المرأة القائدة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية الإنجازات والمعوّقات

الزهرة صوالحية و كريمة بن طراد
قسم علوم الإعلام والاتصال
كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة باجي مختار – عنابة
zoypa23@yahoo.fr, rym_karima@yahoo.fr

الملخّص:

رغم التطوّرات الّتي شهدتها التشريعات والنّظم المتعلقة بالمرأة، وارتفاع نسب التّعليم بمختلف أطواره وغزو المرأة الجزائرية لسوق العمل ووعيها بادوارها الجديدة، مازالت قيم الذّكورة المتجذّرة في مخيالنا الجمعي والتي تطبع شخصيّتنا الاجتماعية ترسّخ دونية المرأة وتَحُدُّ من حريتها ومن مشاركتها في الحياة العامة.

ينطلق الاهتمام بالمرأة من الإيمان بانّ لكلّ فرد دور إيجابيّ في المجتمع، رجلا كان أو امرأة، وأنّ هذا الدّور يجب الاعتراف به وتقديره وتعزيزه. فرغم ارتفاع نسبة اليد العاملة المُؤَنّثة في قطاع الاعلام الجزائري، ورغم اسهامات المرأة في هذا القطاع والنّجاحات الّتـي حقّقتها، إلاّ أنّ المشوار أمامها ما يزال طويلا لتحقّق المساواة في هذا الميدان، كمّا وكيفا، وتتخطى المعوّقات والتحدّيات الّتي تواجهها لدى ممارستها لهذه المهنة، والّتي تحرمها من الوصول الى مراكز القرار باعداد مقنعة، ولتظهر في الصّورة التي تتناسب مع دورها وقيمتها الحقيقية إمّا كمهنية أو كفرد في المجتمع. ولهذا تمحورت إشكالية بحثنا هذا حول السّؤال الجوهري الآتي: **ما هي المعوقات التي تحول دون تبوُّء المرأة مراكز قيادية في قطاع الإعلام في الجزائر وكيفية التّغلب عليها ؟**

الكلمات المفتاحية : المرأة القائدة، الإعلام، المؤسّسة الإعلامية، المعوّقات، الجزائر.

Résumé:

En dépit de l'évolution des législations et règlementations relatives à la femme ainsi que, l'accroissement du taux de femmes instruites, et leur invasion du marché du travail avec une prise de conscience des rôles nouveaux y résultants, les valeurs de masculinité bien ancrées dans l'imaginaire collectif et imprimées dans notre personnalité sociale, enchâssent toujours l'infériorité de la femme, et limitent sa liberté et sa participation à la vie publique.

L'attention accordée à la femme découle de la conviction que, chaque individu, homme ou femme, a un rôle positif à jouer dans la société, et que ce dernier doit être reconnu et récompensé.

Bien que, la proportion du féminin exerçant dans le secteur des médias algériens est élevée, et malgré la contribution et les succès réalisés par la femme dans ce secteur, il demeure un long chemin à parcourir, en vue d'une égalité en qualité et en quantité dans cette compétence. Et ce, pour pouvoir surmonter les contraintes et difficultés rencontrées en pratiquant cette profession, empêchant d'une part, la femme d'accéder, en nombre convaincant, aux centres de décision et d'autre part, afin d'obtenir l'image réelle qui reflète sa vraie valeur en tant que professionnelle ou qu'un individu dans la société.

C'est pourquoi, la problématique de notre étude s'est axée sur la question fondamentale suivante **: Quels sont les véritables obstacles qui empêchent la femme d'occuper des postes de direction dans le secteur des médias en Algérie et comment les surmonter ?**

Mots clés: la femme leader, les médias, l' organisation des médias, les obstacles, l'Algérie.

Abstract:

Despite the evolution of laws and regulations relating to women, as well as the increase in the rate of educated women and their invasion of the labor market, with an awareness of the new roles resulting therefrom, the values of masculinity well established in the collective imaginary and imprinted in our social personality, still enshrine the woman's inferiority and limit her freedom and participation in public life.

