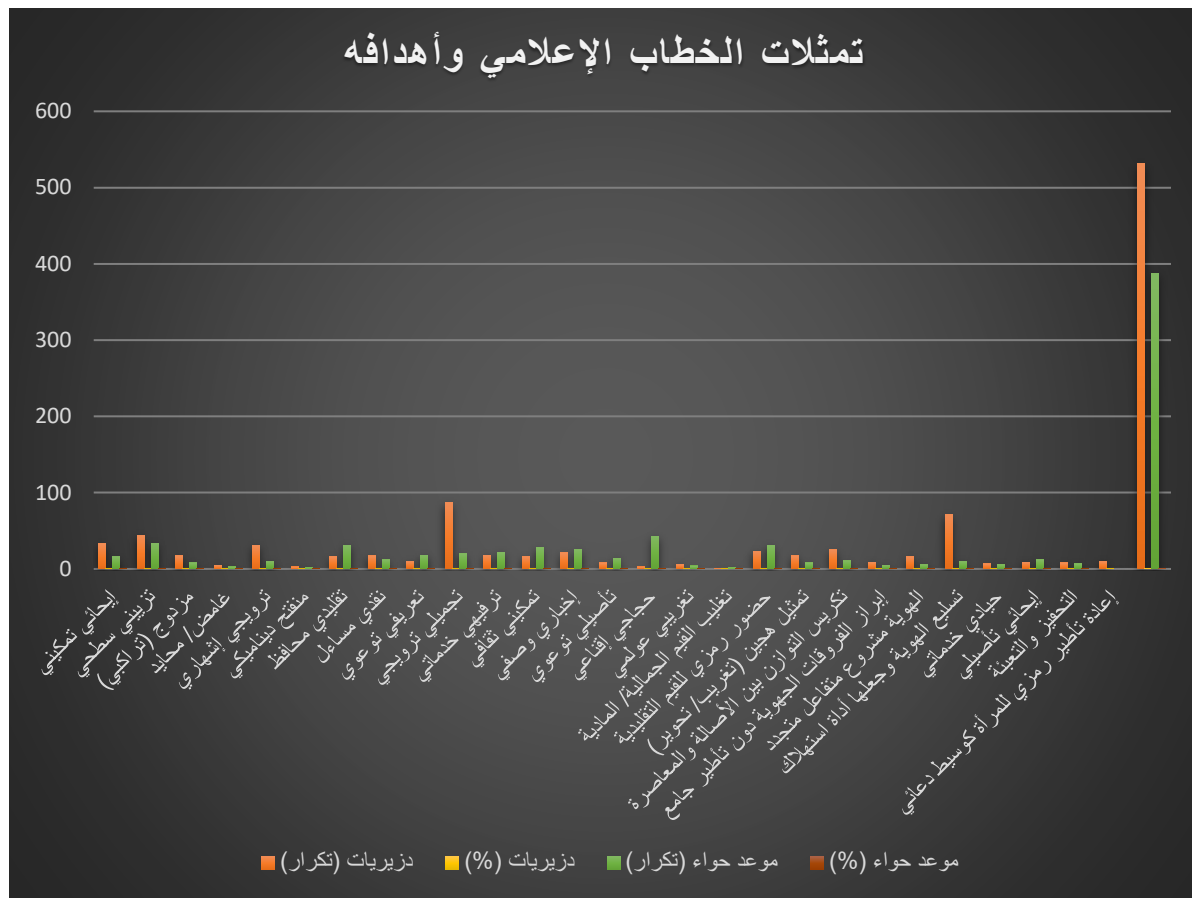
■ **اتجاه الخطاب الإعلامي:** مال خطاب المجلة إلى بعد تقليدي محافظ في جزء معتبر منه، حيث ركّز على إبراز دور المرأة كحاملة للهوية الثقافية من خلال الطقوس والعادات والدين. غير أن هذا الاتجاه لم يكن جامدًا

بالكامل، إذ ظهرت توجهات تمكينية ثقافية عبر تقديم المرأة كنموذج خيري، مبدع، ومشارك في إحياء الرموز التراثية.

■ **أهداف الخطاب الإعلامي:** سعت المجلة إلى تقديم خطاب تعريفى توعوي يعرّف القارئات بالعادات والتقاليد، خاصة من خلال مواضيع الطبخ التقليدي والمواضيع الدينية، كما أولت اهتمامًا بـ التمكين الثقافي عبر إبراز المرأة كفاعل في استمرارية الذاكرة الجمعية. لكنها لم تخرج عن النمط التقليدي الذي يحدّد أدوار المرأة في المجال العائلي والرمزي.

■ **الرسائل الضمنية:** حمل الخطاب رسائل توحى بأن هوية المرأة مشروع جماعي متجدد، إذ جرى إبرازها كجسر بين الماضي والحاضر، بين الريف والمدينة، وبين الأصالة والمعاصرة. ومع ذلك، ظل هذا الخطاب أسير الأدوار النمطية التي تُظهر المرأة في موقع التابع أكثر من المستقل. وعليه، فإنّ الخطاب الإعلامي في «دزيريات» ارتبط أكثر بالتوجه التبعية المعولم (التزييني، التجاري الاستهلاكي)، حيث حوّل الهوية الثقافية إلى مادة للتسويق الجمالي أكثر من كونها عنصراً لترسيخ الانتماء، مع رسائل ضمنية تحريرية ذات خلفية ليبرالية. في حين اتجه خطاب مجلة «موعد حواء» نحو توجه تقليدي (تأصيلي، معرفي)، ركّز على إبراز المرأة كحافضة للهوية من خلال الطقوس والدين والطبخ، مع محاولات محدودة للتمكين الثقافي. وهكذا يتجلى، أنّ كلا الخطابين، رغم منطلقاتهما، يعكسان اختزالاً لصور المرأة الجزائرية وحقيقة التعددية التي تتميز بها هويتها في أدوار انتقائية: أحدهما استهلاكي جمالي والآخر تقليدي محافظ، وهو ما يطرح تساؤلات حول مدى قدرة الإعلام النسوي على تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بصورة متوازنة وشاملة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (26): يوضح فئة الخطاب الإعلامي وأهدافه في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (38): يمثل فئة تمثلات تكرار الرسائل في الخطاب الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

بعينة الدراسة

فئة تكرار الرسائل	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
الاحتفالات الوطنية	17	3,03%	38	8,23%
الممارسات والاحتفالات التقليدية	62	11,05%	42	9,09%
الألبسة والزينة التقليدية	128	22,82%	30	6,49%
المأكولات والأطباق التقليدية	45	8,02%	58	12,55%
الموروث الشفوي والفنون التقليدية	15	2,67%	18	3,90%
الشخصيات والرموز الوطنية	5	0,89%	12	2,60%
التمثلات الثقافية والاجتماعية للمرأة	58	10,34%	48	10,39%
الرموز والفضاءات الثقافية	19	3,39%	21	4,55%
الهوية اللسانية والانتماء الرمزي	122	21,75%	117	25,32%
القيم والتوجهات المتداخلة	17	3,03%	68	14,72%
الأبعاد الترويجية والاشهارية	73	13,01%	10	2,16%
المجموع	561	100%	462	100%

يُعدّ التكرار من أهم الآليات التي يقوم عليها منظور الغرس الثقافي عند جورج جرينر، حيث يؤكد أن "ما يُعرض بشكل متكرر عبر وسائل الإعلام يُصبح مألوفًا، وما هو مألوف يتحوّل تدريجيًا إلى ما يُنظر إليه على أنه طبيعي وواقعي" (Gerbner, 1986, p18)، وبذلك فإن الرسائل الإعلامية سواء كانت نصوصًا أو صورًا أو رموزًا، لا تكتسب قوتها من عرضها لمرة واحدة، بل من خلال تكرارها المستمر الذي يغرس معاني وقيمًا بعينها في الوعي الجمعي.

وانطلاقًا من هذا التصور، تم التعامل في الدراسة مع التكرار كتمثيل نوعي وكمي في آن واحد.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

♦ من خلال الجدول الإحصائي لفئة تكرار الرسائل في مجلة «دزيريات»، تبين تسجيل ما مجموعه 561 تكرارًا موزعة على المحاور الكبرى. احتلت الألبسة والزينة التقليدية المرتبة الأولى بنسبة 22,82% تليها الهوية اللسانية والانتماء الرمزي بنسبة 21,75%، ثم الأبعاد الترويجية والإشهارية بنسبة 13,01%، بينما جاءت الممارسات والاحتفالات التقليدية بنسبة 11,05% متقدمة على تمثيلات المرأة الثقافية والاجتماعية (10,34%). أما باقي الفئات فجاءت بنسب أقل تراوحت بين 8,02% للأطباق التقليدية و0,89% للشخصيات والرموز الوطنية. هذا التوزيع الكمي يُظهر هيمنة البعدين المظهري

(اللباس والزينة) واللساني على خطاب الهوية بالمجلة، مع حضور معتبر للبعد الترويجي الدعائي.

وتكشف القراءة النوعية أن حضور الاحتفالات الوطنية اقتصر على يناير، حيث عولجت بتنوع في العناوين والريورتاجات والرموز الثقافية (مادية ومعنوية)، مع شعارات مثل أسقاس أمقاس التي جسدت بعدًا هوياتيًا احتفاليًا بلامح جهوية. أما الممارسات والاحتفالات التقليدية فقد غلب عليها الطابع الروحي والرمزي في رمضان والعيد، لكنها استُغلت في الوقت ذاته لأغراض ترويجية (منتجات غذائية وملبسية)، مع رصد بعض القيم السلوكية السلبية في سياق رمضاني، ما جعلها أداة مزدوجة بين التفسير الهوياتي والاستخدام الاستهلاكي.

في محور الألبسة والزينة التقليدية برز الزي القبائلي والعاصمي والوهراني والتلمساني والجبة كرموز بارزة للهوية، غير أن المجلة قدمتها غالبًا في سياق دعائي-إشهاري عبر صور عروض الأزياء والإعلانات، مما يجعلها ميدانًا يزاوج بين إحياء التراث والتسويق التجاري. أما المأكولات التقليدية فجاء الكسكسي في الصدارة (16 تكرارًا) متبوعًا بالبغبر والشخشوخة والرشته، إلى جانب ألفاظ جامعة مثل الطبخ التقليدي وطبخ المناسبات، وهو ما يبرز حضور الأكالات كعنصر لصيق بالهوية الجماعية، وفي نفس الوقت وسيلة ترويجية.

في الموروث الشفوي والفنون التقليدية تكررت إشارات إلى الطابع الأندلسي (10 مرات) وإلى فرقة الزرنة النسوية والبوقالات، بما يعكس تمثيلات وجدانية عاطفية للذاكرة الشعبية والفنون التراثية. بينما اقتصرتم الرموز الوطنية على خمسة تكرارات جميلة بوحيرد، في سياق اعتزاز جاء من “الآخر” أكثر من المجلة ذاتها، مما يُبرز موقع الرموز النضالية في الوجدان الجمعي.

أما تمثيلات المرأة فقد توزعت بين حضورها النمطي المهمّش، ودورها كوسيط دعائي، مقابل تجسيدها كذات فاعلة (سياسية، طبية، كاتبة، فنانة...)، إضافة إلى خطابات تحفيزية وتعبوية تدعو للتحرر وعدم الاستسلام، مما عكس جدلية واضحة بين التنميط من جهة وإبراز الأدوار الإيجابية من جهة أخرى.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

في محور الرموز والفضاءات الثقافية وردت الهوية المكانية والقصبة والتراث كألفاظ جامعة، تعكس توظيف الإرث التاريخي والفضاءات التراثية في صناعة هوية مكانية مرتبطة بالمرأة. أما الهوية اللسانية فقد شكلت أحد أقوى المؤشرات (122 تكرارًا)، عبر استعمال ألفاظ الانتماء الأمازيغي، مقابل تواجد الفرنسية في الإعلانات والأزياء، والعامية في الأسماء والوصفات، ما يكشف عن ديناميكية لسانية تعكس التعدد والتداخل في التعبير عن الانتماء. على صعيد القيم والتوجهات، رُصدت محاولات لترسيخ العادات الجميلة للأجيال (3 تكرارات)، مقابل حضور أكبر لعبارات تدعو لزرع قيم دخيلة وتحرر غير مشروط (14 تكرارًا)، وهو ما يؤشر إلى صراع قيمى ضمن خطاب المجلة.

وأخيرًا، في الأبعاد الترويجية والإشهارية برز توظيف مباشر للهوية عبر الإعلانات (9 تكرارات) وشعار منتج بلادي (9 مرات)، إلى جانب إعادة إنتاج أسماء وصور شخصيات نسوية (45 تكرارًا) وابتكارات نسائية محلية (10 تكرارات)، مما يجعل الهوية رافعة استهلاكية تسويقية بالأساس.

هذه القراءة تُبرز أن خطاب مجلة «دزيريات» قدّم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بوجه مزدوج: تراثي وجداني رمزي من جهة، وترويجي استهلاكي من جهة أخرى، مع حضور بارز للأبعاد الشكلية (لباس، لغة، مأكولات) على حساب الأبعاد الفكرية والفعلية.

◆ أظهرت نتائج الجدول الخاص بفئة تمثلات تكرار الرسائل في مجلة «موعد حواء» ما مجموعه 462 تكرارًا موزعة على محاور متعددة. وقد تصدرت الهوية اللسانية والانتماء الرمزي المرتبة الأولى بنسبة 25,32%، تليها القيم والتوجهات المتداخلة بنسبة 14,72%، ثم المأكولات والأطباق التقليدية بنسبة 12,55%. في المرتبة الرابعة جاءت التمثلات والاحتفالات التقليدية بنسبة 9,09%، فالاحتفالات الوطنية بنسبة 8,23%. أما باقي الفئات فجاءت بنسب متفاوتة، مثل الألبسة والزينة التقليدية (6.49%)، الرموز والفضاءات الثقافية (4,55%)، الموروث الشفوي والفنون التقليدية (3,09%)، والشخصيات والرموز الوطنية (2,60%). في حين سجلت الأبعاد الترويجية والإشهارية نسبة متواضعة (2,16%) مقارنة بما رُصد في «دزيريات». هذا التوزيع يعكس هيمنة الخطاب القيمى الدينى واللسانى الهوياتى، مقابل تراجع البعد الترويجى الإشهارى الذى ميّز المجلة الأخرى.

تُظهر القراءة النوعية أنّ مجلة «موعد حواء» اتخذت منحى أقرب إلى المعالجة القيمية التوعوية في إبراز الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فقد برز حضور الاحتفالات الوطنية كأداة لترسيخ الذاكرة التاريخية، حيث حُصصت افتتاحيات

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ومواضيع توثيقية لثورة نوفمبر وعيد الاستقلال، مع إبراز صور المرأة المجاهدة بالزي العسكري والحايك والقفة، ما يعكس تجسيدًا بصريًا قويًا للمرأة كرمز للنضال الوطني.

أما الممارسات والاحتفالات التقليدية، فجاءت في سياق طقوسي شعبي وديني (رمضان، المولد النبوي، عيد الفطر، عيد الأضحى) مع شروحات متعمقة للعادات مثل غسل "الهيدورة" أو تحضير البويشة كعادة في عاشوراء، تحضير الروينة، بما يعكس رغبة في توثيق العادات وإحيائها.

في محور الألبسة والزينة التقليدية، برز الكاراكو، القفطان، البرنوس، اللحييف، والزي القبائلي بشكل مكرر، مع حضور بارز للحلي الذهبية والأحجار الكريمة، إلا أن التمثيل بقي أقرب للطابع البصري الاحتفالي منه للترويجي الإشهاري كما في «دزيريات».

في محور المأكولات، طغى الكسكسي بمختلف تسمياته، مرفوقًا بتكرار لأطباق شعبية مثل التريدة، الشخشوخة، الروينة (الطمينة)، وهو ما يعكس ارتباط المرأة بالهوية الغذائية التقليدية باعتبارها حافظة للذاكرة المطبخية الجماعية. أما الموروث الشفوي والفنون التقليدية، فغلب عليه استحضار الأساطير الشعبية (تينهينان، الرجال المثلثون)، والشعر الشعبي التاريخي (مفدي زكريا)، والمدائح الدينية، بما يعكس بعدًا وجدانيًا ورمزيًا للهوية.

من حيث الشخصيات والرموز الوطنية، تكرر حضور المجاهدات (جميلة بوحيرد، جميلة بوباشا، جميلة بوعزة، خديجة بلقمبرور)، إلى جانب العلماء والفقهاء والمشايخ، مما يكرس صورة المرأة كرمز نضالي ووطني. أما التمثيلات الثقافية والاجتماعية، فقد أظهرت صورة مركبة: المرأة المبتكرة (سيليا خشني، خولة علالة)، المرأة السياسية والنقابية (عقيلة حشيشي)، المرأة المجاهدة، المرأة الكاتبة والمثقفة في ركن أقلام جزائريات، وأيضًا المرأة المهمشة الخاضعة، غير أن الغلبة كانت لصالح المرأة النمطية المحافظة على بيتها وأسرتها والطقوس التقليدية.

أما الهوية اللسانية، فقد تميزت بتداخل العربية، الأمازيغية، والعامية، مع توظيف الفرنسية في بعض السياقات، وهو ما عكس بعدًا تعديديًا لسانيًا يعبر عن تنوع الانتماءات. وفي محور القيم والتوجهات المتداخلة، هيمنت القيم الدينية والأخلاقية الإيجابية (الطاعة، الرحمة، المودة، الصبر، المغفرة، التقوى، التضامن...) بتكرار ملحوظ، مقابل حضور محدود لقيم سلبية (الخيانات الزوجية، الاحتفال برأس السنة الميلادية كتقليد دخيل).

أما الأبعاد الترويجية والإشهارية، فقد ظهرت بشكل ثانوي، من خلال إعلانات محدودة أو استخدام اللهجات المحلية لتسويق منتجات (مثال: إيليو يالزينة ديري إيليو)، أو عبر تسويق غير مباشر لمؤسسة المجلة ذاتها.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وبذلك يمكن القول إن خطاب «موعد حواء» وظف التكرار كآلية لغرس القيم والهويات الثقافية، وفق ما أشار إليه جربنر، لكنه فعل ذلك عبر مقارنة قيمية توعوية أكثر منها تجارية استهلاكية، مما يجعلها على النقيض من «دزيريات» التي مالت إلى تسليع الرموز الثقافية وإفراغها في سياقات تزيينية.

■ المقارنة بين المجلتين:

يكشف تحليل تكرار الرسائل أنّ كلا المجلتين اعتمدتا على آلية التكرار كاستراتيجية واعية في بناء خطاب الهوية، انسجامًا مع ما ذهب إليه جربنر من أن التكرار المستمر للرسائل الإعلامية يُنتج "عالمًا رمزيًا" يفرض نفسه على وعي المتلقي ويغدو بمثابة حقيقة اجتماعية.

في «دزيريات»، جاء التكرار متركزًا حول الألبسة والزينة التقليدية (22,82%) والهوية اللسانية (21,75%)، ما يعكس توجهًا واضحًا نحو الترسيع المظهري-الاستهلاكي للهوية. هذا النمط من الغرس يجعل المرأة أسيرة الصورة الجمالية والرمزية السطحية، حيث تُستثمر الرموز الثقافية (زي، لغة، مأكولات) أساسًا في خدمة السوق والإشهار، بدل ترسيخ قيم الانتماء والمعرفة. وهو ما ينسجم مع منظور هول حول "الهيمنة" التي يمارسها الخطاب الإعلامي عبر إعادة إنتاج تمثيلات محددة تُقدّم كطبيعية وبديلة للخيارات الأخرى.

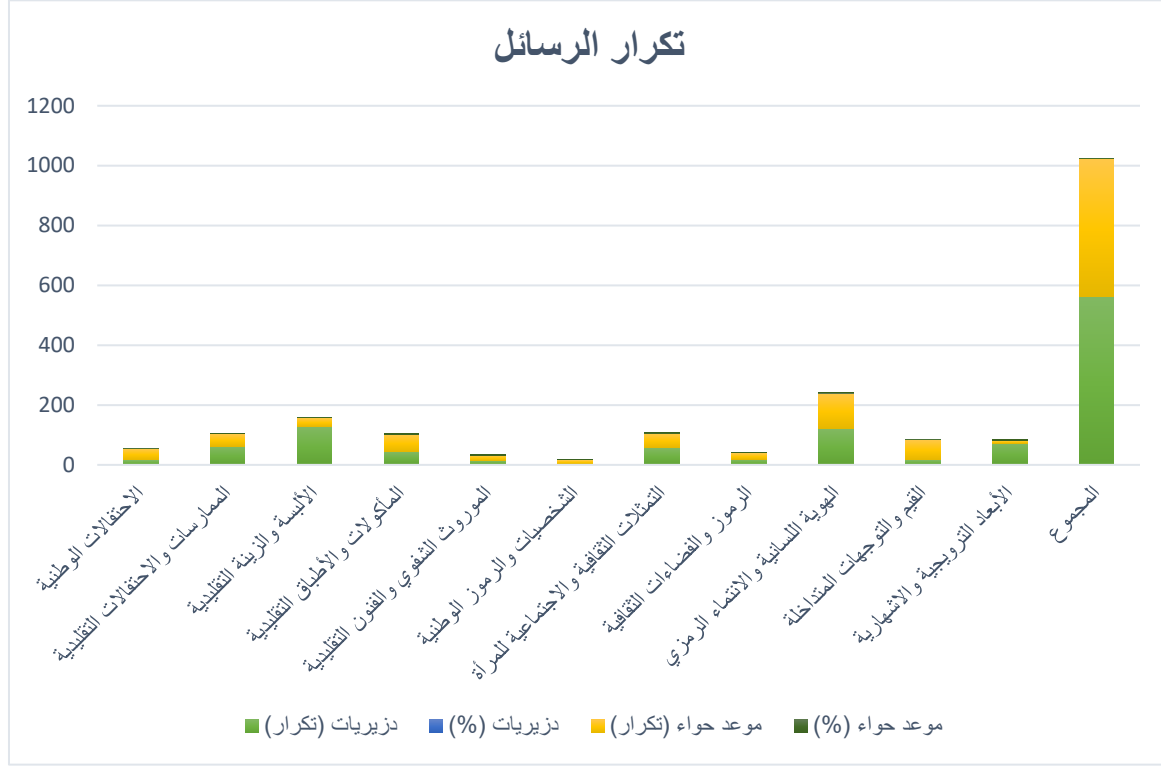
في «موعد حواء»، تكررت بصورة أكبر الهوية اللسانية والانتماء الرمزي (25,32%) والقيم والتوجهات المتداخلة (14,72%)، إضافة إلى الاحتفالات الوطنية والشخصيات التاريخية. هذا التكرار يوضح أن المجلة ركزت على الغرس القيمي والتوعوي، من خلال إعادة إنتاج رموز الثورة، الموروث الديني والأساطير الشعبية. غير أن هذا التكرار ظل مشدودًا إلى الأدوار التقليدية (الأسرة، الطقوس، التضحية)، ما يعكس هيمنة قوالب نمطية على تمثيل المرأة، حتى وإن ظهر في إطار وطني-ثقافي. وهنا يتقاطع تحليل جربنر مع هول، إذ يتحول التكرار إلى وسيلة لإعادة إنتاج تمثيلات بعينها تُكرّس رؤية محددة لدور المرأة في المجتمع.

إذن، ورغم اختلاف طبيعة الرسائل، فإن التكرار في المجلتين لم يكن اعتباطيًا، بل عكس خطأ توجيهيًا واضحًا: «دزيريات»: غرس مظهري-استهلاكي (هيمنة السوق والجماليات).

«موعد حواء»: غرس قيمي-توعوي (هيمنة الأدوار التقليدية).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وبذلك يتأكد أن التكرار في الخطاب الإعلامي النسوي يمارس وظيفة هيمنية مزدوجة: إما بتسليع الهوية أو بتقليصها في أطر نمطية، وهو ما يجعل تلقي المرأة للخطاب محكومًا بإعادة إنتاج صور معينة عن ذاتها، بدل فتح المجال لتمثيلات بديلة أكثر تحررًا.



الشكل رقم (27): يوضح فئة تمثيلات تكرار الرسائل في الخطاب الإعلامي النسوي

جدول رقم (39): يمثل الاستمالات الخطائية في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة

الاستمالات الخطائية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
الاستمالات العاطفية / الوجدانية	240	42,78%	162	52,43%
الاستمالات العقلانية / المنطقية	103	18,36%	132	42,72%
الاستمالات النقدية / المساءلة	42	7,49%	11	3,56%
الاستمالات المختلطة / المهجنة	176	31,37%	4	1,29%
المجموع	561	100%	309	100%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تُعتبر الاستمالات من الأدوات البلاغية الأساسية التي يوظفها الخطاب الإعلامي من أجل الإقناع والتأثير في المتلقي. وقد اختلفت تصنيفاتها بين المنظورات البلاغية الكلاسيكية التي تعود إلى أرسطو، وبين المقاربات التداولية واللسانية الحديثة التي طورتها دراسات تحليل الخطاب (Amossy, 2000). وفي إطار هذا البحث، تم اعتماد تصنيف إجرائي يتناسب مع خصوصية موضوع الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسوية، وذلك بالتميز بين أربعة أنماط رئيسية من الاستمالات:

1. الاستمالات العاطفية/الوجدانية: التي تخاطب مشاعر القارئ وانفعالاته (الفخر، الحنين، الاعتزاز، التأثير الديني...).

2. الاستمالات العقلانية/المنطقية: التي تعتمد على الحجة التفسيرية أو المعلومات الموثقة لتقديم صورة المرأة في سياق عقلائي موضوعي.

3. الاستمالات النقدية/المساءلة: التي تُبرز خطاباً يقف عند جوانب القصور أو يطرح تساؤلات حول التمثيلات النمطية والقيم السائدة.

4. الاستمالات المختلطة/الهجينة: التي تمزج بين العاطفة والعقل أو بين التمجيد والنقد في إطار واحد، فتظهر ازدواجية في التمثيل الخطابي.

وبذلك يُمكن هذا التصنيف من مقارنة النصوص الإعلامية باعتبارها مسارات برهانية متنوعة (Parcours argumentatif)، تُسهم في تشكيل صورة المرأة الجزائرية وتمثيل هويتها الثقافية ضمن أبعاد متباينة بين العاطفة والعقل، وبين التمجيد والنقد، وبين الأصالة والمعاصرة.

♦ يوضّح الجدول رقم (39) أنّ مجلة «دزيريات» اعتمدت بدرجة كبيرة على الاستمالات العاطفية/الوجدانية التي تصدرت بـ (240 تكراراً) أي بنسبة 42,78%، تليها الاستمالات المختلطة/الهجينة بنسبة 31,37%، بينما لم تحظ الاستمالات العقلانية/المنطقية سوى بنسبة 18,36%، في حين جاءت الاستمالات النقدية/المساءلة في المرتبة الأخيرة بنسبة 7,49% فقط.

هذا التوزيع يُظهر ميل الخطاب الإعلامي بالمجلة نحو تغليب البعد الرمزي-العاطفي على البعد العقلائي-النقدي، وهو ما ينسجم مع ما يؤكد بورديو (Bourdieu, 1991, p142) من أنّ الاستمالة ليست مجرد وسيلة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بلاغية، بل ممارسة رمزية تستبطن آليات الهيمنة؛ فكلما غلبت الاستمالات العاطفية على العقلانية، تقلصت فرص مساءلة الواقع وإنتاج معرفة بديلة.

وتكشف النتائج النوعية أنّ خطاب مجلة «دزيريات» ركّز على تعبئة الوجدان واستثارة العاطفة، من خلال استدعاء الاستمالات الرمزية التأصيلية (106 تكرارات) المرتبطة بالاحتفاء برموز الثقافة الأمازيغية، خصوصاً يناير وما يحمله من طقوس وعادات. كما برزت الاستمالات الوجدانية الاحتفالية (105 تكرارات) في رمضان والأعياد، حيث غلب الطابع الشكلي-الشعاري على المعالجة (أجواء، تهاني، صور عامة) دون تعمق في أبعادها الروحية والاجتماعية. أما الاستمالات التمكينية التحفيزية (29 تكراراً) فقد جاءت محدودة نسبياً، لكنها دلّت على محاولة لإبراز المرأة كفاعل اجتماعي.

في المقابل، ظلّ حضور الاستمالات العقلانية ضعيفاً، مقتصرًا على الطرح الوصفي للأحداث والفعاليات دون بناء تحليل تفسيري معمق. بينما شكّلت الاستمالات المختلطة/الهجينة مساحة للتوفيق بين الرمزية والدعائية، إذ استخدمت الهوية الثقافية كوسيط ترويجي-تجاري (57 تكراراً) عبر الإعلانات المرتبطة برمضان والزواج والطبخ التقليدي، وهو ما ينسجم مع منطق "الهجين الثقافي" الذي أشار إليه هومي بابا (Bhabha, 1994, p112) حيث تختلط الرموز الأصيلة بالفضاءات الاستهلاكية.

أما الاستمالات النقدية فحضرت بجرعة محدودة (42 تكراراً)، في شكل مساءلات ظرفية أو رمزية، دون أن ترتقي إلى مساءلة جذرية للواقع الاجتماعي، مما يبيّن أنّ الخطاب لم يخرج عن منطق الغرس الذي حدّده جربنر (Gerbner, 1976, p24)، حيث يُعاد إنتاج المعاني نفسها بشكل متكرر لترسيخ صورة واحدة للمرأة.

ويلاحظ أنّ هذه الاستمالات جميعها لم تُبنَ في فراغ، بل ارتكزت على ما يسميه هول (Hall, 1997, p15) "التمثيل الرمزي" الذي يربط الهوية بالصور والطقوس أكثر من ربطها بالتحليل العقلاني، وهو ما يفسّر هيمنة الرموز والطقوس الشكلية (لباس، لغة، أكالات) على حساب الأبعاد الفكرية والتمكينية.

◆ ويوضح الجدول أنّ مجلة «موعد حواء» اعتمدت بدرجة أكبر على الاستمالات العاطفية/الوجدانية بنسبة 52,43% (162 تكراراً)، تليها الاستمالات العقلانية/المنطقية بنسبة 42,72% (132 تكراراً)، بينما جاءت الاستمالات النقدية/المساءلة في المرتبة الثالثة بنسبة 3,56% (11 تكراراً)، في حين تراجعت الاستمالات المختلطة/الهجينة إلى نسبة ضعيفة جداً بلغت 1,29% (4 تكرارات فقط).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

هذا التوزيع الكمي يُظهر أنّ المجلة اعتمدت بشكل أساسي على ثنائية العاطفي-العقلاني في تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، مقابل إقصاء شبه تام للاستمالات المختلطة، وحضور محدود للاستمالات النقدية. وهو ما يتوافق مع ما يطرحه ستيوارت هول (Hall, 1997, p15) من أنّ الخطاب الإعلامي يبيّن تمثيلاً على انتقاء رمزي يوازن بين العاطفة والعقل وفق غايات محددة مرتبطة بالمرجعيات الثقافية السائدة.

ويكشف التحليل النوعي أنّ الاستمالات العاطفية في «موعد حواء» تجسدت أساساً في الرمزية التأصيلية (101 تكرار) التي استحضرت الطقوس والعادات باعتبارها ممارسات وجدانية متجذرة في الذاكرة الجمعية: من غسل "الهيدورة" إلى استرجاع شهادات الجدات، ومن حضور المرأة القبائلية "بين البارج واليوم" إلى الطقوس الرمضانية ونسمات العيد. هذا التوظيف العاطفي-التأصيلي أتاح للمجلة أن تحرك الحنين للماضي وتعزز الانتماء، في انسجام مع ما يصفه جربنر (Gerbner, 1976, p24) بالغرس الثقافي الذي يجعل التكرار العاطفي وسيلة لترسيخ الهوية في وجدان الجمهور.

كما حضرت الاستمالات الاحتفالية الوجدانية (38 تكراراً) عبر استذكار الأعياد الوطنية وإبراز المرأة المجاهدة المناضلة في خطاب تعبوي يدمج العاطفة بالرموز البصرية (الحايك، القصة، العلم الوطني). وهنا تداخلت العاطفية بالتمكينية التحفيزية (23 تكراراً)، من خلال إبراز المرأة كفاعل وطني وثقافي، ومقدمة باعتبارها رمزاً للتمكين والانتماء، وهو ما يلتقي مع منظور بورديو (1991, p142) حول الطابع التعبوي للاستمالات الرمزية في إعادة إنتاج السلطة الرمزية.

أما الاستمالات العقلانية/المنطقية فغلب عليها الطابع الوصفي-الإخباري (126 تكراراً)، سواء في الريبورتاجات الجغرافية أو في الفتاوى الدينية والاجتماعية. وقد وظفت المجلة نصوصاً قرآنية (80 مرة) وأحاديث نبوية (44 مرة) كأدلة حجاجية لإقناع المتلقي، إضافة إلى استحضار المراجع التاريخية لتفسير بعض الطقوس (البويشة، الروينة، التبرك بالأضرحة). هذا المنحى يؤكد اعتماد المجلة على مسار البرهنة العقلانية كما يطرحه أرسطو في نظريته الكلاسيكية للإقناع (Logos).

في المقابل، كانت الاستمالات النقدية/المساءلة محدودة (11 تكراراً)، وارتبطت بالمواضيع الجدلية كخيانة الزوجة أو الزواج بالأجنبي أو الاحتفال برأس السنة الميلادية، حيث اكتفت المجلة بعرض هذه القضايا دون تحليل عميق أو معالجة بديلة، ما يجعلها "مسألة ناقصة" أكثر من كونها خطاباً نقدياً بالمعنى التام.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما الاستمالات المختلطة/الهجينة فجاءت شبه غائبة (4 تكرارات)، مقتصرة على بعض التغطيات التي مزجت بين الرموز التقليدية والبعد الترويجي (مثل: "Palais blanc – أناقة جزائرية")، دون حضور لبعد وصفي رمزي كما هو الحال في «دزيريات».

وبناء على ما سبق، يمكن القول إن «موعد حواء» قدّمت خطابًا يقوم على ثنائية العاطفة والعقل في بناء الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، مع هيمنة للبعد الرمزي الوجداني، وحضور ملحوظ للبرهنة العقلانية، مقابل غياب شبه تام للهجين ومحدودية في النقدي. وهذا ما يعكس طبيعة المجلة كوسيلة إعلامية تمزج بين الإرشاد الديني الخدماتي وبين إحياء التراث الوجداني، دون أن تنخرط بعمق في مساءلة الواقع أو إنتاج خطاب بديل، وهو ما يتوافق مع نظرية هول (1997) للتمثيل بوصفه إعادة إنتاج للثقافة السائدة، أكثر منه فضاءً للتغيير.

المقارنة بين المجلتين:

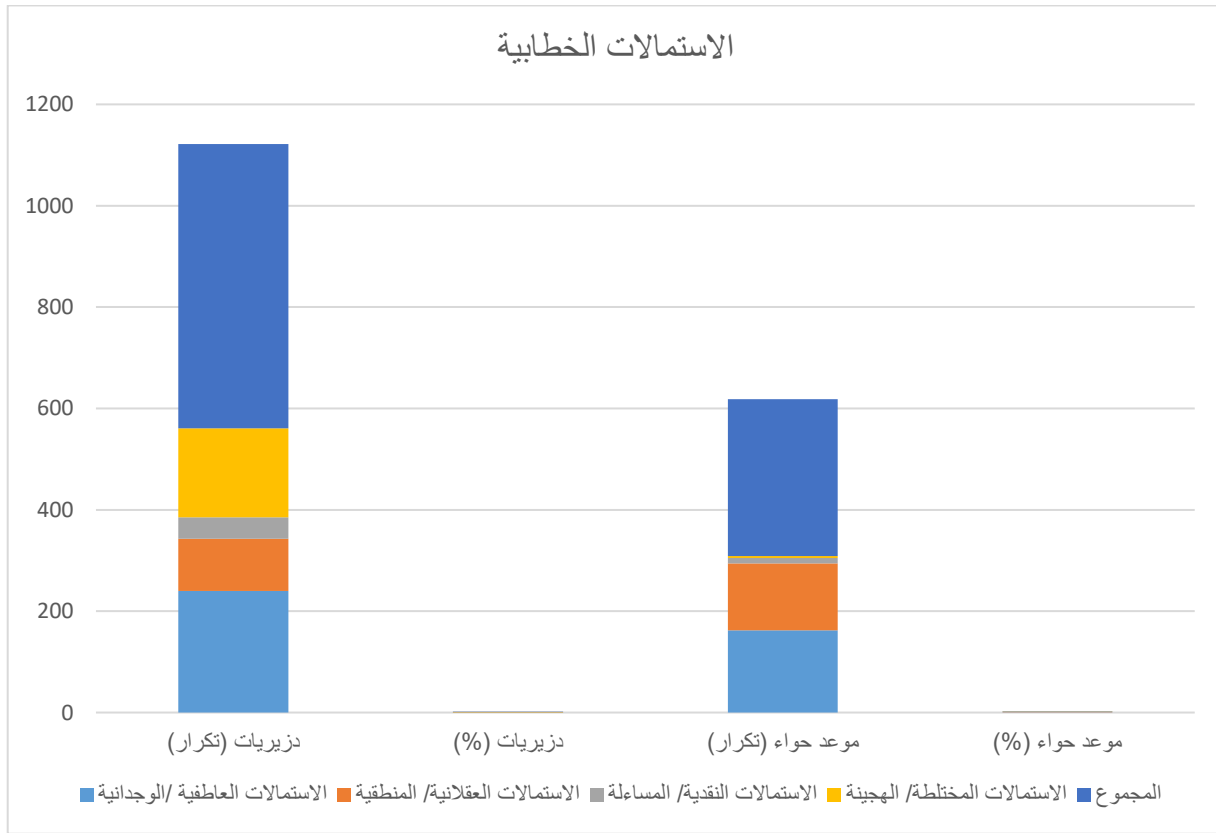
عند المقارنة بين المجلة النسوية «دزيريات» ونظيرتها «موعد حواء» في توظيف الاستمالات الخطابية لتمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، يتضح وجود تباين لافت في المنهجية الخطابية. فقد اعتمدت «دزيريات» بشكل أكبر على الاستمالات العاطفية/الوجدانية بنسبة 42,78%، مدعومة بنسبة معتبرة من الاستمالات المختلطة/الهجينة (31,37%)، وهو ما يعكس نزوع خطابها إلى تغليب الرمزية الجمالية والتأثير الوجداني، مع توظيف جزئي للمنطق والعقل (18,36%). غير أن حضور الاستمالات النقدية لديها ظل متوسطًا (7,49%)، مما يشي بوجود مساءلة محدودة ولكنها أكثر نسبيًا مما هو عليه الحال في «موعد حواء».

في المقابل، جاءت «موعد حواء» أكثر اعتمادًا على ثنائية العاطفة-العقل، حيث تصدرت الاستمالات العاطفية بنسبة 52,43% تليها الاستمالات العقلانية بنسبة 42,72%، في حين تراجع حضور الاستمالات الهجينة إلى حدّ شبه معدوم (1,29%)، ما يبرز تركيز خطابها على الجمع بين الرمزية الوجدانية المرتبطة بالذاكرة الجمعية (العادات، الطقوس، المجاهدات...) والبرهنة العقلانية المستندة إلى النصوص الدينية والتاريخية. أما الاستمالات النقدية فقد حضرت بشكل هامشي (3,56%)، وبقيت رهينة عرض بعض القضايا الجدلية دون تعميق أو مساءلة جذرية.

تكشف هذه المقارنة أنّ «دزيريات» تميل إلى خطاب يغلب عليه الطابع الرمزي-الجمالي-الهجين، يزاوج بين العاطفة والترويج، في حين أنّ «موعد حواء» تنزع نحو خطاب عاطفي-عقلاني متوازن نسبيًا، يمزج بين الذاكرة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الوجدانية والاستشهاد الديني-التاريخي كمسار للإقناع. وبالعودة إلى نظرية الغرس الثقافي عند جرينر (1976)، يمكن القول إن تكرار الاستمالات العاطفية في كلتا المجلتين يسهم في تكوين صورة وجدانية متجذرة عن الهوية، بينما يبرز الاختلاف في طبيعة هذا الغرس: فـ «دزيريات» تغرس صورة استهلاكية رمزية ذات بعد تسويقي، في حين تعمل «موعد حواء» على غرس صورة وجدانية-إرشادية أكثر التصاقاً بالتدين الشعبي والعادات الموروثة. أما وفق نظرية التمثيل عند هول (1997)، فإن كلا المجلة تعيد إنتاج الثقافة السائدة، لكن بوسائل مختلفة: الأولى عبر الرموز الجمالية المكرسة كسلع، والثانية عبر التمسك بالمرجعيات الدينية والتاريخية كأدوات شرعية.



الشكل رقم (28): يوضح فئة الاستمالات الخطابية في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (40) يمثل فئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي بعينة الدراسة:

الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي	الفئة الفرعية	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«معدل حواء» (تكرار)	«معدل حواء» (%)
الجمهور المستهدف	النساء ربات البيوت / الأمهات	33	6,43%	117	19,37%
	المراهقات	30	5,85%	10	1,66%
	الجمهور النسوي العام	40	7,80%	121	20,03%
	المستهلكون (جمهور إشهاري/تجاري)	53	10,33%	18	2,98%
	المرأة المتمكنة ثقافيا / المثقفة	15	2,92%	19	3,15%
	النساء المهتمات بالهوية الثقافية	25	4,87%	17	2,81%
الاستجابة / الأثر المتوقع	تعزيز الانتماء الهوياتي / الفخر بالرموز	33	6,43%	130	21,52%
	نقل التقاليد للأبناء / الذاكرة الجمعية	30	5,85%	11	1,82%
	التمكين والتحفيز (سوسبومهي / تحرر اجتماعي)	28	5,46%	12	1,99%
	الانخراط الاستهلاكي (إشهاري / دعائي)	63	12,28%	18	2,98%
	إثارة التساؤل والنقد (حول أدوار المرأة / قيم دخیلة)	23	4,48%	12	1,99%
	تكوين معرفة عن الهوية الثقافية	21	4,09%	32	5,30%

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

1,32%	8	3,12%	16	تعزيز الفخر بالإنجازات النسائية في المجتمع	
3,15%	19	3,70%	19	إثارة الفخر بالهوية الجهورية	
0,33%	2	3,12%	16	الدفع للتمسك بالتقاليد مع قالب عصري/ تحديث التراث	
100%	604	100%	513	/	المجموع

◆ تكشف المعطيات الرقمية الخاصة بمجلة «دزيريات» عن تسجيل 513 وحدة رصد، توزعت أساساً على جمهور نسوي متنوع، غير أنّ الفئة الأكثر استهدافاً كانت الشابات الجامعيات والمقبلات على الزواج بنسبة (13,26%)، تليها فئة المستهلكين (10,33%)، ما يعكس الطبيعة الإشهارية والدعائية للمجلة، بينما احتلت فئة الجمهور النسوي العام (7,80%) المرتبة الثالثة. كما استُهدفت فئة المراهقات بنسبة (5,85%) في سياق مواد موجهة لمرحلة عمرية حساسة، في حين جاء تمثيل ربات البيوت والأمهات بنسبة (6,43%)، مقابل حضور محدود للمرأة المتمكنة ثقافياً/المتقنة (2,92%) والمهتمات بالهوية الثقافية (4,87%).

أما على مستوى الاستجابة أو الأثر المتوقع، فقد تصدر الانخراط الاستهلاكي المرتبة الأولى بنسبة (12,28%)، متبوعاً بتعزيز الانتماء الهوياتي (6,43%) ونقل التقاليد للأبناء (5,85%). بينما جاءت مؤشرات التمكين والتحفيز (5,46%) وإثارة التساؤل والنقد (4,48%) وتكوين معرفة دقيقة عن الهوية (4,09%) بنسب ضعيفة نسبياً، تلتها تعزيز الفخر بالإنجازات النسائية (3,12%)، وإثارة الفخر بالهوية الجهورية (3,70%)، والدفع نحو التمسك بالتقاليد مع قالب عصري (3,12%).

هذا التوزيع الكمي يعكس ميل خطاب المجلة إلى تغليب البعد الاستهلاكي الدعائي على حساب الأبعاد التمكينية والمعرفية، مع تركيز على استقطاب الفئات الشابة الأكثر قابلية للتأثر بالخطاب الجمالي-الترويجي.

ويكشف تحليل فئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة أن خطاب مجلة «دزيريات» وُجه أساساً نحو فئة الشابات الجامعيات والمقبلات على الزواج (13,26%)، من خلال مواد مكثفة ركزت على الأزياء التقليدية (الكاراكو العاصمي، القفطان، الزي القبائلي...) والطقوس المرتبطة بالزواج مثل ليلة الحناء وحمام العروس، إلى جانب عناوين دعائية جذابة مثل: "مساتك السحرية" أو "التكويني الأجمل في عرسك" "تشكيلة كريم أكروف للزي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

التقليدي لأنك الأجل"، وهو ما يعكس محاولة لتأطير الهوية الثقافية ضمن قالب جمالي-زخرفي يوجه الفتاة إلى التماهي مع صورة المرأة العروس النموذجية.

كما برزت فئة المستهلكين (33,10%) كإحدى المحاور المركزية للخطاب، حيث استُخدمت الهوية الثقافية ذاتها كأداة تسويقية في عروض الأزياء والإعلانات التجارية (مثال: شعار "منتوج بلادي" أو الترويج لمستحضرات تجميل ثلجة كوسميتيك، بدوين كوسميتيك، أو عبر عارضات باللباس التقليدي)، ما يجعل البعد الإشهاري جزءاً أصيلاً من هوية المجلة. في المقابل، حضرت ربوات البيوت والأمهات (43,6%) عبر مواضيع مرتبطة بالطبخ التقليدي (الكسكسي، الرشته، البغير) ونقل العادات للأبناء، وهو ما يعكس بعداً ذاكراتياً جماعياً يرسخ قيم الاستمرارية الثقافية. أما المراهقات (85,5%) فقد حُوطنن بخطاب وجداني عبر مواضيع الحب والبوقالات الشعبية، بالإضافة إلى تغطية أنشطة شبابية كالعروض الفنية والرقص الفلكلوري (جمعية أهل الفن).

فيما يتعلق بالآثار، جاءت النسبة الأكبر موجهة إلى الانخراط الاستهلاكي (28,12%)، حيث تعمل المجلة على دفع القارئ لتبني سلوك استهلاكي قائم على الإبحار الجمالي وربط الهوية بالملحوظة والسلع. مثلاً، وردت إعلانات لصالونات التجميل والعطور في سياق مواضيع رمضان أو عرسية، ما يعكس تداخلاً بين الرمزي والدعائي. أما تعزيز الانتماء الهوياتي والفخر بالرموز (43,6%) فجاء غالباً عبر الاحتفاء الشكلي بالأمازيغية ورموز يناير، مع تكرار عبارات مثل أسقاس أمقاس، لكنه ظل محدوداً أمام الطابع الدعائي. كذلك تمّ استدعاء الذاكرة الجمعية عبر مواضيع مثل "سهرات رمضان" و"طقوس حمام العروس"، "عادات تقميط الرضيع"، التي تضع المرأة في موقع ناقل للتقاليد للأبناء (85,5%)، غير أن هذه الوظيفة قُدمت بصورة نمطية أكثر منها معرفية.