The attention given to women comes from the conviction that each individual, male or female, has a positive role to play in society, and must be recognized and rewarded.

Although, the high amount of women in the Algerian media sector, and despite her contribution and success achieved in this sector, there is still a long way to go, in order to achieve equality in quality and quantity in this field, to overcome constraints and difficulties encountered in practicing this profession, which prevent women from accessing the decision-making centers in a convincing number, and to obtain also, the real image which reflects its true value as a professional or as an individual in society.

This is why; our study focuses on the following fundamental question: **What are the real obstacles that prevent women from holding leadership positions in the media sector in Algeria and how to overcome them?**

Key words: women leader, media, media organization, obstacles, Algeria.

مقدمة:

لقد كافحت المرأة الجزائرية كمثيلاتها في دول العالم من أجل المساواة لقرون، إلاّ أنّ مسيرتها للحصول على حقوقها طويلة، وهذا راجع الى قيم الذّكورة المتجذّرة في مخيالنا الجمعي والّتي تطبع شخصيّتنا الاجتماعية، إذ كان الرّجل الجزائري ولا يزال سيّد وصاحب القرار في شتّى المجالات، فرغم أنّ المرأة تحصّلت على الكثير من حقوقها إلاّ أنّ تمثيلها في صناعة القرار والمراكز القيادية لا يزال محتشما وضعيفا، ولا يعبّر عن امكاناتها وطموحاتها.

رغم ذلك استطاعت المرأة الجزائرية أن تتبوأ مكانة متميّزة ومهمّة في دفع عجلة التنمية وترقية المجتمع، وتأسست لها هذه المكاسب منـــذ السّنوات الأولى للاستقلال وتدعّمت أكثر خلال العُشريات الأخيرة، بفضل جهود القيادة السّياسية، حيث شهدت نقلة نوعيّة في مختلف السّياسات والقوانين والبرامج الّتي أقرّتها الحكومة لفائدة المرأة في مختلف المجالات، السّياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والتربوية، دون إغفال مجال العناية الخاصّة بأوضاع المرأة والأسرة وتطويرها، فقد أُنشئت وزارة تُعْنَى بالمرأة وقضاياها.[1]

فتعلّم المرأة الجزائرية ساعدها على تحسين أوضاعها حيث حرّرها من أسوار عالمها الضّيق لتنفتح على الحياة العامة لمجتمعها وتلج إلى عالم الشُّغل، فأُنِّثَت الجامعة وغزت الإناث تخصّصات كانت حكرا على الذّكور كالميكانيك، الإلكترونيك، المناجم...، بل وولجن الى أعرق المؤسسات الذّكورية والّتي كانت تعتبر حصونا رجالية منيعة كقطاع الطّيران، الجيش، الأمن، الدّرك الوطني، المساجد، والإعلام الّذي يُعتبر مرآة المجتمع الّتي تعكس ثقافته وقيّمه، والسّلطة الرّابعة فيه، وأحد أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، حيث يكتسي دورا فعّالا كحامل للرّسائل ومُشَكِّل للأفكار

والصّور الذّهنية وأنماط التفكير والذّوق العام والاتّجاهـــات والاهتمامات...، وهذا الدّور الّذي يتزايد نفوذه في ظلّ التّطوّر التقني الهائل والمتسارع الذي تشهده تكنولوجيات الاتصال ووسائل الإعلام، وبروز ما يعرف بالإعلام الالكتروني والاعلام الجديد. وإن دلّ ذلك على شيء، فإنّما يدلّ على انفتاح الفضاء الإعلامي أمام المرأة بكلّ أقسامه وتفرّعاته.

ويمكننا التّسليـــم بصحة تسمية مهنة الإعلام بالمهنة الرّجالية قبل سنوات، إلا أن ما نشهده اليوم هو التنامي في تأنيث قوّة العمل بهذه المهنة، ففي الجزائر أضحت الإعلاميات يُمثّـــلن نسبة لا يستهان بها في الفضاء الإعلامي الّذي يعرف انتعاشا ملمـــوسا سنة بعد أخرى، جرّاء التّحوّلات المتسارعة في البنى الاجتماعية والاقتصادية والسّياسية للمجتمع الجزائري، لكن هذه النّسبة تبقى دون مستوى التّطلّعات.

الاشكالية:

على الرّغم من التغيّرات والتّطوّرات التي طرأت حديثا على المجتمع الجزائري ونُظُمه، والتي أثّرت في مكانة المرأة الاجتماعية والاقتصادية والسّياسية والعلمية، والتحوّلات الإيجابية في اتّجاهات أفراد المجتمع نحو المرأة ودورها في التّنمية، وما أثبتته الدّراسات عن إمكانيّات المرأة وقدرتها على العمل في العديد من المجالات وتَقَلُّد مختلف المناصب، إلّا أنّ الفجوة ما زالت واسعة بين إمكـــانيّات المرأة وقدراتها وما تطمح إليه والواقع المعاش. فعند قراءتنا لواقع المرأة في القطاع الإعلامي في الجزائر، نجـــد صحفيات وإعلاميات يشكّلن وهنّ على مقاعد الدّراسة الجامعية العدد الأكبر من طلبة كلّيات ومعاهد الصّحافة والإعلام، لكنّهنّ يخسرن صفة الأغلبية لدى ممارستهنّ الفعلية لهذه المهنة، ويصطدمن فيما بعد بالسّقف الزّجاجي[2] الّذي

يمنعهنّ من الوصول إلى مراكز قيادية بأعداد مقنعة ويحرمهنّ من فرص متكافئة في الترقي والتأهيل. فرغم نجاح العديد من الإعلاميات في تحقيق إنجازات هامّة وحيوية وتسلّم مواقع حسّاسة في مجال العمل الإعلامي وإدارة المؤسسات الإعلامية، إلاّ أنّه ما تزال هناك نظرة إلى المرأة كمديرة قناة أو رئيسة صحيفة سياسية أو معدّة لبرامج سياسية أو محلّلة سياسية، تدلّ على استمرار الموقف النّمطي المنبثق عن ترسّبات قديمة لم تكن تعط المرأة مكانتها في هذا المجال[3] وتعتبره مجالا رجاليا، إذ ما زالت ملكية كُبريات المؤسسات الإعلامية الوطنية وإدارتها بيد الرجال عموماً.

إنّ رفع كفاءة أداء المرأة في مختلف مواقع العمل الاعلامي ومجالاته ضروريّ جدّا، من أجل تأهيلها لشغل مناصب قيادية والمشاركة في اتخاذ القرارات. وعليه فإن الأمر يتطلّب الجمع بين المقدرة والمهارة في رسم الاستراتيجيات، وتحديد المعالم والتّصوّرات المستقبلية لما سيكون عليه وضع المرأة الاعلامية في السّنوات القادمة، مما يستدعي تشخيص المشكلات والمعوّقات التي تواجهها والتي تبعدها عن تبوُّء المواقع القيادية، وإيجاد الحلول الجذرية لمعالجتها والتقليل من تأثيراتها السّلبية، واتّخاذ الخطوات الجادة لتعزيز الثّقة بإمكانات المرأة وقدرتها على الوصول الى قمّة الهرم الاداري في المؤسسات الاعلامية.[4]

ومن هنا جاءت هذه الدراسة كمحاولة لتقديم صورة واقعية عن المرأة القائدة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية والتي نرى أهمية بحثها، حيث أن هذه المؤسسات هي طرف مؤثر في قطاعات المجتمع الأخرى ومتأثر بها في ذات الوقت، بصفتها الوعاء الاتصالي الذي ينبثق منه كل ما يشكّل القيّم والاتجاهات خاصة المتعلّقة بالمرأة، فوصول المرأة الإعلامية إلى المراكز

القيادية قد يغيِّر من هذه الاتجاهات، من خلال وضع استراتيجيات وسياسات إعلامية تتوافق مع مصالح المرأة.