أما مؤشرات التمكين والتحفيز (46,5%) فقد اقتصر على بعض المواد التحفيزية التي دعت المرأة إلى التحرر أو إبرازها كرائدة، مبتكرة، سيدة أعمال، أديبة، أو فنانة، لكنها ظلت محدودة مقارنة بحجم الخطاب العاطفي. بينما جاءت فرص التساؤل والنقد (48,4%) وتكوين معرفة معمقة بالهوية (09,4%) ضعيفة، وغالباً ما اقتصر على عناوين عابرة أو وصفية دون معالجة تحليلية معمقة.

وبناءً على ذلك، يظهر أن مجلة «دزيريات» اعتمدت خطاباً يقوم على معادلة مزدوجة: استقطاب فئات نسوية شابة بخطاب عاطفي-جمالي استهلاكي، وتوظيف الهوية الثقافية كرمز دعائي أكثر من كونها مشروعاً للتعريف

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

والتأصيل. وهو ما ينسجم مع أطروحات جرينر في الغرس الثقافي حول تأثير التكرار الرمزي على تشكيل التصورات الجماعية، ومع أطروحة هول في الهيمنة، حيث تخدم الرسائل الإعلامية المهيمنة مصالح تجارية على حساب تمكين المرأة معرفيًا ونقديًا.

◆ تشير نتائج الجدول المتعلق بفئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة أيضًا في مجلة «موعد حواء» إلى تسجيل 604 وحدة رصد، توزعت بوضوح على جمهور نسوي واسع. وقد برز الجمهور النسوي العام في الصدارة بنسبة 20,03%، تليه فئة ربات البيوت/الأمهات بنسبة 19,37%، ثم الجامعيات والمقبلات على الزواج بنسبة 9,60%. أما الفئات الأخرى فجاءت بأوزان أقل: المراهقات (1,66%)، النساء المهتمات بالهوية الثقافية (2,81%)، والمستهلكون (2,98%)، بينما ظهرت فئة المرأة المتمكنة ثقافيًا بنسبة (3,15%).

أما على مستوى الأثر المتوقع، فقد تصدر تعزيز الانتماء الهوياتي والفخر بالرموز المرتبة الأولى بنسبة 21,52%، وهو ما يعكس التوجه الهوياتي الوطني للمجلة. كما برزت استجابات أخرى بنسب متفاوتة مثل تكوين معرفة عن الهوية الثقافية (5,30%)، تعزيز الفخر بالهوية الجهوية (3,15%)، والتمكين والتحفيز (1,99%)، بينما تراجع الانخراط الاستهلاكي إلى نسبة (2,98%) فقط، وهو ما يؤشر على اختلاف توجه «موعد حواء» مقارنة بـ «دزيريات» التي غلب عليها الطابع الاستهلاكي.

وتُظهر نتائج التحليل النوعي أنّ مجلة «موعد حواء» توجه خطابها نحو جمهور نسوي متنوع، غير أنّها منحت أولوية واضحة للجمهور النسوي العام (20,03%) وربات البيوت (19,37%)، من خلال مواضيع تقليدية مرتبطة بالطبخ، الأزياء، العلاقات الأسرية، والمواضيع الدينية ذات الطابع الإرشادي. وقد انعكس ذلك في الاستجابة المتوقعة حيث تصدر تعزيز الانتماء الهوياتي والفخر بالرموز المرتبة الأولى (21,52%)، ما يؤشر إلى أنّ الخطاب لم يكتفِ بتقديم الهوية كرمز جمالي، بل وظّفها في إطار وجداني وطني يسعى لغرس قيم الانتماء عبر التكرار والرمزية. وهذا ما يتقاطع مع ما أشار إليه جرينر في نظرية الغرس الثقافي، إذ أن التكرار المنهجي للصور والرموز يساهم في تكوين تمثيلات جمعية مستقرة في وعي المتلقين.

كما استهدفت المجلة فئة الجامعيات والمقبلات على الزواج (9,60%) بخطاب ذي بعد معرفي تمكيني، استند إلى الريبورتاجات التاريخية والمواضيع الثورية التوثيقية، إضافة إلى الفتاوى الدينية التي تعكس طابعًا عقلائيًا في المعالجة. وقد عزّز هذا الخطاب حضور نماذج نسوية ناجحة في مجالات متعددة (إعلامية، سياسية، ثقافية،

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

إنسانية)، مما منح هذه الفئة صوراً تمكينية تحفز على الفعل الاجتماعي والريادي. وهنا يمكن قراءة هذا التمثيل في ضوء مقارنة ستيوارت هول للهوية، باعتبارها بناءً متجددًا يقوم على عمليات تمثيل متغيرة، إذ تم توظيف المرأة كفاعل اجتماعي وثقافي قادر على المساهمة في صناعة التغيير.

أما الفئات الأقل حضوراً مثل المراهقات (1,66%) فقد خاطبتهن المجلة عبر مواضيع قيمة ودينية مباشرة (فتاوى عن الحيض، الزينة، العلاقات العاطفية)، وأحياناً عبر الإعلانات الاستهلاكية. بينما وُجّه خطاب خاص إلى النساء المهتمات بالهوية الثقافية (2,81%) عبر مضامين تحيي الطقوس والرموز التقليدية (رمضان، المولد، إحياء المرأة التلمسانية ليناير، إعداد المرأة الجيجلية لطبق البويشة إحياءً لعاشوراء، المرأة التارقية أو الأمدوكالية من خلال حفاظها على طقوس العرس التقليدي) بلغة الحنين والذاكرة، وهو ما يعكس تمثيلاً وجدائياً يعزز البعد التراثي.

على مستوى الاستجابات، كشفت النتائج عن هيمنة البعد الهوياتي الثقافي في مقابل حضور ضعيف للانخراط الاستهلاكي (2,98%)، ما يميز «موعد حواء» عن «دزيريات» التي ركزت على البعد الترويجي والإشعاري. إذ اعتمد خطاب «موعد حواء» بشكل أكبر على الاستمالات الرمزية والعاطفية في إحياء الرموز الوطنية والتاريخية والجهوية (كجميلة بوحيرد، خديجة بلقمبور، القصبة، تمنراست، تينهنان)، الأمر الذي يعزز آليات الغرس من جهة، ويكشف عن ممارسة لهيمنة رمزية من جهة أخرى، حيث يتم تمرير قيم الانتماء والوفاء للتقاليد في قوالب خطابية جذابة تتقاطع مع الذائقة الشعبية.

وبذلك يتضح أنّ «موعد حواء» سعت إلى تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في إطار هوياتي تعريفى تمكيني أكثر منه استهلاكي ترويجي، مع حضور بارز لآليات الغرس عبر التكرار والرمزية، وانخراط في منطق التمثيل الذي يرى الهوية كمشروع متغير ومتفاعل، لكن مع تثبيت أدوار نمطية للمرأة داخل الأسرة والطقوس، مما يكشف عن خطاب مزدوج يجمع بين التمكين والترسيخ التقليدي في آن واحد.

■ الفقرة المقارنة بين المجلتين:

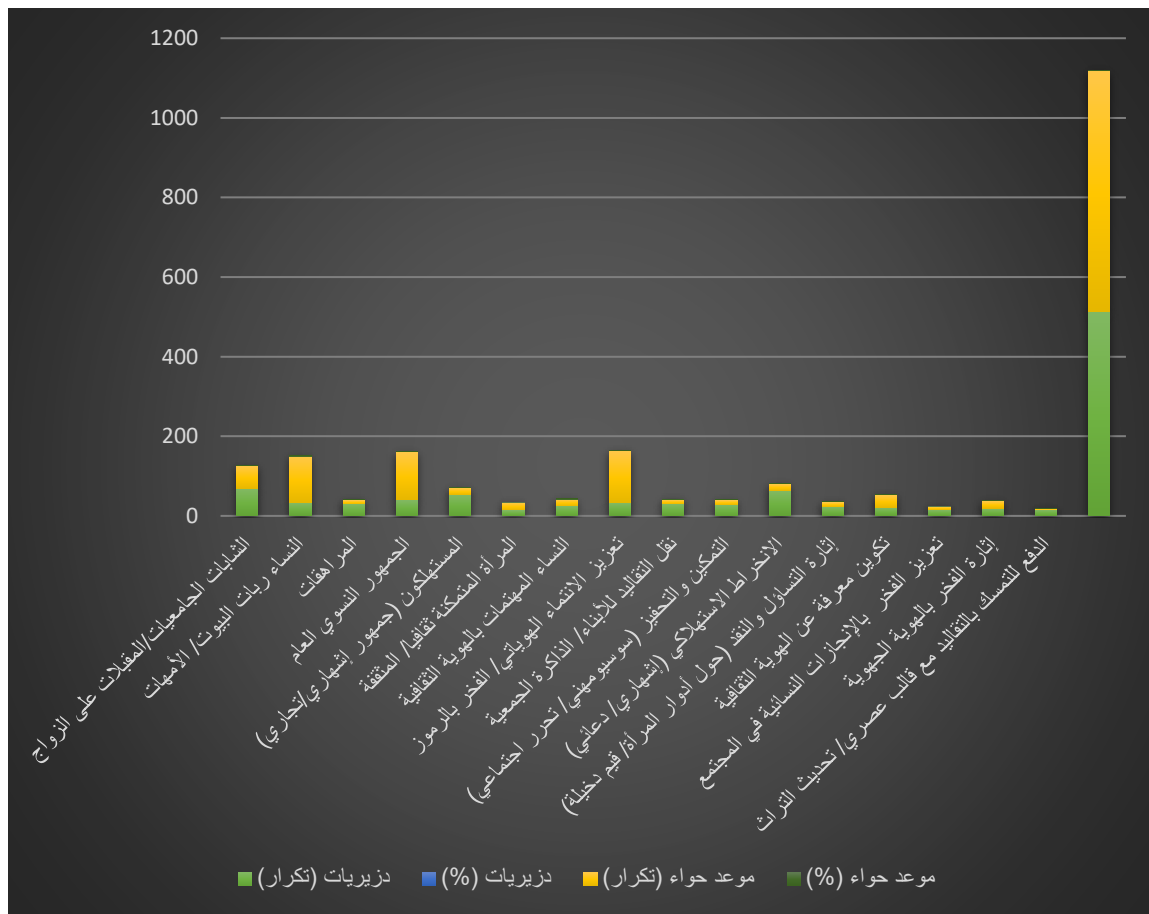
تكشف المقارنة بين المجلتين عن اختلاف جوهري في رسم خريطة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي. فقد توجهت «دزيريات» بشكل أوضح نحو الشابات الجامعيات والمقبلات على الزواج (13,26%) والمستهلكين (10,33%)، وهو ما يعكس طبيعتها الترويجية والاستهلاكية التي جعلت من الهوية الثقافية أداة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تسويق ودعاية، مستندة في ذلك إلى رموز اللباس والطقوس الاحتفالية والعناوين الجذابة. أما «موعد حواء» فقد ركزت بدرجة أكبر على الجمهور النسوي العام (20,03%) وربات البيوت (19,37%)، بما يتماشى مع خطتها التحريري الهادف إلى تعزيز الانتماء الثقافي والذاكرة الجمعية عبر مواضيع دينية، تقليدية، واجتماعية ذات طابع إرشادي.

وعلى مستوى الآثار المتوقعة، غلب في «دزيريات» الانخراط الاستهلاكي (12,28%)، ما يكرس الطابع الدعائي للمجلة ويؤكد استغلالها للرموز الثقافية كقوالب تسويقية. في المقابل، تميزت «موعد حواء» بهيمنة أثر تعزيز الانتماء الهوياتي والفخر بالرموز (21,52%)، من خلال استدعاء الشخصيات الوطنية، الرموز الدينية، والممارسات الطقسية والاجتماعية، وهو ما ينسجم مع نظرية جرينر حول الغرس الثقافي الذي يُبرز دور التكرار في ترسيخ القيم في الوعي الجمعي.

وبذلك يمكن القول إن «دزيريات» قدّمت خطابًا موجّهًا نحو الاستهلاك والتزيين، في حين سعت «موعد حواء» إلى خطاب أكثر تعريفًا وتمكينًا ثقافيًا، وإن ظل كلا الخطابين محكومًا بآليات الهيمنة الرمزية (هول) التي تعيد إنتاج الأدوار النمطية للمرأة، وإن اختلفت الدرجة بين بعد استهلاكي تجاري عند الأولى وبعد هوياتي تعريفية عند الثانية.



الشكل رقم (29): يوضح فئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي النسوي

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول أنّ تحليل استراتيجيات التمثيل الإعلامي يُبرز أنّ الخطاب النسوي في المجلتين المدروستين لم ينجح في تقديم صورة شمولية ومعقدة للمرأة الجزائرية، بل أعاد إنتاجها في إطار تمثيلات جزئية تخضع لمرجعياته الأيديولوجية والثقافية. فقد مالت «دزيريات» إلى خطاب تزييني/ استهلاكي/ فرانكوفوني يجعل من المرأة واجهة جمالية وسلعة تسويقية، بينما جنحت «مودة حواء» إلى خطاب ذي طابع طقوسي/ اجتماعي/ ديني يصوّر المرأة كحافضة للرموز والتقاليد.

هذه التمثيلات لم تُبث بمعزل عن استراتيجيات موجهة، إذ وظّفت المجالات الاستمالات العاطفية الوجدانية أكثر من العقلانية، واستهدفت عبرها فئات بعينها (الشابات، ربات البيوت، الجمهور الاستهلاكي)، ما يعكس منطق الهيمنة الثقافية الذي تحدّث عنه هول. كما أنّ اعتماد آلية التكرار وفق ما ذهب إليه جرينر أسهم في ترسيخ الصور النمطية وإعادة إنتاجها في وعي المتلقي، سواء تعلّق الأمر بالمرأة كرمز جمالي استهلاكي أو كفاعل تقليدي محافظ.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وعليه، فإن الخطاب الإعلامي النسوي، وإن كان يقدم بعض الصور الإيجابية التمكينية، يظل في مجمله خطاباً انتقائياً يعكس رؤية القائمين عليه أكثر مما يعكس الواقع المتعدد والمعقد للمرأة الجزائرية، مما يضعه في موضع مساءلة نقدية حول مدى قدرته على تجاوز إسقاطاته الأيديولوجية وبناء تمثيل أكثر توازناً وصدقاً للهوية الثقافية النسوية.

المطلب الثالث: البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الهوياتي للمرأة الجزائرية
جدول رقم (41): فئة القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي لمسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في عينة الدراسة:

الفاعلون في الخطاب الإعلامي النسوي	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«موعد حواء» (تكرار)	«موعد حواء» (%)
فاعلون إقتصاديون/ تجاريون	178	37,08%	18	10,06%
فاعلون ثقافيون/ فنيون	41	8,54%	38	21,23%
فاعلون مؤسساتيون/ رسميون	41	8,54%	13	7,26%
فاعلون إعلاميون	22	4,58%	0	0,00%
فاعلون رمزيون/ بصريون	24	5,00%	20	11,17%
فاعلون متفاعلون	48	10,00%	64	35,75%
خبراء ومختصون	39	8,13%	16	8,94%
جهات رسمية	28	5,83%	4	2,23%
الإدارة المالكة	59	12,29%	6	3,35%
المجموع	480	100%	179	100%

تُعدّ فئة الفاعلين من المحاور الجوهرية في تحليل الخطاب الإعلامي، إذ لا يمكن فصل الرسالة الإعلامية عن القوى التي تنتجها وتعيد تشكيلها وفق مصالحها وسياساتها المؤسسية والاقتصادية والثقافية. ومن منظور ستيوارت هول، فإن الخطاب الإعلامي ليس انعكاساً محايداً للواقع، بل هو بناء دلالي تتحكم فيه علاقات الهيمنة (Hegemony)، حيث تُعيد القوى المهيمنة إنتاج المعاني بما يخدم موقعها في البنية الاجتماعية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

(Hall, 1997, p259). وفي هذا السياق، يشكّل الفاعلون سواء كانوا اقتصاديين، ثقافيين، مؤسساتيين، أو حتى رمزيين وسائط لإعادة إنتاج التمثيلات (Representation) حول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، بما يجعل حضورهم في النصوص الإعلامية مؤشراً على طبيعة التوازنات بين البعد التجاري، الثقافي، والاجتماعي. وبلاستناد إلى أداة تحليل الخطاب النقدي عند نورمان فيركلوف وتيون فان دايك، فإن تحليل القوى الفاعلة يُتيح الكشف عن البنى الخفية التي تتركس أنماط السلطة والهيمنة الرمزية في الخطاب، وذلك عبر تتبع الفاعلين الذين يُمنحون حق الكلام، والذين يُقصون أو يُهمّشون (Teun, Van dijk, 2008, p85)). ومن هنا، يكتسب رصد الفاعلين في المادتين الإعلاميتين محل الدراسة (مجلة «دزيريات» و«مواعد حواء») أهمية خاصة لفهم ديناميات القوة التي تتحكم في تمثيل الهوية الثقافية، سواء عبر منطق السوق والإشهار، أو من خلال المرجعيات الاجتماعية والدينية والثقافية التي يستند إليها الخطاب.

◆ بين الجدول الخاص بفئة الفاعلين في الخطاب الإعلامي النسوي لمسألة الهوية الثقافية في مجلة «دزيريات» هيمنة واضحة لفئة الفاعلين الاقتصاديين/التجارين بنسبة (37,08%)، وهو ما يعكس الحضور البارز للبعد الإشهاري والترويجي في صياغة المواضيع ذات الصلة بالهوية الثقافية. تليها فئة الإدارة المالكة بنسبة (12,29%)، بما يُؤشر إلى الدور المحوري للمؤسسة الناشئة في توجيه الخطاب وإبراز حضورها عبر مختلف الصفحات. كما برزت فئة الفاعلين المتفاعلين بنسبة (10%)، ما يعكس حضوراً للجماهير أو للمساهمات المباشرة في صياغة بعض الخطابات.

أما باقي الفئات فقد سجلت نسباً أقل: الفاعلون الثقافيون/الفنيون والمؤسساتيون/الرسميون (8,54% لكل منهما)، الخبراء والمختصون (8,13%)، الجهات الرسمية (5,83%)، الفاعلون الرمزيون/البصريون (5%)، وأخيراً الفاعلون الإعلاميون (4,58%).

ويكشف هذا التوزيع أن المجلة، وإن انفتحت على أبعاد ثقافية ومؤسساتية متعددة، إلا أن بنيتها الخطابية تبقى محكومة أساساً بالبعد التجاري وبهيمنة المؤسسة المالكة، ما يرسخ طبيعتها كمشروع إعلامي تجاري أكثر منه فضاءً معرفياً أو نقدياً خالصاً.

تكشف نتائج الرصد أن حضور الفاعلين الاقتصاديين/التجارين لم يقتصر على الإعلانات الصريحة، بل امتد ليشمل توظيف اللوغوهات والشعارات البصرية (kia، أليانس، extra، sheraton، davidoff،

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

la farge،fleurial...) التي تكررت بكثافة في صفحات الطبخ والفضاءات الاستهلاكية. وهو ما يعكس استراتيجية هيمنة تسعى إلى دمج الأبعاد الترويجية في صلب المواد الصحفية، بحيث تُقدّم الهوية الثقافية نفسها كأداة استهلاكية.

في المقابل، مثل الفاعلون الثقافيون والفنيون بعداً مكمّلاً للخطاب، من خلال الشخصيات الفاعلة والمصممات (Fil d'orient، Sarmana،Sissa) والفنانات (ليلى بورصالي، نسرين بورحلة...)، إلى جانب التغطيات الميدانية للفعاليات الثقافية والفنية. أما الفاعلون المؤسساتيون فقد ارتبطوا بالمطاعم والجمعيات والفنادق التي ساهمت في رعاية التظاهرات أو احتضانها، ما يعكس حضوراً ظرفياً أكثر من كونه متجذراً.

كما برزت فئة الخبراء والمختصين (أطباء، مختصو تجميل وصحة، ونفسانيون، وتغذية، ومحامون،...)، لكن مشاركتهم غالباً ما أُدرجت في إطار ترويجي أو إشهاري، مما يبرز تداخل الخطاب المهني مع البعد الاقتصادي. وبدورهم، جسّد الفاعلون الرمزيون/البصريون البعد الجمالي للهوية الثقافية عبر الصور الفوتوغرافية والرموز البصرية المرتبطة بالمرأة. أما الفاعلون الإعلاميون فقد حضروا من خلال المساهمات الخارجية والتغطيات، في حين أسهم الفاعلون المتفاعلون عبر استطلاعات الرأي والمساهمات القرائية والتفاعلات الرقمية.

الأهم أن الإدارة المالكة لم تكتف بدور الناشر، بل حضرت كفاعل محوري، موقّعةً على مواد صحفية وراعيةً لفعاليات ثقافية واجتماعية، ما يكرّس حضورها كمؤسسة ذات سلطة في إعادة إنتاج الخطاب.

هذا التداخل بين الفاعلين يعكس تعددية مراكز التأثير في صياغة الخطاب حول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، لكنه يظل محكوماً بمنطق الهيمنة كما صاغه هول في مقاربة التمثيل؛ حيث تتقاطع القوى الاقتصادية والإعلامية لفرض أجنداتها داخل النصوص والخطابات. كما أن تكرار هذه التمثيلات، وفق منظور الغرس الثقافي، يسهم في تطبيع المتلقي مع أنماط استهلاكية وتمثيلات جمالية، على حساب حضور تمثيلات نقدية أو معرفية أعمق.

◆ ويوضح نفس الجدول أنّ فئة الفاعلين في الخطاب الإعلامي النسوي بمجلة «موعد حواء» سجل 179 وحدة رصد، توزعت بشكل لافت على الفاعلين المتفاعلين الذين شكّلوا النسبة الأعلى بـ (35,75%)، وهو ما يعكس حضور الجمهور في صياغة الخطاب عبر المساهمات والشهادات والآراء المباشرة. تليهم فئة الفاعلين الثقافيين/الفنيين بنسبة (21,23%) التي مثّلت ثاني أكبر حضور، عبر الأدبيات والمبدعات والإعلاميات والحرفيات. أما الفاعلون الرمزيون/البصريون فقد برزوا بنسبة (11,17%)، ثم الفاعلون الاقتصاديون/التجارزيون

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بنسبة (10,06%). في المقابل، تراجعت باقي الفئات إلى نسب أقل: الخبراء والمختصون (8,94%)، الفاعلون المؤسساتيون/الرسميون (7,26%)، الإدارة المالكة (3,35%)، والجهات الرسمية (2,23%).

هذا التوزيع يُظهر أنّ الخطاب في «موعد حواء» اتكأ على دينامية الجمهور المتفاعل والفواعل الثقافية بالدرجة الأولى، في مقابل تراجع واضح للحضور المؤسسي والإعلاني مقارنة بـ «دزيريات».

وتكشف القراءة النوعية أن حضور الفاعلين الاقتصاديين/التجارين كان أقل صراحة مما هو عليه في «دزيريات»، حيث تجلّى بشكل ضمني عبر إدراج أسماء علامات تجارية (Mobiles، Geant، Cevital، Fleurial...) أو عبر رعاية بعض الأنشطة الاجتماعية والثقافية (كحفل العيد أو فضاءات الفنادق والمطاعم). هذا الحضور ظل محدودًا نسبيًا وأخذ طابعًا تكميليًا للخطاب أكثر من كونه مهيمًا.

أما الفاعلون الثقافيون/الفنيون فقد شكّلوا لبّ الخطاب في «موعد حواء»، إذ حضروا من خلال الأدبيات والمبدعات (خولة علالشة، سيليا خشي)، والإعلاميات (ليس الزوييري، سليمة سواكري)، إضافة إلى الحرفيات اللواتي عُرضت إبداعاتهن في حفل المرأة العالمي. هذا يعكس توجه المجلة نحو استدعاء رموز ثقافية واجتماعية قادرة على تمثيل الهوية النسوية بمستويات مختلفة: أدبية، إعلامية، فنية وحرفية.

في السياق ذاته، تجلّى حضور الفاعلين المتفاعلين بشكل بارز ومباشر، حيث منح الخطاب مساحة للقارئات وللنساء في الميدان للتعبير عن آرائهن وتجاربهن (كشهادات حول تنظيف الهيدورة أو الحفاظ على الجبة القبائلية). وهو ما يبرز انفتاح المجلة على الأصوات النسوية الشعبية والتقليدية، وبمنح الخطاب بعدًا تواصليًا حواريًا.

أما الخبراء والمختصون فقد حضروا في صورة أكثر حيادًا مما هو عليه في «دزيريات»، حيث لم يُستدعوا فقط لأغراض تسويقية بل كفاعلين في صياغة خطاب توعوي/إرشادي، لاسيما عبر الأساتذة في العلوم الإسلامية، وأخصائيي التغذية، والصحة النفسية. هذا التوجه عزّز الطابع الإرشادي والديني التعليمي للخطاب.

وبالمقابل، كان حضور الجهات الرسمية محدودًا واقتصر على بعض الأسماء في قطاعات السياحة أو الغابات أو النقابات المهنية. كما برزت الإدارة المالكة بشكل ضمني في التوقيعات أو من خلال الترويج غير المباشر للمؤسسة الإعلامية المالكة (الموعد اليومي).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

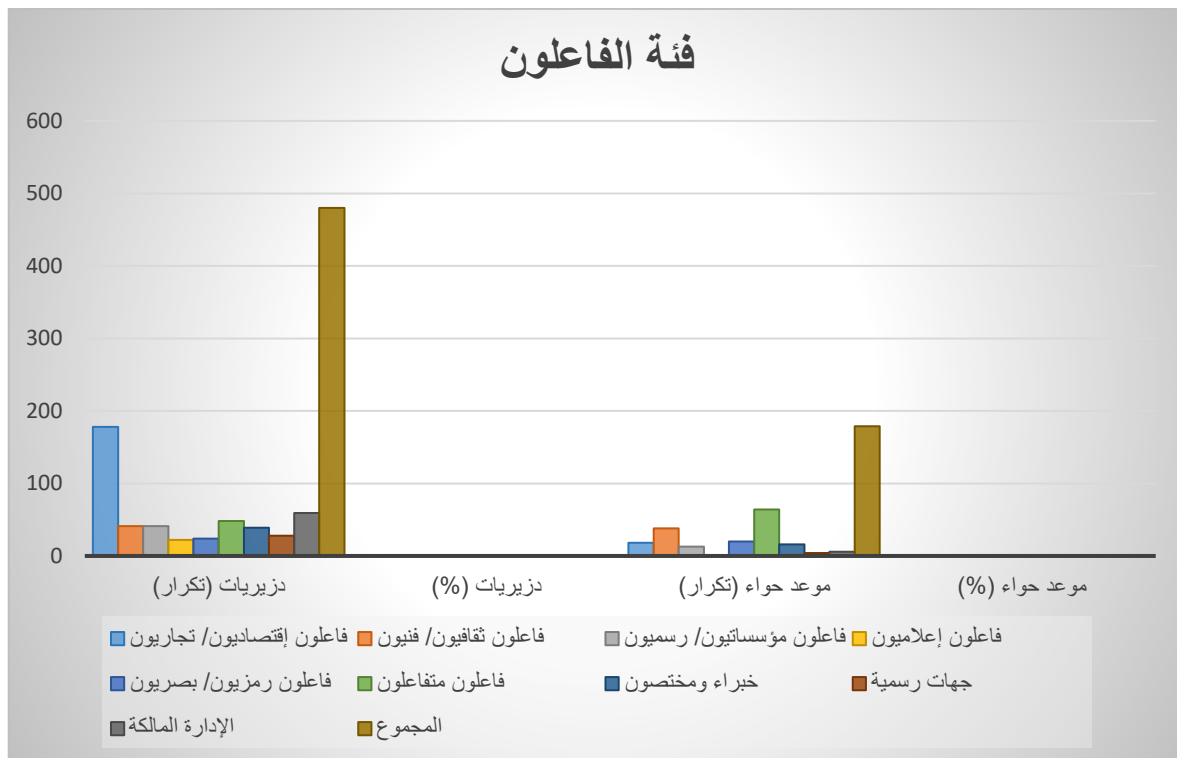
يتضح من ذلك أنّ الخطاب الإعلامي لـ «مؤعد حواء» تميز بالتركيز على دينامية التفاعل الشعبي واستدعاء الفواعل الثقافية والفكرية، أكثر من اعتماده على الفواعل الاقتصادية أو المؤسسية. وهذا يعكس اختلافًا في التوجه عن «دزيريات»، حيث تقلص الطابع الدعائي الاستهلاكي لصالح بعد اجتماعي ثقافي وتواصل، يقوم على إشراك النساء في إعادة إنتاج الهوية الثقافية عبر أصواتهن وتجاربهن المباشرة.

■ المقارنة بين المجلتين:

يكشف تحليل فئة الفاعلين في الخطاب الإعلامي النسوي لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية عن اختلاف جوهري في منطق التأطير بين المجلتين. فقد هيمنت الفئة الاقتصادية/التجارية في «دزيريات» بنسبة معتبرة (37,08%)، حيث طغت العلامات الإشهارية واللوجوهات والشعارات التجارية على المتن التحريري، وهو ما جعل الهوية الثقافية تُحتزل في بعد استهلاكي ترويجي. في المقابل، تميز خطاب «مؤعد حواء» بارتفاع حضور الفاعلين المتفاعلين (35,75%) والفاعلين الثقافيين/الفنيين (21,23%)، بما يعكس نزوعًا أكبر نحو إشراك الجمهور وإبراز الفاعلات النسويات كمبدعات ومثقفات.

هذا التباين يعكس وفق نظرية الهيمنة عند ستوارت هول اختلاف المرجعيات المهيمنة في صياغة الخطاب: فبينما تحكم رأس المال الإشهاري والسيطرة المؤسسية توجهات «دزيريات» (Hall, 1980, p 131)، فإن «مؤعد حواء» تُعيد إنتاج خطابها انطلاقًا من مرجعيات اجتماعية ثقافية، مع حضور وازن للبعد الديني والإرشادي. وتوضح نظرية تحليل الخطاب النقدي أن الخطاب الإعلامي لا يُبنى في فراغ، بل يُعاد تشكيله وفق مواقع السلطة ومصالحها المؤسسية والاقتصادية (Fairclough, 1995, p 36).

ومن منظور نظرية الغرس الثقافي، فإن التكرار الكثيف لاستدعاء الفاعلين الاقتصاديين في «دزيريات» يطبع المتلقي على أنماط استهلاكية ويغرس لديه تصورًا للهوية الثقافية كمنتج تسويقي (Gerbner 1986, p 23). أما «مؤعد حواء»، فقد كرست من خلال التكرار حضور الفاعلين الثقافيين والدينيين كمرجعيات للتوجيه القيمي والاجتماعي، ما يعزز تمثيلًا آخر للهوية مبنيا على الذاكرة الجمعية والقيم التراثية. وهنا تتجلى آليات التمثيل (Representation) التي أوضحها هول، حيث لا تُعكس الهوية في الإعلام كصورة مطابقة للواقع، بل يُعاد إنتاجها داخل قوالب رمزية وانتقائية تخدم مصالح الخطاب ذاته (Hall, 1997, p 22).



الشكل رقم (30): يوضح فئة الفاعلون في الخطاب الإعلامي النسوي

جدول رقم (42) يمثل فئة مصدر الخطاب الإعلامي في مسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة:

فئة مصدر الخطاب الإعلامي	«دزيريات» (تكرار)	«دزيريات» (%)	«مؤد حواء» (تكرار)	«مؤد حواء» (%)
طاقم التحرير الرسمي	62	62,00%	52	40,00%
طاقم تحرير غير مصرح به	11	11,00%	6	4,62%
مساهمة خارجية دائمة	5	5,00%	12	9,23%
المواضيع بلا توقيع/ بلا محرر	22	22,00%	60	46,15%
المجموع	100	100%	130	100%

تعدّ المصادر عنصراً محورياً في إنتاج الخطاب الإعلامي، إذ تحدد درجة المصداقية والشرعية التي يكتسبها النص الصحفي، كما تسهم في توجيه التمثيلات التي يرسّخها لدى الجمهور. ويشير فان دايك (van Dijk, 1997) إلى أنّ السيطرة على المصادر تمثل شكلاً من أشكال "الهيمنة المعرفية"، حيث يُعاد إنتاج المعنى من خلال انتقاء الخبراء والمؤسسات التي تُمنح حقّ الكلام. أما بورديو (Bourdieu, 1991) فيربط ذلك بما

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يسميه "الرأسمال الرمزي"، حيث تُوظف السلطة التحريرية لإضفاء شرعية على بعض الأصوات وإقصاء أخرى. انطلاقاً من ذلك، ارتأينا إدراج الأخصائيين والخبراء ضمن خانة "المصادر" باعتبارهم لا يقتصرون على تزويد الخطاب بالمعلومة، بل يشكلون فاعلين في صياغته، سواء عبر حضورهم كمرجعيات معرفية أو عبر مساهماتهم المباشرة في بناء الخطاب الإعلامي.

◆ تشير معطيات الجدول إلى أنّ إنتاج الخطاب الإعلامي في مجلة «دزيريات» ارتكز بالدرجة الأولى على طاقم التحرير الرسمي بنسبة (62%)، ما يعكس الدور المركزي للمحررين الثابتين في صياغة التمثيلات الهوياتية. في المقابل، شكّلت المواضيع غير الموقعة نسبة (22%)، وهو رقم مرتفع يكشف عن غياب الشفافية في نسبة معتبرة من المواد، وي طرح تساؤلات حول الجهة الفعلية التي تولت تحريرها. أما طاقم التحرير غير المصرح به فبلغت نسبته (11%)، في حين لم تتجاوز المساهمات الخارجية الدائمة (5%)، وهو ما يعكس حضوراً محدوداً للأصوات المستقلة مقارنة بالنواة الصلبة للمجلة.

تُظهر القراءة النوعية أنّ المجلة اعتمدت بشكل رئيسي على طاقمها التحريري الرسمي في إنتاج مواد الهوية، وهو ما منحها قدرة على ضبط مسار الخطاب ضمن رؤية مؤسسية محددة. أما المواضيع غير الموقعة، مثل يناير والتغطيات الإخبارية جميلة بوحيرد تحظى بتكريم مميز بمصر وغيرها، كما يكشف توزيع المهام داخل المجلة عن طابع "عائلي" حيث تتكرر أسماء تنتمي إلى دائرة واحدة وتشغل وظائف تحريرية وإخراجية في الوقت نفسه (مثل الجمع بين مهمة التحرير والتصوير)، أو تولي إدارة الحوارات مع الشخصيات، بما يعكس تداخل الأدوار وإعادة إنتاج نفس الرؤية. كما برزت مواضيع وقعت باسم "«دزيريات»" دون الإشارة إلى كاتب محدد، على غرار موضوع "بنت الفاميليا" الذي تناول قضايا حساسة مرتبطة بالهوية الدينية والاجتماعية. هذا الأسلوب قد يوحي بأن الخطاب يُراد له أن يُقدّم بوصفه صوتاً جماعياً للمجلة، مما يُضعف المسؤولية الفردية ويُعزز منطق الهيمنة المؤسسية. أما المساهمات الخارجية، فقد اقتصرت غالباً على أعمدة أدبية (امرأة من عطر ومن حلم) أو نصوص مستقرة، ما يجعلها أشبه بديكور يعزز التنوع أكثر من كونها أصواتاً مستقلة مؤثرة.

وبهذا، يتضح أنّ بنية التحرير في «دزيريات» ليست مجرد مسألة تنظيمية، بل تعبّر عن آلية لإعادة إنتاج خطاب الهوية وفق منظور مسيطر، حيث تحتكر الإدارة المالكة وطاقمها التحريري سلطة تمثيل المرأة الجزائرية، في حين يبقى صوت الخبير أو المساهم الخارجي هامشياً ومحدود التأثير.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

◆ وتشير معطيات الجدول الخاصة بمجلة «موعد حواء» إلى أنّ أعلى نسبة في مصادر الخطاب الإعلامي تعود إلى المواضيع غير الموقّعة بنسبة (46,15%)، وهو ما يكشف عن غياب واضح للشفافية التحريرية في عدد معتبر من المواد، خاصة الأركان الدينية (إسلاميات، فتاوى)، إلى جانب مواضيع الطبخ والأزياء وبعض الافتتاحيات مثل نسومات عيدية وعيد الأضحى. تليها مباشرة فئة الطاقم التحريري الرسمي بنسبة (40%)، ثم فئة المواضيع الموقّعة من طاقم غير مصرّح به بنسبة (4,62%)، وأخيراً المساهمات الخارجية بنسبة (9,23%). هذا التوزيع الرقمي يعكس اعتماد المجلة بدرجة كبيرة على مقالات مجهولة التوقيع، في مقابل حضور بارز لمجموعة محدودة من الأسماء التي ظهرت بتكرار، مما يجعل إنتاج الخطاب الهوياتي متمحوراً حول دائرة ضيقة من المحررين، مع مساهمة خارجية محدودة مرتبطة أساساً بالأدب والشعر.

تُظهر القراءة النوعية أنّ غياب التوقيع في قسم واسع من المواد، وخاصة الفتاوى والأركان الدينية، يطرح إشكالية المصادقية في العلاقة مع القارّات؛ إذ ورغم الاستناد إلى نصوص قرآنية وسنية واجتهادات العلماء، إلا أنّ بعض الإجابات ظهرت عامة وغير مُسندة، ما يجعل هوية المجيب غامضة. كما امتد هذا الغياب ليشمل تقارير مكانية (مثل جوهرة الساور) ومواضيع اجتماعية حساسة (زوجات تحت الإكراه، الزهريون)، مما يُضعف منسوب المسؤولية الفردية ويحوّل الخطاب إلى صوت مؤسّساتي مبهم.

في المقابل، برز الطاقم التحريري الرسمي في الافتتاحيات والريبورتاجات المرتبطة بالعادات والتقاليد، حيث تكرر توقيع اسم واحد أكثر من 22 مرة، ما يمنحه صفة "الوجه التحريري" للمجلة. كما ظهرت شخصية أخرى متخصصة في الأعمدة والمواضيع الاجتماعية ذات الطابع الديني (الملح الزوجي سر السعادة الزوجية، الاتيكيت في الدين، فرحة الخروج من القفص) بتكرار 15 مرة، ما يجعلها مصدرًا فاعلاً للخطاب إلى جانب كونها ناقلة لرؤية قيمية نمطية. إضافة إلى ذلك، وُجد اسم ثالث مسؤول عن الحوارات والتغطيات الإخبارية (8 مرات)، وهو ما يعزز فكرة أن الخطاب التحريري في المجلة يقوم فعلياً على ثلاثة أسماء أساسية.

أما الطاقم غير المصرّح به فحضر عبر توقيعات مختصرة (أ.ع، ل.ط...) خاصة في المواضيع الرمضانية (سنن وعادات، كيف تتعاملين مع الزوج العصبي، شوال...)، وهو ما يوحي بتوزيع داخلي غير مُعلن للمسؤوليات. في حين اقتصرَت المساهمات الخارجية على قسم أفلام جزائريات، حيث مثلت نصوص أدبية وشعرية (5 مرات)

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

قيماً وطنية وهوياتية قوية (احكي يا تاريخ، تحت جناحك يا جزائر، تاج إفريقيا). هذه المساهمات، وإن كانت محدودة، فقد عززت البعد الرمزي والوجداني للخطاب من خلال تمثيل المرأة الريفية والمرتبطة بروح وطنية أصيلة. يمكن القول إنّ الخطاب في «موعد حواء» يتسم بشئائية واضحة: من جهة، غياب التوقيع الذي يضعف مصداقية الخطاب في أركان مركزية كالفتاوى، ومن جهة أخرى، تركيز المسؤولية التحريرية على دائرة ضيقة من الأسماء التي أعادت إنتاج صورة الهوية الثقافية وفق مرجعيات دينية-اجتماعية محافظة. أما المساهمات الخارجية فقد منحت الخطاب نفساً وجدانياً ووطنياً، لكنها بقيت هامشية مقارنة بالثقل التحريري الداخلي.

■ المقارنة بين المجلتين

يكشف تحليل مصادر الخطاب الإعلامي في المجلتين عن اختلاف جوهري في أنماط الإسناد التحريري وتوزيع المسؤولية الخطابية. ففي حين اعتمدت «دزيريات» بدرجة كبيرة على الطاقم التحريري الرسمي (62%) مع حضور معتبر لمواضيع غير موقعة (22%)، فإن «موعد حواء» من جهتها اتسمت بهيمنة لافتة للمواد غير الموقعة (46,15%)، في مقابل نسبة أقل للطاقم الرسمي (40%). هذا التباين يعكس تبايناً في استراتيجيات الشرعية التحريرية: فـ «دزيريات» تسعى إلى إضفاء طابع مؤسسي واضح يربط الخطاب بهيكل تحريري رسمي، بينما تميل «موعد حواء» إلى تقديم خطاب مؤسسي «غامض» يخفي المسؤولية الفردية، خاصة في الأركان الحساسة كالفتاوى الدينية أو المواضيع الاجتماعية.

من الناحية النوعية، تكشف «دزيريات» عن بنية تحريرية عائلية ضيقة تُعيد إنتاج السلطة داخل الدائرة المالكة، حيث تكررت أسماء بعينها في أكثر من دور (تحرير، تصوير، إدارة حوارات). أما «موعد حواء» فقد ارتكز خطابها التحريري على ثلاثة أسماء رئيسية تتوزع بين الافتتاحيات، الأعمدة، والتغطيات الإخبارية، في حين لعبت المساهمات الخارجية (أقلام جزائريات) دوراً هامشياً لكنه رمزي في تعزيز البعد الوطني الهوياتي.

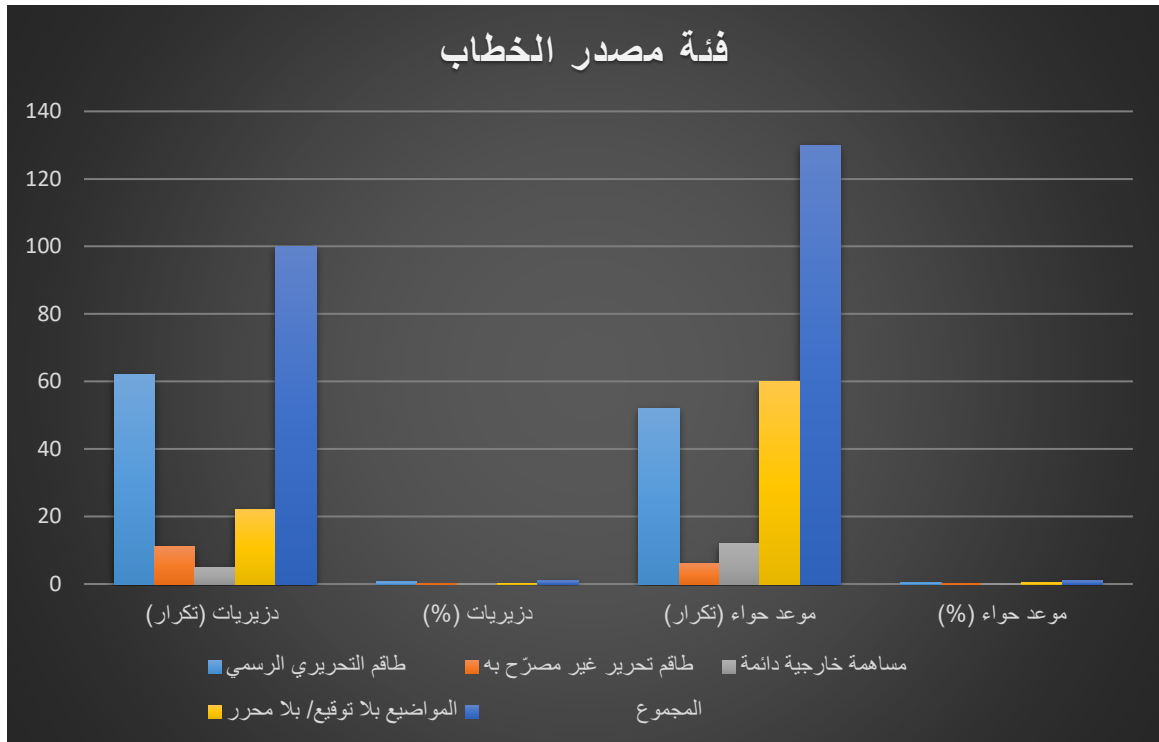
انطلاقاً من نظرية الهيمنة عند ستيوارت هول (Stuart Hall, 1980)، يمكن القول إن التحكم في مصادر الخطاب وتوزيع التوقيعات ليس أمراً تقنياً فحسب، بل يمثل آلية لإعادة إنتاج علاقات القوة. ففي «دزيريات»، يترسخ منطق الهيمنة من خلال تركّز السلطة التحريرية في يد المؤسسة المالكة التي تُشرف على صياغة الهوية عبر خطاب استهلاكي-فرانكفوني. بينما في «موعد حواء»، تتجلى الهيمنة في صورة أكثر مؤسساتية اجتماعية،

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

حيث تُصاغ الهوية من خلال خطاب يختبئ وراء «المجهولية» أو توقعات محدودة، ما يمنح المجلة سلطة أكبر في فرض رؤيتها الدينية-الاجتماعية دون مساءلة فردية.

ومن منظور تحليل القوى الفاعلة في الخطاب (van Dijk, 1993)، فإن غياب التوقيع أو تكرار أسماء محدودة يعكس اختلالاً في تمثيل التعددية الصوتية (polyphony)، مما يؤدي إلى انحياز الخطاب لمراكز قوة محددة بدل أن يكون فضاءً متعددًا. أما من زاوية فوكو (Foucault, 1971)، فإن علاقة "المعرفة والسلطة" تبدو واضحة في كون إنتاج المعرفة الهوياتية عن المرأة الجزائرية محكوم ببنية تحريرية مغلقة، حيث تُحجب الأصوات الأخرى لصالح إعادة إنتاج خطاب متحكم فيه يعكس مصالح الفاعلين المهيمنين.

إذن، ورغم اختلاف أسلوبي المجلة في توزيع التوقعات، فإن النتيجة واحدة: كلاهما يكرّس خطاباً هوياتياً مُتحكماً فيه من قبل دائرة ضيقة، ويُعيد إنتاج صورة المرأة الجزائرية وفق قوالب اختزالية (استهلاكية في «دزيريات»، دينية اجتماعية في «موعد حواء»)، مما يجعل المصادر التحريرية أداة مركزية لإعادة إنتاج الهيمنة بدل أن تكون فضاءً مفتوحاً للتعددية التعبيرية.