من هنا، ونظرا لأهمية وخصوصية مساهمات المرأة في القطاع الإعلامي وكذا المعوّقات والتحدّيات الّتي تُواجهها لدى ممارستها لهذه المهنة، والتي تحرمها من الوصول الى مراكز القرار بأعداد مقنعة، ولكونها نصف المجتمع وتلد وتُربِّي النّصف الآخر، وتأسيسا على كــلّ ما سبق تتمحور إشكالية هذا البحث حول السّؤال الجوهري الآتي: **ما هي المعوقات التي تحول دون تبوُّء المرأة مراكز قيادية في قطاع الإعلام في الجزائر وكيفية التغلب عليها؟**

ولتحقيق هذه الأهداف ومعالجة إشكالية الدراسة، قمنا بتقسيم البحث الى ثلاث محاور رئيسية :

1. وضع المرأة في الجزائر.
2. المرأة الإعلامية في الجزائر: من العمل الإعلامي إلى قيادة المؤسسة الإعلامية.
3. المعوّقات التي تواجه المرأة الإعلامية في الجزائر.

لكن قبل ذلك، يفرض علينا التمشي العــــــام للبحث تحديـــــد دقيق للبعـــــد الإجرائي للمفاهيم الدراسة، وأهم هذه المفاهيم:

1- المؤسّسة الإعلامية: وهي كيان إداري، له شخصية معنوية، يقوم بنشاط إعلامي متخصص أو عام ومتنوع، ويعمل طبقا لأهداف مخطط لها، ينفذها أشخاص متخصّصون، يستخدمون وسائل معينة، ويعملون بموجب نظام معلوم. وتنقسم المؤسسات الإعلامية إلى: صحــف، إذاعة، تلفزيون،

ووكالات الأنباء، ومنها الحكومية والخاصة والمختلطة، وتمارس العمل الإعلامي سواء المطبوع أو الإلكتروني أو المرئي أو المسموع.

2- المرأة الإعلامية: هي كلّ امرأة تعمل في إعداد وتقديم وإنتاج وإخراج وكتـــابة المواد الإعلامية، سواء كانت تعمل في الصّحافة المكتوبة أو الإلكترونية، أو وكالة الأنباء الجزائرية أو الإعلام السمعي البصري، في القطاعين العام والخاص.

3- القيادة: يعتبر مصطلح القيادة من المصطلحات التي تعـــددت توصيفاتها لدى العلماء والباحثين، وقد حاول العديد منهم الوقوف على تعريف للقيادة أبرزهم:

اوردواي تيـــــد (O. Tead) الّذي عرّفها بأنّها: " الجهد أو العمل للتأثير في النّاس وجعلهم يتعاونون لتحقيق هـــدف يرغبون كلهم في تحقيقه ويجدونه صالحا لهم جميعا وهم يرتبطون في مجموعة واحدة متعاونة ". (5)

في حين ذكـــر **باس (Bass)** أنّ القيادة هي: " القـــدرة المتطوّرة لفرد يستطيع حفز آخرين لتغيير سلوكهم أو لتغيير عاداتهم واتجاهاتهم". (6)

من خلال التعاريف السابقة، يمكن ان نستنتج **التعريف الإجرائي الآتي:** "القيادة هي عملية تفاعلية تعبر عن علاقة بين جماعة من الأفراد وقائد نال قبول هذه الجماعة، ويمتلك هذا القائد القدرة التي يستطيع من خلالها التأثير بشكل مباشر على سلوك الأفراد الذين يعملون معه قصد تحقيق هدف مشترك".

4- **المراكـــز القيادية في المؤسسة الإعلامية الجزائرية** : ونقصد هنا الأشخاص الذين يتحملون مواقع المسؤولية في إطار المسؤولية، أي المدراء

الذين يتولّون الإمساك بدفّة القيادة والتّوجيه في المؤسسة وبمختلف مواقعهم[7]. أي المراكـــز الوظيفية من رتبة مدير عام، ومدير تحرير، ورئيس تحرير، ونائب رئيس تحرير، ورئيس مكتب، ورئيس قسم، والمتوقّع ممّن يتولّون هذه المراكز الإدارية أن يقوموا بدور قيادي في إحداث التّطوّر والتغيير في مراكز عملهم. وهذا التعريف الإجرائي الذي اعتمدته الباحثة.

5- المرأة القائدة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية: كلّ امرأة تشغل مركز مدير عام، أو مدير تحرير، رئيس تحرير، أو نائب رئيس تحرير، أو رئيس مكتب، أو رئيس قسم في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

1. وضع المرأة في الجزائر:

إن واقع الإعلامية الجزائرية هو جزء من الواقع الاجتماعي والسّياسي والثقافي والاقتصادي للمرأة في الجزائر، وهو واقع لازالت تعاني فيه المرأة لكونها امرأة، وهنا تبرز العادات والتّقاليـــد والنّظرة الدّونية للمرأة من المجتمع والتّوزيع التقليدي للأدوار كونه مجتمعا ذكوريا، فالتحفظ على عمل الإعلاميات هو تحفظ المجتمعات الشرقيـــة اتجاه المرأة بشكـــل عام. فقد عانت المرأة على مرّ العصور من الواقع المتدني الذي فرضته عادات وتقاليد مجتمعها، حتى جاء الإسلام فانتصف لها وحرّرها وكرّمها وأعطاها مكانتها في المجتمع، بعد أن كانت تُوأد بلا ذنب سوى أنّها وُلدت أنثى، وصار كتاب الله هو القول الفصل في قضية المرأة، فلا وأد للبنات، ولا بغاء، ولا تمييز بين الذّكر والأنثى، وحقوقهما متساوية، والأفضلية بينهما تكون بالأعمال الصّالحة، وهذا ما جاء في قوله تعالى:﴿من عمل صالحا من ذكَرٍ أَو أُنثَى وهو مُؤمن فَلَنحيينّه حياةً طَيّبةً ولَنجزِينّهم أجرهم بِأحسنِ ما كانوا يعمُلونَ ﴾ (النّحل:97)، وفي قوله تعالى:﴿ ومن يعملْ من الصّالحات من ذكَرٍ أَو أُنثَى

وهو مُؤمن فَأُولَئك يدخُلونَ الْجنةَ وَلا يظْلمون نقيــرا ﴾ (النّســاء: 124)، فالحياة الطّيبة ودخول الجنّــة لا يرتبــط بالجنس ذكــر أو أنثى، إنّما هو لمن آمن وعمــل الصّالحات[8]. لكن مع مرور الزّمن رجعت الثّــقافة والتّقاليد الموروثة الّتي تَحُطّ من شأن المرأة وتكرّس قيم الذّكورة لتحكم المجتمعات العربية والاسلامية، مُدعّمة بتفسير وتأويل خاطئ أو قاصر لآيات قرآنية وأحاديث نبوية تعرّضت للنّساء، فصورة المرأة في العالم الإسلامي مختلفة عن الصّورة الكلّية لـــــها في القرآن الكريم، نتيجة أنّ القرآن الكريم نزل على مجتمــع كان التّــمييز بين الذّكر والأنثى جزءاً من ثقافتهم ونظامهم الاجتماعي، فمن الطّبيعي أن ينعكس هذا التّمييز على تأويلاتهم للنّص القرآني، حيث خضعت الآيات القرآنية والأحاديث النّبوية لأسلوبٍ تَأَّويلي يُحاول تطويع النّص الدّيني ليطابق الواقع والقــيم الاجتماعية السّائدة. وهكذا صُودرت حرّية المرأة وحقوقها داخل الأسرة وخارجهـــــا في مختلف مجالات الحياة لأجيال طويلة. لذلك يجب الأخذ بمبدأ الشفافية في فهم الأوضاع الرّاهنة للمرأة ودراسة الثّقافة التّحتية والأعراف والتّقاليــد المُكبّلة لتطوّر المرأة بحيث تأتي الرّسالة الإعلامية مرتبطة بتعاليم ديننا الإسلامي الّذي سبق كافّة التّشريعات والقوانين الّتي تنادي بحقوق المرأة، ودعا إلى إكرام المرأة ومساواتها بالرّجل في الحقــوق والواجبات، حتّى يتحقّــق الهدف المنشود من وراء جميع الجهود المبذولة، ألا وهو تحقيق التنمية الشاملة، بما فيها التنمية الإعلامية.