الشكل رقم (31): يوضح فئة مصدر الخطاب الإعلامي النسوي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

❶ يكشف تحليل البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الإعلامي النسوي أن عملية بناء التمثيلات الهوياتية للمرأة الجزائرية لم تكن محايدة أو عفوية، بل جاءت مشروطة بخيارات الفاعلين والمصادر المسيطرين على فضاء المجلة. ففي حين هيمن الفاعلون الاقتصاديون والإدارة المالكة على خطاب «دزيريات»، مما أفرز صورة استهلاكية-تجارية جعلت المرأة في موقع المتلقي المستهلك، احتلت الفاعلون الدينيون والاجتماعيون مع المصادر غير الموقعة مركز الصدارة في «موعد حواء»، فكَرَّسُوا خطاباً تقليدياً-أخلاقياً يغلب عليه الطابع التربوي والدعوي. كما أظهرت الملاحظة الكمية أن عدداً محدوداً من الأسماء والجهات تولى صناعة هذا الخطاب في كلتا المجلتين، مما عزز منطق الهيمنة (Hegemony) بالمهني الغرامشي الستيواري، حيث يُعاد إنتاج الهوية الثقافية ضمن أطر ضيقة خاضعة لمصالح وأيديولوجيات بعينها، أكثر مما تعكس التعدد والتنوع الذي يطبع واقع المرأة الجزائرية.

❷ إن استقراء جميع فئات المضمون يبين أنّ الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية لم تُعرض كمنظومة متكاملة تعكس ثراءها وتنوعها، بل أعيد إنتاجها ضمن سرديات جزئية متباينة باختلاف المجلة. ففي حين وظّفت «دزيريات» الهوية كأداة تجميلية واستهلاكية تخضع لمنطق السوق والإشهار، قدّمت «موعد حواء» الهوية في إطار ديني وقيمي يعيد إنتاج الأعراف الجماعية ويعزز التماسك الاجتماعي. ويبين هذين الخطابين، برزت انتقائية واضحة في معالجة قضايا اللغة والدين والتراث والتاريخ والقيم، ما جعل التمثيلات الهوياتية أقرب إلى صور نمطية أو فولكلورية منها إلى تمثيلات واقعية نقدية.

وعليه، فإن المضمون الإعلامي المدروس لم يتمكن من نقل الهوية بوصفها بناءً ديناميكياً متعدد الأبعاد، بل اكتفى بتثبيت جوانب محددة وفق خلفيات تحريرية وأيديولوجية، بما يرسّخ منطق الهيمنة الرمزية ويحدّ من إمكانيات إبراز الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في شموليتها وتنوعها.

المبحث الرابع: النتائج العامة للدراسة والقراءة النقدية للصحافة النسائية الجزائرية

وبناءً على ما أسفر عنه تحليل فئات الشكل والمضمون معاً، يصبح من الضروري الانتقال إلى صياغة النتائج العامة للدراسة التطبيقية التي تجمع بين أبعاد التحليل المختلفة، بما يتيح تقديم صورة تركيبية أوضح لتمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية، كما يمهد ذلك إلى قراءة نقدية شاملة لمسار هذه الصحافة، من بداياتها في فترة الأحادية الحزبي مروراً بالتعددية، وصولاً إلى ما بعد التعددية، بغرض وضع التمثيلات الراهنة في سياقها التاريخي والثقافي وتقييم مدى إسهامها في بناء خطاب هوياتي متوازن.

المطلب الأول: النتائج العامة للدراسة

أولاً: نتائج التحليل الكمي والنوعي لفئات الشكل في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»

1. محور التصميم والتخطيط

■ فئة صفحة النشر

أظهرت النتائج أن الصفحات الداخلية كانت الفضاء الأوسع لتمثيل الهوية الثقافية في المجلتين، ما يعكس تركيز الخطاب الهوياتي في المتن الداخلي أكثر من الغلاف أو الوسط. وفي المقابل، جاء توظيف الصفحة الأولى انتقائياً، إذ ارتبط غالباً بالمناسبات الوطنية أو الدينية الكبرى باعتبارها واجهة رمزية ظرفية. أما الصفحات المشتركة فقد برزت كحيز مخصص لتجسيد العادات والاحتفالات ذات الطابع الجماعي، في حين تراجع حضور صفحة الوسط، وحافظت الصفحة الأخيرة على طابع تكميلي حُصص للأبعاد الجمالية أو الدعائية.

■ فئة مساحة النشر:

كشفت النتائج عن اختلاف في توظيف المساحات بين المجلتين؛ حيث خصصت «دزيريات» مساحات موسّعة من صفحات كاملة وملفات مطوّلة لإبراز عناصر الهوية، غير أن المعالجة اتسمت في الغالب بالطابع الجمالي والسطحي. في المقابل، اعتمدت «موعد حواء» على مساحات أصغر (ربع أو نصف صفحة) لكنها موزعة بشكل متكرر ضمن مواد خدمتية ويومية، وهو ما يعكس تبايناً في الاستراتيجية بين المجلة الأولى التي راهنت على الكمّ والامتداد البصري، والثانية التي فضّلت التوزيع الوظيفي والانتشار التدريجي داخل المتن التحريري.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ويبين هذا التباين أن حضور الهوية الثقافية في «دزيريات» غالبًا ما قُدم في صورة احتفالية-استعراضية، بينما ظهر في «موعد حواء» كجزء من المعيش اليومي والتوجيه الاجتماعي، ما يعكس اختلاف المنظور في تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.

■ فئة تنظيم المحتوى:

أظهرت النتائج أن «دزيريات» تميل إلى إبراز عناصر الهوية الثقافية من خلال تمركزها في وسط الصفحة، بما يضمن لها الجذب البصري وإضفاء طابع استعراضي على المادة المنشورة. في المقابل، اعتمدت «موعد حواء» أسلوب توزيع أفقي للمحتوى (يمين-وسط-يسار الصفحة) يمنح المواضيع الهوياتية بُعدًا وحدويًا متكاملًا، خاصة في ما يتعلق بالعادات والتقاليد والاحتفالات الوطنية والدينية. ويكشف هذا التباين أن «دزيريات» تركز على إبراز الهوية في صورة لافتة للنظر ومكثفة بصريًا، بينما تتعامل «موعد حواء» مع الهوية كجزء من وحدة متكاملة داخل النسق التحريري، ما يمنحها طابعًا أكثر انسجامًا مع الخطاب الاجتماعي-التوثيقي.

■ النتيجة العامة لحوار التصميم والتخطيط في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»

أظهر تحليل فئات صفحة النشر، مساحة النشر، وتنظيم المحتوى في الصفحة أن المجلتين («دزيريات» و«موعد حواء») اعتمدتا استراتيجيات إخراج بصري وتنظيمي مختلفة في التعامل مع موضوعات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. ففي «دزيريات»، برز حضور الهوية في الصفحات الداخلية أو عبر الصفحات الكاملة والوسطية للصفحة، لكن ذلك جاء غالبًا بطابع جمالي-سطحي يركز على عنصر الإبهار البصري أكثر من التعمق التحليلي. في المقابل، اعتمدت «موعد حواء» أسلوبًا أكثر ازدحامًا يقوم على تقسيم الصفحة إلى وحدات صغيرة، ما يعكس توجهًا خدماتيًا يُجزئ الهوية ضمن مواد ثانوية ومرافقة.

هذا التوزيع البصري يتيح قراءته في ضوء ثلاث أطر نظرية:

الغرس الثقافي (Gerbner): التكرار الكمي لعناصر الهوية حتى وإن اتسم بالسطحية يسهم في تعزيز حضورها الرمزي في وعي القارئ على المدى الطويل.

المهيمنة (Hall): طبيعة التوزيع (السطحي في «دزيريات»، أو التجزيئي في «موعد حواء») تعكس خضوع الخطاب لقيم مهيمنة، حيث تُستبدل الأبعاد الثقافية العميقة بقيم استهلاكية وخدماتية مرتبطة بالموضة والجمال.

التمثيل (Hall): أسلوب الإخراج البصري لا يعكس الهوية كما هي، بل يُعيد تشكيلها وتمثيلها وفق أولويات تحريرية: إمّا عبر التضخيم الجمالي المجرد («دزيريات») أو من خلال الإدماج التجزيئي الوظيفي («موعد حواء»). وعليه، يكشف محور "التصميم والتخطيط" عن الدور الحاسم للمعالجة الشكلية في إعادة إنتاج خطاب الهوية الثقافية النسوية، إما من خلال التضخيم البصري الذي يضيف عليها بعداً جمالياً استعراضياً، أو من خلال التوظيف التجزيئي الذي يضعف من مركزيتها داخل الخطاب الإعلامي.

2. محور التوجيه البصري الرمزي

■ فئة العناوين حسب الشكل

يتضح من خلال المقارنة أنّ مجلة «دزيريات» منحت الهوية الثقافية مساحة بصرية بارزة عبر العناوين الممتدة والعريضة التي حظيت بتمييز واضح في الحجم واللون والإخراج، ما يعكس استراتيجية إخراجية تقوم على فرض الهيمنة البصرية وإبراز الهوية في موقع مركزي داخل الصفحة. غير أنّ هذه المركزية ظلت مرتبطة بالبعد الجمالي الاستعراضي (الأزياء، المناسبات) أكثر من كونها معالجة جوهرية للهوية.

في المقابل، اعتمدت «موعد حواء» على عناوين أكثر تنوعاً وتوزيعاً داخل الصفحة، أقرب إلى أسلوب الصحافة الإخبارية، حيث جاءت قصيرة ومجزأة ومرافقة لمواضيع متعددة (الطبخ، الفتاوى، العادات). هذا التوجه جعل الهوية الثقافية تظهر ضمن خطاب متشعب يخدم مقارنة تمثيلية تقوم على إدماج الهوية في سياقات متنوعة، بدل إبرازها في شكل موحد ومهيمن.

● الخلاصة: تعكس استراتيجيتنا المجلتين اختلافاً في تمثيل الهوية عبر العناوين: «دزيريات» تسعى إلى الهيمنة البصرية عبر التضخيم الجمالي، بينما «موعد حواء» تعتمد على التجزئة البصرية التي تجعل الهوية جزءاً من نسيج موضوعات متعددة دون أن تتحول إلى أولوية تحريرية مستقلة.

■ فئة العناوين حسب المضمون

تكشف نتائج تحليل مضمون العناوين عن اختلاف في الوظيفة التحريرية بين المجلتين: ففي مجلة «دزيريات» اتخذ العنوان الوصفي طابعاً وجدائياً وجمالياً، حيث وظّف الرموز الثقافية بطريقة احتفالية تمنحها قيمة دلالية تتجاوز الطابع الإخباري المباشر. وهذا ينسجم مع نظرية التمثيل عند ستوارت هول، إذ يُعاد بناء الهوية ضمن خطاب إعلامي يضيف على الرموز الثقافية أبعاداً رمزية وجمالية أكثر من كونها وقائع يومية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أما في «موعد حواء»، فجاء العنوان الوصفي بطابع خبري-واقعي-يومي، يقدم العادات والتقاليد الشعبية بوصفها ممارسات مألوفة ومتكررة، وهو ما يتقاطع مع نظرية الغرس الثقافي عند جربنر، حيث يُعاد تثبيت الهوية عبر التكرار والتطبيع مع الممارسات اليومية. كما تكشف هيمنة الأسلوب التقريري/الإخباري في «موعد حواء» عن بعد من أبعاد الهيمنة، من خلال إعادة إنتاج أنماط التمثيل في صيغة سردية مباشرة تُوجّه المتلقي نحو قراءة محددة للواقع الاجتماعي والثقافي، بعيداً عن المساحات الوجدانية المفتوحة.

■ فئة العنوان حسب الحمولة الدلالية

يتضح أنّ الدلالة الهوياتية التقليدية تصدرت في مجلة «دزيريات» بنسبة مرتفعة (42,86%)، ما يعكس هيمنة البعد التراثي/احتفالي في خطاب العناوين، عبر استدعاء رموز مركزية مثل اللباس التقليدي، الطبخ، والأعراس. هذا التوظيف يعكس مقاربة التمثيل عند هول، حيث تُعاد صياغة الهوية الثقافية في قوالب جمالية محافظة، تقدم التراث كجوهر ثابت للانتماء.

في المقابل، لم تتجاوز الدلالة التقليدية في «موعد حواء» (20,22%)، لصالح حضور أوسع للدلالات التمجيدية والوجدانية (16,85%)، وكذا للدلالات النقدية-الاحتجاجية (6,74%). وهو ما يشير إلى اختلاف في الاستراتيجية التحريرية، حيث منحت «موعد حواء» مساحة أكبر لتكريم الرموز الوطنية والتعبير عن قيم وجدانية مرتبطة بالذاكرة التحريرية، إلى جانب توظيف النقد الاجتماعي كأداة مساءلة للواقع. هذا التوجه ينسجم مع نظرية الغرس الثقافي من جهة، عبر تكرار الرموز الوطنية كعنصر هوياتي متجدد، ومع نظرية الهيمنة من جهة أخرى، عبر إبراز التناقض بين الطابع المحافظ للممارسات اليومية والانفتاح النقدي على قيم جديدة أو ممارسات دخيلة.

● النتيجة الجامعة لفئة العناوين

تكشف النتائج الخاصة بفئة العناوين عن اختلاف واضح في توظيفها داخل المجلتين. فقد أظهرت «دزيريات» حضوراً بارزاً للعناوين الوصفية-الوجدانية المشحونة بدلالات هوياتية تقليدية مرتبطة باللباس والمطبخ والاحتفالات الشعبية، حيث جرى إبرازها عبر أشكال بصرية ممتدة وعريضة ومزخرفة تمنحها هيمنة شكلية واضحة، وهو ما يعكس توجه المجلة نحو تثبيت الرموز التقليدية للهوية الجزائرية في إطار جمالي واحتفالي أكثر منه نقدي أو عصري. في المقابل، اعتمدت «موعد حواء» على عناوين أقرب إلى الطابع الخبري-الخدمي، مع ميل

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

إلى إبراز المواضيع الدينية والقيمية والاجتماعية، وهو ما منح صفحاتها شكلاً أكثر اكتظاظاً وأقرب إلى الصحافة الإخبارية اليومية. كما برزت فيها عناوين احتفائية مرتبطة بالأعياد الوطنية والدينية، إلى جانب بعض العناوين النقدية والاجتماعية التي فتحت مجاًلاً لنقاشات قيمية حول المرأة والهوية. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن العناوين في «دزيريات» أسهمت أساساً في إعادة إنتاج التمثيلات التقليدية عبر الطابع الوجداني/ الاحتفالي، بينما جنحت «موعد حواء» إلى المزج بين البعد الخبري-الخدمي والبعد الديني-القيمي، مما يجعلها أكثر التصاقاً بالبعد التداولي اليومي. ومن منظور الأطر النظرية، تعكس هذه النتائج دور الغرس الثقافي في تكريس صور نمطية للهوية عبر التكرار المستمر للعناصر التقليدية، كما تكشف عن مظاهر الهيمنة الثقافية من خلال طغيان الخطاب الترفيهي/الخدمي أو الديني المعياري على حساب النقاش النقدي، في حين يبرز التمثيل الثقافي عند هول في تعدد صور المرأة الجزائرية بين الجمالي-التقليدي، والديني-القيمي، والوطني/الاحتفائي.

■ فئة التصنيف العام للصور

تكشف نتائج تحليل الصور في المجلتين عن قصور واضح في استثمار هذا المكوّن البصري كأداة لترسيخ الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فقد انزلت «دزيريات» نحو توظيف الصور في بعدها الجمالي-الاستعراضي، مما جعلها أقرب إلى التزيين البصري منها إلى التعبير عن العمق الهوياتي، بينما اتسمت «موعد حواء» بتوزيع الصور في مساحات متجزئة وضعيفة التركيز، ما أفسح المجال لهيمنة الصور غير الهوياتية ذات الطابع الاستهلاكي واليومي. ويشير ذلك من منظور الغرس الثقافي إلى عملية إضعاف تدريجي لرموز الانتماء المحلي، حيث يُستبدل الحضور المتكرر للرموز الوطنية بصور عابرة للموضة والاستهلاك. أما من منظور التمثيل (هول)، فإن غياب صورة متكاملة ومتوازنة للمرأة الجزائرية أسهم في إعادة إنتاج تمثيلات مبتورة أو مشوهة، لا تعكس الثراء الحقيقي للهوية الثقافية النسوية.

تؤكد هذه النتائج أن الصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي تمثل النسبة الطاغية في كلتا المجلتين، بما يكرس نزوعهما نحو السوق والعملة البصرية أكثر من تكريس الهوية الثقافية الجزائرية. ومع أن «دزيريات» و«موعد حواء» تختلفان في أسلوب التمثيل (الأولى تجارية تسويقية، والثانية هجينية رومانسية/غريبة)، إلا أن النتيجة النهائية واحدة: تغييب الهوية البصرية الأصيلة وتقديم صورة للمرأة الجزائرية في إطار استهلاكي وعالموي بعيد عن الواقع المحلي.

■ فئة الصور حسب النوع:

أظهرت نتائج التحليل أن الطابع الموضوعي للصور تصدر في كلتا المجلتين، حيث استخدم في «دزيريات» عبر إنتاج فوتوغرافي داخلي يغطي الفعاليات الثقافية ويبرز عناصر الهوية، بينما اعتمدت «موعد حواء» بشكل أكبر على الصور الجاهزة المستوردة من الإنترنت. هذا التباين يكشف عن اختلاف في استثمار الصورة: الأولى تمنحها بعداً إنتاجياً محلياً، والثانية تلجأ إلى بدائل تقلل من حضور الخصوصية الثقافية للمرأة الجزائرية.

■ الصور حسب المضمون:

أظهر تحليل مضمون الصور أن الهوية الثقافية اختزلت في تمثيلات فولكلورية ومناسباتية. فقد ركزت «دزيريات» على الرموز التقليدية (اللباس، الأعراس)، بينما ركزت «موعد حواء» على التراث المادي والغذائي والمكاني. غاب بذلك التمثيل الواقعي لأنماط عيش المرأة اليومية، ما جعل الصور تندرج في إطار إعادة إنتاج تمثيلات سطحية ونمطية، تتماشى مع منطق الغرس الثقافي الذي يعيد تكريس تصورات جزئية عن الهوية.

■ فئة الصور حسب الحمولة الدلالية:

يتضح أن الصور في المجلتين أعادت إنتاج هوية تقليدية فولكلورية أكثر من تقديم صورة معاصرة ديناميكية للمرأة الجزائرية. ففي «دزيريات» هيمنت الصور ذات الطابع الجمالي / الترويجي (الأزياء والرموز التقليدية)، بينما طغت في «موعد حواء» الصور ذات البعد الغذائي / المنزلي (الطبخ والعادات الأسرية). ورغم محاولات محدودة لإبراز المرأة كفاعل اجتماعي، فإن الصورة النمطية بقيت مهيمنة.

● النتيجة الجامعة لفئة الصور

تكشف النتائج أن الصور في المجلتين لم تُمنح مكانة مركزية في بناء الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فقد ركزت «دزيريات» على الطابع الجمالي-الترويجي من خلال إبراز الأزياء والرموز التقليدية في قوالب فولكلورية احتفالية، بينما مالت «موعد حواء» إلى توظيف الصور الموضوعية والخدمات المرتبطة بالطبخ والعادات الأسرية، مع اعتماد متكرر على صور جاهزة أو مستوردة لا تعكس الخصوصية المحلية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

إلى جانب ذلك، شكّلت الصور الخارجة عن التصنيف الهوياتي الحضور الأوسع في كلا المجلّتين، ما يعكس نزوعاً نحو العولمة البصرية والتمثيلات الاستهلاكية على حساب إبراز الهوية الأصيلة. وبذلك، أعادت الصور إنتاج تمثيلات نمطية تقليدية للمرأة الجزائرية (الجمال، المطبخ، المناسبات) بدل تقديم صورة ديناميكية ومعاصرة، وهو ما ينسجم مع منطق الغرس الثقافي الذي يرسّخ الصور المتكررة، ومع مقارنة الهيمنة التي تضع المرأة في فضاءات محدودة، ومع مقارنة التمثيل التي توضّح كيف تُبنى الهوية بصرياً أكثر مما تُعكس واقعياً

■ فئة الألوان حسب مواضع توظيفها ودلالاتها

تكشف النتائج أن الألوان في المجلّتين لم تُوظف بوصفها عنصراً جمالياً محايداً، بل كآلية رمزية لإعادة إنتاج الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. ففي «موعد حواء» برز اللون الأخضر باعتباره رمزاً دينياً ووطنياً، بينما في «دزيريات» هيمن اللون الأصفر كدلالة على البعد الأمازيغي الأصيل. هذا التكرار لا يُقرأ كخيار تقني بل كفعل من أفعال الغرس الثقافي (جربنر، 1976) الذي يجعل الدلالات البصرية جزءاً من الوعي الجمعي.

كما ينسجم ذلك مع نظرية التمثيل عند ستيوارت هول (1997) التي ترى أن الرموز البصرية – ومنها الألوان – لا تعكس الواقع كما هو، بل تُبنى داخل منظومات ثقافية لإنتاج المعنى. وبذلك تصبح الألوان أداة لتمثيل الهوية النسوية الجزائرية وترسيخ صورها في المخيال الاجتماعي، سواء عبر الرمزية الوطنية–الدينية (الأخضر) أو عبر الاستدعاء التراثي–الأمازيغي (الأصفر).

● النتيجة الجامعة لمحور التوجيه البصري الرمزي (العناوين، الصور، الألوان):

يكشف تحليل التوجيه البصري الرمزي في مجلّتي «دزيريات» و«موعد حواء» أن الخطاب اعتمد بالدرجة الأولى على العناوين الوصفية ذات البعد الهوياتي، مع حضور أقل للعناوين الخبرية والنقدية. أما الصور فقد غلب عليها الطابع الاحتفالي والفولكلوري، مركزة على الأزياء والطبخ والطقوس، مقابل تراجع الصور التي تجسد أنماط العيش اليومية أو المهن التقليدية، في حين طغت الصور غير الهويةية ذات البعد التجاري والتسويقي. أما الألوان، فقد جاءت محمّلة بدلالات رمزية متكررة (الأخضر كرمز ديني–وطني، والأصفر كرمز أمازيغي–ثقافي)، وهو ما يعكس آلية الغرس الثقافي التي تعمل عبر التكرار على ترسيخ قيم بعينها في الوعي الجمعي.

من منظور نظرية الهيمنة، يُظهر هذا التوزيع أن الخطاب البصري أعاد إنتاج قيم استهلاكية أو احتفالية على حساب العمق الثقافي والاجتماعي، ما يكرّس أولوية الجمالي والترويجي على حساب التمثيل الواقعي للمرأة. أما

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وفق مقارنة ستيوارت هول في التمثيل، فإن العناوين والصور والألوان لم تعكس الواقع كما هو، بل أعادت صياغته في قوالب بصرية انتقائية؛ «دزيريات» قدّمت هوية تزيينية-جمالية، بينما «موعد حواء» مزجت بين الديني-القيمي واليومي-الخدمي.

وعليه، فإن هذا المحور يؤكد أن الخطاب البصري في المجلتين أسهم في تكريس صورة نمطية للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، تقوم على الاحتفاء بالرموز التقليدية والانفتاح المحدود على الحداثة، ضمن تمثيل جزئي يعكس أولويات تحريرية أكثر مما يعكس ثراء الواقع الاجتماعي والثقافي للمرأة الجزائرية.

3. محور شكل ظهور المادة الصحفية:

■ فئة التركيز البصري:

أظهرت نتائج تحليل التركيز البصري أن المجلتين اعتمدتا بشكل واضح على الصورة كوسيط محوري في تمثيل الهوية الثقافية، غير أن زاوية التوظيف اختلفت بينهما. فقد ركزت «دزيريات» على البعد الفردي-الجمالي للهوية، من خلال إبراز الأزياء التقليدية والرموز التراثية بوصفها علامات بصرية للأثوية والتميّز. في المقابل، ارتبط تركيز «موعد حواء» بالفضاءات المكانية والمعالم التاريخية، حيث قدّمت الهوية عبر صور أماكن وطقوس جماعية تحيل إلى الانتماء الجمعي.

ورغم هذا التباين، تتقاطع المجلتان في سطحية التوظيف البصري، إذ طغى البعد الاحتفالي والتزييني على معالجة الصور، فيما تراجع البعد التوثيقي أو التحليلي القادر على تقديم قراءة أعمق للهوية الثقافية النسوية.

■ فئة القوالب الصحفية

أظهر تحليل القوالب الصحفية في المجلتين أن التركيز انصبّ على القوالب الوصفية والخدمية (مثل الريبورتاجات، التقارير، والموضوعات المكتملة)، بينما تراجع حضور القوالب التحليلية أو الاستقصائية القادرة على تقديم معالجة معمّقة للهوية الثقافية. هذا التوجه جعل الهوية تُقدّم في صور نمطية ومجزأة، أكثر من كونها قراءة شاملة ومعمّقة لواقع المرأة الجزائرية.

ويمكن تفسير ذلك وفق مفهوم التمثيل عند ستيوارت هول، حيث إن القوالب المعتمدة لا تعكس الواقع كما هو، بل تعيد بناءه داخل أنظمة دلالية تخضع لأولويات تحريرية سائدة. كما ينسجم هذا مع نظرية الغرس الثقافي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

عند جربنر، إذ إن التكرار المستمر لهذه القوالب الوصفية والخدمانية يُسهم في ترسيخ تمثلات ثابتة للمرأة الجزائرية في المخيال الاجتماعي، ويجول دون إبراز تنوعها وثنائها الواقعي.

● النتيجة الجامعة لحوار شكل ظهور المادة الصحفية

أظهر تحليل شكل ظهور المادة الصحفية في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» أن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية تمثلت أساسًا من خلال الصورة والقوالب الوصفية والخدمانية، أكثر من اعتمادها على التحليل النقدي أو الاستقصاء. فقد ركزت «دزيريات» على الصور الفردية والجمالية (الأزياء والرموز التراثية)، بينما ربطت «موعد حواء» الهوية بالفضاءات المكانية والمعالم التاريخية. غير أن القاسم المشترك بينهما هو السطحية في التوظيف البصري والاعتماد على قوالب تركز خطابًا احتفاليًا وتجزئيًا للهوية، بعيدًا عن العمق التحليلي.

ومن منظور نظري، يعكس هذا التوجه آلية التمثيل عند هول من خلال إعادة صياغة الواقع في قوالب جاهزة تعكس أنظمة المعنى السائدة، كما ينسجم مع مفهوم الغرس الثقافي لدى جربنر، حيث يؤدي التكرار المستمر للصور والأنماط الوصفية إلى تثبيت تصورات نمطية عن المرأة الجزائرية في المخيال الجمعي

● النتيجة العامة للبعد الشكلي

تكشف نتائج تحليل البعد الشكلي في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» أن الشكل لم يكن مجرد وعاء محايد للخطاب، بل أداة فاعلة في إعادة إنتاج الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. فقد أظهر محور التصميم والتخطيط أن الصفحات الداخلية والمساحات الكاملة استُخدمت كفضاء رئيسي للهوية في «دزيريات» بطابع جمالي-سطحي، بينما لجأت «موعد حواء» إلى توزيع الهوية في وحدات صغيرة ذات طابع خدماني-يومي. أما التوجيه البصري الرمزي فقد اعتمد على العناوين والصور والألوان لترسيخ رموز تقليدية واحتفالية، مع حضور بارز للصور غير الهويةانية ذات الطابع التجاري، بما يعكس هيمنة المنطق الاستهلاكي. وفي شكل ظهور المادة الصحفية، برزت الصور والقوالب الوصفية كأدوات رئيسية في تمثيل الهوية، لكنها قدمتها في صور نمطية مجزأة أكثر من معالجات معمقة. وعليه، يمكن القول إن البعد الشكلي في المجلتين عمل على تكريس هوية ثقافية انتقائية ونمطية، حيث غلبت الرموز الجمالية والاحتفالية على حساب التمثيل الواقعي والمعمق للمرأة الجزائرية. وهو ما ينسجم مع نظرية الغرس الثقافي في ترسيخ صور متكررة عبر التكرار، ويعكس آليات الهيمنة الرمزية التي توجه الوعي نحو

استهلاك الهوية أكثر من مساءلتها، في حين تبرز نظرية التمثيل لهول لتوضح أن الهوية هنا لا تُقدّم كما هي، بل تُعاد صياغتها وفق أولويات تحريرية تخضع لمنطق السوق والإيديولوجيا.

ثانياً: نتائج التحليل الكمي والنوعي لفئات المضمون

1. محور مضامين الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية المطروحة في الخطاب الاعلامي النسوي بعينة الدراسة

■ فئة المواضيع (التصنيف العام):

يكشف تحليل المضمون أن قضايا الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية لم تشكّل محوراً مركزياً في الخطاب الإعلامي النسوي، بل جاءت في موقع هامشي مقارنة بالموضوعات غير الهويةية. فقد انحصرت معالجة «دزيريات» في تسليع الهوية عبر ربطها بالاستهلاك والإشهار، في حين قدّمت «موعد حواء» الهوية في قالب إرشادي-وظيفي ذي طابع سطحي ومجزأ. هذا التوجه يعبر عن قصور الصحافة النسائية المدروسة عن أداء وظيفة ثقافية نقدية حقيقية، ويؤكد خضوعها لمنطق الهيمنة (Hall) حيث يُعاد إنتاج الهوية بما يخدم أولويات تجارية أو خدمانية، أكثر من كونه تعبيراً عن عمق الهوية الأصيلة. كما يتقاطع مع نظرية الغرس الثقافي (Gerbner) من خلال تكرار أنماط نمطية ومحدودة تعيد تكريس صورة مجتزأة للمرأة الجزائرية في الوعي الجمعي.

■ فئة مسائل الهوية الثقافية:

تكشف المقارنة بين مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» أنّ كلاهما أعاد تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية ضمن قوالب محدودة، لكنها تختلف في مرجعيتها. فقد وظّفت «دزيريات» الهوية كعملة رمزية مزدوجة: وجه للتشابه يعكس الانتماء المحلي عبر استدعاء التراث والعادات، ووجه للاختلاف يؤسس العلاقة مع الآخر عبر إدماجها في سياق استهلاكي وتسويقي يخاطب السوق وثقافة الترفيه. أما «موعد حواء» فقد قدمت الهوية ضمن ما يمكن تسميته بـ شفرة جماعية، تستحضر المرجعية الدينية والطقوس الجماعية باعتبارها إطاراً موحدًا يُعيد إنتاج الانتماء المشترك ويغرسه في الوعي الجمعي.

وعليه، فإن الخطاب الإعلامي في المجلتين لم ينتج صورة شاملة أو مركّبة للهوية الثقافية، بل أعاد صياغتها وفق قوالب انتقائية (عملة مزدوجة/شفرة جماعية)، وهو ما ينسجم مع نظرية التمثيل عند هول، حيث تُبنى الهوية عبر

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أنظمة دلالية تختلف باختلاف المرجعية المهيمنة، ومع نظرية الغرس الثقافي التي توضّح كيف يسهم التكرار في تثبيت هذه التمثيلات الجزئية في الوعي الاجتماعي.

■ فئة المسائل اللغوية

تُظهر نتائج المسائل اللغوية أن اللغة لم تُوظّف كوسيلة تواصل محايدة، بل كأداة لإنتاج تمثيلات مختلفة للهوية الثقافية. ركزت «دزيريات» على التهجين اللغوي من خلال حضور الفرنسية كلغة ترويجية وتجارية، وهو ما جعلها تعكس هوية ديناميكية متحركة لكنها هشة أمام الاستهلاك والانصهار. في المقابل، منحت «موعد حواء» مكانة أكبر للتنوع الشعبي والأمازيغي بوصفه بُعدًا ستاتيكيًا يحافظ على الذاكرة الجمعية ويعزز الانتماء للخصوصية المحلية. وبهذا يتضح أن اللغة في كلا المجلّتين لم تكن اختيارًا بريئًا، بل ممارسة رمزية تسهم في إعادة تشكيل الهوية النسوية الجزائرية بين منطق السوق ومنطق التأصيل.

■ المسائل الدينية

تؤكد نتائج تحليل المسائل الدينية أن حضور الدين في المجلّات النسائية لم يكن موحدًا، بل مثّل رهانًا تحريريًا يعكس خلفيات إيديولوجية متباينة. فقد جعلت «موعد حواء» من الدين أداة غرس ثقافي تعيد من خلالها بناء البنية الاجتماعية وترسيخ هوية جماعية مشتركة، من خلال الأعمدة القارة والفتاوى والمناسبات الدينية التي تمنح القارئة لغة رمزية موحدة تعزز إحساسها بالانتماء.

في المقابل، وظّفت «دزيريات» الدين في إطار جمالي-انتقائي، مع تغييب شبه تام لبعض المناسبات الكبرى (مثل عيد الأضحى)، ما يحوّل الدين من حامل للهوية إلى عنصر زخرفي معزول يخضع لهيمنة خلفية حدائية-فرانكفونية. وبذلك، تكشف هذه النتيجة عن اتجاهين متناقضين: الأول يُعيد إنتاج الدين كأداة تمثيل جماعي للهوية («موعد حواء»)، والثاني يختزل الدين في بعد فردي سطحي («دزيريات»)، وهو ما يوضح دور الإعلام النسوي في إما ترسيخ الانتماء أو المساهمة في تهميشه.

■ فئة الرموز الثقافية التقليدية

أظهر تحليل الرموز الثقافية التقليدية أن مجلة «دزيريات» أعادت إنتاج الهوية في إطار أقرب إلى الهوية الجماهيرية كما يطرحها هول، حيث تحوّلت الرموز التراثية (اللباس، الطبخ، الطقوس) إلى تمثيلات مصطنعة خاضعة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

لمقتضيات السوق والعرض والطلب، تُعاد صياغتها في قوالب جمالية—استعراضية تركز منطلق الاستهلاك وتفرغ الرموز من عمقها التاريخي. في المقابل، تبنت «موعد حواء» مقاربة توثيقية—معرفية للرموز نفسها، إذ وظفتها كأنساق رمزية لإعادة تزيخ الهوية من خلال إبراز المعالم والعادات والممارسات التي تؤكد التمايز الثقافي وتدعم وحدة الجماعة الداخلية. وبذلك تعكس «دزيريات» خطابًا هوياتيًا مصطنعًا يخدم السوق، فيما تعكس «موعد حواء» خطابًا تأصيليًا يمنح الرموز أبعادًا تاريخية وجماعية.

■ فئة المسائل التاريخية

أظهر تحليل المسائل التاريخية اختلافًا جوهريًا بين المجلتيْن في توظيف الماضي كأداة للخطاب الهوياتي. ففي «موعد حواء»، حظيت الشخصيات النسوية الثورية والأحداث الوطنية بمكانة مركزية، حيث قُدمت في إطار وجداني—تعبوي يعزز الانتماء الجماعي ويجعل التاريخ أداة لإعادة إنتاج البنية الاجتماعية. أما «دزيريات» فاكثفت بتمثيل رمزي محدود للإرث المعماري والحضاري، منزوعة من بعدها الوطني أو النقدي، ما جعل التوظيف أقرب إلى الطابع الجمالي—الاستهلاكي منه إلى التوثيق أو التأصيل.

من منظور نظري، تنسجم هذه النتائج مع ما ذهب إليه ستيوارت هول (1997) من أن الهوية ليست جوهراً ثابتاً، بل بناء سردي تاريخي يتشكل باستمرار عبر الخطابات والتمثيلات. فالتاريخ في الخطاب الإعلامي ليس مجرد وقائع ماضية، بل مادة رمزية يعاد تشكيلها لتحديد علاقة المرأة بذاتها وبمجتمعها.

وعليه، يمكن القول إن «موعد حواء» أعادت إنتاج "سردية وطنية مشتركة" تجعل من التاريخ أداة للتأصيل والخصوصية، بينما أعادت «دزيريات» صياغته في شكل "سردية استهلاكية—جمالية" تربط التراث بمنطق السوق والعرض والطلب. وهو ما يعكس تبايناً بين خطاب يرسخ الذاكرة الجمعية وخطاب يحوّل التاريخ إلى رمز سطحي منزوع العمق.

■ فئة التمثيلات القيمية في مسائل الهوية الثقافية

أظهرت دراسة التمثيلات القيمية أن مجلة «موعد حواء» ركزت على قيم الأسرة، العادات، التقاليد، والأعراف الدينية بوصفها رأسماً رمزياً يشكل مورداً اجتماعياً موجّهاً لتعزيز الانتماء والتماسك الجماعي للمرأة الجزائرية، بما يمنح خطابها وظيفة تأصيلية—مجتمعية. في المقابل، قامت مجلة «دزيريات» بتحويل الوجه العملي للهوية الثقافية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

إلى مرجعيات رمزية استهلاكية، حيث طغت قيم الجمال والأنوثة والاحتفالية، مقرونة بقيم هجينة مستوردة تخضع لمنطق السوق.

ويكشف هذا التباين أن القيم في كلا الخطابين لم تكن مجرد معطيات ثانوية، بل أدوات لإعادة إنتاج الهوية: الأولى باعتبارها أداة دمج اجتماعي قائم على الأعراف الجماعية، والثانية كآلية استهلاكية تنتج هوية جماهيرية مصطنعة وفق متطلبات العرض والطلب. ومن منظور الغرس الثقافي، فإن التكرار المستمر لهذه القيم يرسّخ تماثلات متباينة للمرأة الجزائرية بين موقعها كفاعل اجتماعي ملتزم أو كأيقونة جمالية-تسويقية.

● النتيجة العامة لمحور مضامين الهوية الثقافية:

تكشف نتائج تحليل المضامين أن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية لم تُقدّم في الخطاب الإعلامي المدروس ككيان شامل ومعقد، بل أعيد إنتاجها في صور جزئية ومجزأة تخضع لرهانات أيديولوجية وتحريرية متباينة. فقد مالت «دزيريات» إلى بناء هوية جماهيرية استهلاكية قائمة على الرموز الجمالية والاحتفالية والفرانكفونية، بينما ركزت «موعد حواء» على خطاب قيمي-ديني يرسّخ الانتماء للجماعة ويعيد إنتاج الأعراف الاجتماعية. وبين هذين الخطابين غاب البعد النقدي والتحليلي، ما يعكس قصور الصحافة النسائية عن تقديم تمثيل متكامل للمرأة الجزائرية بهويتها المتعددة والديناميكية.

ومن منظور نظريات التمثيل والغرس والهيمنة، يتضح أن الخطاب الإعلامي أعاد صياغة الهوية لا بوصفها حقيقة معاشة، بل كمنتج ثقافي يعكس موازين القوى بين منطق السوق ومنطق الجماعة، الأمر الذي يجعل القارئة تتلقى هوية مشروطة أكثر منها واقعية.

2. محور استراتيجيات التمثيل الاعلامي للهوية الثقافية

■ فئة تماثلات المرأة الجزائرية في الخطاب الاعلامي

تكشف النتائج عن ثنائية بين التغريب والتأصيل: إذ أعادت «دزيريات» إنتاج صورة استهلاكية-جمالية للمرأة محكومة بمنطق الثقافة الجماهيرية، بينما قدّمت «موعد حواء» صورة مؤصّلة تربط المرأة بالرموز الدينية والاجتماعية كآلية للتماسك الجماعي. ورغم هذا الاختلاف، يشترك الخطابان في ترسيخ تماثلات جزئية وهيمنية تبعد المرأة عن صورتها المتعددة والمعاصرة، مما يعكس محدودية الدور الاعلامي في بناء هوية نقدية متوازنة.

■ فئة تحليل التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي

أظهر تحليل التمثيلات الجغرافية أن مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» لم تنقلا ثراء وتنوع الهوية الجهوية للمرأة الجزائرية، بل قدّمتا صورة اختزالية تركز على أنماط محدودة ومكررة. هذا التبسيط يعكس نزعة إعلامية نحو إنتاج صور نمطية موجهة للاستهلاك الجماهيري، على حساب تقديم تمثيل متوازن وشامل يعكس التعدد الثقافي الحقيقي.

■ فئة تمثيلات الخطاب الإعلامي وأهدافه في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تكشف النتائج أن الخطاب الإعلامي في المجلات النسوية المدروسة ظل محكوماً بثنائية التزيين-التسليع (في «دزيريات») والتأصيل-التقليد (في «موعد حواء»)، ما جعله يقدم صورة مجتزأة للمرأة الجزائرية. فقد انحصرت الرسائل الضمنية في إعادة إنتاج القيم النمطية أو تحويل الهوية إلى أداة دعائية، بينما بقيت محاولات إبرازها كمشروع متجدد محدودة وهامشية. أما الأهداف المعلنة - من تعريف وتوعية أو تمكين ثقافي وحجاج إقناعي - فلم تتجاوز في النهاية تكريس الأنماط السائدة بدل تأسيس خطاب بديل يعكس التعددية الثقافية للمرأة الجزائرية.

■ فئة تكرار الرسائل في الخطاب الإعلامي النسوي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

تكشف نتائج تحليل تكرار الرسائل أن الآلية لم تكن اعتباطية، بل استُخدمت كأداة موجهة لإعادة إنتاج أنماط محدّدة من الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. ففي مجلة «دزيريات» ارتبط التكرار بالبعد المظهري والاستهلاكي للهوية من خلال الأزياء والزينة واللغة الإشهارية، مما رسّخ صورة المرأة في قالب جمالي-تسويقي يخضع لمنطق السوق. أما في «موعد حواء» فقد غلب تكرار الأبعاد القيمية-الدينية والاجتماعية، ما جعل التكرار هنا أداة لغرس الرموز التقليدية والدينية وإعادة إنتاج صورة المرأة في أطر نمطية محافظة. وبذلك مثّل التكرار وسيلة للهيمنة الرمزية في الاتجاهين معاً: تسليعي-استهلاكي في الأولى، وتقليدي-قيمي في الثانية، وهو ما يعكس دور الخطاب الإعلامي في تكريس الثقافة السائدة وتوجيه تمثيلات المرأة لذاتها ولأدوارها.

■ فئة الاستمالات الخطابية في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أظهر تحليل الاستمالات أنّ المجلّتين اعتمدتا على البعد العاطفي كمدخل رئيسي للتأثير، لكنهما قدّمتا تمثيلين متباينين: في «دزيريات»، اتخذت الاستمالات شكلاً رمزياً-جمالياً يهيمن عليه الطابع الاستعراضي والهجين، مما يجعل الهوية الثقافية تُقدّم كسرديّة جماهيرية مسلّعة تخضع لمنطق السوق.

أما «موعد حواء» فمزجت بين الوجداني والعقلاني عبر الاستناد إلى النصوص الدينية والذاكرة الجمعية، لتنتج هوية قيمة-أعرافية تُرسّخ الانتماء الجماعي وتعيد إنتاج البنية الاجتماعية.

وهو ما يبيّن أن الاستمالات لم تكن مجرد تقنية تحريرية، بل أداة للغرس الثقافي والهيمنة الرمزية وفق خلفية كل مجلة.

■ فئة الجمهور المستهدف

أبرزت نتائج الجمهور المستهدف أن «دزيريات» توجّه خطابها أساساً إلى الشابات بوصفهن مستهلكات، معوّلة على هوية استعراضية تقوم على التزيين والتسليع، بينما خاطبت «موعد حواء» جمهوراً أوسع يضم ربات البيوت والنساء في سياقات أسرية-اجتماعية، موظفة خطاباً تأصيلياً قيماً يُبرز الجماعة على حساب الفرد.

● النتيجة العامة لمحور استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

يُظهر تحليل محور الاستراتيجيات أنّ الخطاب الإعلامي في مجلّتي «دزيريات» و«موعد حواء» قدّم تمثّلات متباينة للمرأة الجزائرية والهوية الثقافية. ففي «دزيريات» برزت المرأة في صورة جمالية-تزيينية مرتبطة بالاستهلاك، مع خطاب ترويجي يعتمد على الاستمالات الرمزية-الهجينة، ويستهدف أساساً الشابات والمستهلكات. أما «موعد حواء» فقدّمت المرأة في صورة حافظة للتراث والذاكرة الجمعية، من خلال خطاب ديني-قيمي تعليمي يركّز على ربات البيوت والجمهور الأسري. كما أظهرت المجلّتان اختزالاً في التمثّلات الجغرافية للهوية، حيث تم التركيز على مناطق ورموز محددة دون إبراز للتنوع الثقافي الكامل.

وبذلك يتضح أنّ الاستراتيجيات التحريرية في المجلّتين أعادت إنتاج أنماط سائدة للهوية: الأولى عبر تسليع الهوية في قالب استهلاكي جماهيري، والثانية عبر تأصيلها في إطار ديني-اجتماعي محافظ. وهو ما يبيّن أن كلا الخطابين، رغم اختلافهما، لم يوفّرا تمثيلاً شاملاً ومتوازناً للمرأة الجزائرية وهويتها الثقافية

3. محور البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الهوياتي للمرأة الجزائرية

■ فئة الفاعلون في الخطاب الإعلامي النسوي لمسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

يكشف تحليل القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي النسوي أنّ «دزيريات» منحت موقع الصدارة للفاعلين الاقتصاديين-التجارين، حيث أعيد إنتاج الهوية الثقافية عبر آليات السوق والإشهار، فتحوّلت إلى خطاب استهلاكي تحميلي يخضع لمنطق رأس المال الرمزي والمادي. في المقابل، أفسحت «موعد حواء» مجالاً أوسع لفاعلين ثقافيين واجتماعيين ومتفاعلين من الجمهور، ما جعل الهوية تُبنى كذاكرة جمعية ومرجعية قيمية تعكس تماسك الجماعة. ويبرهن هذا التباين أنّ القوى الفاعلة المهيمنة في كل مجلة أعادت توجيه استراتيجيات الخطاب وفق منطقها: بين تمثيل هوياتي مسلّع يرسّخ الهيمنة الاقتصادية («دزيريات»)، وتمثيل تأصيلي-قيمي يرسّخ الهيمنة الاجتماعية-الثقافية («موعد حواء»). غير أنّ كلا التمثيلين بقي جزئياً ولم يرتقِ إلى شمولية الهوية الجزائرية بتعدديتها.

■ فئة المصادر في الخطاب الإعلامي النسوي لمسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

يظهر أنّ إنتاج الخطاب الهوياتي في المجلتين خضع لهيمنة دوائر ضيقة: ففي «دزيريات» هيمنت الشرعية المؤسسية-الاقتصادية عبر الطاقم التحريري الرسمي والعائلي، ما جعل الخطاب موجّهاً وفق منظور استهلاكي تحميلي. بينما في «موعد حواء» طغت المجهولية التحريرية أو التوقيع المحدود، بما سمح بتمرير خطاب ديني-اجتماعي تقليدي دون مساءلة فردية. في كلا الحالتين، تفتقر المجالات إلى تنوع المصادر، مما يجعل تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية أحاديًا واختزاليًا، يخدم منطق الهيمنة أكثر من عكس التعددية الاجتماعية والثقافية.