و عليه سنحاول من خلال هذا المحور تسليط الضوء على واقع المرأة الجزائرية، وذلك بتقديم حصيلة حول وضعيتها في ميادين: التّعليم، والعمل، والمشاركة السّياسية، من خلال الاستناد إلى بعض المؤشّرات الكمّية، الّتي

تدلّ على مدى التّقدم الذي تمّ تحقيقه. رغم "أنّ الاقتراب الإحصائي من وضعية المرأة في الجزائر مبهم وتعسّفي، سواء من ناحية التكميم أو المصطلحات المتداولة، وهذا مرتبط بعدة أسباب لها علاقة ببعض الخلفيات الأيديولوجية" (9)

1-1.المرأة والتّعليم:

يساهم التعليم في تحسين فرص التوظيف للمرأة ويرفع من مستوى مساهماتها في الحياة العامّة، إذ يشكل الخطوة الأولى في دمجها في خطة التنمية، ويؤدي إلى زيادة الإقبال على العمل وبفاعلية أكبر، وهذا طبيعي لأنه عند حصول المرأة على مؤهل علمي؛ تَأْنَفُ البقاء داخل أسوار المنزل وتسعى جاهدة للاستفادة من المؤهلات التي حصلت عليها، من خلال وظيفة تُحقِّق لها الاستقلال المادي والمكانة الاجتماعية.

فبنظرة إلى الوراء يتضح حجم التقدّم الّذي قطعته الجزائريات خلال العقود الماضية، فقد عَمَدَت الدّولة الجزائرية غداة الاستقلال على رفع التحدّي والبدء في تشييد جزائر جديـــدة متخلصة من شوائب الاستعمار الذي تـــركها بعد خروجه تتخبط في الجهل والفقر(حيث كانت نسبة الأمّية 92% بين الذكور و96 % بين الاناث[10])، معتمدة على سياسة اشتراكية أَوْلَت اهتماما بالغا بالتّعليم لكلا الجنسين، حيث أنّ ميثاق 1976م الّذي استند على قيّم اشتراكية، جعل التّعليم إجباريا لكلّ الأطفال الّذين تتراوح أعمارهم بين 6 و 16سنة دون تمييز حسب الجنس أو الطّبقة أو غيرها، كما أنّه ألغى نظام التّعليم الخاص ووفّـــر التّعليم المجّاني للكلّ وفي كـــلّ مستويات الدّراسة. وهذا أفاد الفتيات و كان له دور كبير في التّغيرات الحاصلة اليوم على مستوى العمل.

و لتكتمل لنا الصّورة عن الوضع الرّاهن، ويَتَبيَّن لنا مدى التّقدم الذي عرفته فرص تعليم النّساء في المراحل الدّراسية المختلفة، نشير إلى وضعية التّعليم في الجزائر منذ الاستقلال حسب الإحصائيات المتوفرة :

الجدول 01: مقارنة نسبة التمدرس لدى الذكور والاناث في الجزائر1965-1992

السنـــــــة	الذّكـــــــور	الإنـــــــاث
1966-1965	%57.7	%32.9
1971-1970	%70.4	%43.9
1976-1975	%89.1	%61.4
1981-1980	%88.4	%67.3
1986-1985	%92.3	%72.25
1992-1991	%94.16	%79.52

Source: Mahfoud Bennoune, 1999, **Les Algériennes Victimes De La société néoplatonicienne : une étude socio-anthropologique ,** Alger: édition Marino or, p68.