● النتيجة العامة لحوار البعد المؤسسي والبشري

يكشف تحليل البعد المؤسسي والبشري في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» أنّ القوى الفاعلة والمصادر التحريرية ليست مجرد عناصر تنظيمية، بل تمثل آليات مركزية في إعادة إنتاج الخطاب الهوياتي. فقد غلب على «دزيريات» حضور الفاعلين الاقتصاديين والهيمنة المؤسسية للطايف العائلي-التحريري، ما جعل الهوية الثقافية تُختزل في منطق استهلاكي تحميلي يخضع لمقتضيات السوق ورأس المال الإشهاري. في المقابل، اتسمت «موعد حواء» بانفتاح أكبر على الفاعلين الثقافيين والمتفاعلين، غير أنّ غياب التوقيع أو حصره في أسماء محدودة عكس هيمنة خطاب ديني-اجتماعي يعيد إنتاج القيم الجماعية في قالب نمطية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وعليه، يتضح أن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية لم تُصَغَّ من خلال تنوع مؤسسي أو تعددية بشرية، بل عبر دوائر ضيقة تمارس سلطة رمزية على الخطاب: سلطة اقتصادية-استهلاكية في «دزيريات»، وسلطة دينية-قيمة في «موعد حواء». وهو ما ينسجم مع ما أشار إليه هول في نظرية التمثيل من أن الهوية لا تُعكس كما هي، بل تُعاد صياغتها وفق مصالح القوى المهيمنة، كما يفسر في ضوء الغرس الثقافي باعتباره آلية لترسيخ أنماط محددة من التمثيلات في وعي القارئ.

خلاصة عامة: تكشف نتائج الدراسة أن الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما مثّلتها الصحافة النسوية في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» لم تُقدِّم في صورة شاملة تعكس تعدديتها وغناها، بل أُعيد إنتاجها ضمن قوالب جزئية محكومة بالرهانات المؤسسية والتحريرية. فقد هيمن على «دزيريات» منطق السوق والاستهلاك، فجاء خطابها هوياتيًا تجميليًا-احتفاليًا يحوّل الرموز الثقافية إلى سلع جمالية مفرغة من عمقها. أما «موعد حواء» فغلب عليها منطق ديني-قيمي جعل من الهوية وسيلة لإعادة إنتاج البنية الاجتماعية وتعزيز التماسك الجماعي، لكنها اختزلت المرأة في أدوارها النمطية التقليدية.

وعلى مستوى الشكل، برز اعتماد المجلتين على القوالب البصرية والوصفية التي كرّست صورًا نمطية وفولكلورية أكثر من تقديم تمثيل واقعي أو نقدي للمرأة. أما في المضمون، فقد تكرّرت قضايا اللغة والدين والتاريخ والرموز التقليدية ضمن سرديات انتقائية، إما استهلاكية-فرانكفونية أو قيمة-إسلامية، دون إبراز التعددية الثقافية الحقيقية. وفي الاستراتيجيات، تباينت الاستمالات والجمهور المستهدف بين خطاب موجه للشابات المستهلكات وخطاب موجه للجمهور الأسري، لكنهما اشتركا في تكريس تمثيلات جزئية للمرأة. أما البعد المؤسسي فبيّن أن القوى الفاعلة المسيطرة (اقتصادية في «دزيريات» ودينية-اجتماعية في «موعد حواء») أعادت توجيه الهوية وفق مصالحها، مما جعل التعددية غائبة والهوية خاضعة لهيمنة رمزية.

من منظور نظري، توضّح هذه النتائج أن الهوية الثقافية في الخطاب الإعلامي المدروس لم تُعرض كحقيقة معاشة، بل كمنتج ثقافي يعكس آليات الغرس الثقافي عبر التكرار، ويجسّد الهيمنة الرمزية للمؤسسات الفاعلة، ويعيد صياغة التمثيل وفق أولويات تحريرية ضيقة. وعليه، فإن الصحافة النسائية لم تنجح في تقديم خطاب بديل شامل للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، بل ساهمت في إعادة إنتاج الصور النمطية، بين منطق السوق ومنطق الجماعة.

المطلب الثاني: قراءة نقدية في مسار تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية

تكشف نتائج هذه الدراسة أنّ الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، كما عكستها الصحافة النسائية، لا يمكن حصرها في مجلتي «دزيريات» و«مواعد حواء» فقط، رغم أهميتهما كنموذج للمرحلة المعاصرة. بل تتيح هذه النتائج الفرصة لقراءة نقدية أوسع لمسار الصحافة النسائية الجزائرية منذ نشأتها في فترة الأحادية الحزبية، مروراً بمرحلة التعددية الحزبية وما تلاها، وصولاً إلى الحقبة الراهنة. إن هذا المسار يعكس تحولات عميقة في طبيعة الخطاب الإعلامي حول المرأة، وطبيعة القوى المهيمنة في كل فترة: من التعبئة الإيديولوجية إلى خطاب متنوع لكنه مؤدج، وصولاً إلى التمثيل الخدماتي-الاستهلاكي، أو التقليدي-القيمي، مع ما يحمله من اختلالات وتغييب للتعددية الثقافية.

أولاً: مرحلة الأحادية الحزبية- المرأة كرمز تعبوي/ وطني

تجلى الخطاب النسائي في هذه المرحلة (ستينيات-ثمانينيات القرن العشرين) كجزء من المشروع الإيديولوجي للدولة الوطنية. فقد مثلت مجالات مثل الجزائرية وبسمة أدوات للتعبئة السياسية والاجتماعية في إطار الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات.

المسائل المطروحة: تمحورت حول دور المرأة في بناء الدولة الاشتراكية، المشاركة السياسية، محو الأمية، العمل والتنمية، وترسيخ قيم التضامن الاجتماعي.

البعد الهوياتي: لم يكن التركيز على الهوية الثقافية المتنوعة، بل على "هوية وطنية موحدة" تذيب الفوارق الجهوية واللغوية لصالح خطاب وطني سياسي تعبوي.

مثال بارز: إبراز صور المرأة العاملة والمربية والمناضلة كأيقونات للحدثات الاشتراكية، مع تهميش التنوع التراثي واللغوي. كما برزت اللغة العربية كقضية وطنية محورية إذ شكّلت عماد الخطاب التحريري في الافتتاحيات والمقالات، باعتبارها رمزاً للسيادة ومقاومة الاستعمار الثقافي.

خلاصة: هذه المرحلة جعلت المرأة فاعلاً رمزياً في خدمة خطاب الدولة، حيث عُرضت الهوية الثقافية بشكل مؤطر في البعد الوطني، بينما عُيِّتت تمثيلات الهوية النسوية ككيان مستقل متعدد الأبعاد.

ثانيا: مرحلة التعددية الحزبية - بين التنوع والانغلاق

مع الانفتاح الإعلامي في أواخر الثمانينيات والتسعينيات، شهدت الصحافة النسائية تنوعاً في العناوين مثل أنوثة وجليلة، عكست الحراك المجتمعي والسياسي في سياق التعددية الحزبية والعشرية السوداء.

المسائل المطروحة: انفتحت هذه المجالات على قضايا جديدة مثل العنف ضد المرأة، الحقوق السياسية، قضايا الأسرة، لكنها تأثرت بشدة بالأزمة الأمنية والسياسية.

البعد الهوياتي: برزت الهوية الدينية-القيمية عبر المقالات الوعظية والفتاوى، مقابل محاولات محدودة لتكريس الهوية الثقافية التراثية (الأزياء، العادات). وعلى المستوى اللغوي، برزت الازدواجية بين العربية والفرنسية، حيث أصدرت بعض الأعداد باللغتين أو بعناوين مزدوجة، ما عكس محاولة لاستقطاب القارئات العرفونيات والفرانكفونيات.

مثال بارز: ركزت جليلة على المرأة الشهيدة والمجاهدة كرمز للذاكرة الوطنية باللغتين، فيما ركزت أنوثة على المرأة في محيطها الاجتماعي-الأسري مع إبراز مقالات حقوقية بالفرنسية.

خلاصة: هذه المرحلة أظهرت بداية انفتاح على قضايا الهوية، لكنها بقيت سجينة الاستقطاب الإيديولوجي وظروف الأزمة الأمنية، وأعادت إنتاج صورة المرأة كحامية للأسرة والهوية الدينية، أكثر من إبرازها كفاعل ثقافي متنوع.

ثالثا: مرحلة ما بعد التعددية - الاستعراض والاستهلاك

تمثلها مجلتا «دزيريات» و«موعد حواء» كنموذج بارز للصحافة النسائية المعاصرة.

في «دزيريات»: لهوية ثقافية أُعيد انتاجها في قوالب جمالية-ترويجية مرتبطة بالموضة والمكياج والإشهار، ما يعكس نزوعاً نحو تسليع الهوية والرموز الثقافية وربطها بالمنطق الاستهلاكي.

في «موعد حواء»: حضرت الهوية عبر المرجعية الدينية-القيمية، من خلال الفتاوى، الأعراس، المناسبات الدينية والعادات الشعبية. المرأة هنا حافظة للتقاليد والذاكرة الجماعية، لكن ضمن أدور نمطية تقليدية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الجامع المشترك: غياب الصورة الديناميكية المتنوعة للمرأة الجزائرية، لصالح اختزالها إما في نموذج استهلاكي أو في نموذج تقليدي-محافظ. على المستوى اللغوي، غابت مركزية اللغة لصالح خطاب هجين يجمع بين العربية والفرنسية والأمازيغية والدارجة وأحياناً الإنجليزية، حيث أصبحت اللغة أداة جمالية تسويقية أكثر من كونها حاملاً هوياتياً.

رابعاً: مسار الخطاب الموجّه في الصحافة النسائية الجزائرية

لم تقتصر تحولات الصحافة النسائية الجزائرية على القوالب الشكلية أو المضامين المعلنة، بل شملت أيضاً طبيعة الخطاب الموجّه والجمهور المستهدف. ففي مرحلة الأحادية الحزبية، خوطبت المرأة كففاعل وطني مشارك في بناء الدولة المستقلة، حاملة لرسالة التحرر الوطني والقومي، على الرغم من طغيان الطابع الأيديولوجي الأحادي، مثلت هذه الصحافة "صحافة قضية ورسالة"، إذ انخرطت في التعبئة الوطنية والقومية وطرحت قضايا كبرى مثل فلسطين والعراق ولبنان بوصفها جزءاً من الهوية العربية الإسلامية للمرأة الجزائرية.

في مرحلة التعددية الحزبية، تغيّر الخطاب ووجّه إلى المرأة المثقفة والمتعلمة والمتعددة الانتماءات، مع بروز قضايا الحقوق والتمكين والمشاركة السياسية والاجتماعية. ورغم غياب التفاعل المباشر مع المعاناة الاقتصادية والأمنية للمرأة آنذاك، فقد احتفظ الخطاب بسمات الوعي والمطالبة بالحقوق. قبل أن يفتح تدريجياً على المضامين – الترفيهية-التثقيفية في أواخر التسعينات.

في المرحلة المعاصرة، اتجه الخطاب نحو السطحية والتسليع والانتقائية، حيث غاب النقاش الجاد حول قضايا الهوية الثقافية الراهنة لصالح الجمال والموضة والطبخ والاستهلاك في حالة «دزيريات»، أو خطاب وعظي- نمطي في حالة «موعد حواء». ويعكس هذا التحول انزلاق الصحافة النسائية من فضاء "القضية والرسالة" إلى فضاء السطحية والتشبيهي، ما جعلها بعيدة عن مخاطبة وعي المرأة كففاعل ثقافي معاصر.

خامساً: التركيب النقدي

عبر هذا المسار، يتضح أن الصحافة النسائية الجزائرية شهدت تحولات عميقة انتقلت:

- ◀ من المرأة كرمز تعبوي في خطاب الدولة الوطنية (الجزائرية، بسمّة).
- ◀ إلى المرأة كففاعل اجتماعي-قيمي في مرحلة التعددية (أنوثة، جليلة).
- ◀ وصولاً إلى المرأة كأيقونة جمالية-استهلاكية أو قيمية-تقليدية في الخطاب المعاصر («دزيريات»، «موعد حواء»).

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

لكن القاسم المشترك بين كل المراحل هو غياب خطاب نقدي-تنويري شامل يعكس التعدد الثقافي والاجتماعي للمرأة الجزائرية. فقد ظلت القوى المهيمنة (الدولة في البداية، ثم الدين والسوق لاحقاً) تتحكم في صياغة التمثيلات، بينما أُقصيت التعددية الهوياتية (اللغوية، الجغرافية، الطبقية).

في ضوء ما سبق، تكشف هذه الدراسة أن الصحافة النسائية الجزائرية - من مرحلة الأحادية إلى ما بعد التعددية - لم تقدم هوية ثقافية شاملة للمرأة الجزائرية، بل أعادت إنتاجها في صور نمطية جزئية محكومة بثنائية الاستهلاك والتأصيل. ففي حين اختزلت بعض تجارب الهوية في بعدها الجمالي-التسويقي، انشغلت أخرى بتكريس القيم الدينية والاجتماعية التقليدية، دون أن تتمكن أي منها من إبراز التعدد الثقافي والرمزي الذي يميز المرأة الجزائرية في واقعها اليومي. وبذلك يتضح أن خطاب الصحافة النسائية لم يكن مرآة صادقة للتنوع، بل ممارسة رمزية خاضعة لمنطق الهيمنة (اقتصادية أو دينية) وآليات الغرس الثقافي التي رسّخت صوراً جاهزة، أكثر من إنتاجها لتمثيلات نقدية ومعاصرة. إن أبرز ما تُظهره هذه النتائج أن الحاجة ما تزال قائمة إلى صحافة نسائية جديدة، قادرة على تجاوز النمطية والانفتاح على تعقيد الهوية الجزائرية وثنائها، بما يعكس المرأة كفاعل اجتماعي وثقافي كامل، لا كرمز تجميلي أو تقليدي.

انطلاقاً من هذه القراءة النقدية، يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات لتجديد الصحافة النسائية الجزائرية:

التوصيات

1. على المستوى التحريري والمضموني: تهدف هذه التوصيات إلى تطوير المحتوى بما يعكس التعددية الثقافية والاجتماعية للمرأة الجزائرية.

◀ توسيع قاعدة المواضيع: إدماج قضايا المرأة في علاقتها بالعلم، الاقتصاد، التكنولوجيا، الثقافة والفنون بدل حصرها في أدوار نمطية (الجمال، الأسرة، المطبخ).

◀ تنويع القوالب الصحفية: تعزيز المقال التحليلي، الحوار المعمق، والاستقصاء الثقافي والاجتماعي لتجاوز الطابع الوصفي-الخدمي.

◀ التركيز على العمق النقدي: اعتماد مقارنة تحليلية للظواهر الاجتماعية والثقافية، بدل الاكتفاء بتصوير احتفالي أو ترويجي.

◀ إبراز النماذج النسوية المتعددة: تسليط الضوء على تجارب نساء من مختلف المناطق والفئات (العالمات، المبدعات، الحرفيات، رائدات الأعمال).

2. على المستوى الإخراجي والبصري: الهدف هنا هو تجاوز الاستسهال البصري والانتقال إلى توظيف أعمق للصور والرموز.

◀ إعادة النظر في التوظيف البصري: الانتقال من الصور التزيينية/الإشهارية إلى الصور التوثيقية-الثقافية التي تُبرز عمق الهوية.

◀ تنويع الرموز البصرية: إدماج الرموز المرتبطة بالتاريخ، اللغة، والتنوع الجهوي، عوض الاكتفاء بالرموز الجمالية-السطحية.

◀ استخدام الألوان والخطوط بما يعكس التنوع الثقافي الجزائري، دون الانغماس في أنماط تسويقية مستوردة.

3. على مستوى المصادر والفاعلين: تركز هذه التوصيات على ضرورة إشراك مختلف الأصوات المجتمعية.

◀ تنويع المصادر: إشراك الباحثين، المثقفين، الفاعلين الجمعويين، والنساء من مختلف الشرائح الاجتماعية.

◀ كسر الاحتكار التحريري: فتح المجال أمام أصوات نسوية جديدة، بما يضمن تمثيلاً أوسع للهويات الجزئية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

◀ تعزيز الصحافة التشاركية: اعتماد مساهمات الجمهور (المراسلات، الشهادات، القصص الحياتية) لتقوية بعد التمثيل الجماعي.

4. على المستوى الإيديولوجي-الثقافي: الغاية هي تحرير الخطاب من الهيمنة الأحادية وبناء رؤية شاملة.

◀ التحرر من ثنائية السوق/الدين: خلق خطاب وسطي يجمع بين الأصالة والمعاصرة، بعيداً عن الهيمنة الأحادية لأي مرجعية.

◀ تبني خطاب جامع: إبراز الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كهوية ديناميكية ومتعددة، لا كقالب جاهز أو اختزالي.

◀ ممارسة دور نقدي: مساءلة القيم السائدة بدل إعادة إنتاجها فقط، بما يتيح للصحافة النسائية أن تكون فاعلاً في التغيير الثقافي.

◀ إدماج مقارنة النوع الاجتماعي (gender perspective): لتطوير قراءة أعمق للتمثيلات الإعلامية وربطها بالتحولات العالمية.

5. على المستوى المهني-المؤسسي: هذه التوصيات تستهدف رفع الكفاءة وضمان استقلالية التحرير.

◀ التكوين المستمر للصحفيات في مجالات تحليل الخطاب، علم الاجتماع، والدراسات الثقافية.

◀ دعم الاستقلالية التحريرية: الحد من تأثير المعلنين أو الضغوط المؤسسية على توجهات الخطاب.

◀ تشجيع البحث الأكاديمي-الإعلامي المشترك: بناء جسور بين الجامعة وغرف التحرير لرفع مستوى المهنة.

◀ تطوير المنصات الرقمية للصحافة النسائية: مواكبة التحولات التكنولوجية، مع الحفاظ على الهوية الثقافية في الفضاء الرقمي.

إجمالاً، تبرز هذه الدراسة حاجتين أساسيتين:

أولاً - على المستوى البحثي: ضرورة أن يتعمق الباحثون والمهتمون في دراسة الأبعاد الثقافية والهوياتية داخل الإعلام النسائي الجزائري، ليس بوصفها قضايا ثانوية أو هامشية، بل باعتبارها مدخلاً لفهم آليات إعادة إنتاج

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

الهوية الثقافية في سياق التحولات الاجتماعية والسياسية الراهنة. فالإعلام، بما يحمله من رموز وخطابات، يشكل مجالاً خصباً لتحليل صراع المرجعيات، ويستحق أن يكون محوراً لمشاريع بحثية معمقة تتجاوز الوصف نحو النقد والتأصيل النظري.

ثانياً- على المستوى الإعلامي -المؤسسي: أن تضطلع المجلات النسائية الجزائرية بدور توثيقي مؤسسي للرموز الثقافية المرتبطة بالمرأة الجزائرية، عبر تثبيت مكوناتها ومحدداتها المختلفة، لتكون بمثابة مرجع إعلامي يحفظ الذاكرة الجماعية، ويساهم في مواجهة محاولات الطمس أو الاستحواذ أو إعادة النسبة في النزاعات الدبلوماسية والسياسية.

خاتمة

الخاتمة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي للصحافة النسائية، من خلال تحليل عينة من مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء». وبالعودة إلى التساؤل الرئيسي: ما طبيعة التمثيلات التي تقدمها هاتين المجلتين للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية؟ وكيف يساهم خطابها الإعلامي في إعادة إنتاج هذه الهوية أو توجيهها ضمن السياقات الاجتماعية والثقافية المتغيرة؟، أظهرت النتائج أنّ الهوية لم تُقدّم في صورة شاملة ومعقدة، بل أُعيد إنتاجها في قوالب جزئية وانتقائية خضعت لرهانات تحريرية وإيديولوجية متباينة: الأولى ذات طابع تجميلي-استهلاكي («دزيريات»)، والثانية ذات طابع ديني-قيمي («موعد حواء»). وأثبتت النتائج صحة الفرضيات الست على النحو التالي:

أولاً - المعالجة الرمزية والبصرية

تأكدت الفرضية الأولى من خلال تكرار صورة المرأة الجمالية-الاستهلاكية في «دزيريات»، عبر الموضة والجمال والمطبخ والعروض التجارية والثقافية، مقابل إعادة إنتاج صورة المرأة المحافظة في «موعد حواء» داخل أدوار تقليدية أسرية ودينية كالطاعة الزوجية والوعظ والطبخ. وهذا ينسجم مع نظرية التمثيل (هول) التي توضح أنّ الهوية يُعاد تشكيلها وفق قوالب دلالية نمطية مهيمنة.

ثانياً - توظيف العناصر التحريرية

تأكدت الفرضية الثانية من خلال هيمنة الطابع الشكلي على العناصر التحريرية؛ إذ غلبت على «دزيريات» العناوين الدعائية مثل "لأنك الأجمل" وصور استهلاكية جمالية، بينما اعتمدت «موعد حواء» على عناوين وعظية وصور مستوردة وألوان رمزية دينية. وهو ما يثبت تغليب الشكل على المضمون، بما ينسجم مع نظرية التمثيل، ويتقاطع مع نظرية الغرس الثقافي (جرينر) التي تبرز أثر التكرار في ترسيخ صور جاهزة في الوعي الجمعي.

ثالثاً - الأنماط الخطابية المهيمنة

تأكدت الفرضية الثالثة عبر تكرار أنماط خطابية أحادية: في «دزيريات» انحصرت في التسوق والجمال والموضة وبعض العادات الأمازيغية، بينما ركزت «موعد حواء» على الفتاوى الدينية والموضوعات الروحية. هذا التكرار ينسجم مع نظرية الغرس الثقافي التي تفسّر كيفية ترسيخ أنماط مهيمنة تُضعف التعدد الثقافي.

رابعًا - الرموز والمضامين الثقافية

أثبتت الفرضية الرابعة أنّ الرموز والمضامين قُدمت بانتقائية: فقد أبرزت «دزيريات» المرأة الأمازيغية والعاصمية عبر الأزياء والطبخ والاحتفالات، مستعملة لغات ولهجات متعددة لأغراض تسويقية، بينما انفتحت «موعد حواء» جزئيًا على المرأة الشرقية والصحراوية في سياقات سطحية، مع تركيزها على الرموز الدينية والشعائرية. وهو ما ينسجم مع نظرية التمثيل التي تكشف كيف يُعاد تشكيل الرموز وفق المهنية رهانات مؤسسية محددة.

خامسًا - التغطية الإعلامية

تأكدت الفرضية الخامسة من خلال افتقار التغطية للتوازن: ركزت «دزيريات» على المرأة الحضرية (العاصمية والأمازيغية)، بينما قدمت «موعد حواء» تنوعًا جهويًا أوسع لكنه بقي سطحيًا ومناسباتيًا. وهذا يعكس صورة نمطية وغير مكتملة للهوية، بما ينسجم مع نظرية الغرس الثقافي التي تبرز أثر التكرار والانتقائية في ترسيخ صور ناقصة ومجزأة للمرأة.

سادسًا - الرسائل الأيديولوجية المضمرة

أكدت الفرضية السادسة حضور رسائل أيديولوجية مضمرة: ففي «دزيريات» برز خطاب دعائي-استهلاكي يقدم رموز الحرية والتمكين في إطار تسويقي خاضع لهيمنة السوق، مع تغيب شبه تام للأعياد الوطنية والدينية الكبرى (عيد الأضحى، المولد النبوي...)، مقابل تركيز مفرط على يناير كاحتفال شعبي- وطني. أما «موعد حواء» فقد قدمت خطابًا دينيًا-قيميًا يكرّس مرجعيتها التقليدية، مع تغطية المناسبات الدينية والوطنية الكبرى (رمضان، العيدين، المولد النبوي) لكنها أغفلت الاحتفال بيناير. كما أنّ خلفيات الفاعلين (مديرو التحرير، المعلنون) أسهمت في صياغة هذه الرسائل، ما عمّق من حضور المنطق المؤسسي والهيمنة الأيديولوجية في توجيه تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. بما ينسجم مع نظرية الهيمنة (هول) التي تكشف دور القوى المسيطرة - الاقتصادية في «دزيريات» والدينية-القيمية في «موعد حواء» - في إعادة توجيه الهوية وفق مرجعياتها الخاصة.

خلاصة القول

خلصت هذه الدراسة إلى أنّ الصحافة النسائية الجزائرية لم تقدّم الهوية الثقافية للمرأة بصورة شاملة ومتنوعة، بل أعادت إنتاجها ضمن قوالب جزئية محكومة بالهيمنة المؤسسية: استهلاكية-جمالية في «دزيريات» وقيمية-دينية في «موعد حواء». وقد انعكس ذلك في الشكل والمضمون والاستراتيجيات التحريرية، حيث غلب التكرار على القوالب الوصفية والبصرية، مما رسّخ صورًا نمطية وفولكلورية للمرأة الجزائرية.

وقد انسجمت هذه النتائج مع الأطر النظرية الثلاث: **العُرس الثقافي** (جرينر): التكرار رسّخ الصور النمطية، **التمثيل** (هول): الهوية أُعيد تشكيلها وفق أنظمة دلالية مهيمنة، و**المهيمنة** (هول): القوى المسيطرة أعادت توجيه الخطاب وفق مصالحها.

وبذلك يتّضح أنّ الصحافة النسائية الجزائرية، عبر مختلف مراحلها، لم تنجح في تقديم خطاب هوياتي نقدي – تنويري جامع، بل ظلت أسيرة تمثيلات مجزأة: سياسية-تعبوية في الأحادية، خدماتية-محدودة في التعددية، واستهلاكية-تقليدية في المرحلة المعاصرة. وهو ما يعكس الحاجة إلى صحافة نسائية بديلة، قادرة على تجاوز النمطية والانفتاح على التعددية الثقافية والاجتماعية للمرأة الجزائرية.

كما تفتح هذه النتائج آفاقاً لدراسات مقارنة مستقبلية مع تجارب عربية أخرى (مثل المغرب، تونس، ومصر)، بما يتيح إبراز الخصوصيات والاختلافات في تمثيل الهوية الثقافية للمرأة داخل الصحافة النسائية المغاربية والعربية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم

- إبراهيم إسماعيل. (1996). *الصحافة النسائية في الوطن العربي* (ط. 1). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- إبراهيم إسماعيل. (2011). *الصحفي المتخصص* (ط. 1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- إبراهيم الخليل بن عزة. (2013). *الدراسات الثقافية: النشأة - الأساس النظري*. محاضرة أقيمت في إطار برنامج جمعية الكتب أحمد بوحسن، المكتبة الوسائطية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط.
- إبراهيم فؤاد الخصاونة. (2012). *الصحافة المتخصصة* (ط. 1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- إبراهيم مذكور. (1983). *المعجم الفلسفي*. القاهرة، مصر: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية.
- إبراهيم ياسين الخطيب، زهدي محمد عيد. (2003). *التنشئة الاجتماعية للطفل* (ط. 1). عمان، الأردن: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.
- إبراهيم يحيى. (2017-2018). *التقنيات الفضائية وثقافة الشباب، الطالب الجامعي أنموذجاً* (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التربية). جامعة ملين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- ابن الأثير، ضياء الدين. (1959). *المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر* (الجزء 1). القاهرة، مصر: دار النهضة للطبع والنشر.
- ابن حزم الظاهري. (1996). *الفصل في الملل والأهواء والنحل* (الجزء الثاني، قسم الكلام (88)، تحقيق محمد إبراهيم نصر وعبد الرحمن عميرة). بيروت، لبنان: دار الجيل.
- ابن خلدون، عبد الرحمن. (1960). *المقدمة* (تحقيق علي عبد الواحد وافي، جزء 3). القاهرة، مصر: لجنة البيان العربي.
- ابن خلدون، عبد الرحمن. (2004). *مقدمة ابن خلدون* (تحقيق عبد الله محمد درويش، الجزء 2، ط. 1). دمشق، سورية: دار يعرب للنشر.
- ابن زيدي، عبد الرحمان. (2009). *المثقف العربي بين العصرية والإسلامية*. الرياض، السعودية: دار كنوز إشبيلية للنشر والتوزيع.
- ابن منظور، أبو فضل جمال الدين. (1997). *لسان العرب* (مج 1). بيروت، لبنان: دار صادر.
- أبو البقاء الكفوي. (1992). *الكليات: معجم المصطلحات* (تحقيق عدنان درويش، محمد المصري، ط. 2). بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة.

- أبو القاسم سعد الله. (1991، 7 ديسمبر). حوار حمراوي حبيب شوقي مع شيخ المؤرخين الأستاذ أبو القاسم سعد الله [برنامج تلفزيوني]. التلفزيون الوطني الجزائري. متاح على https://www.youtube.com/watch?v=_aldb9agS7g&t=1016s
- أبو القاسم سعد الله. (1992). الحركة الوطنية (ج3، ط4). بيروت، لبنان: دار الغرب الإسلامي.
- أبو القاسم سعد الله. (1998). تاريخ الجزائر الثقافي 1830-1954 (الجزء الثالث). بيروت، لبنان: دار الغرب الإسلامي.
- أبو القاسم سعد الله. (2015). تاريخ الجزائر الثقافي: من الفتح الإسلامي إلى نهاية القرن التاسع الهجري (ج1، ط1). الكويت: عالم المعرفة.
- أبو علي محمد توفيق. (1988). الأمثال العربية والعصر الجاهلي: دراسة تحليلية. بيروت، لبنان: دار النفائس.
- إجلال خليفة. (1972). اتجاهات حديثة في التحرير الصحفي (ج1). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- إجلال خليفة. (1985). صحافة المرأة والطفل في العالم العربي. مجلة الفكر العربي، العدد 50.
- أحمد أبو زيد وآخرون. (1972). دراسات في الفولكلور. القاهرة، مصر: دار الثقافة للطباعة والنشر.
- أحمد أبو زيد. (1987). البناء الاجتماعي: مدخل لدراسة المجتمع (الجزء الأول). القاهرة، مصر: دار الكتاب العربي.
- أحمد بعلبكي وآخرون. (2013). الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- أحمد بن مرسل. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (ط. 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- أحمد بن نعمان. (1996). الهوية الوطنية الحقائق والمغالطات. الجزائر: دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع.
- أحمد حمادة. (2012). الأمثال الشعبية مرآة المجتمع. القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- أحمد فلاق. (2016). دراسات عن الصحافة الرياضية الجزائرية: مشكلات العنف، المصادقية والأخلاقيات في الكتابة الصحفية. الجزائر: مركز البحوث والدراسات حول العالم.
- أحمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة (مج. 2، ط. 1). القاهرة: عالم الكتاب.
- أحمد مصطفى أبو بكر. (2006). فن التحرير الصحفي: أسسه، أساليبه، فنونه (ط2). القاهرة: دار الفكر العربي.
- أحمد، محمد. (2018). لباس السفساري والهوية في تونس. الموروث، 12، (3).
- أديب خضور. (1994). الإعلام الرياضي. دمشق، سورية: المكتبة الإعلامية.
- أديب خضور. (2003). الإعلام المتخصص (ط1). دمشق: المكتبة الإعلامية.
- أراق سعيد. (2008). مدارات المنفتح والمنغلق في التشكيلات الدلالية والتاريخية لمفهوم الهوية. مجلة عالم الفكر، 36، (4).
- آرثر أيزنبرجر. (2003). النقد الثقافي: تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية (ترجمة وفاء إبراهيم ورمضان بسطاويسي، ط1). القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، المشروع القومي للترجمة.
- أزراج عمر. (2019). كيف تعمل أنظمة التمثلات في النقد المعاصر. استرجع من <https://alarab.co.uk/> كيف-تعمل-أنظمة-التمثلات-في-النقد-المعاصر

- أسماء أحمد أبوزيد علام. (2006). خطاب الصحافة النسائية العربية تجاه الحقوق السياسية للمرأة العربية: دراسة تحليلية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 7*.
- أشرف حافظ. (2012). *الهوية العربية والصراع مع الذات*. عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة.
- أكرام بركان. (2009-2010). تحليل النزاعات المعاصرة في ضوء مكونات البعد الثقافي في العلاقات الدولية (رسالة ماجستير في العلوم السياسية). جامعة الحاج لخضر باتنة، فرع الدبلوماسية والعلاقات الدولية.
- ألبرت إتكين (2022)، نظرية بيرس في العلامة، ترجمة ناصر الحلواني، موسوعة ستانفورد للفلسفة، مجلة الحكمة.
- آلن هاو. (2010). *النظرية الثقافية: مدرسة فرانكفورت* (ترجمة ثائر ديب، ط1). القاهرة، مصر: دار العين للنشر، المركز القومي للترجمة.
- إليس شكري. (1990). *الصحافة النسائية لن تحذف من التاريخ. نشرة تضامن المرأة العربية، العدد 3*.
- إمبرتو إيكو (2007)، العلامة تحليل المفهوم وتاريخه، ترجمة سعيد بنكراد، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي.
- أميرة محمد سيد أحمد. (2019). تحليل الخطاب الإعلامي: مدخل نظري. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*.
- إميل بديع يعقوب. (2004). *المعجم المفصل في المجموع* (ط. 1). بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- أمين معلوف. (1999). *الهويات القتالة: قراءات في الانتماء والعولمة* (ترجمة نبيل محسن، ط1). دمشق، سورية: ورد للطباعة والنشر والتوزيع.
- أنتوني غدنر. (2005). *علم الاجتماع* (ترجمة فايز الصيغ، ط1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- أنتوني غيدنز، فيليب صاتن. (2018). *مفاهيم أساسية في علم الاجتماع* (ترجمة محمود الدواوي، ط. 1). بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- أندرو إدغار، بيتر سيدجويك. (2009). *موسوعة النظرية الثقافية: المفاهيم والمصطلحات* (ترجمة محمد الجوهري وهناء الجوهري). القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- إيكه هولكتراس. (1972). *قاموس ومصطلحات الإثنولوجيا والفولكلور* (ترجمة محمد الجوهري & حسن الشامي، ط1). القاهرة، مصر: دار المعارف، الهيئة العامة لقصور الثقافة.
- إيمان سكور. (2019-2020). *بناء الهوية الثقافية على الخط وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك: دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الشباب الجزائري (2018-2019)*، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- إيمان هنشري. (2017). *الموروث الثقافي الجزائري: الواقع والآفاق*. مجلة حوليات التراث، (17).
- باسم علي خريسان. (2001). *العولمة والتحديات الثقافية*. لبنان: دار الفكر العربي مؤسسة ثقافية للنشر والطباعة.
- باشلار، غاستون. (1984). *جماليات المكان* (ترجمة غالب هلسا، ط2). بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

- باية سيفون (2015-2016)، محاضرات في السيميولوجيا، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- بحاش أميرة. (2020-2021). *المعالجة الصحفية لشؤون المرأة الجزائرية: دراسة تحليلية لمجلتي الحياة و«موعده حواء» في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2020*، رسالة ماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- بدر بن جويعد العتيبي (2007-2008). *العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم وسبل المحافظة عليها*. دراسة قدمت في إطار برامج المنح البحثية بمدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية.
- بدوي، أحمد زكي. (1982). *معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية*. بيروت، لبنان: مكتبة ناشرون.
- بريجة شريفة. (2015-2016). *التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري: دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير نموذجا عبر بعض المدن الجزائرية*. أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2012). *أخلاقيات العمل الإعلامي (ط1)*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2015). *نظريات الاتصال*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- بشرى تيسير عباس. (2014). *الإعلام المتخصص الحديث*. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- بشرى جميل إسماعيل. (2012). *الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية (ط1)*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- بشير إبرير. (2009). *الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية*. مجلة بحوث سيميائية، 4(5).
- بصلي فضة عباسي. (2007). *مراحل تطور العمل الإعلامي في الجزائر ودور المرأة فيه*. مجلة تواصل، جامعة باجي مختار عنابة، العدد 20.
- بصلي، فضة عباسي. (2008). *الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام وظهور الصحافة النسائية في ضوء تطور الحركات*. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2(1).
- بغداددي، إبراهيم. (1993). *الوحدة الوطنية ومشكلة الأقليات في إفريقيا (ط1)*. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- بلال كشيدة. (2017). *جهود المرأة الصوفية في المجتمع الجزائري: السيدة لالة زينب القاسمية أنموذجا*. مجلة روافد للبحوث والدراسات، 3(3).
- بلالي، عبد الملك. (2016). *العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للشباب*. مجلة المعيار، 7(2).
- بلحوسين، نصيرة. (2019). *تطور الصحافة المحلية في الجزائر من 1963-2014: الجمهورية والنصر نموذجا*. أطروحة دكتوراه، تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- بلفضيل نصيرة. (2018). *المرأة في الجزائر: تاريخ العمل الإعلامي وظروف ممارسة المهنة*. مجلة الحوار الثقافي، 7(2).

- بلقاسم بلعرج. (2008). *الدارجة الجزائرية وصلتها بالعربية الفصحى: دراسة لسانية للهجة بني فتح جيجل*. قالم: مديرية النشر لجامعة قالم.
- بلقاسمي، آمنة ياسين، ومزيان، محمد. (2012). *العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين*. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (8).
- بن الشيخ، حكيم. (2013). *مدينة الجزائر: الأوضاع الاجتماعية والأنثروبولوجية 1945-1954*. الجزائر: دار الهومة للنشر والتوزيع.
- بن حصير رفيق. (2012-2013). *الأمازيغية والأمن الهوياتي في شمال إفريقيا: دراسة حالة الجزائر والمغرب*. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- بن روان، بلقاسم. (د.ت). *واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية*. الجزائر: منظمة المرأة العربية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- بن عمروش فريدة. (2018-2019). *الاتجاهات النقدية في الإعلام والاتصال*. قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- بن مبارك نسيم (2009-2010)، *الصناعة في نويميديا من 203 إلى 46 ق.م*، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الاخوة المنتوري، قسنطينة.
- بن نبي. مالك. (1984). *مشكلات الحضارة: مشكلة الثقافة* (ترجمة عبد الصبور شاهين، ط4). دمشق، سورية: دار الفكر.
- بن نبي. مالك. (1986). *مشكلات الحضارة: شروط النهضة* (ترجمة عبد الصبور شاهين). دمشق، سورية: دار الفكر.
- بن نبي. مالك. (2000). *مشكلات الحضارة: الظاهرة القرآنية* (ط4). دمشق، سورية: دار الفكر.
- بن نبي. مالك. (2002). *مشكلات الحضارة: مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي* (ط1). دمشق، سورية: دار الفكر.
- بوبرمة كوثر، سعداوي زهرة. (2022). *دور ومكانة المرأة الجزائرية قبل وبعد الاستقلال: قراءة تحليلية للأدوار والتحديات*. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، 11.1 (1).
- بودهان أمال، عكاك فوزية. (2018). *قراءة في مفهوم الصورة الذهنية*. مجلة الصورة والاتصال، 7(1).
- بوش ريم. (2014). *الصورة الذهنية للمرأة العربية في الإعلام العربي*. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 2(3).
- بوعزيز يحي. (2001). *المرأة الجزائرية وحركة الإصلاح النسوية العربية*. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- بول ريكور. (2005). *الذات عينها كآخر* (ترجمة جورج زيداني، ط1). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية.
- بومشقة، نوال. (2021). *التناول الإعلامي لموضوع المرأة الجزائرية الملهمة*. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 3.

- بومعيزة، السعيد. (2006). *أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب* (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر.
- بونت بيار، ميشال إيزار. (2011). *معجم الأنثولوجيا والأنثروبولوجيا* (ترجمة مصباح الصمد). بيروت، لبنان: مجد المؤسسة للدراسات والنشر.
- بيات، خديجة. (2017-2018). *الدور التربوي للمرأة في الأسرة الجزائرية: دراسة ميدانية بمدينة وادي سوف* (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التربية). جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- بيكو باريك. (2013). *سياسة جديدة للهوية: المبادئ السياسية لعالم يتسم بالاعتماد المتبادل* (ترجمة حسن محمد فتحي). القاهرة، مصر: المركز القومي للترجمة.
- بيير بورديو (2007)، *الرمز والسلطة*، ترجمة عبد السلام بنعبد العالي، ط3، الدار البيضاء المغرب، دار توبقال للنشر.
- التلي بن الشيخ. (1990). *منطلقات التفكير في الأدب الشعبي الجزائري*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
- تمشاوت، فايزة. (2021). *مضامين رسائل الاتصال غير اللفظي: اللباس التقليدي للمرأة القبائلية أنموذجاً*. مجلة المعيار، 25. (5)
- توماس إليوت. (2001). *ملاحظات نحو تعريف الثقافة* (ترجمة شكري محمد عياد). القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- التيجاني مياطة. (2014). *دور التراث المادي واللامادي لمجتمع وادي سوف في تحديد ملامح الهوية الثقافية وتكاملها*. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، (6).
- تيري إيجلتون. (2012). *فكرة الثقافة* (ترجمة شوقي جلال). القاهرة، مصر: الهيئة العامة للكتاب.
- تيسير أبو عرجة. (2000). *دراسات في الصحافة والإعلام* (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- تيسير أبو عرجة. (2013). *الاتصال وقضايا المجتمع* (ط1). عمان: دار المسيرة للتوزيع والنشر والطباعة.
- الجابري. محمد عابد (2006)، *مسألة الهوية العربية والإسلام والغرب*، ط3، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجابري. محمد عابد. (1998). *العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات*. في *العرب والعولمة* (ط2). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجابري. محمد عابد. (2002). *تكوين العقل العربي* (ط8). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجابري. محمد عابد. (2004). *وجهة نظر نحو إعادة بناء قضايا الفكر العربي المعاصر* (ط3). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجابري. محمد عابد. (2007). *المسألة الثقافية في الوطن العربي منذ الخمسينات*. مجلة المستقبل العربي، 30. (346) بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجابري. محمد عابد. (2012). *مسألة الهوية: العربية والإسلام* (ط4). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

- الجابري، محمد عابد. (1997). *المسألة الثقافية في الوطن العربي* (ط2). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجرجاني، علي بن محمد الشريف. (1983). *التعريفات* (الجزء الأول). بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- جمال أبوزيد. (2009). *علم الفولكلور: دراسة في المأثورات الشعبية*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- جمال العيفة. (2003). *الثقافة الجماهيرية*. الجزائر: جامعة باجي مختار عنابة.
- جمال حمدان. (1993). *شخصية مصر: دراسة في عبقرية المكان* (الجزء الرابع). القاهرة، مصر: دار الهلال.
- جمال محمد أبوشنب. (2008). *نظريات الاتصال والإعلام: المفاهيم- المداخل النظرية- القضايا*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- جمال مخلوفي. (2018-2019). *السياسة الثقافية الاستعمارية في الجزائر خلال الفترة 1900-1954م*. أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم التاريخ وعلم الآثار، جامعة أحمد بن بلة وهران.
- جميل صليبا. (1982). *المعجم الفلسفي*. بيروت، لبنان: دار الكتاب اللبناني.
- جميل صليبا. (1994). *المعجم الفلسفي* (ج 1). بيروت: الشركة العالمية للكتاب.
- جهامي جيار. (2005). *الموسوعة الجامعة لمصطلحات الفكر العربي الإسلامي* (ج 1). بيروت، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- جوديت بتلر. (2014). *الذات تصف نفسها* (ترجمة فلاح رحيم، ط1). بيروت، لبنان: دار التنوير.
- جورج كلاس. (1996). *تاريخ الصحافة النسوية: نشأتها وتطورها 1892-1932*. بيروت: دار الجيل.
- جون جوزيف. (2007). *اللغة والهوية* (ترجمة عبد النور خرافي). الكويت: سلسلة عالم المعارف، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- جون ستوري. (2014). *النظرية الثقافية والثقافة الشعبية* (ترجمة صالح خليل أبو أصبع، فاروق منصور، ط1). أبو ظبي: هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة.
- حاجة بن ناصر. (2024). *إشكالية التعريب وأزمة التغريب: عبد الله شريط أنموذجاً*. مجلة قضايا لغوية، 5(1).
- حاجي، حنان، وثابت، مصطفى. (2022). *المراة وإشكالية بناء الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي: مقارنة سوسيوقافية في بناء الهوية الرقمية للمراة الجزائرية*. مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 7(1).
- حبيب الشاروني. (2002). *فكرة الجسم في الفلسفة الوجودية* (ط1). القاهرة، مصر: المجلس الأعلى للثقافة.
- حسن أحمد عبد الحميد. (2005). *التربية والمجتمع*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة للنشر.
- حسن حنفي. (1992). *التراث والتجديد: موقفنا من التراث القديم* (ط4). بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- حسن حنفي. (1998/2024). *الدين والثقافة والسياسة في الوطن العربي*. القاهرة، مصر: مؤسسة هنداوي.
- حسن حنفي. (2012). *الهوية* (ط1). القاهرة، مصر: المجلس الأعلى للثقافة.

- حسن عماد مكاي، &ليلي حسن السيد. (2001). *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسنين شفيق. (2010). *صناعة الصحفي من الصحفي المبتدئ إلى الصحفي الشامل* (ط1). القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- حسين حاج محمد. (2019). *مدرسة بومنگهام: ماهيتها ورؤاها في بوتقة النقد والتحليل* (ترجمة أسعد مندي الكعبي، ط1). بيروت، لبنان: العتبة العباسية المقدسة، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.
- حسين عبد الحميد رشوان. (2006). *الثقافة*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة الشباب العربي.
- حسين عبد الفتاح الغامدي. (2000). *تشكل هوية الأنا لدى الأحداث الجانحين*. *المجلة العربية للدراسات الأمنية*، 15 (30)، الرياض، السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- حفناوي بعلي. (2007). *مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن: المنطلقات - المرجعيات - المنهجيات* (ط1). لبنان: الدار العربية للعلوم.
- حمادوش نوال. (2015). *المرأة الأمازيغية الجزائرية: التراث والهوية، أي دور؟ رؤية سوسيولوجية*. *المجلة الجزائرية للأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية*، 5 (4).
- حمدي حسن عبد الحميد المحروقي. (2004). *دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية* (ط1). القاهرة، مصر: دار الحق للنشر.
- حمزة عبد اللطيف. (2021). *الصحافة والمجتمع*. الجيزة: دار الكتب المصرية.
- خالد محمد أبو شعيرة، نائر أحمد غباري. (2009). *الثقافة وعناصرها*. عمان، الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- خالدة حامد. (2016). *غيش المرايا: فصول في الثقافة والنظرية الثقافية* (ط1). ميلانو، إيطاليا: منشورات المتوسط.
- خضور، أديب. (1999). *صورة المرأة في الإعلام العربي* (ط1). الجزائر: دار الأيام ش.ذ.م.م. للطباعة والنشر والتوزيع.
- خضير شعبان. (2001). *مصطلحات في الإعلام والاتصال* (ط1). الجزائر: دار اللسان العربي.
- خليل لؤي. (2010). *الإعلام الصحفي* (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- خليل محمود. (1998). *تكنولوجيا برامج التحليل العلمي ببحوث الإعلام*. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- خليل نوري مسيهر العاني. (2009). *الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية* (ط1). العراق: مركز البحوث والدراسات الإسلامية.
- خيدر، جميلة. (2021). *التنوع الثقافي في الجزائر من خلال الأزياء التقليدية: مقارنة سوسيوأنثروبولوجية لمجموعة متحفية تابعة للمركز التفسيري للباس التقليدي*. *مجلة العالم*، 19.
- الدراسات الإعلامية. (2019). *الصحافة النسائية العربية: كيف سقط إعلام المرأة للهاوية*. مركز القرار للدراسات الإعلامية.
- دلال ملحس استيتية. (2008). *التغير الاجتماعي والثقافي* (ط2). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

- ديس كوش (2007). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية (ترجمة منير السعيداني، ط1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- دوجلاس براون (1994). أسس تعلم اللغة وتعليمها (ترجمة عبده الراجحي، علي أحمد شعبان). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- دوني كوش (2002). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية (ترجمة قاسم المقداد). دمشق، سورية: اتحاد الكتاب العرب.
- رالف لينتون (1964). دراسة الإنسان (ترجمة عبد الملك الناشف). بيروت، لبنان: المكتبة العصرية.
- رشدي طعمية (1987). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه أسسه واستخدامه. القاهرة: دار الفكر العربي.
- رشيد عبد الرزاق (2004). الهوية الثقافية في ظل العولمة. الجزائر: دار الهدى.
- رضا قنفود (2022-2023). نشأة وتطور الصحافة المتخصصة في الجزائر: دراسة وصفية تاريخية عن نشأة الصحافة النسائية وتطورها في الجزائر (1970-2020) أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة الجزائر 3.
- رضا شريف (2011). الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العولمة عند الجابري. الجزائر: كنوز الحكمة.
- رفعت عارف الضبع (2009). الصحافة التربوية (ط1). عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- رقية بوسنان (2017). الصحافة الإلكترونية الدينية: دراسة وصفية نقدية. مجلة علوم الإنسان والاجتماع، العدد 25.
- ريم عدنان بوش (2015). صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- زغلاش، ليندة، وقجة، رضا (2022). أزمة الهوية الجزائرية في ظل التعدد اللغوي للنسيج الاجتماعي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 8(2).
- زغبنة، نوال (2019). التنشئة الاجتماعية ودورها في تشكيل هوية الفرد في ظل رهان العولمة. مجلة العلوم الاجتماعية، 13(1).
- زنانزة، ريمة، وبلعير، الطاهر (2020). قراءة سوسيولوجية لدور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد. مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، 3(3)، جامعة جيجل.
- الزواوي بغورة (2000). مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو. المجلس الأعلى للثقافة.
- الساعاتي، سامية حسن (1983). الثقافة والشخصية. بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- سامية إدريس (2009). الرواية الجزائرية الحديثة بين الهوية الثقافية والهوية السردية. مجلة الخطاب اللغة والأدب، 5(5) منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري تيزي وزو. الجزائر: دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع.
- ستيوارت هول (2008). حول الهوية الثقافية (ترجمة بول طبر). مجلة إضافات، 2(2).

- سعاد ولد جاب الله. (2005-2006). الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية: دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية (1 سبتمبر 2004 - 31 أوت 2005)، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.
- سعد بن الحاج جخلد. (2019). العينة والمعاينة. الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون.
- سعود حجال، محمد بلحاجي. (2017). المرأة الجزائرية المعاصرة بين خطاب التقليد والحداثة: مقارنة سوسيوأنثروبولوجية. مجلة التغير الاجتماعي، 2. (2)
- سعيد إسماعيل علي. (2005). الهوية والتعليم (ط1). القاهرة، مصر: عالم الكتاب.
- سلافة فاروق الزغبى. (2001). صورة العرب في الإعلام الأمريكي. مجلة الباحث الإعلامي، 9-10.
- سليم بعلوج. (2020). تأثير التعليم العربي الحر في الجزائر خلال الفترة الاستعمارية 1931-1954: تجربة جمعية العلماء المسلمين أمودجاً، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 12. (198)
- سليمة بوعسيلة. (2015-2016). صورة المرأة في الصحافة النسائية الإسلامية في الوطن العربي (مجلة الزهور المصرية نموذجاً)، دراسة وصفية تحليلية (2000-2007). أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام. جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- سليمة فلالي. (2013-2014). بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة: دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة باتنة (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- سليمة، كشيدة. (2019-2020). قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لمجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» عامي 2015-2016. أطروحة دكتوراه، تخصص الصحافة المكتوبة والمليتميديا، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- سماح أحمد فريد. (2005). التراث والتغير الاجتماعي: الإطار النظري وقراءة تأسيسية. مجلة التسامح، (10)
- سميح دغيم. (2000). مصطلحات في العلوم الاجتماعية والسياسية في الفكر العربي والإسلامي (ط. 1). بيروت، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- سمير أبيش. (2023). التعدد اللغوي وسؤال الهوية: قراءة في المفهوم والدلالات. مجلة اللغة العربية، 25. (64)
- سمير عبد العزيز كرامي. (2008). الصحافة النسائية في الوطن العربي (ط1). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- سمير محمد حسين. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ط. 2). القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
- سميرة محي الدين شيخاني، محمد خليل الرفاعي. (2011). الصحافة المتخصصة. دمشق: منشورات جامعة دمشق.
- سنوسي، صليحة. (2012). السلوك الاجتماعي والقيم الأخلاقية في الحكاية الشعبية في الغرب الجزائري (أطروحة دكتوراه، تخصص أدب شعبي). قسم الثقافة الشعبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، الجزائر.

- السويدي، محمد. (1991). مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته (ط1). الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
- السيد عبد العاطي السيد. (2003). المجتمع والثقافة الشخصية. القاهرة، مصر: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- شارلين هس، باتريشيا ليفي. (د.ت). البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية (ترجمة هناء الجوهري). مصر: المركز القومي للترجمة.
- شبري، محمد. (2005-2006). ممارسة الصحفيين للمهنة خلال حالة الطوارئ 1992-2004: دراسة وصفية تحليلية. أطروحة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال.
- شرقي رحيمة. (2013). الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (11).
- شريف كريمة. (2006). اللغة العربية وعلاقتها بالهوية. مجلة حوليات التراث، (6).
- شفيق حسنين. (2006). الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية. القاهرة: رحمة بريس للطباعة والنشر.
- شكرية كوكبر السراج. (2014). دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 26.
- شنيط بهية. (2022). التنشئة الثقافية ودورها في تأهيل الشخصية. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، 10. (1)
- شهاب نصار. (2002). استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 1.
- شهيناز بن ملوكة. (2013). من الأبعاد النظرية إلى نظرية النواة المركزية. الحوار الثقافي، مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم. دار AGP.
- شون ماكبرايد وآخرون. (1981). أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغداً. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- صالح زيادنة. (2013). التراث الشعبي: مصطلحات ومدلولات. صحيفة أخبار النقب. استرجع من <http://www.khayma.com/>
- صالح محمد أبو جادو. (2004). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية (ط. 5). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- صالح، دليلا. (2018). المرأة الإعلامية في الجزائر: الحضور والأداء. مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، 4. (5)
- صامويل هنتنغتون. (1998). صدام الحضارات وإعادة صياغة النظام العالمي. ترجمة طلعت الشايب، ط2، القاهرة، مصر: دار سطور.
- صراح سكين تلمساني. (2013). مفاهيم أولية في لغة التخصص. مجلة تعليمات، (4).
- صلاح فليفل الجابري. (2012). الدين والأسطورة والعلم: مستويات مختلفة للفهم والتأويل (ط1). المغرب: الرابطة العربية الأكاديمية للفلسفة.

- صليحة العابد. (2003). الصورة النمطية في الصحافة النسوية الجزائرية: دراسة تحليلية بمجلتي هدى وأنوثة في الفترة ما بين أكتوبر 1999-أكتوبر 2001. مذكرة ماجستير، شعبة الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة.
- صورية، بوعمامة. (2014). أوراق لم تكن للنشر (ط2). الجزائر: المؤسسة الوطنية للاتصال، النشر والإشهار.
- ضيف ليندة. (2023). محاضرات في مقياس الاتجاهات النقدية في الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي. استرجع من <http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=5183&lang=ar>
- طارق كمال. (2009). أساسيات في علم الاجتماع الديني. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
- طه عبد الرحمن. (1998). اللسان والميزان أو التكوثر العقلي (ط1). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- طه عبد الرحمن. (2000). سؤال الأخلاق: مساهمة في النقد الأخلاقي للحدثة الغربية (ط1). بيروت، لبنان: المركز الثقافي العربي.
- طه عبد العاطي نجم. (2005). الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- طيان، شريفة. (1991). ملابس المرأة بمدينة الجزائر في العهد العثماني (رسالة ماجستير). معهد الآثار، جامعة الجزائر.
- العابد، شيماء، وبن زينة، صفية. (2021). التعايش اللغوي ودوره في تحقيق الأمن الثقافي الجزائري. جسور المعرفة، 7. (4)
- عاشور، مولدي. (2019). تمكين المرأة وجدلية ترسيخ الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 4. (3)
- عاطف وصفي. (1975). الثقافة والشخصية. القاهرة، مصر: دار المعارف للنشر والتوزيع.
- عامر إبراهيم قنديلجي. (2007). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية (ط. 2). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عامر مصباح. (2008). منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام (ط. 1). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عامر مصباح. (2010). علم الاجتماع والرواد والنظريات (ط1). الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبادة، نور الهدى. (2019). الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية: المهددات وسبل الوقاية. مجلة الاتصال والصحافة، 5. (1)
- عباس محمود إبراهيم. (2005). الأنثروبولوجيا: مداخل وتطبيقات (ط1). الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر.
- عبد الحميد بورايو. (2007). الثقافة الشعبية الجزائرية: التاريخ والقضايا والتجليات. الجزائر: فيسر للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد يونس. (1968). التراث الشعبي. القاهرة، مصر: دار المعارف.
- عبد الحميد يونس. (1968). الحكاية الشعبية. القاهرة، مصر: دار الكتاب العربي للطباعة.
- عبد الرحمن الجيلالي. (1994). تاريخ الجزائر العام (الجزء الثالث، ط7). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

- عبد الرحمن خليفة، فضل الله إسماعيل. (2006). المدخل في الأيديولوجيا والحضارة. مكتبة بستان المعرفة.
- عبد الرحمن هبة. (2018). الصحافة المتخصصة: المفهوم، الأنواع، الوظائف. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الرزاق علي الهيتي. (2011). الصحافة المتخصصة (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد السلام المسدي. (2014). الهوية العربية والأمن اللغوي: دراية وتوثيق. بيروت، لبنان: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- عبد العالي رزاق. (2006). المقال والمقال في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت (ط1). الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
- عبد العالي رزاق. (2014). التقارير الإعلامية (ط1). الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد العزيز بن عثمان التويجري. (2015). الهوية والعولمة من منظور التنوع الثقافي (ط2). الرباط: منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم الثقافية (إيسيسكو).
- عبد العزيز شرف. (2000). الأساليب الفنية للتحليل الصحفي (ط1). القاهرة: دار قباء.
- عبد العزيز شرف. (2003). الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة. القاهرة: دار الكتب.
- عبد العليم فوزي. (2004). الصحافة المتخصصة. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الغفور شريف، يسرى صيشي. (2019). الإعلام المتخصص كبديل لتمويل المؤسسات الإعلامية والإنسانية. جلد 5، عدد 2.
- عبد الغني منديب. (2010). الدين والمجتمع دراسة سوسيولوجية للدين بالمغرب، إفريقيا الشرق (ط 2). الدار البيضاء - المغرب.
- عبد الفتاح رواس قلعة جي. (د.ت). دراسات ونصوص في الشعر الشعبي الغنائي. استرجع من <https://www.noor-book.com/>
- عبد القادر المعالج. (2006). الصحافة النسائية في تونس. تونس: الوكالة المستوسطية للصحافة.
- عبد القادر جغلون. (1982). تاريخ الجزائر الحديث: دراسة سوسيولوجية (ترجمة فيصل عباس، ط2). بيروت، لبنان: دار الحدأة للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد القادر جغلون. (1982). مقدمات في تاريخ المغرب العربي القديم والوسيط (ترجمة فضيلة الحكيم، ط1). بيروت، لبنان: دار الحدأة للطباعة والنشر.
- عبد القادر صحراوي. (2018). الاحتلال الروماني لمملكتي نوميديا وموريتانيا (46 ق.م-40م). مجلة الحوار المتوسطي، 9(3).
- عبد اللطيف صلاح. (2002). الصحافة المتخصصة (ط1). القاهرة: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد الله العروي. (1995). الأيديولوجيا العربية المعاصرة (ط1). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.

- عبد الله العروي. (1997). ثقافتنا في ضوء التاريخ (ط4). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- عبد الله العروي. (2006). مفهوم الدولة (ط8). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- عبد الله الغدامي. (2001). النقد الثقافي في الأنساق الثقافية العربية (ط2). بيروت، لبنان: المركز الثقافي العربي.
- عبد الله زاهي الرشدان. (1999). علم اجتماع التربية (ط1). عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد الله شريط، محمد الميلي. (1965). الجزائر في مرآة التاريخ (ط1). الجزائر: مكتبة البعث.
- عبد المالك بن عبد العزيز بن شهلوب. (2004). التحقيق الصحفي (ط1). السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- عبد الناصر جندلي. (2007). التنظير في العلاقات الدولية بين الاتجاهات التفسيرية والنظريات التكوينية (ط1). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- عبد الوهاب مسيري. (2009). الهوية والحركة الإسلامية (ط1). دمشق، سورية: دار الفكر.
- عبير ديرانية. (2024). دور المرأة في غرس الهوية الثقافية لدى الأطفال في الأردن: دراسة إثنوغرافية مختلطة. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 44(1).
- عثمان سعدي. (1982). عروبة الجزائر عبر التاريخ. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- عثمان، السعيد محمد. (2007). العولمة السياسية بين الفكرين الإسلامي والغربي من المنظور التاريخي. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
- العربي ولد خليفة. (2007). المسألة الثقافية وقضايا الإنسان والهوية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عز الدين مناصرة. (2014). الهويات والتعددية اللغوية: قراءات في ضوء النقد الثقافي المقارن. عمان، الأردن: الصايل للنشر والتوزيع.
- عزة عجان. (2006). من هو الصحفي؟ دراسة تحليلية نقدية. الجزائر: د.ن.
- عطار أحمد. (2017). التاريخ والهوية في كتاب عمار بلخوجة. مجلة الخلدونية، 10(1).
- عطية هشام. (1995). تأثير السياسة الخارجية للدول في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية: دراسة تحليلية مقارنة للصحافة المصرية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عفيفي، محمد الهادي. (1993). في أصول التربية: الأصول الثقافية للتربية. القاهرة، مصر: المكتبة الأنجلو المصرية.
- علي أسعد وطفة. (2010). الهوية الثقافية في عصر العولمة. مجلة المعرفة، 567(567).
- علي أسعد وطفة. (2021). جينالوجيا التراث: الأصول التراثية للهوية الثقافية. استرجع من <https://watfa.net/archives/11448>
- علي السيد الصاوي. (1997). نظرية الثقافة. الكويت: دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع.
- علي حرب. (2008). خطاب الهوية: سيرة فكرية (ط2). الجزائر: منشورات الاختلاف.
- علي عزت بيغوفيتش. (1994). الإسلام بين الشرق والغرب (ترجمة محمد يوسف عرس، ط1). ألمانيا: مؤسسة بافاريا.

- عماد عبد الغني. (2017). *سوسيولوجيا الهوية: جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء*. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- عمار بوحوش. (2002). *دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية*. الجزائر: موفم للنشر والتوزيع.
- عمر فاسي. (2021). التعريب والفرنكوفونية في الجزائر: تعايش أم صراع؟ *مجلة الرواق*، 7. (2)
- عهد كمال شلغين. (2015). *الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع: دراسة في الفكر العربي المعاصر*. دمشق، سورية: الهيئة العامة السورية للكتاب.
- عواج سامية، رفاص وليد. (2019). *المرأة الصحفية الجزائرية: الواقع والتحديات*. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 1.
- عواطف عبد الرحمن. (2008). *الصحفيات والإعلاميات العربيات* (ط1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عيلان محمد (2000)، *الفنون الشعبية الجزائرية واقع وآفاق*، مجلة التواصل.
- غازي زين عوض الله. (1994). *الأسس الفنية للتحقيق الصحفي* (ط1). الرياض: مطبوعات نادي مكة الثقافي والأدبي.
- غازي زين عوض الله. (1996). *الأسس الفنية للحديث الصحفي*. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- غازي زين عوض الله. (2006). *الأسس الفنية للصحافة النسائية في العالم العربي* (ط. 1). القاهرة، مصر: دار الهاني.
- غانم، أماني محمود. (2007). *البعد الثقافي في العلاقات الدولية: دراسة في الخطاب حول صدام الحضارات*. القاهرة، مصر: دار الجمهورية للصحافة.
- غي روشه. (2006). *مقدمة في علم الاجتماع* (ترجمة خليل أحمد خليل). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
- غيرتر كليفورد (2009)، *تأويل الثقافات*، ترجمة محمد بدوي، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- فاروق أبوزيد. (1986). *الصحافة المتخصصة* (ط1). القاهرة: عالم الكتب.
- فاروق أبوزيد. (2008). *الصحافة المتخصصة* (ط2). القاهرة: عالم الكتب.
- فاروق أبوزيد، ليلي عبد المجيد. (2009). *الصحافة المتخصصة* (ط1). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- فاطمة الزهراء تنيو. (2019). *قراءة نقدية في الصحافة النسائية*. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 4. (3)
- فاطمة الزهراء صالح، أحمد جمال حسن. (2019). *الإعلام المتخصصة* (ط1). دار المعرفة للطباعة والنشر.
- فاطمة الزهراء عقّال. (2024). *التمثيلات الثقافية للمرأة الجزائرية في الكتابة النسوية لروايات الاستعمار في الجزائر*. *مجلة ألف: اللغة، الإعلام والمجتمع*، 11. (2-5)
- فاطمة طاهري، عبد الكامل جويية. (2023). *البعد الديني في مفردات الثورة الجزائرية*. (1954-1962) *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، 13. (1)
- فتحي كمال. (2013). *مبادئ الصحافة المتخصصة*. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.

- فراس السواح. (1996). *مغامرة العقل الأول: دراسة في الأسطورة سوريا وبلاد الرافدين* (ط1). دمشق، سورية: دار علاء الدين.
- فضيل دليو وآخرون. (1999). *أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية*. الجزائر: منشورات جامعة قسنطينة.
- فوزية دياب. (1980). *القيم والعادات الاجتماعية* (ط2). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- فيروز أبادي. (2005). *القاموس المحيط* (ط8). لبنان: مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع.
- فيليب لابورث تولرا، جان بيار فارنييه. (2004). *إنثروبولوجيا* (ترجمة مصباح الصمد، ط1). بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- قاسي سليمة. (2016). دور المدرسة في الحفاظ على التراث كهوية ثقافية. *مجلة العلوم الإنسانية*، (6).
- قنفود، رضا. (2023-2022). نشأة وتطور الصحافة المتخصصة في الجزائر: دراسة وصفية تاريخية عن نشأة الصحافة النسائية وتطورها في الجزائر 1970-2020. أطروحة دكتوراه، علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة الجزائر 3.
- قيراط محمد. (2003). حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر. *مجلة جامعة دمشق*، 19. (4-3)
- قيراط، محمد. (2007). القيود والمضايقات على حرية الصحافة في ظل التعددية الحزبية في الجزائر. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، 8. (16)
- كارين أرمسترونغ. (2008). *تاريخ الأسطورة* (ترجمة وجيه قانصو، ط1). بيروت، لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- كريس باركر. (2018). *معجم الدراسات الثقافية* (ترجمة جمال بلقاسم). القاهرة، مصر: دار رؤية للنشر والتوزيع.
- كشيدى حكيمة، برطالي منى (2017)، سيميائية الحلي والأزياء التقليدية الأمازيغية "القبائل الكبرى بالجزائر أمودجا، مذكرة ماستر، جامعة زيان عاشور الجلفة.
- كلفاح أمال. (2018-2017). *تأثير الإنترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري*، أطروحة دكتوراه في علم النفس العيادي، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية.
- كلكهون، كلايد. (1964). *الإنسان في المرأة* (ترجمة ساكر مصطفى). بغداد، العراق: منشورات المكتبة الأهلية.
- كلود ليفي ستروس. (1977). *الأنثروبولوجيا البنوية* (ترجمة مصطفى صالح). دمشق، سورية: منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي.
- كمال الحاج. (2020). *نظريات الإعلام والاتصال*. سورية: الجامعة الافتراضية السورية.
- كمال بوقرة. (2007). المسألة الثقافية وعلاقتها بالمشكلات التنظيمية في المؤسسة الجزائرية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- كمال عبد اللطيف. (2010). *في الأيديولوجيا والمعرفة: مدخل عام المعرفي والأيديولوجي في الفكر العربي المعاصر*. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

- لزهرة مساعديّة. (2017). في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها. مجلة الذاكرة، (9) منشورات مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الجزائري.
- لصلح عائشة، مبني نوالدين. (2020). مفهوم التلقي في سياق الدراسات الثقافية: مقارنة ستيوارت هال لفهم الخطاب التلفزيوني. مجلة آفاق سينمائية، 7(1).
- ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين. (2006). فن التحرير الصحفي (ط1). القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- ليليا شاي. (2014-2015). أنماط تلقي جمهور مستمع الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية: دراسة إثنوغرافية لعينة من الأسر الجزائرية جانفي 2010- جانفي 2015، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الإعلام.
- مارتن هايدغر. (2012). الكينونة والزمان (ترجمة فتحي المسكيني، ط1). بيروت، لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- مازن مرسول. (2012). مشكلة الوعي ووعي المشكلة (ط1). بيروت، لبنان: دار الفراي.
- ماهر عودة الشمايلة وآخرون. (2015). الصحافة المتخصصة (ط1). الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- مايكل بوراوي. (2018). الهيمنة الثقافية عندما يلتقي غرامشي ببورديو (ترجمة خلود الزعتر). استرجع من <https://aljumhuriya.net/ar/2018/07/09/الهيمنة-الثقافية-عندما-يلتقي-غرامشي-ب-ب/>
- مجدي كامل. (2013). ديكرت: حياته، فلسفته، أفكاره ومبادئه (ط1). القاهرة، مصر: دار الكتاب العربي.
- مجلة الأثير. (1990). فتحة: من دور النحلة إلى بحث عن وجه جديدة. عدد 2.
- مجمع اللغة العربية (1883)، المعجم الفلسفي، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية.
- مجموعة كتاب. (1978). نظرية الثقافة. عالم الفكر (ترجمة علي سيد الصاوي والفاروق زكي يونس). الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- مجموعة من الباحثين. (2000). المنجد في اللغة والإعلام. بيروت، لبنان: دار المشرق.
- مجموعة من الكتاب. (1997). نظرية الثقافة (ترجمة علي سيد الصاوي). الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون.
- محمد إبراهيم عيد. (2001). الهوية الثقافية العربية في عالم متغير. مجلة الطفولة والتنمية، 1 (3). القاهرة، مصر: المجلس العربي للطفولة والتنمية.
- محمد إبراهيم عيد. (2002). الهوية والقلق والإبداع (ط1). القاهرة، مصر: دار القاهرة للنشر.
- محمد أحمد بيومي. (2009). علم الاجتماع الثقافي. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- محمد أركون. (1995). أين هو الفكر الإسلامي المعاصر؟ (ترجمة هاشم صالح، ط2). بيروت، لبنان: دار الساقى.
- محمد أركون. (2001). الإسلام، أوروبا، الغرب: رهانات المعنى وإرادات الهيمنة (ترجمة هشام صالح، ط2). بيروت، لبنان: دار الساقى.
- محمد الأمين خلادي. (2015). التعدد اللغوي في الجزائر. مجلة الإنسان والمجال، 1(1).
- محمد الجوهري. (1978). الدراسة العلمية للمعتقدات الشعبية (الجزء 1، ط1). القاهرة، مصر: دار الكتاب للتوزيع.

- محمد الخطيب. (2000). *الأنثولوجيا: دراسة عن المجتمعات البدائية* (ط1). دمشق، سورية: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.
- محمد الخطيب. (2005). *أنثروبولوجيا الثقافة*. دمشق، سورية: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.
- محمد العربي الزيري. (1999). *تاريخ الجزائر المعاصر* (الجزء الأول). دمشق، سورية: منشورات اتحاد الكتاب العرب.
- محمد العربي عقون. (2008). *الاقتصاد والمجتمع في الشمال الإفريقي القديم*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- محمد العربي ولد خليفة. (2007). *المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية*. الجزائر: منشورات ثالثة.
- محمد بن مسعود البشير. (2014). *نظريات التأثير الإعلامي* (ط1). الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع.
- محمد جمال الفار. (2006). *المعجم الإعلامي*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر، دار المشرق العربي.
- محمد حسن مهدي بخت. (2013). *علم المنطق: المفاهيم والمصطلحات والتصورات* (ج1، ط1). عمان، الأردن: عالم الكتب الحديث.
- محمد خليل الرفاعي. (2020). *الصحافة المتخصصة*. الجمهورية العربية السورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- محمد سعدي. (2013). *مقدمة في الأنثروبولوجيا: مظاهر الثقافة الشعبية* (ط1). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الحميد. (2004). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية* (ط. 1). القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الرؤوف عطية. (2009). *التعليم وأزمة الهوية الثقافية* (ط. 1). مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- محمد عمارة. (1999). *مخاطر العولمة على الهوية الثقافية* (ط1). القاهرة، مصر: دار نخضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد عمارة. (2021). *الهوية والحضارة الإسلامية: الأصالة والمعاصرة والتحديات*. مركز الأمة للدراسات والتطور. استرجع من <https://alummacenter.com/?p=3026>
- محمد عميم الإحسان مجدي البركتي. (2009). *التعريفات الفهمية*. بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- محمد غربي. (2021). *واقع المرأة الجزائرية ودورها في الفترة الاستعمارية 1830-1962*. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، (73).
- محمد فريد محمود عزت. (1998). *المقالات والتقارير الصحفية: أصول إعدادها وكتابتها*. مصر: مكتبة الإسكندرية.
- محمد لعقاب. (2004). *الصحفي الناجح* (ط2). الجزائر: دار هومة.
- محمد مسلم. (2009). *الهوية في مواجهة الاندماج عند الجيل المغاربي الثاني بفرنسا* (ط1). الجزائر: دار قرطبة للنشر والتوزيع.
- محمد مكاي. (2021). *النقد الثقافي وأسئلة التمثيل: المفهوم والتحديات*. مجلة المدونة، 45-68.8، (2).
- محمد منير حجاب. (2010). *مدخل إلى الصحافة* (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- محمد مهدي القصاص. (2007). *الإحصاء والقياس الاجتماعي*. العراق: دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد ناصر عبد الباسط. (2012). *الإعلام الفضائي والهوية الثقافية*. الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية.

- محمود الذواودي. (2006). أضواء جديدة على طبيعة الثقافة في الرؤية المعرفية الإسلامية. مجلة إسلامية المعرفة، -42 (43) بيروت، لبنان.
- محمود الذواودي. (2018). ظاهرة الأعراف الثقافية في المجتمعات العربية. مجلة الجديد. استرجع من <https://www.aljadeedmagazine.com/>
- محمود أمين العالم. (1998). الهوية مفهوم في طور التشكيل. مؤتمر العولمة والهوية الثقافية (سلسلة أبحاث المؤتمرات، رقم 7). القاهرة، مصر: المجلس الأعلى للثقافة.
- مروان عبد المجيد إبراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط. 1). عمان، الأردن: مؤسسة الوراق.
- مروة خليل. (2020). مفهوم الهيمنة في نظريات العلاقات الدولية. كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، جامعة الإسكندرية.
- مروة مختار. (2019). ستيوارت هول وتشكل الهوية الثقافية. مجلة الفيصل، 511-512.
- مزارى نصر الدين. (2022). الصحافة المتخصصة كأداة لإشباع احتياجات الجمهور النوعي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة وهران، العدد 76.
- المسيري، عبد الوهاب. (2010). قضية المرأة بين التحرر والتمركز حول الأنثى (ط2). القاهرة، مصر: دار نخضة مصر.
- المسيري، عبد الوهاب. (2013). العلمانية والحداثة والعولمة (ط1). دمشق، سورية: دار الفكر.
- مصطفى بن تمسك. (2014). أصول الهوية الحديثة وعللها: مقارنة تشارلز تايلور نموذجاً (ط1). بيروت، لبنان: جداول للنشر والطباعة والتوزيع.
- مصطفى حسية. (2009). المعجم الفلسفي (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مصطفى فركوس. (2003). المختصر في تاريخ الجزائر من عهد الفينيقيين إلى خروج الفرنسيين. الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- المنجد في اللغة والإعلام. (2002). (ط. 1). بيروت، لبنان: دار الشروق.
- المنجد في اللغة والإعلام. (2002). (ط1). بيروت، لبنان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. (د.ت). الخطة الشاملة للثقافة العربية (ط2). تونس: إدارة الثقافة.
- منى الحديدي، شريف درويش اللبان. (2009). فنون الاتصال والإعلام المتخصص. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مهنا عبد الله علي. (1993). لسان اللسان (ج. 1). بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
- موريس أنجوس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون). الجزائر: دار القصبة.
- موسى، سلامة. (1927). الثقافة والحضارة. مجلة الهلال، (2).

- مؤنس، حسين. (1978). الحضارة: دراسة في أصول وعوامل قيامها وتطورها. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- ميرزة هاجر. (2023). الصحافة المتخصصة في الجزائر بين التحول الرقمي وتحقيق المصداقية. مجلة دراسات إعلامية، جامعة الجزائر 1، العدد 24.
- ميمونة مناصرية. (2011-2012). هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية). جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية.
- نادية موسلي. (2009-2010). الهوية الوطنية من خلال أفلام مرزاق علواش (أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال). جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- نبيل حداد. (2002). في الكتابة الصحفية (ط1). عمان: دار الكندي.
- نجوى كامل. (1999). الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة النسائية. بحث منشور في أبحاث مؤتمر مائة عام على تحرر المرأة. القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
- نديم البيطار. (2002). حدود الهوية القومية: نقد عام. بيروت، لبنان: بيسان للنشر والتوزيع.
- النشار، مصطفى. (2016). جدل الهوية والاختلاف في الفلسفة الهيلينية. مؤمنون بلا حدود. استرجع من <https://www.mominoun.com>
- نصر، محمد عارف. (1994). الحضارة الثقافية المدنية. فيرجينيا، الولايات المتحدة: المعهد العالي للفكر الإسلامي.
- نورالدين بليل. (1991). دليل الكتابة الصحفية (ط1). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- هارلمس، هولبورن. (2010). سوشيولوجيا الثقافة والهوية (ترجمة حاتم حميد حسن). دمشق، سورية: دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع.
- هالة عبد المنعم عبد المقصود. (2021). الهوية والمقاربة المنهجية في فترتي الحداثة وما بعد الحداثة. بحوث في التربية الفنية والفنون، 22. (1) كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- هدى جباس. (2005). الاسم هوية وتراث: مقارنة أنثروبولوجية لدلالة الأسماء في قسنطينة. (1901-2001) مجلة إنسانيات، (29-30).
- هرسكوفيتز، ميلفيل. (1974). أسس الأنثروبولوجيا الثقافية (ترجمة رباح النفاخ). دمشق، سورية: منشورات وزارة الثقافة.
- هشام جعيط. (1984). الشخصية العربية الإسلامية والمصير العربي (ترجمة المنجي صيادي، ط1). بيروت، لبنان: دار الطليعة للطباعة والنشر.
- هشام رشدي خير الله. (د.ت). محاضرات في نظريات الإعلام. قسم العلوم والإعلام، كلية التربية، جامعة المنوفية.
- هشام عطية عبد المقصود. (2010). دراسة الخطاب: المدونات العربية (ط. 1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

- هشام غصيب (2021)، العولمة والهوية الوطنية، الهوية العربية بين التفتيت والترميم، ط1، الأردن، مؤسسة عبد الحميد شومان.
- ورم العيد. (2014). البعد الثقافي وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي: الجزائري نموذجاً. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، (2).
- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (2005). مدونة النصوص القانونية والتنظيمية الخاصة بقطاع الصناعة التقليدية (الأمر رقم 96/1 المؤرخ في 10 يناير 1990، المحدد للقواعد والحرف التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف). الجزائر.
- وسيلة بروقي. (2009). الذكورة والأنوثة بين الموروث الشعبي الجزائري وتمثيلات سكان تبسة. دراسة سوسيو أنثروبولوجية. أطروحة دكتوراه. الجزائر: جامعة باجي مختار عنابة، قسم علم الاجتماع.
- ياسين سعادة. (2017). المرأة بين ما كتبه الفرنسيون الكولونياليون وبعض الجزائريين وما أبرزه الواقع. مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، 4. (2).
- يوري سوكلوف. (2000). الفولكلور: قضايا وتاريخه (ترجمة حلمي شعراوي & عبد الحميد حواس، ط1). القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- يوسف ثمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (ط. 1). الجزائر: طاكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع.
- Ageron, C.-R. (1977). *Histoire de l'Algérie contemporaine (1830-1966)*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Ait Ali, O. (2010). Les trois couleurs des bijoux Berbères ont une Symbolique. Midi Libre.
- Amossy, R. (2000). L'argumentation dans le discours. Paris : Nathan.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London, UK: Verso.
- Arbic, J. C. (2005). Méthode d'étude des représentations sociales. Editionères Toulous.
- Barth, F. (1969). *Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture difference*. Bergen, Norway: Universitetsforlaget.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Paris, France: Seuil.
- Beetham, M. (1996). *A magazine of her own? Domesticity and desire in the woman's magazine, 1800–1914* (1st ed.). London: Routledge.
- Benabou, M. (1976). *La résistance Africaine à la romanisation*. Paris, France: Éditions Découverte.
- Berque, J. (1969). *Les Arabes d'hier à demain*. Paris, France: Éditions du Seuil.
- Bhabha, H. (1994). *The Location of Culture*, Londo : Routledge.
- Boudling, K. E. (1956). *The image : Knowledge in life and society*. University of Michigan Prss.
- Bourdieu, P. (1980). L'identité et la représentation: Éléments pour une réflexion critique sur l'idée de région. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 35, 63–72.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York, NY: Greenwood.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1998). *On television*. New York, NY: The New Press.
- Caillet, E. (2008). Stuart Hall, identités et cultures: Politique des Cultural Studies. *Culture & Musées*, 11(1), 37-61.
- Castells, M. (2004). *The power of identity* (2nd ed.). Oxford: Blackwell.
- Çelik, H. (2011). The use of verbal language in social media in Turkey. *International Journal of Turcologia*.
- Chebel, M. (1995). *Dictionnaire des symboles musulmans: Rite, mystique et civilisation*. Paris, France: Albin Michel.
- Clarivate. (n.d.). Wikipedia. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Clarivate>
- Connerton, P. (1989). *How societies remember*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Dubar, C. (2008). *La socialisation: Construction des identités sociales et professionnelles* (4e éd.). Paris, France: Armand Colin.
- Durkheim, E. (1895). *Les règles de la méthode sociologique*. Paris, France: Félix Alcan.
- Durkheim, É. (1961). *Moral Education*. New York, NY: Free Press.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Evelyne, S. (1966). *Histoire de la presse féminine en France, des origines à 1848* (J. Godechot, Préf.). Paris: Librairie Armand Colin.
- Fanon, F. (1959). *L'An V de la révolution algérienne (Sociologie d'une révolution)*. Paris, France: François Maspero.
- Fearon, J. D. (1999). What is identity (as we now use the word)? Stanford, CA: Stanford University.
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York, NY: Pantheon Books.
- George, H. (1973). *News writing* (5th ed.). Boston, USA: Houghton Mifflin Company.
- Gerbner, G. (1969). Toward “Cultural Indicators”: The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. *Av Communication Review*, 17(2).
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, 26(2).
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gramsci, A. (1985). *Selections from cultural writings* (D. Forgacs & G. Nowell-Smith, Eds.; W. Boelhower, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Grawitz, M. (2000). *Méthodes des sciences sociales* (11ème éd.). Paris: Dalloz.

- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action* (Vol. 2). Boston, MA: Beacon Press.
- Halbwachs, M. (1950). *La mémoire collective*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Hall, S. (1980). Culture, media and the ideological debate. London: Hutchinson.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). London, UK: Hutchinson.
- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222–237). London, UK: Lawrence & Wishart.
- Hall, S. (1996). Introduction: Who needs identity? In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of Cultural Identity* (pp. 1–17). London, UK: SAGE. Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1: La présentation de soi*. Paris, France: Éditions de Minuit.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London, UK: Sage.
- Hall, S., & du Gay, P. (Eds.). (1996). *Questions of cultural identity*. London, UK: SAGE.
- Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2013). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (2nd ed.). London; Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (Eds.). (1983). *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hochschild, A. R. (2003). *The commercialization of intimate life: Notes from home and work*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Humboldt, W. von. (1999). *On the diversity of human language construction and its influence on the mental development of the human species* (P. Heath, Trans.). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Jenkins, R. (1996). *Social identity*. London, UK: Routledge.
- Kant, I. (1991). Perpetual peace: A philosophical sketch. In H. S. Reiss (Ed.), *Kant: Political writings* (pp. 93–130). Cambridge, UK: Cambridge University Press. (Original work published 1795).
- Lazhari, L. (2005). *Journalistes Algériens 1988-1998: Chronique des années d'espoir et terreur*. الجزائر: Edition Chihab.
- Le Petit Larousse illustré. (1998). Paris, France: Larousse.
- Lévi-Strauss, C. (1977). *Anthropologie structurale II*. Paris, France: Plon.
- Lévi-Strauss, C. (1987). *L'identité*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Levy, J. (1994). *North Africa: Ancient peoples and civilizations*. London, UK: Routledge.
- Lippman, W. (1922). Public opinion. New York : Harcourt, Brace and Company.
- Lord, A. B. (1960). *The singer of tales*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Manser, M. (2023). The sociocultural contribution of women and their effectiveness in Algerian society. *Aleph*, 10(1).
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage.

- Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire* (Vol. 1: La République). Paris: Gallimard.
- Pastoureau, M. (2013). *Histoire d'une couleur* ; Paris : seuil.
- Potter, W. J. (2014). A critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015-1036.
- Said, E. W. (1993). *Culture and imperialism*. New York, NY: Alfred A. Knopf.
- Samra, M. B., & Michele, M. (1986). *La presse féminine*. France: Paufler, Coff, « Que sais-je ».
- Sapir, E. (1921). *Language: An introduction to the study of speech*. New York, NY: Harcourt, Brace & Company.
- Sapir, E. (1967). *Anthropologie*. Paris, France: Éditions de Minuit (Coll. Points).
- Scopus. (n.d.). *Wikipedia*. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Scopus_\(Elsevier\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Scopus_(Elsevier))
- Smith, A. D. (1991). *National identity*. Reno, NV: University of Nevada Press.
- Tajfel, H. (1974). *Social identity and intergroup behaviour*. Social Science Information, 13(2).
- Teun A. Van Dijk. (2008), *Discourse and Power*, Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- Turner, V. (1967). *The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture*. London, UK: John Murray.
- Ulrich's Periodicals Directory. (n.d.). *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Ulrich%27s_Periodicals_Directory
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris, France: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Vinsonneau, G. (2002). *L'identité culturelle*. Paris, France: Armand Colin.
- Whorf, B. L. (1956). *Language, thought, and reality: Selected writings* (J. B. Carroll, Ed.). Cambridge, MA: MIT Press.

المقابلات والاتصالات الشخصية

- مقابلة مع نفيسة لحرش، بدار الصحافة الطاهر جاووت، الجزائر، بتاريخ 10 أبريل 2018، الساعة 10:30.
- مراسلة مع زينب الأعوج، عبر صفحتها الشخصية على فيسبوك، بتاريخ 14 نوفمبر 2018.
- مقابلة مع صحفية بمجلة «دزيريات»، بمقر المجلة بواد الرمان، الجزائر، بتاريخ 10 جانفي 2019، الساعة 14:30.
- مقابلة مع مديرة مجلة «موعد حواء»، بدار الصحافة الطاهر جاووت، الجزائر، بتاريخ 21 جانفي 2019، الساعة 10:00.

الملاحق

الملاحق

الملحق رقم (01) استمارة تحليل المضمون

إلى الأستاذ (ة) الفاضل (ة) الدكتور (ة):

تحية طيبة، وبعد.... /

يسُرُّني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة الخاصة بتحليل المضمون، والمندرجة ضمن الدراسة الموسومة بـ "مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال الصحافة النسائية - دراسة وصفية تحليلية لمجموعة من المجلات النسائية الجزائرية من جانفي إلى غاية ديسمبر 2018" تحت إشراف الدكتور أحمد فلاق.

وهي ثمرة جهد حثيث وعمل تراكمي يرمي إلى تفكيك تمثيلات الهوية الثقافية في الخطاب الإعلامي النسائي، من خلال منهجية علمية دقيقة وفئات تحليلية تم بناؤها بعناية، تراعي الأبعاد الشكلية والمضمونية، الرمزية والمؤسسية، وفقاً لمقتضيات التحليل الأكاديمي.

وإني أتوجّه إليكم بكل تقدير، للمساهمة في تحكيم هذه الأداة البحثية، بما أوتيتم من علم وخبرة، آملة أن يُسهم رأيكم الكريم في تجويدها والارتقاء بها نحو مستوى أعلى من الدقة والصرامة العلمية.

لكم مني فائق الشكر والعرفان، وجزيل الامتنان على ما تبدلونه من وقت وجهد.

مع خالص التقدير.

ترميز استمارة تحليل المضمون

يتضمن هذا النموذج رموزاً رقمية متسلسلة لكل فئة تحليل ضمن محاور الشكل والمضمون بهدف تسهيل عملية الرصد، التحكيم، والإدخال الإحصائي.