يبيّن لنا الجدول أنّ نسب تمدرس الإناث بعد الاستقلال تطوّرت من سنة لأخرى، ما يدلّ على أنّ الوعي بوجوب تعليم هذه الفئة يتطوّر في المجتمع، غير أنّه إذا ما قورنت هذه النّسب بنسب الذّكور، نجد أن التَّفَـوُّق كان لصالح الذّكور. وهذا الفارق لا يرجع إلى التّمييز بين الجنسين في المنظومة التّعليمية، كما هو شائع في بعض الدّول العربية، ولكنّه يرجع الى تأثير الموروث الثّقافي بشكل خاص، الذي كان يعتبر أنّ فصل الفتاة عن الدّراسة في سنّ مبـــكّرة، وبدرجة أشّد عند البلوغ، شرف للعائلة. ويفضل تعليم الذكور على الإناث، كجزء من التمييز الذي يُعْطى للذّكور والاهتمام بهم

باعتبارهم مستقبل العائلة[11]. فرغم أنّ عملية تعميم التّعليم في الجزائر، كانت مؤشّرا قويّا، وخطوة مهمّة في تَحوُّل وضع المرأة الجزائرية، وتحرّرها من الجهل والأمّية، إلاّ أنّ ذلك لم يشمل جميع النّساء، نظرا للرّواسب والأنماط التقليدية، وما تُفرزه من عادات تعيق عملية التغيير[12]. خاصة في المناطق الريفية.

لكن مع بداية عقد التسعينات، شهدت نسب تعليم الفتيات تغييرات دراماتيكية[13]، فمجهودات التّرقية الاجتماعية من خلال سياسة التّعليم، والتغيُّر في بنية وتشكيلة العائلة وفي الأوضاع الثّقافية والاقتصادية والسياسية للجزائر، وتحمُّس البنات قصد تحقيق الاستقلال الاقتصادي والنّزعة نحو تجاوز الأحكام المسبقة والمحظورات القائمة على التّمييز بين الجنسين، مكّنت من تذليل بعض العراقيل والسلوكات التقليدية التي كانت تحدّ من حَرَكِيَّة المرأة وتُعرقل تطوُّر مركزها. وأفضت إلى ازدياد عدد الفتيات المتعلّمات ليتجاوز عدد الذّكور، في بعض الأحيان، خاصة في المستويين الثانوي والجامعي. حيث سُجِّل في إحصاء 1998 وجود نسبة 46.82%من الإناث بالتعليم الابتدائي، و48.06% بالتعليم الإكمالي، و 56.15% بالتعليم الثانوي، وأخيرا نسبة 53% بالتعليم العالي [14]. وهذا راجع الى ارتفاع نسبة نجاح الاناث في شهادتي التّعليم الاساسي والباكالوريا. واستمرت هذه النّسب في الارتفاع لتصل في 2010 الى 58.85% بالتعليم الثانوي، و 57.7% بالتعليم الجامعي[15]، حيث أنّ هذا الارتفاع في نسبة التّمدرس كان في الواقع مصحوبا بنسبة عالية أيضا للانقطاع الذي يعتبر أعلى في أوساط الذّكور منه في أوساط الاناث [16]، خاصة مع الازمة السياسية والاقتصادية التي عرفتها البلاد في أواخر الثمانينيات، فعقلية الرّجل العائل التّقليدية تجد الكثير من الصّعوبات في أن تختفي، والنتيجة هي أنّ الذّكور داخل العائلات