أولاً: البيانات الخاصة بالوثيقة:

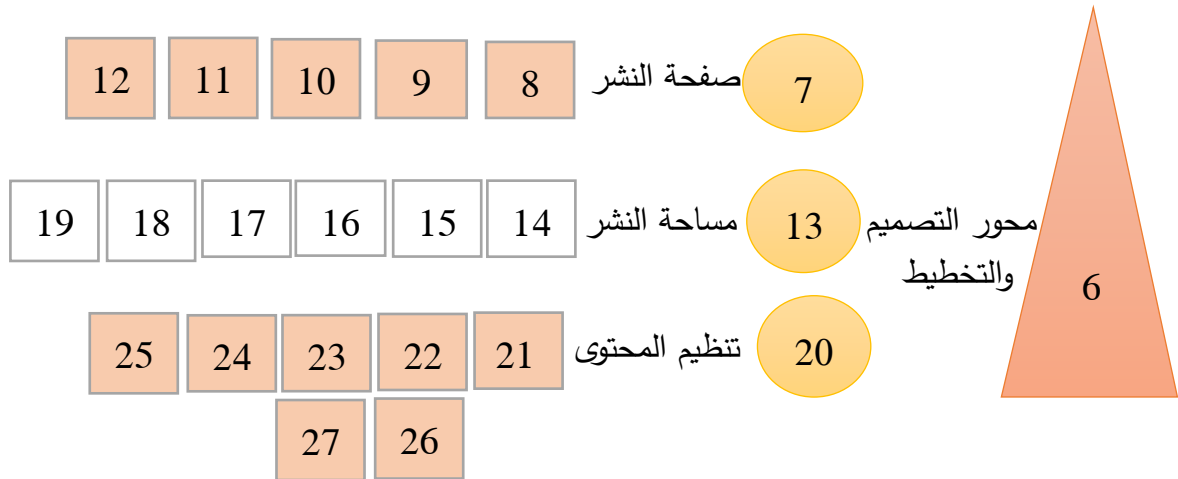
	1
3	2
	4

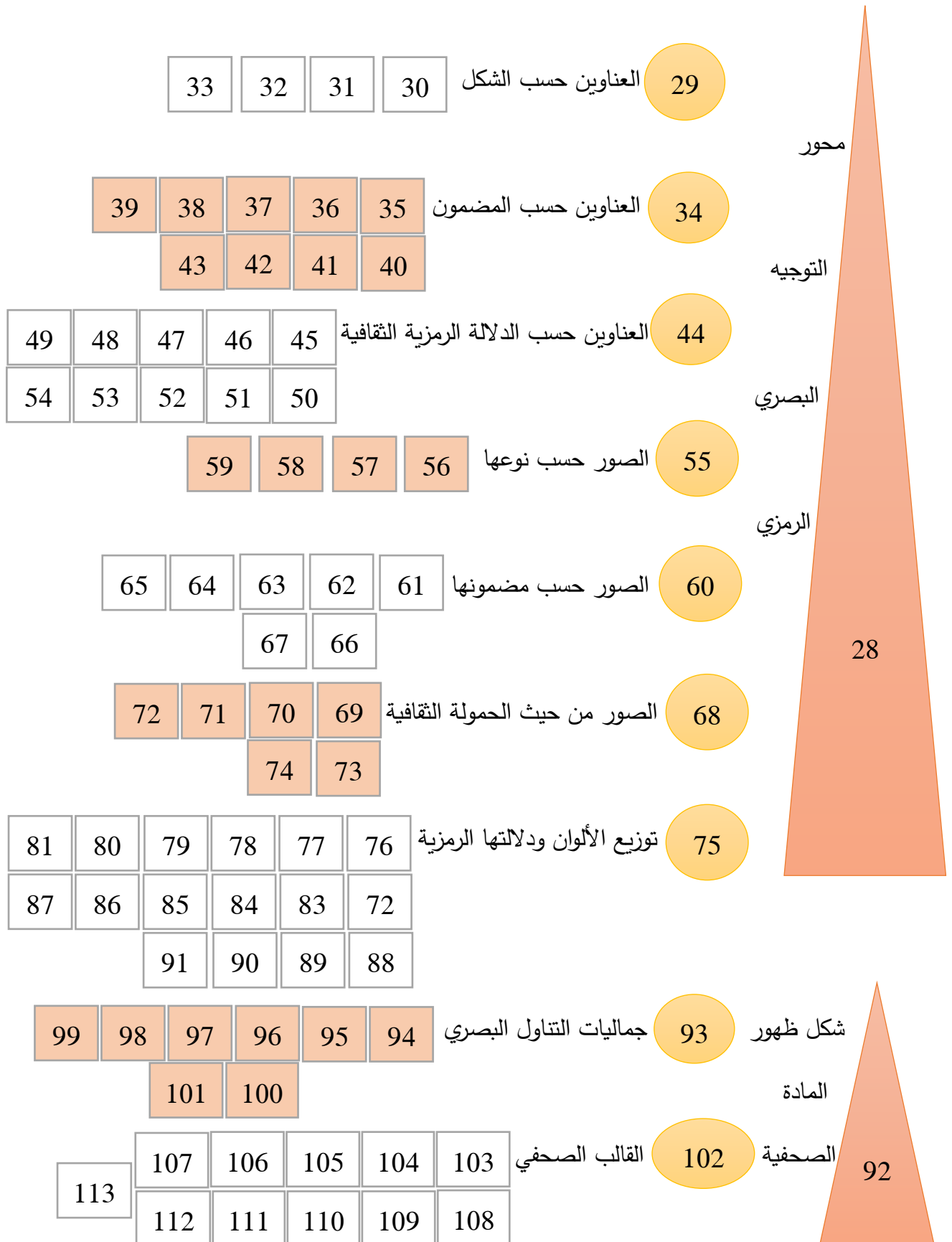
ثانياً: البيانات المتعلقة بوحدات وفئات التحليل:

أ- وحدات التحليل:

5

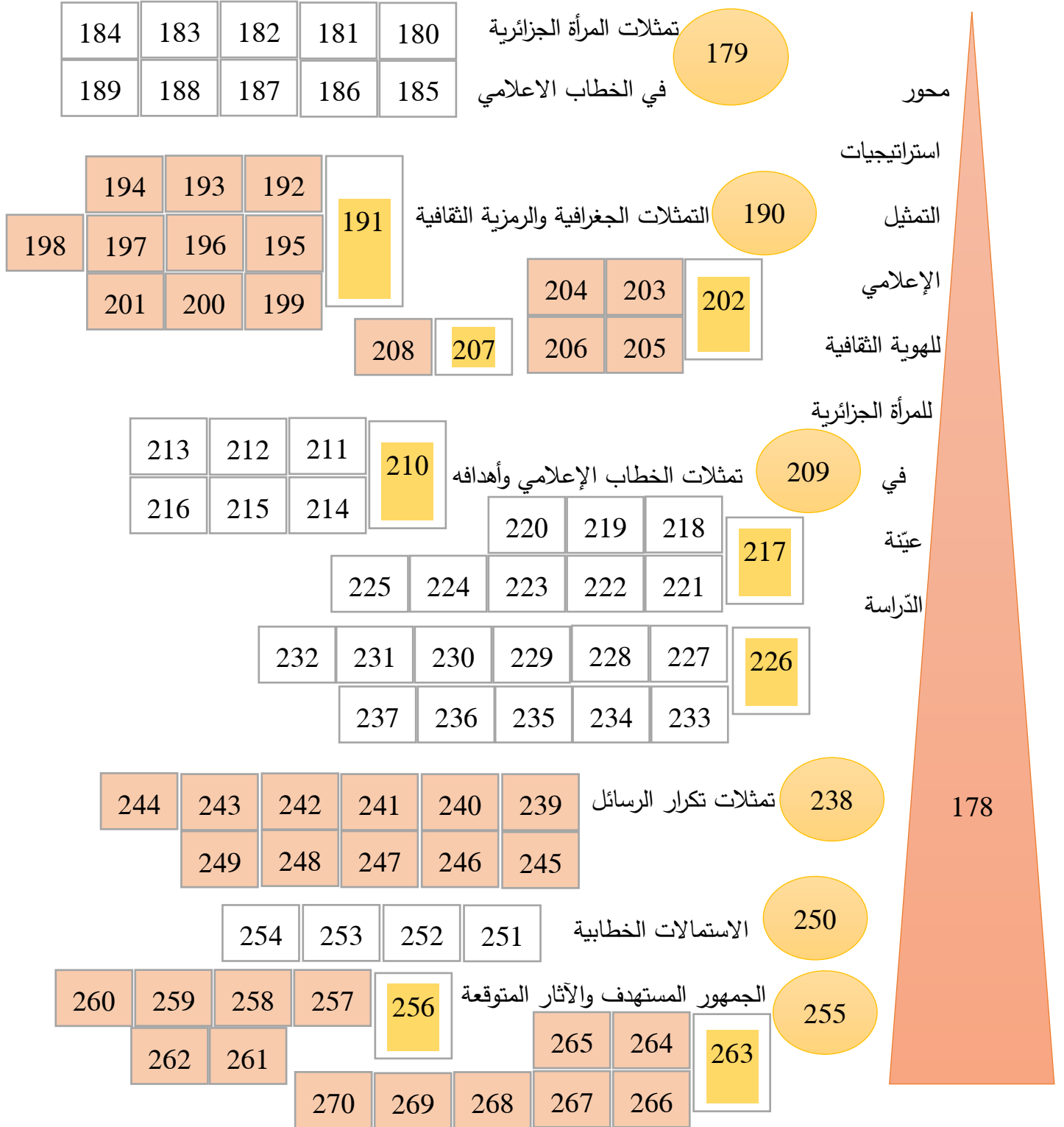
ب- فئات الشكل (كيف قيل؟):

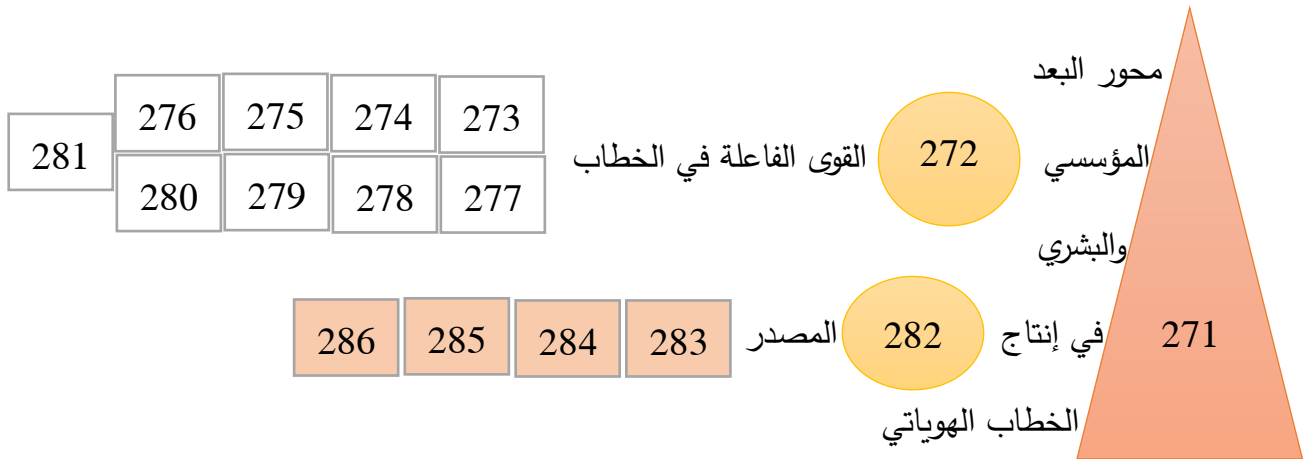




ج- فئات المضمون (ماذا قيل؟)

128	121	120	119	118	117	116	المسائل المطروحة	115	محور
	127	126	125	124	123	122			
	135	134	133	132	131	130	المسائل اللغوية	129	مضامين
	141	140	139	138	137	136			
	147	146	145	144	143		المسائل الدينية	142	الهوية الثقافية
	152	151	150	149	148				
	157	156	155	154			الرموز الثقافية التقليدية	153	للمرأة الجزائرية
	161	160	159				المسائل التاريخية	158	في الخطاب الإعلامي
		163	162						
	169	168	167	166	165		التمثيلات القيمية	164	لعينة الدراسة
	174	173	172	171	170				
		177	176	175					





الملحق رقم (02) دليل استمارة تحليل المضمون

أولاً: البيانات الخاصة بالوثيقة:

يشير الرقم 01 إلى الصحيفة، أما الأرقام 02، 03، 04 فهي خاصة بتاريخ صدور الصحيفة بحيث يشير المربع رقم 02 إلى الشهر ورقم 03 إلى السنة، ورقم 04 إلى العدد.

ثانياً: البيانات المتعلقة بوحدات وفئات التحليل:

أ- وحدات التحليل:

تشير الدائرة رقم 05 إلى وحدة الموضوع.

ب - فئات الشكل (كيف قيل؟):

__ المثلث رقم 06 يمثل محور التصميم والتخطيط الذي يندرج تحته عدّة فئات منها:

__ الدائرة رقم 07 تبين فئة صفحة النشر وتضم المربعات من 08 إلى 12 التي تمثل الفئات الفرعية على التوالي: صفحة أولى/ صفحات داخلية/ صفحات مشتركة/ صفحة الوسط/ الصفحات الأخيرة.

__ الدائرة رقم 13 تمثل مساحة النشر في الصفحة وتشمل الأرقام من 14 إلى 19 الدالة على الفئات الفرعية التالية: صفحة كاملة/ صفحتان متقابلتان/ مجموعة صفحات/ كل الصفحة/ نصف صفحة/ ثلث الصفحة/ ربع صفحة.

__ الدائرة رقم 20 تبين فئة تنظيم المحتوى في الصفحة وتضم المربعات من 22 إلى 27 التي ترصد الفئات الفرعية التالية: أعلى الصفحة/ أسفل الصفحة/ وسط الصفحة/ يمين الصفحة/ يسار الصفحة/ يمين وسط ويسار الصفحة.

__ المثلث رقم 28 يمثل محور التوجيه البصري الرمزي والذي تندرج في ضوؤه عدة فئات رئيسية وفرعية كالتالي:

__ **الدائرة رقم 29** تبين فئة العناوين حسب الشكل وتضم المربعات من 30 إلى 33 والتي تشير إلى الفئات الفرعية كما يلي: عنوان عريض/ عنوان عمودي/ عنوان ممتد/ عنوان مزخرف (مميز بصريا).

__ **الدائرة رقم 34** وتضم المربعات من 35 إلى 43 والتي تعكس الفئات الفرعية لفئة العناوين من حيث المضمون ونذكرها كالتالي: عنوان خبري / تقرير/ عنوان المثل او الحكمة/ اقتباسي/ تعجبي/ استفهامي/ تعبوي/ وصفي/مقارن.

__ **الدائرة رقم 44** تمثل فئة العناوين حسب الدلالة الرمزية الثقافية ضمن الخطاب الصحفي وتضم الأرقام 45 إلى 54 على التوالي مشيرة إلى الفئات الفرعية التالية: دلالة هوياتية تقليدية/ دلالة عصرية تغريبية/ دلالة احتجاجية نقدية/ دلالة تمجيدية احتفائية / دلالة وجدانية قيمية/ تقليدية عصرية/ هوياتية تمجيدية/ هوياتية وجدانية/ دلالة محايدة وظيفية.

__ **الدائرة رقم 55** تشير إلى فئة الصور من حيث نوعها، وتشكل الأرقام من 56 إلى 59 الفئات الفرعية كالتالي: صور شخصية/ موضوعية/ جمالية بصرية/ رموز بصرية مستقلة.

__ **الدائرة رقم 60** وتبين فئة الصور من حيث مضمونها، تحتوي المربعات من 61 إلى 67 الممثلة للفئات الفرعية التالية: صور تعكس رموز الهوية الثقافية الأصلية للمرأة الجزائرية/ صور تجسد التراث المادي والمعنوي المتعلق بالمرأة الجزائرية / صور تمثل المهن والحرف التقليدية التي تمارسها المرأة الجزائرية / صور تبرز التنوع الثقافي والجهوي للمرأة الجزائرية/ صور تعكس أنماط عيش المرأة الجزائرية ومظهرها اليومي/ صور تمثل المرأة الأجنبية في سياقات مختلفة/ صور تحمل بعداً قيمياً أو إنسانياً.

__ **الدائرة رقم 68** تمثل فئة الصور من حيث الحمولة الثقافية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة وتندرج تحتها الفئات الفرعية المتمثلة في: صور تنقل تمثالات نمطية تقليدية للمرأة الجزائرية/ صور تروج لتمثالات حدائية مستوردة/ صور محايدة وظيفية/ صور تمثل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وتعزز الانتماء/ صور دلالة هوياتية قيمية/ صور تعكس المزج بين التقليد والمعاصرة، وتمثل هذه الفئات المربعات التي تحمل الأرقام من 69 إلى 74.

الدائرة رقم 75 فئة توزيع الألوان حسب تموضعها ودلالاتها الرمزية في الخطاب الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال العناوين، الصور، الخلفيات، الإطارات وتضم المربعات من 76 إلى 91 الفئات الفرعية لها رصدناها كالتالي: اللون الأحمر، اللون الوردي، اللون الأزرق، اللون الأصفر، اللون الأسود، اللون الآخر.

__ **المثلث رقم 92** يمثل محور شكل ظهور المادة الصحفية ويحتوي على فئات التحليل التالية:

__ **الدائرة رقم 93** ترصد جمالية التناول البصري لقضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة (التركيز البصري)، وتبين الأرقام من 94 إلى 101 الفئات الفرعية لها على التوالي: تغليب الصورة على النص/ تكافؤ بين النص والصورة/ تغليب النص على الصورة/ تركيز بصري على الزي التقليدي/ تركيز بصري على رموز الهوية الثقافية/ تركيز بصري على الشخصية الثقافية أو التاريخية/ تركيز بصري على الطقس أو الممارسة الثقافية/ تركيز بصري على الفضاء المكاني.

__ الدائرة رقم 102 تعكس فئة القالب الصحفي لموضوعات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة متمثلة في الفئات من 103 إلى 113 على التوالي: خبر/ تقرير/ تعليق/ مقال تحليلي/ عمود صحفي/ افتتاحية/ تحقيق/ حديث صحفي/ ريبورتاج/ بورتريه / أخرى.

ج __ فئات المضمون (كيف قيل؟):

__ المثلث رقم 114 يجسد محور مضامين الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية المطروحة في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة ويضم عدّة فئات رئيسية وفرعية كالآتي:

__ الدائرة رقم 115 وتضم المربعات من 116 إلى 128 التي تشكل الفئات الفرعية لفئة مسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية المتناولة في عينة الدراسة ونذكرها كالتالي:

مسائل لغوية/ دينية/ مسائل التراث المادي والمعنوي/ مسائل العادات والتقاليد/ مسائل تاريخية/ مسائل التأصيل والمعاصرة/ تغطيات أونقد لخطابات إعلامية حول الهوية الثقافية/ مسائل القيم الثقافية والرمزية/ التمثلات السلوكية والاجتماعية للهوية الثقافية/ الذات الجزائرية والآخر/ التمثلات الرمزية للمرأة الجزائرية في الفضاءات الثقافية، الاجتماعية والإعلامية/ ديناميكية الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء/ تقديم المرأة الجزائرية كنموذج تمثيلي/ البعد الترويجي والتسويقي للهوية الثقافية/ الانزياحات الرمزية في تمثيل الهوية الثقافية.

__ الدائرة رقم 129 تبين فئة المسائل اللغوية في عينة الدراسة من حيث المسائل العربية كرمز للهوية الوطنية/ التنوع اللغوي داخل المادة الواحدة/ استخدام اللهجات المحلية وتموقعها/ الحضور الرمزي للغة الأمازيغية/ الحضور الرمزي للغة الفرنسية/ استعمال لغات أجنبية أخرى/ التهجين اللغوي والمصطلحات الوافدة/ عدم التجانس اللغوي وتأثيره على هوية الخطاب/ التماثل الأبجدي في النصوص أو الصور/ اللغة في الإعلانات والرسائل الرمزية/ الخطاب حول اللغة العربية/ اللغة العربية في المادة الإعلامية، تمثل هذه الفئات المربعات من 130 إلى 141..

__ الدائرة رقم 142 تعكس فئة المسائل الدينية في الخطاب الإعلامي في عينة الدراسة وتضم المربعات من 143 إلى 152 التي تمثل الفئات الفرعية على التوالي: الدين كمكون من مكونات الهوية الثقافية/ الحضور الرمزي للدين في الممارسات والعادات/ المفردات والمصطلحات ذات المرجعية الدينية/ التماثل البصري للرموز الدينية/ نقاشات حول علاقة المرأة بالدين وتدينها/ توظيف الدين في الإعلانات أو التسويق الرمزي/ المادة الإعلامية ذات البعد الوعظي أو الإرشادي/ الإشارات إلى المناسبات الدينية/ الديناميكية المرجعية الدينية الجماعية/ التمثلات الهوياتية الهجينة للمرجعية الدينية.

__ الدائرة رقم 153 تشير إلى فئة مسائل الرموز الثقافية التقليدية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة وتضم الفئات الفرعية التي تمثلها الأرقام من 154 إلى 157 وهي كالتالي: التراث المادي/ التراث المعنوي/ العادات والتقاليد/ الرموز البصرية الثقافية التقليدية

- __ **الدائرة رقم 158** توضّح فئة المسائل التاريخية في عينة الدّراسة وتندرج تحتها فئات فرعية تمثلها كل من الأرقام 159 إلى الرقم 163 وهي ما يلي: استحضار الشخصيات النسائية التاريخية/ الاحتفاء بالأحداث التاريخية الوطنية/ مقاومة الطمس التاريخي/ الربط بين الماضي والحاضر في بناء الهوية/ تمثيل الإرث الحضاري القديم.
- __ **الدائرة رقم 164** تبين فئة التمثيلات القيمية في مسائل الهوية الثقافية، وتعكس المربعات من 165 إلى 177 فئاتها الفرعية الإيجابية والسلبية منها كالتالي: قيمة العائلة/ التمكين والنجاح، الجمال والأنوثة، الأخلاق والسلوك/ الدين والتدين/ التضامن والانتماء الجماعي/ المواطنة والوطنية/ الأصالة والافتخار بعدسة الآخر/ التشييء والسطحية/ التهميش والتمييز/ التحرر والتحرر غير المؤسس/ الهجينة المستوردة/ التجرد والإساءة.
- __ **المثلث رقم 178** يمثل محور استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية بعينة الدراسة ويندرج في ضوئه عدة فئات فرعية كالتالي:
- __ **الدائرة رقم 179** تجسد فئة تمثيلات المرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة وتمثل المربعات من 180 إلى 189 فئاتها الفرعية كالتالي: المرأة كموضوع جمالي سطحي/ المرأة كفاعل ثقافي مجتمعي/ المرأة كرمز ثوري مؤسس للهوية الوطنية/ المرأة كحاملة للهوية الثقافية/ المرأة كمجال للمساءلة والتحويلات الحدائية/ المرأة كمجال للإبتكار والابداع/ المرأة في موقع النضال والقوة/ المرأة في موقع الضعف أو الضحية/ المرأة متعددة الأنماط/ المرأة في أدوارها النمطية.
- __ **الدائرة رقم 190** تعكس فئة التمثيلات الجغرافية والرمزية الثقافية، ويمثل المربع الأصفر رقم 191 فئة التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية حسب الخصوصيات ويتفرع منه المربعات من 192 إلى 201 التي تبرز الفئات التالية: تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة القبائلية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة العاصمية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الشاوية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة النابلية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الوهرانية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة التلمسانية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الميزابية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الريفية/ تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة التارقية.
- ويمثل المربع الأصفر رقم 202 فئة التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية حسب الجهة ويتفرع منه الفئات التالية: تمثيل رمزي لجهة الوسط الجزائري/ تمثيل رمزي لجهة الشرق الجزائري/ تمثيل رمزي لجهة الغرب الجزائري/ تمثيل رمزي لجهة الجنوب الجزائري ومثلتها المربعات من 203 إلى 206، ويمثل المربع الأصفر 207 فئة التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية العامة، ويعكس المربع رقم 208 فئة التمثيل الجغرافي المشترك العام.
- __ **الدائرة رقم 209** تعكس فئة تمثيلات الخطاب الإعلامي وأهدافه وبدورها تتفرع إلى ثلاث فئات رئيسية يمثل المربع الأصفر رقم 210 الفئة الرئيسية الأولى: اتجاه الخطاب الإعلامي والذي يتفرع عنه فئات فرعية تمثلها المربعات من 211 إلى 216 على التوالي كالاتي: خطاب إيحائي تمكيني/ تزييني سطحي/ مزدوج تراكي/ غامض محايد/ ترويجي إشهاري/ منفتح ديناميكي/ تقليدي محافظ/ نقدي مسائل. ويعكس المربع الأصفر رقم 217 الفئة الرئيسية الثانية: أهداف الخطاب الإعلامي وتتمثل فئاتها في المربعات من 218 إلى 225 كالتالي: هدف تعريف توعوي/ تحميلي ترويجي/ ترفيهي خدماتي/ تمكيني ثقافي/ إخباري وصفي/ تأصيلي توعوي/ حجاجي إقناعي/ تغريبي عولمي. ويعكس المربع الأصفر رقم 226 الفئة الرئيسية الثالثة:

الرسائل الضمنية للخطاب الإعلامي يضم الفئات من 227 إلى 237 كالتالي: تغليب القيم الجمالية المادية/ حضور رمزي للقيم التقليدية/ تمثيل هجين (تغريب/ تخوير) / تكريس التوازن بين الأصالة والمعاصرة/ إبراز الفروقات الجهوية دون تأطير جامع/ الهوية مشروع متفاعل متجدد/ تسليع الهوية وجعلها أداة استهلاك/ حيادي خدماتي/ إيجائي تأصيلي/ التحفيز والتعبئة/ إعادة تأطير رمزي للمرأة كوسيط دعائي.

__ **الدائرة رقم 238** تشير إلى فئة تمثلات تكرر الرسائل في الخطاب الإعلامي للهوية الثقافية بعينة الدراسة وتتفرع عنها فئات فرعية تمثلها المربعات من 239 إلى 249 كالتالي: الاحتفالات الوطنية/ الممارسات والاحتفالات التقليدية/ الألبسة والزينة التقليدية/ المأكولات والأطباق التقليدية/ الموروث الشفوي والفنون التقليدية/ الشخصيات والرموز الوطنية/ التمثلات الثقافية والاجتماعية للمرأة/ الرموز والفضاءات الثقافية/ الهوية اللسانية والانتماء الرمزي/ القيم والتوجهات المتداخلة/ الأبعاد الترويجية والاشهارية.

__ **الدائرة رقم 250** تجسد فئة الاستمالات الخطائية للهوية الثقافية بعينة الدراسة وتمثل فئاتها الفرعية المربعات من 251 إلى 254 كالتالي: الاستمالات العاطفية الوجدانية/ الاستمالات العقلانية المنطقية/ الاستمالات النقدية المساءلة/ الاستمالات المختلطة الهجينة.

__ **الدائرة رقم 255** تبين فئة الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة وتنقسم إلى قسمين فئة توضح الجمهور المستهدف ويمثلها المربع الأصفر رقم 256 الذي ينقسم بدوره إلى فئات فرعية تعكسها المربعات من 257 إلى 262 وتتمثل في: النساء ربات البيوت والأمهات/ المراهقات/ الجمهور النسوي العام/ المستهلكون جمهور (إشعاري تجاري) / المرأة المتمكنة ثقافيا (المتقنة)/ النساء المهتمات بالهوية الثقافية، ويمثل المربع الأصفر رقم 263 قسمها الثاني الذي يبرز الاستجابة والأثر المتوقع يتفرع عنه الانخراط الاستهلاكي/ إثارة التساؤل والنقد (حول أدوار المرأة/ قيم دخيلة)/ تكوين معرفة عن الهوية الثقافية/ تعزيز الفخر بالإنجازات النسوية في المجتمع/ إثارة الفخر بالهوية الجهوية/ الدفع للتمسك بالتقاليد مع قالب عصري/ تحديثات التراث، مثلت هذه الفئات الفرعية المربعات من 264 إلى 270.

__ **المثلث رقم 271** يمثل محور البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الإعلامي تندرج ضمنه فئتين رئيسيتين تضم فئات فرعية يمكن حصرها كالتالي:

- **الدائرة رقم 272** بين فئة القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي لمسائل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وتشير المربعات من 273 إلى 281 للفئات الفرعية كما يلي: فاعلون اقتصاديون/ تجاريون؛ فاعلون ثقافيون/ فنانون؛ فاعلون مؤسسيون/ رسميون؛ فاعلون إعلاميين؛ فاعلون رمزيون/ بصريون؛ فاعلون متفاعلون؛ خبراء ومختصون؛ جهات رسمية؛ الإدارة المالكة.

__ **الدائرة رقم 282** تمثل فئة مصدر الخطاب الإعلامي التي تتمثل فئاتها الفرعية في المربعات من 283 إلى 287 كالتالي: الطاقم التحريري الرسمي/ طاقم تحرير غير مصرح به/ مساهمة خارجية دائمة/ المواضيع بلا توقيع (بلا محرر).

الملحق رقم (03) التعريف الاجرائي لوحدات وفئات التحليل

يهدف هذا القسم إلى توضيح التعريفات الإجرائية المعتمدة في تحليل مضمون المادة الإعلامية، بما يضمن ضبط المفاهيم، ودقة التصنيف، وتوحيد الفهم بين الباحثين والمحكمين.

1. وحدات التحليل:

وحدة الموضوع: وهي الفكرة الرئيسية أو الموضوع الذي يتم التركيز عليه في النصوص المدروسة، وقد تم اختيار هذه الوحدة لاستخدامها في العدّ والقياس الكمي لمعرفة حجم التغطية الإعلامية لموضوعات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية (عدد التكرارات) في صحف الدراسة.

2. فئات الشكل (كيف قيل؟)

تساعد هذه الفئات في تنظيم المحتوى وتوجيه انتباه القارئ وتحديد ما يجب أن يستقطبه ويثير اهتمامه، كما تؤثر فئات الشكل في تأثير الرسالة على القارئ من خلال طرق العرض ووسائل الابرار والإخراج، ونقصد بفئات الشكل في هذه الدراسة كل الفئات الإخراجية الشكلية التي تساهم في توظيف وتنسيق المحتوى وطرق العرض ووسائل الابرار التي وظفتها عينة الدراسة في تناولها لمواضيع مسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وقد اخترنا محاور وفئات تخدم أهداف الدراسة نوضحها من خلال الجدول الآتي:

اسم المحاور والفئة	التعريف الإجرائي
المحور الأول: التصميم والتخطيط	نقصد به كل ما يتعلق بالتصميم الجرافيكي وهي العناصر البصرية، والتخطيط الهيكلي وهو كل ما يتعلق بتنظيم المحتوى وخلق توازن بين الصفحات داخل عينة الدراسة تبعاً لآليات الاتصال البصري واتجاه حركة عين القارئ، وقد اخترنا منها الفئات التالية:
صفحة النشر	تشير هذه الفئة إلى الموقع الذي تشغله المادة الصحفية ضمن المجلة النسائية، ويُقصد بها تحديد الصفحة التي تُشر فيها المحتوى المتعلق بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. يُنظر من خلالها إلى مدى إبراز الموضوع (من حيث الأهمية الصحفية)، باعتبار أن تموضع المادة في (الصفحة الأولى، صفحات داخلية، صفحات مشتركة، صفحة الوسط، الصفحات الأخيرة) يعكس اهتمام هيئة التحرير بالقضية ومدى منحها أولوية في تناولها.
مساحة النشر	تشير إلى الامتداد الكمي للمادة الصحفية المتعلقة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وتقاس بعدد الصفحات التي تشغلها المادة داخل المجلة، سواء كانت متصلة أو موزعة. تعكس هذه الفئة مدى الأهمية التي توليها المجلة للموضوع ومدى تعمّقها في معالجته. تتمثل فئاتها فيما يلي: صفحة واحدة: إذا ورد الموضوع أو العنصر الهوياتي في صفحة منفردة

صفحتان متقابلتان: إذا ظهرت المادة بشكل مترابط بين صفحتين متقابلتين. مجموعة صفحات: إذا امتد الموضوع على أكثر من صفحتين متتابتين. نصف صفحة/ثلث صفحة/ربع صفحة: إذا احتلت المادة جزءًا واضحًا من الصفحة. ملاحظة: لا تُدرج الصفحة الأولى ضمن مساحة النشر إلا إذا تضمنت موضوعًا كاملاً يعكس مضمونها هويًا. تُحسب المساحة كوحدة واحدة مهما تكررت الصور أو العناوين داخلها، على أن يُشار في خانة الملاحظات إلى طبيعة المادة وتنوعها (مثلاً: مجموعة وصفات تقليدية بـ 4 أرباع صفحة = صفحة واحدة).	
يُقصد بها الموضوع البصري الذي تحتله المادة التحريرية أو الموضوع المتعلق بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية (نصاً، أو صورة، أو عنواناً أو رمزاً بصرياً) ضمن الصفحة، مما يعكس درجة إبراز الموضوع أو تهميشه. ويُصنف حسب التوقع الغالب أو المشترك إلى: أعلى، وسط، أسفل، يميناً، يساراً، يميناً ويساراً، أو يميناً ووسط يساراً، بهدف الحفاظ على وحدة الموضوع بصرياً وتجنب تجزئته في أكثر من خانة. وتُعمد هذه الفئات وفقاً لما يظهر في التوزيع الفعلي للمحتوى داخل الصفحة.	تنظيم المحتوى في الصفحة
يعني بترجمة الرسائل الثقافية والمعاني الرمزية بصرياً، ويؤثر في تمثيل الهوية دون الحاجة إلى خطاب لغوي مباشر تندرج ضمنه الفئات التالية:	المحور الثاني: التوجيه البصري الرمزي:
تشير هذه الفئة إلى الشكل البصري للعناوين المستخدمة في المادة الصحفية، بما يعكس الخيارات التصميمية التي تؤثر في جذب الانتباه وتوجيه القراءة، ويعكس أحياناً خلفية ثقافية أو أسلوباً صحفياً معيناً. يتم تصنيفها إلى: عنوان عريض: نقصد به العنوان المكتوب بخط أكبر من حجم الخط المعتاد في المجلة، ويشغل مساحة عرضية متوسطة أو كاملة، مما يجعله يلفت الانتباه مباشرة. يُستخدم غالباً للتأكيد على أهمية الموضوع أو لشد القارئ سواء كان على الغلاف أو داخل الصفحات. عنوان عمودي: هو العنوان المكتوب بخطوط رأسية على امتداد العمود الجانبي للصفحة أو الغلاف، ويُستخدم عادةً في الروبورتاجات أو الملفات الخاصة، أو في أقسام المجلة التي تتطلب فصلاً بصرياً واضحاً بين النصوص. عنوان ممتد: هو العنوان الذي يمتد على سطرين أو أكثر، أو يغطي عرض الصفحة أو مساحة أفقية واسعة. قد يُستخدم لتوضيح الفكرة أو لتقديم عنوان رئيسي مع عنوان فرعي، ويعكس أحياناً البعد السردى أو التوضيحي للموضوع. عنوان مميز بصرياً/مزخرف: هو أي عنوان تم منحه معالجة بصرية خاصة، مثل لون مختلف عن باقي النصوص، أو خلفية ملونة أو مؤطرة، خطوط مزخرفة أو فنية، أو إدراج أيقونات أو زخارف جنبه. يُستخدم لإضفاء طابع خاص، ثقافي، أو احتفالي. قد يعكس الهوية التراثية أو التوجه الحدائي للمجلة. ملاحظة: العنوان المميز بصرياً يمكن أن يندرج ضمن أي من الفئات الثلاث السابقة (عريض، ممتد، عمودي)، ويتم تصنيفه أساساً وفق شكله الرئيسي، مع الإشارة في خانة الملاحظات إلى كونه "مميز بصرياً".	العناوين من حيث الشكل

عناوين من حيث المضمون	تشير إلى الطابع الدلالي أو الأسلوبي الذي يتخذه العنوان، والذي يعكس نية المحرر في التأثير على المتلقي وتوجيهه إدراكياً أو وجدانياً. تُصنّف كما يلي: 1. خبري: عنوان يقدم معلومة أساسية أو يعلن عن حدث أو نشاط أو مناسبة، بأسلوب مباشر وواضح دون انحياز أو شحنة عاطفية. الغرض منه إخبار القارئ بمحتوى المادة الصحفية. 2. تقرير: يعرض المعلومة بأسلوب موضوعي متسلسل، وقد يتضمن أرقاماً أو بيانات أو وصفاً إحصائياً، ويرتبط غالباً بالمقالات التحليلية أو الملفات الخاصة. 3. عنوان الحكمة: / المثل: عنوان يستند إلى حكمة شعبية أو مقولة مأثورة، أو مثل معروف، بهدف التأثير والإيحاء بمعنى ثقافي أو قيمى 4. اقتباسي: عنوان مأخوذ نصياً أو شبه نصي من عبارة وردت على لسان شخصية في الموضوع، أو من نص أدبي/ ثقافي معروف، وقد يوضع بين علامات اقتباس. 5. تعجبي: يضمن صيغة تعجب أو انبهار أو دهشة، ويستعمل علامات التعجب أو تراكيب لغوية تعكس حالة انفعالية. 6. استفهامي: يُطرح على شكل سؤال مباشر أو ضمني، يثير فضول القارئ لمعرفة الإجابة أو متابعة الموضوع. 7. تعبوي: يهدف إلى تحفيز القارئ أو دفعه لاتخاذ موقف أو القيام بفعل معين، وغالباً ما يتسم بنبرة قوية يُستخدم في الحملات التوعوية أو الرسائل الموجهة. 8. وصفي/ وجداني: عنوان يصف مضمون المادة الصحفية أو عناصرها الأساسية، وقد يتضمن صفات أو ألفاظاً توضيحية، ويجمع أحياناً بين الوصف ونبرة عاطفية أو إيجابية (فرح، حزن، فخر، حنين...) بهدف رسم صورة ذهنية لدى القارئ وإثارة اهتمامه. 9. مقارنة: يعقد مقارنة بين ظاهرتين، أو عنصرين أو خالتين أو زمنين لتوضيح الفروقات أو إبراز التناقضات.
العناوين حسب الدلالة الرمزية والثقافية	تشير إلى الرسائل الثقافية والرمزية التي يتضمنها العنوان، سواء عبر المفردات أو الأسلوب أو الإيحاءات، بما يعكس توجهها أيديولوجياً أو هويّياً ضمن الخطاب الصحفي. تُصنّف كما يلي: دلالة تقليدية: عنوان يعكس القيم والممارسات والمظاهر المرتبطة بالتراث والعادات الأصيلة، مثل الأزياء التقليدية، المناسبات الوطنية، الطقوس الاجتماعية، والموروث الشعبي. دلالة عصرية/تغريبية: عنوان يعبر عن قيم أو ممارسات أو مظاهر متأثرة بالثقافة الغربية أو العالمية الحديثة، سواء في الموضة أو الجمال أو أنماط الحياة، وقد يتضمن تبنياً صريحاً لأسلوب أو تقليد أجنبي. دلالة احتجاجية/نقدية: عنوان يحمل موقفاً نقدياً أو اعتراضياً على ظاهرة أو سلوك أو سياسة، ويعكس توجهها واعياً أو تحريضياً لإحداث تغيير أو إثارة نقاش. دلالة تمجيدية/احتفالية: عنوان يهدف إلى الإشادة أو الثناء أو الاحتفال بشخصية أو إنجاز أو حدث، وغالباً ما يبرز النماذج الإيجابية أو الرموز الوطنية أو تحتفي بمناسبات خاصة. دلالة وجدانية/قيمية: عنوان يعكس مشاعر إنسانية مثل التضامن، التعاطف، الأمل، الفرح، الحزن، ويبرز البعد القيمي الإيجابي في العلاقات الإنسانية أو المواقف الاجتماعية.

دلالة محايدة/وظيفية: عنوان لا يحمل حمولة رمزية أو قيمة واضحة، ويقتصر على تقديم المعلومة أو تحديد موضوع المادة الصحفية بشكل مباشر. أما الفئات المركبة هي العناوين التي تجمع بين أكثر من بعد رمزي رئيسي، ويتم تصنيفها في فئة مزدوجة تعكس الجمع بين البعدين، مثل: تقليدية + عصرية: عنوان يمزج بين عناصر من التراث وأخرى من الحداثة. هوياتية + تمجيدية: عنوان يبرز الهوية الثقافية مع الإشادة بشخصية أو حدث. هوياتية + وجدانية: عنوان يربط الهوية بالقيم والمشاعر الإنسانية. ملاحظة منهجية: العناوين ذات الدلالة المركبة تُحسب تكرارًا واحدًا فقط في الجداول الإحصائية، ويُذكر الجمع بين الدالتين في خانة الملاحظات.	
الصور حسب نوعها نقصد بها تصنيف الصور المستعملة في المجلة وفق نوعها الأساسي من حيث الغرض التحريري والجمالي الذي تخدمه، وهي تنقسم إلى: صور شخصية: هي الصور التي تُظهر امرأة واحدة أو أكثر بطريقة فردية أو جماعية، دون أن تحمل دلالات ثقافية واضحة، وغالبًا ما تُرفق مع مقالات أو مواد صحفية تبرز الجانب الشخصي، المهني، أو التعريفي بالشخصية المصورة. صور موضوعية: ترتبط مباشرة بموضوع المادة المنشورة، وتُستخدم لتوضيح محتوى معين مثل صور لنشاط، حدث، منتج، حرفة، لباس تقليدي، إلخ. الغرض منها: التوضيح، التوثيق، أو التدعيم البصري للمادة الصحفية صور جمالية بصرية: صور تعتمد على جماليات التكوين البصري أو المظهر الخارجي، وتُوظف غالبًا لأغراض جمالية بحتة، دون محتوى ثقافي أو رمزي، وغالبًا ما تظهر في صفحات الغلاف أو فواصل المجلة أو الزوايا التزيينية. رموز بصرية مستقلة: صور لرموز أو عناصر بصرية لا ترتبط بحدث أو شخص محدد، كالأزياء، الحلبي، الأدوات التقليدية، النقوش، الزخارف، والتي تحمل دلالات رمزية مستقلة تدل على الهوية الثقافية أو السياق القيمي دون ارتباط مباشر بالنص المكتوب.	
الصور حسب المضمون نقصد بها المضامين الدلالية التي تحملها الصور المنشورة، باعتبارها وسائط بصرية تنقل رسائل ثقافية، اجتماعية وهوياتية، ويمكن تصنيفها إلى: صور تعكس رموز الهوية الثقافية الأصيلة للمرأة الجزائرية: صور تُظهر رموزًا متجذرة في الثقافة الجزائرية مثل اللباس التقليدي، الفضاءات الاجتماعية المحلية، الرموز الدينية أو اللغوية، الأزياء أو المعمار المحلي. تُسهّم في ترسيخ عناصر الهوية الثقافية الأصيلة للمرأة الجزائرية. صور تجسد التراث المادي والمعنوي: المتعلق بالمرأة الجزائرية: صور تُظهر أدوات، صناعات، طقوس، أو ممارسات لها بعد تراثي، سواء مادي (كاللباس والمأكولات والحرف)، أو معنوي (كالاحتفالات والعادات)، تعبر عن الامتداد التاريخي للهوية.	

صور تمثل المهن والحرف التقليدية التي تمارسها المرأة الجزائرية: تُظهر المرأة في سياقات العمل اليدوي أو الحرفي التقليدي مثل الغزل، الفخار، الطبخ التقليدي، التطريز، صناعة الزرابي، تُشير إلى مساهمة المرأة في الحفاظ على الإرث المهني والاقتصادي المحلي، واستمرارية الأدوار الإنتاجية الثقافية في المجتمع. صور تبرز التنوع الثقافي والجهوي: للمرأة الجزائرية صور تُظهر الاختلافات الجهوية بين النساء الجزائريات من حيث اللباس، المظهر، اللهجة، أو الرموز الثقافية الخاصة بكل منطقة، بما يعكس فسيفساء الهوية الوطنية. صور تعكس أنماط عيش المرأة الجزائرية ومظهرها اليومي: صور تُظهر المرأة الجزائرية في سياقاتها اليومية كطبيبة، أستاذة، عاملة، أو ربة بيت، وتكشف نمط العيش العام والمظهر العصري أو المحافظ. تهدف إلى تقديم صورة اجتماعية أو سوسولوجية عن المرأة. صور تُظهر المرأة الأجنبية في سياقات مختلفة: صور تُوظف لنساء أجنبيات (عربيات، غربيات، إفريقيات...) تُوظف غالبًا في سياقات إعلامية أو تجارية أو المقارنة، أو عرض الموضة، أو كعنصر جمالي بحت. تفتح الباب على دلالات التماهي أو الانبهار أو حتى الاستلاب الثقافي أحيانًا. صور تحمل بعدًا قيميًا أو إنسانيًا: صور تعكس مواقف، مشاهد، أو سياقات تنطوي على دلالات إنسانية أو قيمية (كالتكافل، الرعاية، التضامن، أو حتى السلوكيات السلبية)، دون أن ترتبط مباشرة بعناصر الهوية.	
نقصد بما الشحنات الرمزية والدلالات العميقة التي تحملها الصور حول المرأة، والتي تسهم في بناء تمثيلات ثقافية واجتماعية ضمن الخطاب الإعلامي النسائي وتشمل: صور تنقل تمثيلات نمطية تقليدية للمرأة الجزائرية تظهر المرأة في أدوار محدودة وثابتة كربة بيت، أم، أو في سياقات محافظة ترتبط بالمرور المجتمعي التقليدي. تعيد إنتاج الصورة النمطية وتكرس ثبات الأدوار الجندرية. صور تروج لتمثيلات حدائثية مستوردة: صور تُظهر المرأة في هيئة أو سياق مستورد عن نماذج ثقافية أجنبية، غالبًا غربية، وتُعبّر عن الانفتاح على أنماط عيش وقيم غير محلية. صور محايدة/ وظيفية (خالية من الدلالات الثقافية المباشرة): توظف بشكل حيادي في إطار أداء وظيفي محدد دون خلفية رمزية أو دلالة ثقافية مباشرة (مثل صور في تقارير أو إعلانات توعوية...). لا تعبر عن موقف ثقافي أو رمزي واضح. صور تدعم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وتعزز الانتماء: صور تُبرز فخرًا بالهوية الثقافية، وتُسهم في ترسيخ الانتماء لدى المرأة الجزائرية عبر التذكير بأصولها وقيمها وإبراز صور إيجابية عنها. صور تمثل الهوية الثقافية الجزائرية لدة الآخر: صور تُظهر تمثيلات الآخر (الغربي غالبًا) للهوية الجزائرية، سواء بإبراز عناصر منها أو دمجها في سياقات تعكس نظرة خارجية. صور تحمل دلالة هوياتية قيمية: صور تُزاوج بين المزية الثقافية والمضامين القيمية، وتُجسد المرأة كحاملة لرسائل معنوية (أمومة، وطنية، صبر، عطاء...) ضمن سياق هوياتي.	الصور من حيث الحمولة الثقافية:

صور تعكس المزج بين التقليد والمعاصرة: صور تُظهر ملامح الدمج بين المظهر التقليدي والعصري، سواء في اللباس، المظهر، أو السلوك، وتُعبّر عن تفاعل مستمر بين الأصالة والحداثة.	
تشمل هذه الفئة تحليل الألوان الموظفة بصرياً في عناصر المجلة ذات العلاقة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، سواء في الأغلفة، الصور الفوتوغرافية، العناوين، الخلفيات، الإطارات أو الزخارف. ويتم رصد الألوان الأساسية (الأبيض، الأسود، الأحمر، الأخضر، الأصفر، الأزرق، البرتقالي، البني، الذهبي، النحاسي، الوردي، الرمادي، البنفسجي، الفضي، الأبيض والأسود، والبيج)، بالإضافة إلى التركيبات اللونية التي تحمل دلالات ثقافية أو رمزية (مثل ألوان الألبسة التقليدية، الحلي، الألوان، المعمار...). يؤخذ بعين الاعتبار تكرار اللون، موضعه، دلالاته الرمزية أو الثقافية، وارتباطه بالهوية الجزائرية أو تعبيره عن التنوع الثقافي الجهوي في البلاد. ويستند التحليل إلى المقاربة البصرية والدلالية المعتمدة على السياق الثقافي والاجتماعي، كما ورد في الأدبيات والمراجع التفسيرية المختصة.	توزيع الألوان ودلالاتها الرمزية
يركز هذا المحور على الكيفيات الشكلية التي تُقدّم بها المادة الصحفية ضمن المجلة، سواء من حيث البنية أو النمط التحريري أو أدوات الدعم البصري، ما يسمح بتقدير مدى تأثير الشكل على تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية يندرج ضمنه الفئات التالية:	• المحور الثالث: شكل ظهور المادة الصحفية
هي الفئة التي تُعنى بتحليل أولوية توظيف العناصر البصرية في تقديم المادة الصحفية ذات الصلة بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وذلك من خلال رصد مدى غلبة الصورة أو النص، وتركز الصورة على أحد عناصر الهوية الثقافية، بهدف الكشف عن الأولوية المعطاة لعنصر دون الآخر، وما يحمله ذلك من دلالة ضمنية حول التركيز في الخطاب، ويُقاس ذلك بناءً على: تغليب الصورة على النص: حين تأخذ الصورة الحيز الأكبر مقارنة بالمادة التحريرية في الصفحة، سواء من حيث المساحة أو التموقع أو الأثر البصري. تكافؤ بين النص والصورة: تُرمز عندما يكون هناك توازن بصري واضح بين مساحة النص والصورة، سواء من حيث الحجم أو التموقع أو الأهمية في إيصال الرسالة، ما يدل على رغبة في تحقيق توازن بين البعد البصري والمضمون الثقافي أو الإخباري. تغليب النص على الصورة: تُرمز عندما يهيمن النص من حيث المساحة أو التمركز أو التأثير البصري، ما يشير إلى تركيز أكبر على المعالجة النصية أو الفكرية للموضوع، وربما تقليل حضور الصورة لاعتبارات تحريرية أو ثقافية. تركيز بصري على الزي التقليدي: عندما تُبرز الصورة أحد الأزياء التقليدية الجزائرية باعتبارها موضوعاً رئيسياً أو خلفية بارزة. تركيز بصري على رموز الهوية الثقافية: عند احتواء الصورة على عناصر رمزية دالة على الهوية الثقافية مثل: العلم، اللغة، الرموز الأمازيغية، الحلي، الألوان التقليدية...	- جمالية التناول البصري لقضايا الهوية الثقافية (البصري)

تركيز بصري على الشخصية الثقافية أو التاريخية: عندما تكون الصورة الموجهة لتسليط الضوء على شخصية معروفة بمكانتها في التاريخ أو الثقافة الوطنية. تركيز بصري على الطقس أو الممارسة الثقافية: عند إبراز طقوس وعادات وممارسات تحمل أبعاداً رمزية أو هوياتية كيناير، الأعراس، رمضان، الحناء... تركيز بصري على الفضاء المكاني: عندما تُظهر الصورة فضاءً له حمولة ثقافية أو رمزية (مثل القصبة، الأسواق القديمة، البيوت التقليدية...). ملاحظة: تُحتسب صورة المرأة ضمن خانة تغليب الصورة على النص، فقط إذا كانت المرأة تحتل المساحة البصرية الأكبر، مع تخصيص ملاحظة بذلك في الجدول التحليلي. يُراعى أن يكون التركيز البصري مرتبطاً فعلياً بمضمون الموضوع، وليس معزولاً أو دعائياً. لا يشترط أن تكون الصورة والنص في نفس الصفة لتصنيف الفئة، يكفي أن يشكّلا وحدة موضوعية واحدة (كما في مواضيع الطبخ أو التقاليد)	
تشير هذه الفئة إلى الشكل الصحفي المعتمد في تقديم المادة الإعلامية، والذي يحدد أسلوب المعالجة التحريرية ومدى عمقها وتوجهها (إخباري، تفسيري، وصفي، تحليلي...)، وهو ما يسهم في الكشف عن طبيعة الخطاب الموجه للمتلقي. الفئات الفرعية: خبر: مادة صحفية قصيرة ومباشرة، تنقل معلومة آنية دون تحليل، وغالباً ما تفتقر للسياق الثقافي العميق. تقرير: يعرض موضوعاً محدداً مع بعض التفصيل، ويقدم خلفيات وتفسيرات دون الوصول إلى مستوى المقال التحليلي. مقال تحليلي: يتناول موضوعاً ثقافياً أو اجتماعياً بتحليل معمق ورؤية خاصة، يقدم فيه الكاتب تفسيراً مدعوماً بمعطيات أو مراجع. عمود: نص صحفي ثابت أو دوري، يكتبه كاتب واحد غالباً، يعبر فيه عن رأي شخصي أو تأملي أو توجيهي، غالباً ما يكون في مساحة محددة من المجلة (مثل الزاوية الثابتة)، يستند للمعيار: الطابع الذاتي البارز، الأسلوب الساخر التأملي أو العفوي، توقيع الكاتب واضح أو معروف، يظهر بصفة دورية أو شبه دورية. افتتاحية: مقالة تمثل موقف المجلة الرسمي من قضية ما، وتُعدّ مرآة لخطها التحريري العام، ما يجعلها مؤشراً مهماً في دراسة الخطاب. تحقيق: عمل صحفي استقصائي معمق، يعالج موضوعاً ثقافياً أو اجتماعياً من عدة جوانب عبر شهادات وبيانات ومصادر متعددة. حديث (لقاء صحفي): مادة تعتمد على مقابلة شخصية مع أحد الفاعلين (فنانة، مثقفة، سيدة أعمال...)، قد تكشف تماثلات الهوية الذاتية أو الجماعية. ريبورتاج: عرض وصفي لحدث أو تجربة، يُبرز التفاعل البصري والمكاني مع الموضوع، ويُستثمر في تقديم الصور الثقافية.	القلب الصحفي

بورترية: مادة تُركّز على تقديم شخصية معينة، مبرزة خصائصها، مسارها، وأبعادها الرمزية، ما يتيح استكشاف تمثيلات الهوية. الملف: مجموعة من الموضوعات الصحفية التي تتناول قضية واحدة أو موضوعاً موحداً من زوايا متعددة، تُعرض غالباً على امتداد عدة صفحات، وقد يضم: حوارات، مقالات، روبرتاجات، تقارير، شهادات، إلخ، يستند لمعيار: تكرار العنوان أو الشعار الموحد عبر الصفحات، تنوع القوالب ضمن المحور ذاته، وجود عنوان بارز يغطي العدد أو يشكل محوراً له، وحدة الموضوع مع تنوع زوايا المعالجة. الموضوعات المكملّة (Rubriques Annexes): مواضيع فرعية أو قصيرة تُدرج في المجلة غالباً في الهوامش أو الفواصل، ذات طابع تعريفي، ترفيهي، رمزي أو إشاري، لا تشكل وحدة موضوعية كبرى ولكن تخدم البنية الشكلية أو الرمزية للمجلة يستند لمعيار: قصر النص أو صغر حجمه، ظهوره في أركان أو مساحات جانبية، طابعه الترفيهي، الثقافي، الرمزي أو التنشيطي، لا يندرج ضمن الملفات أو الأركان الأساسية. ملاحظة: تم تصنيف القوالب الصحفية في هذه الدراسة بالاستناد إلى الشكل التحريري للمادة، وطبيعة المعالجة، والوظيفة الاتصالية التي تؤديها داخل المجالات المدروسة، سواء كانت وظيفة إخبارية، تحليلية، تفسيرية، رمزية، أو توجيهية.	

3. فئات المضمون (ماذا قيل؟):

ونقصد بها مجموعة من الفئات التي تساعدنا في تفكيك وتصنيف المضمون وفهم محتوى الخطاب الإعلامي والأفكار والمعاني التي تتضمنها مواضيع الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في مجلتي «دزيريات» و«موعد حواء» وتشمل ما هو مبين في الجدول التالي:

اسم المحاور والفئات	التعريف الاجرائي
المحور الأول: مضامين الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية يشكل مضمون الخطاب الإعلامي مرآة لتمثيلات الهوية الثقافية ومجالاً دالاً على الكيفيات التي تُصاغ بها صورة المرأة الجزائرية، ثقافياً واجتماعياً. ويهدف هذا المحور إلى تحليل الأبعاد المتنوعة للهوية الثقافية كما تظهر في المجالات النسائية، من مسائل لغوية ودينية وتاريخية، إلى الرموز والقيم الثقافية، بالإضافة إلى اللغة الموظفة وأهداف المضامين. ويعتمد هذا التحليل على مقاربات نظرية كتمثيل الهوية (Representation)، والغرس الثقافي (Cultural Cultivation)، ومقاربة الهيمنة الثقافية (Cultural Hegemony)، من أجل تفكيك الرسائل الضمنية وفهم ديناميات إنتاج المعنى داخل الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة الجزائرية، يضم:	

المسائل المطروحة في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة	تشير هذه الفئة إلى طبيعة الموضوعات والقضايا التي تضمنتها المجالات النسائية محل الدراسة، والتي تمسّ بشكل مباشر أو غير مباشر الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. وتشمل هذه المسائل مختلف الأبعاد الرمزية والاجتماعية التي تشكّل الانتماء الثقافي، مثل اللغة، الدين، التاريخ، الموروث الشعبي، النقاشات حول الحداثة والتقليد، إضافة إلى تغطية الخطابات الإعلامية الأخرى حول قضايا الهوية. وتهدف الفئة إلى تحديد حضور هذه المسائل ونوعية تمثلاتها داخل المواد الإعلامية، رصدنا فئاتها كالتالي: مسائل لغوية: تشمل الموضوعات التي تبرز الأبعاد اللغوية المرتبطة بالهوية الثقافية، مثل التنوع اللغوي في المجتمع الجزائري، مكانة اللغة العربية، الأمازيغية، الفرنسية، أو اللهجات المحلية، ودورها في التعبير الثقافي، إضافة إلى تناول قضايا تتعلق باستخدام اللغة في الإعلام أو الحياة اليومية. مسائل دينية: تتضمن المواد التي تعالج عناصر مرتبطة بالهوية الدينية للمرأة الجزائرية، كالعادات الرضائية، الحجاب، القيم الدينية، أو الأبعاد الرمزية للشعائر والمناسبات، ويكون الخطاب موجّهاً بطريقة تعكس البعد الديني كمكوّن من مكونات الهوية الثقافية. مسائل العادات والتقاليد: تشمل الموضوعات التي توثق أو تستعرض العادات الاجتماعية التقليدية، والممارسات الطقسية أو المرتبطة بالمناسبات (كالزواج، الولادة، المناسبات الدينية والاجتماعية)، بما يعكس استمرارية أو تحول هذه الممارسات في المجتمع الجزائري، وخاصة مت يتعلّق بالمرأة. مسائل التراث المادي والمعنوي: تضم المواضيع التي تبرز الرموز والعناصر الموروثة من الماضي، سواء كانت مادية (كاللباس، الأواني، الزينة، الأطعمة، العمارة...) أو معنوية (كالموسيقى، الرقصات، الحكايات الشعبية، الأمثال، الطقوس...) والتي تعدّ جزءاً من الهوية الجماعية وتشكل ذاكرة ثقافية للمرأة الجزائرية. مسائل تاريخية: تشمل المعالجات التي تحيي وقائع أو رموز تاريخية ترتبط بالمرأة الجزائرية أو بالأحداث الوطنية التي كان للمرأة فيها دور فاعل، وتوظف المادة الإعلامية تلك الوقائع لإبراز البعد التاريخي للهوية وإعادة ربط الحاضر بالماضي. ثنائية التأصيل والمعاصرة في الهوية الثقافية: تتناول المواد التي تبرز التفاعل بين الجذور الثقافية التقليدية واللمسات العصرية في أنماط الحياة، لا سيما في الأزياء، الطبخ، الفن، أو الممارسات الاجتماعية، بما يعكس سعي المرأة الجزائرية للموازنة بين الأصالة والانفتاح المعاصر. تغطيات أو نقد خطابات إعلامية حول الهوية: تشمل المواضيع التي تنقل أو تنتقد معالجة إعلامية لهوية المرأة الجزائرية، سواء بالتناول المباشر أو بالإحالة الضمنية، وقد يكون ذلك عبر تحليل مقالات، عروض أزياء، برامج أو أخبار، تسليط الضوء على كيفية تمثيل الهوية أو تشويهها أو تضخيمها. مسائل القيم الثقافية والرمزية: تُعنى المواضيع التي تبرز قيماً جماعية مثل التضامن، الاحترام، الكرم، الشجاعة، أو صوراً رمزية تتعلق بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، وتشمل تمثلات الهوية من خلال الشعارات، التقاليد، الخطابات، أو الرموز التي توظفها المادة الإعلامية لتعزيز الانتماء الثقافي. التمثلات السلوكية والاجتماعية للهوية الثقافية: تشمل المواضيع التي تعكس السلوكيات اليومية، الأدوار الاجتماعية، التقاليد المتوارثة، أو تمثلات معينة للمرأة الجزائرية في الحياة العامة والخاصة، بما يظهر القيم السلوكية السائدة، والتموقعات المجتمعية، والتحويلات في صورة المرأة في المجتمع.

الذات الجزائرية والآخر في الخطاب الثقافي: تركز هذه الفئة على المواضيع التي تُظهر تفاعل المرأة الجزائرية مع الآخر (سواء العربي، الغربي، أو غيره) في سياق ثقافي، فني، أو فكري، سواء من خلال المقارنة، الاستلهام، التأثير، أو المقاومة، بما يعكس مدى تمسك الذات بالهوية أو قابليتها للاختراق.

تمثلت المرأة الجزائرية في الفضاءات الثقافية، الاجتماعية والإعلامية: تضم المواضيع التي تُبرز كيف يتم تقديم المرأة الجزائرية في المجلات، الفنون، الإعلانات، الأحداث الثقافية أو البرامج، الأدب النسوي، سواء عبر صورتها، خطابها، أو أدوارها، مما يسمح بقراءة تمثيلية رمزية لهويتها في الفضاء العام.

ديناميكية الهوية الثقافية وتعدد روافدها: تشير إلى المواضيع التي تُظهر كيف تتشكل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية من خلال تعدد المصادر (اللغوية، الدينية، الجغرافية، الفنية...) ومن خلال تفاعلها المستمر مع التقاليد والتحديث، بما يعكس حيوية الهوية وتطورها الزمني والمكاني.

التمثيل السلبي أو الإشكالي للهوية الثقافية: يشمل المواضيع التي تعكس صورًا مشوشة، مشوهة، أو مبتورة للهوية الثقافية، سواء من خلال الإساءة، التنميط، الغموض، أو التهميش. ويتناول هذا التصنيف كيف تُحتزل أو تُختطف الهوية ضمن محتوى سطحي أو خطاب إعلامي أو سرد يفتقر إلى التوازن والوعي الثقافي.

دعم الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء: تشكل المواضيع التي تدعو صراحة أو ضمناً إلى الاعتزاز بالانتماء الوطني، والتمسك بالهوية الثقافية، من خلال استعادة الذاكرة الجمعية، تمجيد الرموز الوطنية، الاحتفاء بالمرأة الجزائرية كمكون أساسي في بناء الهوية، أو تعزيز القيم الثقافية ضمن المحتوى الإعلامي.

تقديم المرأة الجزائرية كنموذج تمثيلي: تضم المواضيع التي تبرز نماذج نسوية جزائرية تُقدّم باعتبارها مثلاً للنجاح، الريادة، الإبداع أو الأصالة، في مجالات متعددة (العمل، الفن، الصناعة، المجتمع...). غالباً ما تُبنى هذه المواضيع على مقابلات، بورتريهات أو حوارات ترويجية تعكس أبعاداً هوياتية إيجابية.

البعد الترويجي والتسويقي للهوية الثقافية: تتناول المواضيع التي تُوظف عناصر الهوية الثقافية (كاللباس، الطبخ، الفنون، اللهجات...) في إطار ترويجي أو تسويقي، سواء عبر العلامات التجارية، الشخصيات المؤثرة، أو الحملات الدعائية، يتم فيها ربط الثقافة بالمجال الاقتصادي والاستهلاكي بطريقة مباشرة أو ضمنية.

الانزياحات الرمزية في تمثيل الهوية الثقافية: تشير إلى المواضيع التي تنطوي على انزلاقات أو تحويرات في تقديم رموزاً أو مكونات الهوية، مثل نسب تراث جزائري لدول أخرى، تغييب الخلفية الثقافية المحلية، أو إسقاط دلالات مستوردة على موروثات وطنية، ما يخلق لبساً أو تضليلاً في تمثيل الهوية.

ملاحظة: يؤخذ بعين الاعتبار أن تمثل المسائل الهوياتية في المجالات المعنية بالدراسة لم يكن بمعالجة متجانسة من حيث العمق؛ إذ تفاوت الخطاب بين مستويات سطحية - احتفائية أو ترويجية، ومستويات متوسطة وأخرى معمّقة ذات طابع تحليلي أو توثيقي.

يقصد بـ **عمق المعالجة** درجة التناول التي يُمنح بها الموضوع داخل المادة الإعلامية من حيث الشرح، التحليل، التفسير، أو مجرد العرض السطحي. وتم تصنيفها في هذه الدراسة إلى أربعة مستويات، بناءً على مجموعة من المعايير النوعية:

1. المعالجة السطحية

يُصنف الموضوع ضمن هذه الفئة عندما:

يكتفي بالسرد أو العرض دون تحليل أو تفسير معمّق.

يُركز على الجانب الترويجي أو الاحتفائي (مثل تمجيد الشخصية أو المنتج). يعتمد على الانفعالات أو التعبيرات الشعبوية دون توظيف سياق ثقافي أو اجتماعي. يفتقر إلى التوثيق أو الاستناد إلى معطيات واضحة. يُبنى على شهادات فردية دون تأصيل جماعي أو بعد رمزي واضح. 2. المعالجة المتوسطة. يُدرج الموضوع ضمن هذه الفئة عندما: يجمع بين العرض والتفسير الجزئي دون الغوص في خلفيات أو جذور الظاهرة. يظهر فيه بعض البعد الرمزي أو القيمي دون تأصيل أو توسّع. يتسم بالتوازن بين الإخبار والتحليل دون تغليب لأحدهما بشكل واضح. يقدم بعض الخلفيات لكنه لا يسير بها إلى عمق سوسيولوجي أو ثقافي. 3. المعالجة المعمقة. تنتمي لهذه الفئة المواضيع التي: تعتمد على تحليل معمّق أو توثيق دقيق للوقائع أو الممارسات. ترتبط بسياقات تاريخية، اجتماعية، أو ثقافية واضحة. تُستحضر فيها المقاربات الفكرية أو النقدية (كالسوسيولوجيا، الدراسات الثقافية، الأنثروبولوجيا...). تُستند إلى مرجعيات أو سرديات جماعية ترتبط بالهوية الثقافية. 4. المعالجة الضمنية. تُمنح للمواضيع التي: لا تُصرّح مباشرة بمسألة الهوية، لكنها تُفهم من خلال التمثيلات، الرموز، الصور، أو الصياغة العامة. توظف عناصر ثقافية أو رمزية دون التنصيص عليها كموضوع أساسي. توحي بمعالجة هوياتية من خلال بنية الخطاب (كزّي تقليدي، لهجة، طقس...) حتى وإن بدا الطابع ترويجيًا أو تسويقيًا.	
تشير "المسائل اللغوية" في هذا السياق إلى مختلف أنماط التوظيف اللغوي داخل المادة الإعلامية، والتي تعكس تماثلات الهوية اللغوية والثقافية في المجالات النسائية الجزائرية، وتشمل اثني عشر مظهرًا فرعيًا على النحو الآتي: اللغة العربية كرمز للهوية الوطنية: ترصد هذه الفئة كل توظيف للغة العربية يظهر فيه فخر أو اعتزاز بالانتماء الوطني أو الثقافي، سواء على لسان الشخصيات أو في شعارات وأقوال تعزز حضور العربية بوصفها لغة أصالة، علم، ثقافة، تعليم، أو انتماء حضري، أو أحد أعمدة الهوية الجزائرية. استخدام اللهجات المحلية وتموقعها: تسجل هذه الفئة توظيف المفردات أو التعبيرات العامية الخاصة بالمناطق الجزائرية في المتن، العنوان، أو الحوار، وتُدرس بوصفها مؤشرًا لهوية جهوية أو ثقافية داخل النص. اللغة العربية في المواد الإعلامية: ترصد الفئة اختيار الصيغة الفصيحة بدل العامية في عرض محتوى له جذور شعبية أو تراثية، بما يعكس محاولة ترقية اللهجة أو تسويق الموروث بوساطة اللغة العربية المعيارية، دون الاقتصار على تحرير النص	المسائل اللغوية

الحضور الرمزي للغة الأمازيغية: ترصد الفئة كل ظهور للمفردات أو العبارات الأمازيغية في المادة الإعلامية، سواء مكتوبة بالتيفيناغ أو بالحرف العربي أو اللاتيني، ما دامت تؤدي وظيفة رمزية ثقافية، احتفالية، أو لغوية.

الحضور الرمزي للغة الفرنسية: ترصد الفئة إدراج مفردات أو عبارات بالفرنسية ضمن السياق الإعلامي، سواء بشكل مباشر أو مترجم، في العناوين، الأسماء التجارية، الشعارات، أو النصوص، بما يعكس الامتداد الثقافي أو التأثير اللغوي الفرنسي.

استعمال لغات أجنبية أخرى: ترصد توظيف لغات غير العربية والفرنسية والأمازيغية، مثل الإنجليزية أو الكورية أو الإيطالية، داخل المادة الإعلامية، سواء في التسميات أو الشعارات أو المحتوى، ما يعكس انفتاحاً أو تأثيراً خارجياً.

التنوع اللغوي داخل المادة الواحدة: ترصد الفئة حضور أكثر من لغة أو لهجة ضمن نفس المادة الإعلامية، كأن تتداخل العربية مع الفرنسية أو الأمازيغية أو لهجات محلية، سواء في النص أو الحوار أو العناوين، بما يعكس تنوعاً لغوياً داخلياً في المادة.

التهجين اللغوي والمصطلحات الوافدة: ترصد الفئة استعمال مفردات هجينة أو مصطلحات مستعارة من لغات أجنبية دُججت في البنية العربية أو المحلية، وغالباً ما تظهر في الإعلانات، أسماء المشاريع، أو المنتجات، بما يعكس ذوقاً تسويقياً أو تأثراً بالعولمة.

التمظهر الأبجدي في النصوص أو الصور: ترصد الفئة الشكل البصري للأبجدية المستعملة (عربية، لاتينية، تيفيناغ)، خاصة في العناوين، الشعارات، أو الإعلانات، وتحلل بوصفها مظهرًا من مظاهر الهوية المرئية للغة.

اللغة في الإعلانات والرسائل الرمزية: ترصد هذه الفئة كيف تُوظف اللغة (بأنظمتها المختلفة) داخل الإعلانات والشعارات التجارية أو الثقافية، بما يعكس وظيفة ترويجية أو رمزية للهوية اللغوية، سواء أكانت عربية، فرنسية، أمازيغية، أو هجينة.

الخطاب حول اللغة والهوية: ترصد الفئة كل حديث مباشر أو ضمني عن اللغة بوصفها عنصرًا من عناصر الهوية الثقافية أو الوطنية، سواء تلك التي تناقش العلاقة بين اللغة والانتماء أو بين اللغة والتاريخ أو الأصالة والمعاصرة.

عدم التجانس اللغوي وتأثيره على هوية الخطاب: ترصد هذه الفئة الاختلالات أو التناقضات اللغوية داخل المادة الإعلامية (مثال: تنقل مفاجئ بين فصحي ولهجة، أو توظيف لغة لا تتماشى مع السياق)، والتي قد تؤثر على وضوح أو ثبات الهوية اللغوية للنص.

ملاحظات منهجية خاصة بفئة "المسائل اللغوية":

تم احتساب كل مؤشر لغوي ظهر داخل العنوان أو النص أو المفردات أو العبارات في فئته الخاصة، حتى عند تداخل المؤشرات داخل الوحدة النصية الواحدة، وذلك لأن هذه المؤشرات متشابكة ولا يمكن بترها عن سياقها دون الإخلال بالدلالة. مواضيع البوقالات تم التعامل معها كوحدة تحليلية واحدة، ولم تُحسب العبارات المتكررة التي وردت في صفحات مختلفة أكثر من مرة، لتجنب تضخم الأرقام. تم استبعاد المفردات أو العبارات ذات الأصل غير الجزائري (مثل "عساكم من عواده")، رغم ورودها في النصوص، وذلك لأنها لا تعكس الهوية اللغوية الجزائرية. تم تصنيف المفردات الأمازيغية سواء كُتبت بحروف التيفيناغ أو بالحروف العربية ضمن فئة "الحضور الرمزي للغة الأمازيغية". بالنسبة لفئة "اللغة العربية في المواد الإعلامية"، لم يُقصد بها مجرد لغة التحرير، بل رُصدت كل محاولات "فصحنة" المفردات الشعبية أو الأجنبية، أو توظيف العربية كلفة تفسير وشرح وتسويق ثقافي. لم تُحتسب النسبة المئوية بحسب "الغالب"، بل تم إحصاء كل فئة لغوية بشكل مستقل إذا تحقق مؤشرها في النص، مع الحرص على الدقة وعدم التكرار الحسابي لنفس المؤشر داخل نفس السياق.	
تشمل كل الموضوعات التي تُستدعى فيها المرجعية الدينية صراحة أو ضمناً، سواء عبر توظيف الرموز البصرية (هلال، مئذنة، فوانيس...)، أو المصطلحات الدينية (رمضان، الصوم، التراويح...)، أو عبر تقديم ممارسات اجتماعية ذات صلة بالمناسبات الدينية (الإفطار الجماعي، الزيارات العائلية بالعيد...)، أو استثمار السياق الديني لأغراض تسويقية. كما تشمل هذه الفئة التناقضات الظاهرة في التمثيلات الدينية (الازدواجية القيمية)، وصور الهوية الدينية المهيمنة لدى المرأة، إلى جانب الخطاب الوعظي المباشر والنقاشات المرتبطة بتدين المرأة. الدين كمكون من مكونات الهوية الثقافية: ونقصد بها وجود محتوى يُناقش الدين كعنصر بنوي في تكوين الهوية وليس كظاهرة عابرة أو موسمية. وتشمل هذه الفئة كل معالجة صريحة تُبرز الدين كأحد الأبعاد الأساسية المشكّلة لهوية المرأة الجزائرية أو المجتمع الجزائري، سواء من خلال النصوص أو الحوارات أو الرؤى الفكرية التي تتناول علاقة الدين بالانتماء الثقافي والروحي. الحضور الرمزي للدين في الممارسات والعادات: تعني بتغطيات أو مواد تُظهر سلوكاً اجتماعياً ذا طابع ديني، سواء في العبادات أو في القيم المرتبطة بها (الصدقة، صلة الرحم، الاحتشام...). وتشمل كل المواضيع التي تُبرز حضور الدين ضمن الممارسات اليومية أو الموسمية (مثل الصيام، العيد، الصدقة...) والتي تعكس تحذر الدين في سلوك الأفراد أو الجماعة، حتى وإن لم ترد إشارات دينية مباشرة. المفردات والمصطلحات ذات المرجعية الدينية: نقصد بها رصد كل استعمال للمفردات ذات الحمولة الدينية، سواء في السياقات الإعلامية أو ضمن الحوارات مع الفاعلين. وتشمل الكلمات والتعابير المستقاة من المرجعية الإسلامية (مثل: إن شاء الله، الحمد لله، الجنة، رمضان كريم، بركة...) سواء وردت في عناوين، مضامين، حوارات، أو تعبيرات عابرة، وكانت تحمل دلالة دينية ضمن السياق. التمظهر البصري للرموز الدينية: هي أي توظيف بصري مباشر أو ضمني للرموز الدينية، سواء للتزيين أو لتعزيز محتوى ما. وتشمل الصور والرموز البصرية التي تحيل إلى المرجعية الإسلامية (كالهلال، المئذنة، الفانوس،	مسائل دينية

الحجاب، السجادة، تصاميم الزخرفة الإسلامية...) سواء كانت مرافقة للنصوص أو توظف كخلفيات بصرية احتفائية.

نقاشات حول علاقة المرأة بالدين وتدينها: نقصد بها المقالات، الحوارات، أو استطلاعات الرأي التي تطرح تصورات حول صورة المرأة المتدينة، أو تموقعها بين التدين والحدثة. وتغطي المواد التي تتناول بشكل مباشر أو ضمني علاقة المرأة الجزائرية بالدين، بما في ذلك تمثالات التدين، اللباس، السلوكيات الدينية، وأشكال الالتزام أو نقدها في المجتمع.

توظيف الدين في الإعلانات أو التسويق الرمزي: نقصد بها وجود بعد تجاري أو دعائي يُوظف الدين كقيمة تسويقية رمزية. وتشمل الإعلانات أو المواد التسويقية التي تستثمر المناسبة الدينية (رمضان، العيد...) أو الرموز الدينية (الحجاب، القيم الأخلاقية...) لأغراض ترويجية أو دعائية، سواء للمنتجات أو للجهات الفاعلة.

المادة الإعلامية ذات البعد الوعظي أو الإرشادي: تعني بوجود نَفَس وعظي مباشر، أو اعتماد على خطاب ديني تقليدي ضمن المادة الإعلامية. تضم المقالات أو التغطيات التي تُقدم مضموناً دينياً توجيهياً أو تربوياً (كالتعريف بفضائل رمضان، القيم الدينية، التوبة، الصلاة...) وتستند غالباً إلى خطاب ديني مباشر أو نصوص شرعية.

الإشارات إلى المناسبات الدينية: ونعني بها ورود اسم المناسبة الدينية في العنوان أو المتن، سواء لغرض احتفائي أو سياقي. وتشمل كل إشارة صريحة للمناسبات الدينية (رمضان، عيد الفطر، عيد الأضحى، المولد النبوي...) سواء في العناوين أو المحتوى، حتى وإن لم يكن المضمون دينياً بالضرورة.

الازدواجية القيمية في التمثالات الدينية: تعني بالمواد التي تُظهر مفارقات في تمثالات التدين (مثال: صيام + تبذير، صلاة + عنف، حجاب + مظاهر تحرر...) تضم الموضوعات التي تعكس تناقضاً أو تداخلاً بين الممارسة الظاهرية للدين وبين السلوك الاجتماعي اليومي، بما يكشف عن تصورات مشوشة أو انتقائية حول الدين.

الديناميكية المرجعية الدينية الجماعية: نقصد بها وجود طقوس أو ممارسات دينية ذات طابع جماعي يُعاد إنتاجها كل سنة وتُصور كعناصر من الحياة اليومية. وتشير إلى السلوكيات الجماعية المرتبطة بالمناسبات الدينية أو الطقوس المشتركة (السهرات الرمضانية، صلاة التراويح، تبادل الحلويات، إفطار جماعي...) بما يعكس نمطاً معيشياً دينياً جماعياً.

التمثالات الهوياتية الهجينة للمرجعية الدينية: هي تمثيلات مركبة أو متضاربة لهوية المرأة الدينية، تُعيد تشكيل التصور النمطي حول التدين بشكل غير تقليدي. وتتناول الصور الاجتماعية أو الثقافية التي تُظهر خلطاً بين القيم الدينية والمعايير الاجتماعية المعاصرة، كأن تُقدم المرأة "العصرية المتحررة" في صورة المتدينة داخلياً، أو اعتبار عدم الحجاب لا يتناقض مع الالتزام الديني.

ملاحظة: نلفت إلى وجود تقاطع بين "التمثالات الهوياتية الهجينة للمرجعية الدينية" و "الازدواجية القيمية في التمثالات الدينية" إلا أن الفرق بينهما يكمن في: أن التمثالات الهجينة تعكس محاولة للتوفيق أو إعادة تأويل المرجعية الدينية ضمن تصورات اجتماعية حديثة أو متغيرة، بينما تشير الازدواجية القيمية إلى تناقض فعلي بين الممارسة والسلوك من جهة، والمرجعية الدينية من جهة أخرى، دون محاولة واضحة للتبرير أو التوفيق.

مسائل الرموز الثقافية التقليدية	تشير إلى كل المضامين التي تعكس حضور الرموز الثقافية الأصيلة في مجلتي "«دزيريات»" و"«معد حواء»"، سواءً بتناولها كموضوع رئيسي أو بتوظيفها بصرياً أو لغوياً، وتندرج ضمنها العناصر المادية والمعنوية والعادات والممارسات التي تميّز الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. التراث المادي: نقصد به كل مضمون يعرض أو يذكر بشكل مباشر أو ضمني عناصر مادية من التراث الثقافي التقليدي الجزائري، مثل: اللباس التقليدي، الحلي، أدوات الزينة، الصناعات التقليدية، الأثاث التراثي، الأواني، التراث المكاني والمعمار، والأطباق المحلية في سياق يعكس البعد الهوياتي لا الاستهلاكي. التراث المعنوي: كل مضمون يتطرق إلى عناصر من التراث اللامادي، كالأمثال الشعبية، الموروث الشفهي، الأغاني التقليدية، الشعر الشعبي، الطقوس الاحتفالية، أو المعتقدات المتوارثة التي تعبّر عن الموروث الثقافي غير المادي للمرأة الجزائرية. العادات والتقاليد: كل مضمون يشير إلى ممارسات اجتماعية جماعية أو فردية موروثية تمارسها المرأة الجزائرية، ترتبط بالمناسبات الدينية أو الاجتماعية أو الحياتية (رمضان، العيد، الزواج، الولادة...)، وتشكّل جزءاً من السلوك الجماعي المحافظ على الاستمرارية الثقافية. الرموز البصرية الثقافية التقليدية: تشير إلى التوظيف البصري للرموز التراثية التقليدية سواءً في الصور أو الأغلفة أو الخزارف أو النقوش داخل المادة الإعلامية، وتكون ذات حمولة رمزية ثقافية مثل: الخزارف، التصاميم البصرية، الطرز التقليدي، أو استعمال ألوان وخطوط ذات دلالة ثقافية.
المسائل التاريخية	تشمل كل المضامين التي توظف البعد التاريخي كعنصر مكوّن في بناء الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، سواء من خلال استحضار رموز نسائية أو أحداث تاريخية أو عبر إبراز الاستمرارية الحضارية ومقاومة الطمس أو النسيان، وتوظّف هذه المعطيات لإعادة تأكيد الانتماء الثقافي والوطني. استحضار الشخصيات النسائية التاريخية: كل مضمون يشير إلى نساء جزائريات من الماضي لهنّ رمزية تاريخية في مجالات النضال، الثقافة، الدين، أو العمل الاجتماعي، ويتم توظيف سيرتهن كنماذج للقوة أو كجزء من الهوية النسائية الجزائرية. الاحتفاء بالأحداث التاريخية الوطنية: كل تغطية أو مادة تتطرق إلى أحداث مفصلية في التاريخ الوطني مثل الثورة التحريرية، الاستقلال، مجازر 8 ماي، أو غيرها، وترتبط الحدث بالسياق الراهن لتعزيز الشعور الوطني والانتماء المشترك. الربط بين الماضي والحاضر في بناء الهوية: كل مضمون يحاول الربط بين رموز أو وقائع من الماضي والممارسات أو التحديات الراهنة للمرأة الجزائرية، بهدف تأكيد استمرارية الوعي الثقافي والتمسك بالجذور في مواجهة التحولات الحديثة. مقاومة الطمس التاريخي: كل مضمون يتضمن خطاباً واعياً يخطر محو الذاكرة الجماعية أو تزييف تاريخ المرأة الجزائرية، ويعمل على كشف أو مواجهة محاولات إقصاء المساهمة النسوية أو الهوية الأصلية من المشهد التاريخي. تمثيل الإرث الحضاري القديم: كل مضمون يُظهر عناصر من الحضارات القديمة التي عرفت الجزائر (الأمازيغية، النوميدية، الرومانية، الإسلامية...) في سياق إبراز العمق الحضاري للهوية الجزائرية النسوية واستمراريتها.

التمثيلات القيمية في مسائل الهوية الثقافية	تشير هذه الفئة إلى القيم الثقافية والاجتماعية التي يتم تمثيلها بشكل مباشر أو ضمني في محتوى المجالات النسائية المدروسة، سواءً عبر الخطاب اللغوي أو البصري، ويتم ذلك من خلال التصريح أو التلميح إلى منظومة من القيم المتصلة بهوية المرأة الجزائرية ومكانتها، أو القيم المناقضة لها، وتُدرج في شكلين: تمثيلات قيمية إيجابية: تعكس الارتباط بالجذور الثقافية، والاعتزاز بالموثوث، والانتماء للمجتمع والأسرة والدين. تمثيلات قيمية سلبية: تعكس تشوّشاً في المرجعيات، أو تغريباً، أو تفرغاً للمرأة من بعدها الثقافي، أو قيماً مستوردة دخيلة على السياق المحلي. أولاً: التمثيلات القيمية الإيجابية قيمة العائلة: كل مضمون يُظهر أهمية الأسرة كمرجعية في حياة المرأة الجزائرية، أو يحتفي بروابطها وعلاقاتها (الأمومة، الأخت، الابنة، الزوجة...) أو يبرز مكانة الأسرة في المناسبات والطقوس الثقافية. قيمة التمكين والنجاح: تمثيل المرأة القادرة، الناجحة، المجتهدة، المثابرة التي أثبتت ذاتها في مختلف المجالات، مع إبراز الإنجاز كقيمة وليس كاستثناء. قيمة الجمال والأنوثة: إبراز المرأة كمصدر جمال وأناقة مع الحفاظ على إطار يحترم الخصوصية الثقافية، ويُظهر الأنوثة كعنصر إيجابي مرتبط بالهوية، لا كعنصر تسليعي. قيمة الأخلاق والسلوك: كل خطاب يحثّ على قيم الالتزام، التواضع، الاحترام، الحياء، وغيرها من السلوكيات التي تُعد من مكونات شخصية المرأة الجزائرية الأصيلة. قيمة الدين والتدين: تمثيل المعتقدات والممارسات الدينية (الحجاب، الصلاة، الصيام...) كمكون من مكونات الهوية الثقافية والاجتماعية للمرأة. قيمة التضامن والانتماء الجماعي: الخطابات التي تُظهر روح الجماعة، التأزر، الدعم المتبادل، خصوصاً في القضايا الإنسانية، أو المبادرات الاجتماعية. قيمة المواطنة والوطنية: كل محتوى يُعزز الوعي الوطني، الفخر بالوطن، الدفاع عنه، إبراز الثقافة الجزائرية كهوية جامعة تتجاوز الانتماءات الفرعية. قيمة الأصالة والافتخار: تمثيل الموروث الثقافي التقليدي كمصدر اعتزاز وهوية، سواء من خلال اللباس، الحرف، الطقوس، اللغة، العادات، أو التاريخ، على أن يكون ذلك بصيغة واضحة ومباشرة. قيمة الأصالة والافتخار بعدسة الآخر: تمثيل رموز الهوية الثقافية الجزائرية من خلال شهادات أو إعجاب أجنبي أو عرب، ما يعكس اعتزازاً خارجياً بقيمة الموروث ويعزز الاعتزاز به داخلياً. قيمة النضال والصبر: تمثيل المرأة الجزائرية المناضلة، الصبورة، القوية في مواجهة المرض، الظروف الاجتماعية أو الاقتصادية، أو الأحكام المجتمعية. ثانياً: التمثيلات القيمية السلبية قيمة التشييء والسطحية: نقصد بها تفرغ المرأة من عمقها الثقافي والإنساني، وتصويرها كمجرد جسد أو واجهة جمالية دون مضمون، خاصة في الترويج لمنتجات أو أزياء دون معالجات ثقافية. قيمة التهميش والتمييز: كل محتوى يبرز إقصاء المرأة من الأدوار الفاعلة أو يُظهر تعرضها للعنف، الإذلال، أو النظرة الدونية، بما يعكس دونية الجندر أو ضعف التمثيل الاجتماعي.

قيمة التحرر والتمرد غير المؤسس: الدعوة إلى التحرر خارج الأطر الثقافية، الاجتماعية أو الدينية، أو تصوير المرأة ككائن يجب أن يتحرر بأي ثمن دون مرجعيات قيمية واضحة. القيم الهجينة المستوردة: تمثيل المرأة الجزائرية أو القيم الثقافية من خلال ثقافات أجنبية بعيدة عن المرجعيات المحلية (احتفال بعيد الحب، الرقص العصري، الطبخ الكوري، ...). قيمة التجرد والإساءة: كل مضمون يسعى إلى كسر التابوهات أو يسخر من التقاليد والعادات أو يهاجم الرموز الثقافية بدعوى التحديث والتغيير، مع غياب رؤية بناءة.	
يتناول هذا المحور جملة الميكانيزمات الاتصالية التي تُسهم في صياغة تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية وتوجيهها ضمن الخطاب الإعلامي. ويهتم بالكشف عن الأدوار والوظائف المعنوية التي تضطلع بها المادة الإعلامية من خلال استراتيجيات التمثيل التي تتجلى في طبيعة المعالجة الصحفية، واتجاه الخطاب، ونمط الاستمالات المعتمدة، وتكرار الرسائل، ونوعية الجمهور المستهدف، إضافة إلى الرسائل الضمنية والاستجابات المفترضة. ويُستند في تفكيك هذه الاستراتيجيات إلى مقارنة الغرس الثقافي، التي تفترض أن التكرار المنتظم للصور والمضامين والسرديات الإعلامية يرسّخ أنماطاً "رمزية وثقافية بعينها في وعي الجمهور، مما يُكسب هذا المحور أهمية مركزية في تحليل محتوى الخطاب.	المحور الثاني: استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية: "الأهداف، الأدوار، المضامين"
يسعى هذا المحور إلى رصد وتحليل تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية كما تقدمها عينة الدراسة في خطابها الإعلامي، من خلال التركيز على صورة المرأة ضمن المواد الإعلامية. إذ يُفترض أن الكيفية التي تُبنى بها الصورة تحمل دلالات رمزية وثقافية تعكس تصورات معينة حول الأدوار والهوية والمكانة الاجتماعية للمرأة الجزائرية، ويحتوي هذا المحور على الآتي: المرأة كموضوع جمالي/سطحي: تمثيل المرأة في المجلة كجسد جمالي أو عنصر زينة فقط، من خلال عرض الأزياء، صور التجميل، جلسات التصوير، الترويج لمظهرها الخارجي دون أي مضمون ثقافي أو فكري مصاحب. يتم التركيز فيها على الشكل دون العمق، مع تغييب الأدوار الاجتماعية أو الرمزية للمرأة. المرأة كفاعل ثقافي/مجتمعي: تمثيل المرأة كمساهمة في الحقل الثقافي أو المجتمعي عبر أنشطة فنية، تعليمية، تنظيمية، أو إعلامية، تعكس مشاركتها النشطة في إعادة إنتاج أو إحياء الرموز الثقافية. ويمكن أن يشمل التمثيل أنماطاً هجينة تظهر فيها المرأة كوسيط ثقافي ديناميكي بين الأصالة والانفتاح، حتى في حال وجود قيم متضاربة. المرأة كرمز ثوري مؤسس للهوية الوطنية: تمثيل المرأة عبر إشارات صريحة أو ضمنية إلى نضالها في الثورة أو أدوارها المؤسسة للهوية الوطنية الجزائرية، سواء بصورتها التاريخية أو التذكارية أو كمصدر للفخر والانتماء الوطني. المرأة كحاملة للهوية الثقافية: تمثيل المرأة كناقلة، محافظة، ومجددة للعناصر الرمزية للهوية الثقافية (مادية أو لا مادية)، عبر طقوس، عادات، أزياء، طبخ، تقاليد، أهازيج، حكايات، أو رموز شعبية، مما يجعلها حاملة لذاكرة المجتمع ومؤمنة على استمراريته الثقافية.	تمثيلات الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي لعينة الدراسة

المرأة كمحور للمساءلة والتحويلات الحداثية: تمثيل نقدي أو جدلي للمرأة يُظهرها كموضوع لتحويلات اجتماعية أو صراعات قيمية بين الأصالة والحداثة، ويشمل مساءلة أدوارها التقليدية، اختفاء بعض الوظائف الرمزية، أو نقد الصور النمطية، أو تأثرها بنماذج وسلوكيات مستوردة متناقضة مع المرجعية الثقافية. المرأة بوصفها منتجة للإبداع والابتكار: تمثيل المرأة كمبدعة في مجالات الفن، التصميم، الكتابة، الحرف التقليدية، الصناعات اليدوية أو الرقمية، بما يعكس طاقتها الإنتاجية وخيالها الخلاق في إعادة تشكيل التراث أو تقديمه ضمن رؤية معاصرة. ويشمل التمثيلات الرمزية للهوية النسوية في الأدب أو الفنون. المرأة في موقع النضال والقوة: تمثيل المرأة ككائن مقاوم ومتحدٍ للواقع أو الصعوبات الاجتماعية، النفسية، الاقتصادية، أو الصحية، ويظهر هذا في نماذج نسوية صامدة تتغلب على العقبات وتحقق النجاح أو تترك أثرًا مجتمعيًا ملهمًا. المرأة في موقع السلطة والقيادة: تمثيل المرأة في مواقع اتخاذ القرار، الإدارة، أو التأثير المباشر في الشأن العام سواء من خلال مشاريع أو مناصب أو مبادرات تديرها بفعالية. المرأة في موقع الضعف أو الضحية: تمثيل المرأة كمتلقٍ سلبي للواقع، إما بسبب خيانة، مرض، تهديد، أو استغلال، ويظهر فيها العجز أو الانحزام. لا يُعتمد هذا التمثيل فقط على اللغة، بل يُقرأ من السياق العام للنص أو الصورة التي تعيد إنتاج صورة نمطية سلبية للمرأة. المرأة متعددة التمثيلات: تمثيل المرأة ككائن مركبي يجمع بين أدوار أو هويات مختلفة (تقليدية وحداثية، خاصة وعامة، جمالية وثقافية...) في نفس الزمن والمكان، مما يعكس هوية ديناميكية مرنة ومتعددة الأبعاد. المرأة في أدوارها النمطية: تمثيل المرأة في أدوارها الأسرية التقليدية كالزوجة، الأم، ربة البيت، أو المحضرة للمناسبات دون تحديد أو نقد، وغالبًا ما يظهر هذا التمثيل في المواد المتعلقة بالمناسبات (رمضان، العيد، الزواج) التي تؤكد هذه الأدوار دون مساءلتها.																
تشير هذه الفئة إلى تمثيلات المرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي وفقًا لانتماءاتها الثقافية الرمزية حسب خصوصياتها وأنماطها الهويةية الجهوية، وانتمائها الجغرافية الرمزية الثقافية العامة حسب الجهة، (شرق، وسط، غرب، جنوب...)، بالإضافة إلى التمثيلات المشتركة العامة التي تُقدم المرأة بشكل عام دون تحديد واضح لخصوصيتها الجهوية الدقيقة، ولكنها تعبر عن الهوية الثقافية الجزائرية الجامعة. أولاً: التمثيلات الرمزية الثقافية حسب الخصوصيات الجهوية <table><tr><th>تمثيلات</th><th>رمزية</th><th>ثقافية</th><th>للمرأة</th><th>العاصمة:</th></tr><tr><td>كل تمثيل يستحضر المرأة المرتبطة بالعاصمة الجزائرية من حيث اللباس، الألفاظ العاصمية، الطقوس الاجتماعية الحضرية، أو التقاليد المعمارية والفنية، كما تظهر في تغطيات المناسبات، عروض الأزياء، أو المقالات النمطية التي تركز على الأناقة والذوق العصري المتوارث.</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة القبائلية: كل حضور بصري أو لغوي أو دلالي يُبرز الهوية الثقافية الأمازيغية الخاصة بمنطقة القبائل، سواء عبر اللباس، أو الحللي، أو الطقوس، أو الأطعمة، أو الرموز اللغوية (تيفيناغ) أو أسماء الشخصيات، أو الممارسات الاجتماعية والثقافية المتداولة.</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	تمثيلات	رمزية	ثقافية	للمرأة	العاصمة:	كل تمثيل يستحضر المرأة المرتبطة بالعاصمة الجزائرية من حيث اللباس، الألفاظ العاصمية، الطقوس الاجتماعية الحضرية، أو التقاليد المعمارية والفنية، كما تظهر في تغطيات المناسبات، عروض الأزياء، أو المقالات النمطية التي تركز على الأناقة والذوق العصري المتوارث.					تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة القبائلية: كل حضور بصري أو لغوي أو دلالي يُبرز الهوية الثقافية الأمازيغية الخاصة بمنطقة القبائل، سواء عبر اللباس، أو الحللي، أو الطقوس، أو الأطعمة، أو الرموز اللغوية (تيفيناغ) أو أسماء الشخصيات، أو الممارسات الاجتماعية والثقافية المتداولة.					التمثيلات الجغرافية الرمزية الثقافية للمرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي النسوي
تمثيلات	رمزية	ثقافية	للمرأة	العاصمة:												
كل تمثيل يستحضر المرأة المرتبطة بالعاصمة الجزائرية من حيث اللباس، الألفاظ العاصمية، الطقوس الاجتماعية الحضرية، أو التقاليد المعمارية والفنية، كما تظهر في تغطيات المناسبات، عروض الأزياء، أو المقالات النمطية التي تركز على الأناقة والذوق العصري المتوارث.																
تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة القبائلية: كل حضور بصري أو لغوي أو دلالي يُبرز الهوية الثقافية الأمازيغية الخاصة بمنطقة القبائل، سواء عبر اللباس، أو الحللي، أو الطقوس، أو الأطعمة، أو الرموز اللغوية (تيفيناغ) أو أسماء الشخصيات، أو الممارسات الاجتماعية والثقافية المتداولة.																

	تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الشاوية: كل تمثيل يستدعي الانتماء الثقافي لمنطقة الأوراس، ويتجسد من خلال اللباس التقليدي، أو العادات والطقوس المرتبطة بالمناسبات، أو المصطلحات الشفوية المتداولة، أو الأنماط الحياتية المميزة للمرأة الشاوية. تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة النابلية كل إشارة مرئية أو لفظية إلى عادات وتقاليد معينة، زي تقليدي، أطعمة أو أي ظهور رمزي في الصور أو المضمون التحريري. تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الوهرانية والتلمسانية كل إشارة مرئية أو لفظية تبرز الخصوصية الثقافية النسوية المنسوبة لهذه المناطق من خلال الزي التقليدي، الأطعمة، المصطلحات، الممارسات الاجتماعية أو الفلكور المحلي الذي يميز نساء هذه الجهات. تمثيلات رمزية ثقافية للمرأة الميزابية/التارقية: كل تمثيل يُبرز الرموز الثقافية للهوية النسوية في منطقتي مزاب والطوارق، من حيث اللباس، النقوش، الممارسات التقليدية، والعادات الاجتماعية، سواء في الإشارة المباشرة أو التلميح السياقي. ثانيا: التمثيلات الجغرافية العامة حسب الجهة: تمثيل رمزي لجهة الوسط/الشرق/الغرب/الجنوب الجزائري: تمثيل رمزي لجهة الوسط/الشرق/الغرب/الجنوب الجزائري: كل ذكر مباشر أو تلميح جغرافي لجهة معينة لها علاقة بمسائل الهوية الثقافية، سواء عبر تحديد اسم ولاية أو منطقة أو تغطية نشاط أو فعالية تقام بها، ويؤخذ بعين الاعتبار ظهور هذه الجهات في سياق جغرافي أو وظيفي ضمن الخطاب الإعلامي. ثالثا: التمثيل المشترك العام: كل تمثيل لرموز ثقافية أو عناصر تراثية تُعد مشتركا عاما بين مختلف جهات الوطن ولا تحمل دلالة جهوية أو خصوصية محلية واضحة، مثل الأطباق المنتشرة واسعة التمثيل كالكسكس، أو الألبسة التقليدية ذات الطابع الموحد كالجلاية أو الحجة البسيطة، أو الطقوس والممارسات المتكررة على امتداد الجغرافيا الجزائرية دون تمييز رمزي محدد.
تمثيلات الخطاب الإعلامي وأهدافه في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية	تعني هذه الفئة تحليل التوجه العام للخطاب الإعلامي الموجه للمرأة، واستكشاف أهدافه الظاهرة أو المضمر، وطبيعة الرسائل التي يقدمها بخصوص الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية. يشمل ذلك أسلوب عرض الهوية (كقيمة أو كترَف)، والتموقع الإيديولوجي للخطاب (تمكيني، سطحي، تقليدي، نقدي...)، إضافة إلى الصياغات والأساليب التي توظف لتقديم محتوى الهوية وقسمت إلى ثلاث محاور رئيسية كالتالي: محور اتجاه الخطاب الإعلامي إيجابي تمكيني: كل خطاب يبرز قدرات المرأة، ويعزز ثقتها بنفسها، ويدعو إلى تمكينها في مختلف المجالات. تربيني سطحي: خطاب يركّز على الجوانب الشكلية والجمالية للمرأة، دون التعمق في قضاياها أو أدوارها المجتمعية. مزدوج/تراكمي: خطاب يجمع بين بعدين أو أكثر (جمالي-ثقافي، تجاري-هوياتي) بشكل متداخل.

غامض/محايد: مواد إخبارية أو وصفية لا تُظهر موقفًا أو توجهًا واضحًا، وتكتفي بالنقل أو العرض. ترويجي/إشعاري: الخطاب الذي يهدف للتسويق لمنتجات أو خدمات أو علامات تجارية عبر ربطها بالمرأة والهوية. منفتح/ديناميكي: تمثيلات تعكس تفاعل المرأة مع القيم الحديثة، والانفتاح على الديناميكيات الاجتماعية والثقافية. تقليدي/محافظ: خطاب يستحضر القيم والعادات التراثية دون مساءلتها أو إعادة قراءتها. نقدي/مساءل: مواد تطرح تساؤلات أو نقدًا لأدوار المرأة أو حضورها الرمزي في المجتمع والإعلام. محور أهداف الخطاب الإعلامي تعريفي/توعوي: تقديم معلومات، معارف، أو إرشادات مرتبطة بالهوية والثقافة. تجميلي/ترويجي: إبراز الجماليات، أو تسويق منتجات وخدمات مرتبطة بالمرأة والهوية. ترفيهي/سردي: تقديم محتوى قصصي أو حكائي يهدف للتسلية أو المتعة. تمكيني/ثقافي: إبراز دور المرأة كمنتجة للمعرفة والإبداع الثقافي، ودعم مكانتها الريادية. إخباري/وصفي: تغطية أحداث أو وقائع تخص المرأة والهوية، بصيغة إخبارية مباشرة. تأصيلي/توعوي: خطاب يعيد ربط المرأة بجذورها وقيمها التراثية، ويوعي بها. حجاجي/إقناعي: توظيف الحجج لإقناع القارئ بموقف أو قضية تخص المرأة والهوية. تغريبي/عولمي: تقديم المرأة أو الهوية ضمن قيم وسرديات عابرة للثقافة المحلية. محور الرسائل الضمنية للخطاب الإعلامي تغليب القيم الجمالية/المادية: التركيز على البعد المظهري والاستهلاكي. حضور رمزي للقيم التقليدية: إبراز الموروثات والعادات كرموز تمثيلية. تمثيل هجين (تغريب/تحويل): توظيف عناصر غريبة أو دخيلة بشكل مهجن. تكريس التوازن بين الأصالة والمعاصرة: إبراز الهوية في صيغة توازن بين الجذور والانفتاح. إبراز الفروقات الجهوية دون تأطير جامع: التركيز على الخصوصيات المحلية دون تقديم رؤية شاملة جامعة. الهوية مشروع متفاعل متجدد: تقديم الهوية كدينامية متغيرة ومتفاعلة مع العصر. تسليع الهوية وجعلها أداة استهلاك: تحويل الرموز الثقافية إلى وسيلة تسويق أو تجارة. حيادي/خدمي: رسائل وظيفية مباشرة، لا تحمل شحنة رمزية قوية. إيحائي تأصيلي: رسائل توحى بالعودة إلى الجذور وإحياء الذاكرة الجماعية. التحفيز والتعبئة: رسائل تشجع المرأة على التحدي وعدم الاستسلام. إعادة تأطير رمزي للمرأة كوسيط دعائي: استغلال صورة المرأة كرمز للترويج التجاري أو الدعائي.	
تعني هذه الفئة برصد أنماط التكرار داخل الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة الجزائية، سواء على مستوى المواضيع، الصور، العناوين، المصطلحات، أو القيم والأدوار الثقافية. ويكتسب هذا التكرار دلالة عميقة عند تحليله ضمن إطار نظريات الغرس الثقافي، والهيمنة، والتمثيل، حيث لا يُعد التكرار محايدًا، بل آلية استراتيجية لإعادة إنتاج رسائل ثقافية وإيديولوجية معينة، ولتطبيع صورة المرأة وفق قوالب جاهزة ومتكررة. كما يمكن أن	تمثيلات الرسائل الخطاب الإعلامي تكرار في

النسوي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية	يُوظف هذا التكرار لتكريس هوية نمطية أو الترويج لتوجهات ثقافية واجتماعية معينة تبدو "طبيعية" مع مرور الزمن والتكرار، وفق منطق الغرس والتمثيل والهيمنة الرمزية. الفئات الفرعية: الاحتفالات الوطنية (يناير، ذكرى نوفمبر، عيد الاستقلال، عيد العمال...). الممارسات والاحتفالات التقليدية (رمضان، الأعياد الدينية، الأعراس الشعبية، العادات والتقاليد...). الألبسة والزينة التقليدية (الزي القبائلي، الشاوي، الوهراني/التلمساني، العاصمي، الزي العام، الزي التقليدي المعاصر...). المأكولات والأطباق التقليدية (كسكس، بغير، شخشوخة، رشة، طبخ مناسباتي...). الموروث الشفوي والفنون التقليدية (الطابع الأندلسي، الزرنة، البوقالات...). الشخصيات والرموز الوطنية (مناضلات، شخصيات تاريخية أو رمزية). التمثيلات الثقافية والاجتماعية للمرأة (المرأة المهمشة، المرأة كوسيط دعائي، المرأة كذات فاعلة، خطابات تحفيزية، تشجيع إيجابي...). الرموز والفضاءات الثقافية (الهوية المكانية التراثية، التراث الجزائري كلفظ جامع، الصناعات التقليدية...). الهوية اللسانية والانتماء الرمزي (الأمازيغية، الفرنسية، اللهجات المحلية، عبارات الانتماء...). الأبعاد الترويجية والإشهارية (إعلانات، منتجات محلية، أسماء مكررة ترويجية، ابتكارات نسوية...). القيم والتوجهات المتداخلة (ترسيخ العادات، زرع قيم دخيلة). ملاحظة: تُسجّل كل مرة يظهر فيها عنصر من هذه الفئات (نصاً أو صورة أو رمزاً). تُجمع التكرارات داخل الفئة الفرعية ثم تُدمج ضمن المحور الأكبر، بما يسمح بالتحويل من الوصف النوعي إلى التكميم الإحصائي والتحليل المقارن.
الاستمالات الخطابية في تقديم الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية بعينة الدراسة	يقصد بالاستمالات الخطابية مختلف الأساليب الإقناعية والتأثيرية التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي في معالجته لمسألة الهوية الثقافية، سواء عبر النصوص المكتوبة أو الصور أو العناوين أو الشعارات. وتتمثل وظيفتها في تكييف الرسائل الإعلامية وفق مقاصد عاطفية أو عقلانية أو نقدية، أو المزج بينها بما يخدم تمثيل الهوية الثقافية للمرأة. الفئات الفرعية: الاستمالات العاطفية/الوجدانية: تقوم على إثارة المشاعر والانتماء والذاكرة الجمعية عبر الرموز الثقافية، والشعارات الاحتفالية، والألفاظ الوجدانية (مثل الأصالة، التميز، التألق، استحضر عادات وتقاليد الجدة... إلخ). الاستمالات العقلانية/المنطقية: تركز على الطرح الواقعي والوصفي للأحداث والأنشطة الثقافية أو الفضاءات التراثية، بالاعتماد على معطيات موضوعية أو وصف منطقي بعيد عن الشحنة الانفعالية.

الاستمالات النقدية/المساءلة: تتجسد في خطابات تساؤلية أو نقدية، تُبرز التناقضات أو تضع قضايا المرأة والهوية تحت المجهر (مثل التساؤل حول التهميش، الأدوار النمطية، أو القيود الاجتماعية)، مع ميلها إلى خطاب تمكيني تحفيزي. الاستمالات المختلطة/المهجينة: وهي المزج بين البعدين العاطفي والعقلاني في آن واحد، كما في التغطيات أو الصور التي توظف الرموز الثقافية كأداة للترويج التجاري، أو الأخبار التي تجمع بين الوصف المنطقي والبعد الرمزي (مثل تقديم عروض الأزياء مع بطاقات تعريفية ومعلومات تواصلية). ملاحظة: تُحسب من خلال تتبع العناوين، الألفاظ، الصور، والعبارات التي تستدعي أحد هذه الأبعاد أو أكثر، وتُصنّف بحسب الغلبة في الطابع الخطابي.	
هي الفئة التي ترصد الفئات الاجتماعية والشرائح العمرية أو الثقافية التي يتوجه إليها الخطاب الإعلامي النسوي بشكل مباشر أو ضمني، كما تبيّن الاستجابات أو الآثار المفترضة التي يسعى الخطاب إلى تحقيقها، سواء تعلق الأمر بتعزيز الهوية والانتماء، أو الدفع نحو الاستهلاك، أو التمكين والتحفيز، أو غيرها من الاستجابات المتوقعة. ● الفئات الفرعية للجمهور المستهدف: الشابات الجامعيات / المقبلات على الزواج: يقصد بها الفتيات في مرحلة الشباب (غالبًا بين 18 و 30 سنة) اللاتي يشكّلن الفئة الأكثر استقطابًا عبر مواضيع مرتبطة بالأزياء، التجميل، الاستهلاك، الطقوس الزوجية. النساء ربات البيوت / الأمهات: النساء المهتمات بالطبخ، التربية، نقل العادات والتقاليد للأبناء، والطقوس الأسرية والاجتماعية. المراهقات: الفئة الناشئة: المستهدفة بخطاب عاطفي وجداني عبر مواضيع الحب، الصداقة، الموضة، الفنون الشبابية، أو مشاركتهن في فضاءات رقمية وجموعية. الجمهور النسوي العام: يشمل نساءً من مختلف الأعمار، يستهدفهن الخطاب عبر مواضيع عامة حول الهوية، الفعاليات الثقافية، المناسبات الوطنية، أو الموروث الشعبي. المستهلكون (جمهور إشهاري/تجاري): الفئة التي يُراد استقطابها ضمن الفضاء الدعائي والتسويقي، سواء عبر الإعلانات أو الترويج لمنتجات مرتبطة بالهوية الثقافية أو بالاستهلاك العصري. المرأة المتمكنة ثقافيًا/المثقفة: نساء يخاطبهن الخطاب عبر مواضيع أدبية، فكرية، أو ثقافية نوعية، تبرز التمكين المعري أو الإنجازات النسوية الفكرية. النساء المهتمات بالهوية الثقافية: فئة تُستهدف بخطاب يستحضر الرموز والعادات والطقوس الشعبية والأنشطة التراثية ذات البعد الهوياتي. ● الفئات الفرعية للآثار أو الاستجابة المتوقعة: تعزيز الانتماء الهوياتي / الفخر بالرموز: إبراز رموز الثقافة الوطنية أو الجهوية بما يعزز الانتماء والاعتزاز بالهوية.	الجمهور المستهدف والآثار المتوقعة للخطاب الإعلامي النسوي

نقل التقاليد للأبناء / الذاكرة الجمعية: الدفع نحو تمرير الموروث الثقافي للأجيال اللاحقة واستحضار الذاكرة الشعبية. التمكين والتحفيز (سوسيو-مهني / تحرر اجتماعي): تحفيز المرأة على الاستقلالية والنجاح وإثبات الذات في فضاءات مهنية أو اجتماعية. الانخراط الاستهلاكي (إشهاري/دعائي): استقطاب القارئات نحو الاستهلاك عبر الدعاية والترويج التجاري. إثارة التساؤل والنقد (حول أدوار المرأة / قيم دخيلة): دفع القارئات للتفكير النقدي أو التشكيك في بعض الأدوار أو القيم المستوردة. تكوين معرفة عن الهوية الثقافية: تقديم شروح أو تفسيرات للرموز والطقوس والمعاني المرتبطة بالهوية الوطنية. تعزيز الفخر بالإنجازات النسوية في المجتمع: إبراز نجاحات نساء جزائريات في ميادين متعددة كنماذج يُحتذى بها. إثارة الفخر بالهوية الجهوية: إبراز الخصوصيات الثقافية الجهوية (أمازيغية، شاوية، قبائلية، جنوبية...) كجزء من الهوية الوطنية. الدفع للتمسك بالتقاليد مع قالب عصري / تحديث التراث: إعادة تقديم الموروث في قوالب حديثة تجمع بين الأصالة والمعاصرة.	
يتجلى الخطاب الإعلامي بوصفه نتاجا مشتركا لمؤسسات وأفراد، حيث تتقاطع الأدوار بين الفاعلين والمؤسسات في صياغة تمثيلات الهوية الثقافية وتوجيه مضامينها. ومن هذا المنطلق يُعنى هذا المحور برصد مصادر الخطاب الهوياتي والفاعلين المنخرطين فيه، باعتبارهم عناصر فاعلة في تشكيل رؤى محددة للهوية، تتداخل فيها اعتبارات التمثيل والهيمنة والغرس الثقافي، يضم المحور الآتي:	المحور الثالث: البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الهوياتي
تشمل هذه الفئة الأطراف المباشرة التي تنتج أو تنقل الخطاب المتعلق بالهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، مثل طاقم التحرير، مساهمين خارجيين... بحيث يمكن تحديدها من خلال طبيعة النصوص أو طبيعة الإحالات في المجلة الفئات الفرعية: الطاقم التحريري الرسمي: كل الأسماء الواردة في الترويسة الرسمية للمجلة (رئيس التحرير، مديرة التحرير، الصحفيات المصرح بهن). طاقم تحرير غير مصرّح به: الأسماء الموقعة على مواضيع أو حوارات داخل المجلة دون ورودها في الترويسة الرسمية. مساهمة خارجية دائمة: أقلام أو كتاب يقدمون أعمدة أو ركنًا قارئًا، وإن لم يكونوا ضمن طاقم التحرير (مثال: كاتبة أدبية أو إعلامية معروفة). مواضيع بلا توقيع: مواد صحفية أو ريبورتاجات منشورة دون الإشارة إلى اسم المحرر/الصحفي.	فئة مصدر الخطاب الإعلامي لمسألة الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية
تشمل هذه الفئة الأشخاص والجهات الذين يساهمون في تشكيل الخطاب الإعلامي حول الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية، سواء عبر التأثير الفكري أو السياسي أو الثقافي أو الاجتماعي. وهم	فئة القوى الفاعلة في الخطاب

الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية	اقتصاديون/تجاربيون : كل الشركاء المروجين، سواء ذكروا صراحة في المتن أو عبر الإعلانات أو اللوغوهات والشعارات (شركات، علامات تجارية، مطاعم، صالونات، مراكز تحميل...). فاعلون ثقافيون/فنيون : شخصيات وفعاليات ثقافية أو فنية (مصممات أزياء، فنانات، تنظيمات ثقافية، مهرجانات...). فاعلون مؤسساتيون/داعمون : جهات تشارك المجلة في رعاية أو تنظيم فعاليات (فنادق، فضاءات، جمعيات...). جهات رسمية : حضور أو مساهمة أو إشراف من جهات حكومية أو رسمية (وزارات، سفارات، هيئات عمومية). خبراء ومختصون : ظهور شخصيات بصفات مهنية (طبية، نفسية، تربوية...) مع ربط حضورهم غالبًا بالطابع الترويجي أو الاستشاري. فاعلون رمزيون/بصريون : كل مساهمة بصرية رمزية تبرز الهوية الثقافية (عارضات أزياء، مصورون، مشاركون بصريون). فاعلون إعلاميون : مساهمة أو تغطية أو حضور وسائل إعلام أخرى (مكتوبة، مسموعة، مرئية). فاعلون متفاعلون : آراء ومساهمات القراء والمستطلعين، أو تفاعلات عبر الوسائط التكنولوجية. الإدارة المالكة : كل ظهور أو مساهمة للمؤسسة المالكة للمجلة (مجمع «دزيريات») سواء عبر فعاليات، رعاية، محتوى موقع باسمها، أو ترويج لوسائلها الأخرى.

الملحق رقم (04) نماذج من واجهات مجلة «دزيريات» ومواضيعها الهويةانية





من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

تعلم الصانع... قدمت الفاميليا، كثير الشجون
لقد التفتت، لذا كان القربى من معاش
تتبعني أينما ذهبت، لأن قلبى من
سألتهم، صفة طريقتهم، استمروا، ولقد
طويلا ليسمحوا بركاتهم، فلهذا في الأخير
أضيق على كل إجابتي يمكن أن يخطر أو
الضيق على يلى، حيا واحتراما للعادة و
تقديرنا لجهودها و دورها الفاعل داخل
المجتمع.

نزيهة

استطلاع آراء
المجوبة
أهمية ما في السلوكية
مباركة
تقديره

سؤال 1 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 1 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 2 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 2 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 3 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 3 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 4 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 4 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 5 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 5 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 1 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 2 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 2 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 3 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 3 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 4 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 4 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

سؤال 5 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

جواب 5 من 5
من هي «بنت الفاميليا» في نظرك؟

الملحق رقم (05) نماذج من واجهات مجلة «موعد حواء» ومواضيعها الهوياتية

مودة
العدد: 17 - 2018
المن: 180 دج

جذائق غربية تنشرها مجلة
"مودة حواء" لأول مرة
الأطفال "الزهريون"
ضحايا عصابات البحث عن الكنوز..
هل صحيح أن الطفل
الزهرى هو من أبناء الهند؟

**خطوات يومية
تتميم من التجاعيد**

هل الزواج
مقبرة الحب...؟
اتبعى هذه الخطوات
لايجاد الزوج المناسب

هل وضع القناع واجب
على المرأة المسلمة؟
ما حكم نزع الحجاب
من أجل العمل؟

الأناتة
ليست عيباً أو آفة
أولاء بعض الإعلاميين تليق
والمقهى وليس بالشاشة
أغلبية الرسائل التي أتلقاها
من المعجمات تصفني
بالتكبر والمغرور

احتاج الجزائر
مؤخراً وبشاع
4000 دينار للعبة الواحدة
مقدر "الزومبي" يحول
مستهلكه إلى مصاصي دماء
عصابات إجرامية تقدم طعاما
لأهلها لزيادة حدة هيجانها

الأطفال والجنس المبكر..
تحت البراءة "يعشش"
ما تخاف منه

جمال

موقع

العدد : 20 - 2018
التمن: 160 ح

**وضعية نومك
سبب تعاعيد وجهك**
هذه هي تجهيزات العروس ليلة الدخلة
حبل بسطة لاختاء شعوب البشرية

**النجمة الإعلامية سهام فتاح
تكشف لـ "موقع جواز"**

**أطراف حادثة دفعتني
للاستيلاء من مكانة "الشار"**
أضع حدا لغيرتي عندما
يتعلق الأمر بالمجيبات

الإعلامي أحمد فضحي يعرض لـ "موقع جواز"

**أخذت براءتي ولم أعزم ماديا
إشاعات كادت أن تعطل زواجي ولا تعطل زوجتي**

**سبب رأس
الزناجر الاقتصادية
هي "عقبة السوسيان"**

**"كسل" النساء
وراء انكسارها
"الهديرة" ..**
من ديكور في صالونات
المنازل إلى حاويات المبال

**معظمنا تحول إلى أكل الطلاق
إلى البلدة العجم**
فرحة الفراق من الفتن
تضاهي فرحة دخولك
إعلان الطلاق .. كبرياء
أو دعوات للحصول
على عريس جديد

**هاب العز الجسني ولبلة العمر
ختاري معارك مع زوجك العنيد**

[illegible][illegible][illegible]

کباب کبک و گوسفند

این کباب از گوشت گوسفند و بک کباب است. به همراه برنج و سبزی پخته شده سرو می شود.

مواد لازم: گوشت گوسفند ۱ کیلو، بک ۱ عدد، برنج ۲ پیمانه، سبزی ۱ پیمانه، پیاز ۱ عدد، روغن ۲ قاشق غذاخوری.

طرز تهیه: گوشت را با پیاز و روغن چوبدانه میزنند. بک را با روغن چوبدانه میزنند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند. کباب ها را در تابه گریل می پختند. بک را در تابه گریل می پختند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند.

کباب کبک و گوسفند

این کباب از گوشت گوسفند و بک کباب است. به همراه برنج و سبزی پخته شده سرو می شود.

مواد لازم: گوشت گوسفند ۱ کیلو، بک ۱ عدد، برنج ۲ پیمانه، سبزی ۱ پیمانه، پیاز ۱ عدد، روغن ۲ قاشق غذاخوری.

طرز تهیه: گوشت را با پیاز و روغن چوبدانه میزنند. بک را با روغن چوبدانه میزنند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند. کباب ها را در تابه گریل می پختند. بک را در تابه گریل می پختند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند.

کباب کبک و گوسفند

این کباب از گوشت گوسفند و بک کباب است. به همراه برنج و سبزی پخته شده سرو می شود.

مواد لازم: گوشت گوسفند ۱ کیلو، بک ۱ عدد، برنج ۲ پیمانه، سبزی ۱ پیمانه، پیاز ۱ عدد، روغن ۲ قاشق غذاخوری.

طرز تهیه: گوشت را با پیاز و روغن چوبدانه میزنند. بک را با روغن چوبدانه میزنند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند. کباب ها را در تابه گریل می پختند. بک را در تابه گریل می پختند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند.

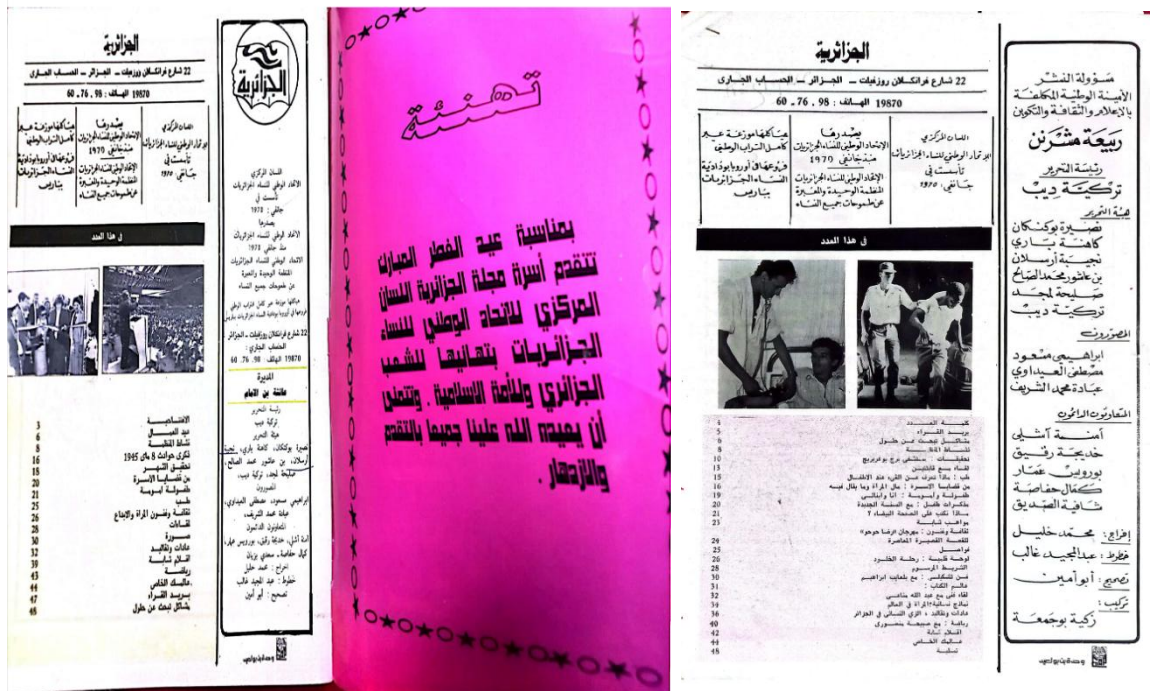
کباب کبک و گوسفند

این کباب از گوشت گوسفند و بک کباب است. به همراه برنج و سبزی پخته شده سرو می شود.

مواد لازم: گوشت گوسفند ۱ کیلو، بک ۱ عدد، برنج ۲ پیمانه، سبزی ۱ پیمانه، پیاز ۱ عدد، روغن ۲ قاشق غذاخوری.

طرز تهیه: گوشت را با پیاز و روغن چوبدانه میزنند. بک را با روغن چوبدانه میزنند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند. کباب ها را در تابه گریل می پختند. بک را در تابه گریل می پختند. برنج را با سبزی و روغن چوبدانه میزنند.

ملحق رقم (06) الهوية المؤسسية لمجلة الجزائرية خلال فترة الأحادية وتمثيلات الهوية في بعض مواضيعها



اقلام شایسته اقلام شایسته

هل هكذا رباكم
الاسلام؟

وبلاصم بهن المدي اصرام
 بكس الرياض ونصب الاصرام
 يشرك الطوران والخيبر
 مع اليهود والنجار
 مع اليهود الحسبي الغرير
 مع الشيوخ وتلكم افرام
 ويول في حسن العرين
 من الخمر وروبو ارام
 والسي وثلبب الاجرام
 ويقاع اركب سالما ارام
 ويكس نكه ارام
 بيت التماس نكه ارام
 غنايا سالما ارام
 ومن زور ارام
 سفي وراكبا زور ارام
 الاضليل سالما ارام
 نحن السور وكلهن ارام
 وفي التماس ارام
 والمرس وبخبر العرسم
 واليه من الزعيم ومارو
 ويكس الاجلال والاسلام
 افهم التورم والاسلام
 والسي القلي والتجيب والاسلام
 لا تفتد ونجدة ورام
 من كسر نكه ارام
 ومن كسر جزاء الارام
 ولا للبحر واليهود ارام
 واليهو فيها حرات ارام
 فقيم نكه ارام
 هل كذا راسم الارام
 وراسمنا نحن نعبد الارام
 احبا العراق ومعبد الارام

أبو القوي عبد القادر
أبو سرور ، ولاية المسيلة
1990/9/28

[illegible]

ميلاد قانون . . ميلاد هوية

أخيراً ، وبمسد طول انتظار ، انتهى المخاض العسر الذي عاشته طلبة التعريب عندما طيلة هذه السنوات التي نلت الاستقلال ، وإسمر عن قلائد يوم وبمناهل اللؤلؤ الملح الذي يسبحون به صبيحياً .. تبارون جاد في فترات كئيبة فيها التواطع العادي لعلها ماري على هذه الحالة ، وقد نلت العديد من الطلعات في شكل أوامر بالغا ، ما تعرب من وثائق وإعادة الفرنسية بعد الشطي سنة ٠٠ وقد ظهر جلياً هذا التكاليف من خلال عودة اللغة الأجنبية بقوة في المساحة التعليمية ، وفي العديد من الدوائر الرسمية ، وليس أقل على ذلك من التسمية الرسمية التي وجه بها هذا القاتلون ، والتي كانت أن تحول الأمر إلى الفئة لاتحد معها .

ورغم وجود أغلبية مختصة لهذا القانون، إلا أن هناك من شكوا في جديته وأكاديمية تطبيقه، خصوصاً وأن بعض الكتلين بالمجلس على مستوى المؤسسات هم من المعارضين له ٥٥، مما يعني من أمر، فلا أحد ينكر أن المصادقة على هذا القانون هي إحدى إيجابيات المجلس الوطني الشعبي ٥٥. وسنظل الأجيال القادمة تذكّر للمجلس ما قدمه من خدمة للأدوليات الوطنية المستهدفة من طرف أعداء الأمة .

الجزائرية

نقاط المنظمة نقاط المنظمة نقاط المنظمة نقاط المنظمة نقاط المنظمة

[illegible][illegible]

ملحق رقم (07) الهوية المؤسسية لمجلة البسمة كامتداد جهوي خلال فترة الأحادية وبعض صور خطابها النسوي



ملحق رقم (08)

الهوية المؤسسية لمجلة أنوثة خلال فترة التعددية الإعلامية وبعض نماذج من خطابها الإعلامي



افتتاحية أنوثة

مع هذا العدد المزدوج تنهى مجلة أنوثة عامها الأول وتأتعب عينه بحريتها لمرحلة العام الثاني إرادة، مستعدة، تأخذ فاعليتها من كتابها و قرائها.. ولكن بإمكانات مادة أقل وفي لحظات صعبة أو بها اللاد..

فكرة هذه المجلة أن تكون و تستمر مطبوعة الإسكانات، عتدية مصاصب اللقا، و متابع الصدور.. كثيرين هم اللاصفاء الذين أثاروا نقاظ التعجب عند صدور هذه المجلة في عازة عاصمتنا التي ما يكن أن تترك عنها أنها معطوفة بالمخاطر.. و صير جانا أن يخطر إلى.. لهما موعدا..

ولما بعد صلات من توقع صدور عددين أو ثلاثة فقط لكن المصاد كان أقوى.. لفراسه أنوثة زمن الرذا با بكل رواقها الفكرية أو القادية ولكنكم هر جيل ان ترسخ القيام المجلة سامة طرح مع المرحون برضاهن شعر السيام و الندية، عمتية لكل نساء الجزائر و لكل الرجال - طبا - راحة البال و الاطمئنان، و تيمس في أذان الجميع بأن أنوثة تحمل تلكان في حيات مصفاتها ما تعتقد أنه مهم و خفيف القيد..

ان تفرتي أنوثة.. يعني الاطلاع على ما يتناغم مع أذواقكم في مجال اللياس الجميل التابع من ثرائنا وأساسياتنا، أن تشعري أنوثة يعني توسيع الثقافة و المعرفة والاستفادة من صنع ما القرحه عتكم.. في عالم مطبوعا المنصور، بالتمرح و التعدد.. و التجديد.. و قد يكون ذلك مناسبة لتدريج مائدة طعامكم في شهر رمضان الكريم و بطرق اقتصادية جدا..

أذا يتنا رمضان ان يكون في مارس ليقابله الثامن منه، و هر ذكري دخول نضال المرأة غارطة تاريخ عتكم نضال الشعوب القهورة.. و بالخاصة، ترغ أنوثة تجربة عمتية لكل انش تشعير برضاها عمتية النضالي من أجل الاعتراف بها ككتن، كمجوده بشرى و انقلابي، من أجل أنوثة شرققة الذكورية القاهرة التي خلقت منها تابعا عقيم التفكير و العمل و النضال..

و مجلة أنوثة تصدقكم القراء أنها النساء، القارئات، بأنها ان ترسخ للظروف المعركة لها، و لكنها تنهى موارزكم لشد على اربابكم.. و لتستمكن الحقيقة كاملة، انكم لسان الاستولات من هذا الحراب الفكري الذي تكاد.. و لا من هذا الصديق الذي تعاضد.. و لكن دور المرأة اكبر مما تصور.. و لذا في التاريخ ألت مثاق و مثال.. و دورنا هر توسيع بعض هذه الامثلة، فليكن الثامن من مارس اذا، تاريخا يوق لعيد للذاكرة نشاطها، فتمثل الفكر.. و تطلب صفحاتنا الانش، اقلها فيه مساهمات الكريمة على مائة ابداع بنات حشد.. و تكونن بذلك اكثر معرفة بقرارك على ركوب الصعب و خلق المستحيل، اذا لا مستحيل مع الارادة و الرابطة.. و هنا تطف أنوثة تعديكم في بصرها، أنها قبلة الزمان و بان نضالها من أجل ديمومة المجلة سيبي مستمرا.. و مستحبال بكل ما أوتيت من امكانيات الحفاظ على صدورها بانتظام، و حتى يكون ذلك، فاستمطرة ارفع سعرها، نظرا لارتفاع الطبع و الورق، و رغم خجلنا يمكن انبها القارئات الكريفات، فتنن، حتى تبقي في السعادة، ان حتى لا ليس من الوجوه، مستمع عند أنوثة من الآن فصاعدا ب 25 دج

و الى ذلكم الذين تقرأ لكم.. و لكن.. رمضان كريم، و عيد سعيد و كل عام و اتم بغير.

فيسة الاراش

انوثة

اذا كنتم، كنتم، ترغبون في وصول مجلة أنوثة الى بيوتكم بانتظام:

اشتركوا

اسعار الاشتراك في داخل الوطن:
300 دج عن 12 عددا
150 دج عن 6 أعداد

ارسلوا استراكم الى الحساب الجاري: CCP N° 105645367
بمراجعة الى عتوان المجلة

قسمة الاشتراك

الاسم: _____
اللقب: _____
العتوان: _____
الاشارة: _____

SOMMAIRE فهرس أنوثة

أنوارا الفنية 3
مسارات.. صونيا الى مجلة أنوثة 5
أنوارا السياسية 6
الغروب 7
الاعلامية أنوثة 8
للا 1 شهر بأصاها 9
مرافق الفنية 11
أنوارا في العزات العربية 12
تتراجع أنوثة 14
و الا المرأة مثق بأي نية 16
مطارات اجسامها 17
الزأ في امضات الغروب 18
اصارث 19
لغة العدد 20
أنوثة و الصلبة 21
طبع أنوثة 22
24 الى الجبال 24
بصمت 25 26 27

العزبان: دار الصحافة
1 شارع بشير عطار
ساحة أول ماي - الجزائر
ص. ب 323
الهاتف: 66.00.63/64

تصوير:
فاطمة الزهراء بن صبرا

التصنيف و الاخراج:
ويعا بن عتار

توزيع:
الوسط: ENAMEP
الشرق: ENAMEP
الغرب: مؤسسة بن حنن

طبع و الجاز: الرحدة

الكراش المرقن: القيا الازلهيا

لإعلاناتكم

اذا كنتم ترغبون في الإعلان لمنتجاتكم أنوثة تلمي رعايتكم و توسيل منتجاتكم الى كل بيتنا، و امرأة..

اعلانات موزنة في اقل من الصفحات الداخلية اعلانات بالقرين الايض و الامور

كل الانشكال و الانجام التي نضارها أنوثة.. جبر من بصر انابكم و يقدمه لقراء في طاق أنوثة.. في خدمتكم.. أنوثة..

PLURIEL DE DAMES: P 32/33
Etre ou ne pas être: l'interrogation d'une militante des droits des femmes.
FEMININ SINGULIER: P 28/49
Oeuvre individuelle pour un Patchwork de la creation feminine.
CONFIDENCES: P 40/41
Fatima Gallaire, Les retrouvailles avec l'Algerie.
CONDITION FEMININE: P 36/37/38
Le baby boom de la pénuir
FEMMES DE TÊTE: P 44/45
La réussite dans le monde du travail. Madame Harbi, Directeur Général
DESTIN DE FEMME: P 50
La KAHINA: La rebelle aux talismans séculaires.
MAGREB DE FEMMES: P 34/35
Elles passent aux actes pour faire l'union.
PAGE OUVERTE: P 50
Récit: L'homme surgit de la mer.

الملحق رقم (09) الهوية المؤسسية لمجلة جليلة خلال فترة التعددية الإعلامية وبعض نماذج خطابها الإعلامي

BONNE
ANNEE
REVUE
TRIMESTRIELLE
1994

MENSUELLE D'INFORMATIONS GENERALES

الفهرسة

السيدة انيسه بومدين في حوار مع مجلة جليلية

	ثقافة	
5-4	للكرمالك بن ثني	من 5-4
6	الصحة والوراثة	من 6
7	الروسة	من 7
	المنوعات	
8	ملايكة الشهور الجديدة	من 8
9-10	أمري ريكس بن بروج	من 9-10
12-11	جريت فيد الشياطين	من 12-11
13	تشاريكوتو	من 13
	الفن	
14	الفنوعة رائدة	من 14
15-16	عمود حميدة	من 15-16
17-18	الفتاتان و أشهر ماركات الفاس	من 17-18
	علم النفس / الطب	
20-19	دواعي اللزق	من 20-19
21	أعراض الصين	من 21
	علوم	
22	الدماغ البشري الجزء الثاني	من 22
	الطيران	
23-22	جريدة الطرازات	من 23-22
33	الأبواب	من 33
	الإستطلاع	
36-34	التيانة النرجية	من 36-34
	واحة المؤرخ	
37	لحة من حياة إمام البغاري	من 37
39-38	قلوب حائرة	من 39-38
	حوارات	
40	السيدة أنيسه بومدين	من 40
42-41	الأناتة أمال مسمي	من 42-41
43	الفتان يركي تفتي	من 43
44	رقعة من الفتان بن عو الله	من 44
45	الفتان حائرة الثاني	من 45
	لجليل / رياضة	
46-45	دك الوجه حريق مليل لشره نغرة	من 46-45
47	كف تبارس رياضة سمجة	من 47
50-49	أطيان الشهور	من 50-49



إبتداءا من العدد المقبل ستعرف مجلة جليلية في نشر روايات بالصور ROMAN-PHOTO و المشاهد حقيقية مع مواضيع واقعية و ستكون على نكل حلقات.

مجلة "جليلة"
شهرية مستقلة تصدر عن مؤسسة
"جليلة" المحدودة 1994
S. A. R. L
التحريك والإخراج :
من 70 مسكن جبل الرحيل
ص.ب. 500
الكتابة :
الطابع : 04.93.83.04
الفاكس : 04.93.83.04
مدير العام و النشر :
الطابع :
الحساب البنكي :
352400 ق.ش
002943300
الطابع :
91 A 90052 رقم
التحريك و التصميم
P. A. O
مجلة "جليلة"
الطابع :
مؤسسة الثورة الأفريقية
التوزيع :
الطابع : المؤسسة الفرنسية
التوزيع
ENAMPEP
و مؤسسة E.N.A.L
الطابع : المؤسسة الفرنسية
التوزيع
ENAMPEP
الطابع : مؤسسة بلسكري
مدير العام "حمير" وهران

3

3

مجلة "جليلة" العدد 9 سنة 1994 من 3

REVUE Djalila

سنة ثامنة - ثمانية - إحصائية - ثمة - وأساسة
العدد 8 - 1993 - المهر 35 ج

المنشطة فوزية رحمة:

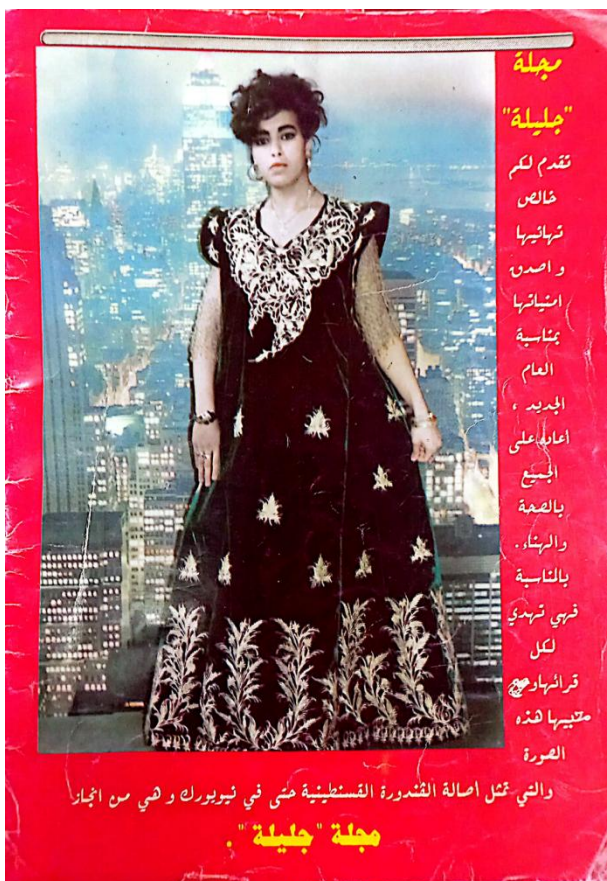
لتجسيد حلمي، كنت اقوم
بالتنسيق أمام المرأة

هبة الفقيرات:
أقول للذين أسأوا إلي
أتركوني في حالي

المطربة حميدة:
إن أردت إهدى بناتي أن تسلك
نفس موارى ما نتمناها

الفنانة دنيا
زواجى لم يكن عقبه أمام نسي

[illegible][illegible]



قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

ب	كلمة امتنان وعرافان
ج	إهداء
د	خطة الدراسة
ح	قائمة الجداول
ك	قائمة الأشكال
م	قائمة الملاحق
ن	ملخص الدراسة
1	مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة 4

4	تمهيد
5	أولاً- الإطار المفاهيمي
5	إشكالية الدراسة
6	فروض الدراسة
8	أهداف الدراسة
9	أهمية الدراسة
11	أسباب اختيار الموضوع
12	تحديد مفاهيم الدراسة

ثانيا- الإجراءات المنهجية للدراسة 18

18	1. نوع الدراسة
19	2. منهج الدراسة
19	3. أدوات جمع البيانات والمعلومات
24	4. مجتمع البحث وعينة الدراسة
26	5. الأساليب الإحصائية المستخدمة

ثالثا- الدراسات السابقة والأطر النظرية للدراسة 26

26	1. الدراسات السابقة
40	2. الأطر النظرية للدراسة

37.....-نظرية الغرس الثقافي

39.....-نظرية الهيمنة الثقافية

43.....-نظرية التمثيل الثقافي

الفصل الثاني: من الثقافة إلى الهوية: تأصيل نظري لمسألة الهوية الثقافية للمرأة

50 الجزائية

52-----المبحث الأول: الإطار النظري للثقافة: المفاهيم والمقاربات

52-----المطلب الأول: مفهوم الثقافة: التأصيل النظري والتاريخي

المطلب الثاني: الثقافة في علاقتها بالمفاهيم البنيوية: الحضارة، الأيديولوجيا، الهوية، الشخصية والمجتمع

55-----

61-----المطلب الثالث: أنماط الثقافة ومكوناتها الأساسية

64-----المطلب الرابع: أدوارها الثقافية في البناء الاجتماعي والتواصلي

66-----المطلب الخامس: التنشئة الثقافية والإعلام: جدلية التأثير والتشكيل

68-----المبحث الثاني: الهوية الثقافية: بين الذات والموضوع، المستويات والمقومات

68-----المطلب الأول: مفهوم الهوية: التحديد النظري والمقاربات المعرفية

77-----المطلب الثاني: مفهوم الهوية الثقافية: التأصيل والمقاربات

79-----المطلب الثالث: مستويات الهوية الثقافية: من الفرد إلى الجماعة

81-----المطلب الرابع: الأبعاد الاجتماعية والثقافية والرمزية للهوية الثقافية

95-----المطلب الخامس: الأسس البنيوية للهوية الثقافية

98-----المبحث الثالث: الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية: مقارنة نظرية

98-----المطلب الأول: المرجعية السوسيو- تاريخية للهوية الثقافية الجزائرية

108-----المطلب الثاني: المرأة الجزائرية كفاعل ثقافي: حاملة للهوية وممارسة لمقوماتها

121-----المطلب الثالث: ديناميكية الهوية وتعدد رؤاها في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية

125-----المطلب الرابع: الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في ظل العولمة: بين التأثير والتفاوض

الفصل الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية: من التخصص الإعلامي إلى التمثيل

143 الثقافي

144-----المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصحافة المتخصصة

145-----المطلب الأول: مفهوم الصحافة المتخصصة: النشأة والسياقات المؤثرة

148-----المطلب الثاني: الخصائص العامة والأنماط المعرفية للصحافة المتخصصة

152-----المطلب الثالث: وظائف الصحافة المتخصصة في الإعلام المعاصر: الاتصالية والمعرفية

155-----المطلب الرابع: مقومات الصحافة المتخصصة: البنية، الأدوات والمهارات

157-----المبحث الثاني: الصحافة النسائية ضمن منظومة الصحافة المتخصصة

157-----المطلب الأول: مفهوم الصحافة النسائية: النشأة، التطور، والتأطير النظري

المطلب الثاني: أنواع الصحافة النسائية والاتجاهات التحريرية السائدة	161
المطلب الثالث: الخصائص النوعية والمضمونية للصحافة النسائية	163
المطلب الرابع: أدوار الصحافة النسائية في تشكيل الوعي النسوي: بين الوظيفة والواجب	172
المبحث الثالث: الصحافة النسائية الجزائرية من النشأة إلى التحديات الراهنة	174
المطلب الأول: الجذور التاريخية لنشأة الصحافة النسائية الجزائرية ودور الحركات النسوية في تحولات الخطاب النسائي	174
المطلب الثاني: الهوية التحريرية والبصرية للصحافة النسائية الجزائرية: نماذج مختارة	183
المطلب الثالث: التمثيلات الثقافية للمرأة للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية الوطنية: بين الموروث والحداثة	212
المطلب الرابع: التحديات المهنية والسوسيوقافية للصحافة النسائية الجزائرية: من الورقي إلى الرقمي	220

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة..... 224

المبحث الأول: الهوية المؤسسية لمجلتي «دزيريات» و«موعد حواء»	228
المطلب الأول: الهوية المؤسسية لمجلة «دزيريات»:	228
المطلب الثاني: الهوية المؤسسية لمجلة «موعد حواء»:	232
المطلب الثالث: عينة الدراسة وتوزيع الأعداد	235
المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل	236
المطلب الأول: التصميم والتخطيط	236
المطلب الثاني: التوجيه البصري الرمزي	245
المطلب الثالث: محور شكل ظهور المادة الصحفية	282
المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون	291
المطلب الأول: مضامين الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية المطروحة في الخطاب الإعلامي	291
المطلب الثاني: استراتيجيات التمثيل الإعلامي للهوية الثقافية للمرأة الجزائرية	331
المطلب الثالث: البعد المؤسسي والبشري في إنتاج وتوجيه الخطاب الهوياتي للمرأة الجزائرية	371
المبحث الرابع: النتائج العامة للدراسة والقراءة النقدية للصحافة النسائية الجزائرية	382
المطلب الأول: النتائج العامة للدراسة	382
المطلب الثاني: قراءة نقدية في مسار تمثيل الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية في الصحافة النسائية	399
التوصيات	403
خاتمة	394
قائمة المصادر والمراجع	397
الملاحق	421
قائمة المحتويات	467