الفقيرة ينقطعــون عن الدّراسة لتحمّل المسؤولية المادّية للعائلة بالحصول على وظيفة. كــذلك انجــذاب الذّكور أكثر إلى الرّبح السّريع، فيفقدون الأمل في الدخل الضعيف الذي يمكن الحصـــــول عليه بعد التحصّل على شهادة تعليمية، ويفضّلون الانخراط في سنّ مبكرة بنشاط اقتصادي أو أي وظيفة تتطلــب مؤهّلات أقلّ (الجيش مثلا)، بينما تفضّل معظم الفتيــات التّرقيــة الاجتماعية عن طريـــق التّعليم. [17]

لكن رغم هذه الارقام المميزة، تبقى مشاركة المرأة الجزائرية في القوّة العاملة أقلّ بكثــير مما تفترضه معدّلات الخصوبة والتّعليم والتّركيب العمري للإناث في الجزائر، فتقدّمها العلمي لا ينعكس على مكانتها في النّشاط الاقتصادي، حيث قُدِّرت نسبة تشغيل الإناث سنة 2014 ب 14% من النّسبة الاجمالية المُقدّرة ب 37,5% [18]، وهذا يعني أنّ هناك طاقات غير مستغلّة، مما يضرّ بالاقتصاد الوطني ككلّ.

2-1. المرأة والعمل:

سعت الدّولة منذ الاستقلال إلى دعم مساهمة المرأة في حركية البناء والتّشييد واعتبارها قوة لا يستهان بها، وكان للقوانين والمواثيق الوطنية دور بالغ في فتح المجال أمام النساء للدخول الى عالم الشّغل، خاصة مع الارتفاع المستمر لعدد المتعلّمات. فقد جاء في الميثاق الوطني 1976م :" انطلاقا من مبدأ المساواة بين الجنسين فإنّ الاشتراكية التي تعترف بالمكانة الأســاسية التي تحتلها المرأة في الخلية العائلية بوصفها زوجة ومواطنة، تشجعها على أن تشتغل لأنّ في ذلك مصلحة للمجتمع" [19].هذا وقد أقرّ في موضع آخر بأنّ " النّساء يُمثّلن نصف السكّان القادرين على العمل، ويشكّلن احتياطا هاما،

من قوّة العمل في البلاد، لا يَعني تعطيلها، إلاّ ضعــفا في الاقتصاد وتأخّرا في التّطوّر الاجتماعي"[20].

والجدير بالذكر، أنّ العمل النّسوي في الجزائر كان في تطوّر مستمر، مع ذلك بَقِيَ يشكّل نسبة قليلة مقارنة مع العمل الرّجالي، على الأقل فيما يخصّ العمل الرّسمي المأجور. فانخراط المرأة في سوق الشّغل بعد الاستقلال لم يكن قويّا، وانحصر في مجالات معيّنة، نظرا لارتباطه إلى حدّ بعيد بالعــادات والتّقاليد، "ومن جملة ذلك النّظرة السائدة بأنّ المكان الطبيعي للمرأة، هو البيت، وفكرة التّقسيم الجنسي للأدوار، الّتي تجعل الرّجل العنصر الرّئيس الّذي تجب عليه إعالة أسرته وبالتالي فإنّ أي خرق لهذه القاعدة، بخروج المرأة إلى العالم الخارجي، انتقاص وقدح في سلطة الرّجل"[21]، وكذلك تأثّره بالظّروف السّياسية والاقتصادية التي مرّت بها البلاد، خاصّة الازمة الاقتصادية أواخر الثمانينيات، وانتقال الجزائر من النّظام الاشتراكي الى اقتصاد السوق وإعادة هيكلة المــــؤسّسات، والتي نتج عنها تسريح مكثّف للعمّال، مع غلاء المعيشة بسبب رفع التّدعيم عن المواد الاساسية، وانعكاسات الانفلات الأمني الّذي شهدته الجزائر بداية التسعيــنات أو ما يصطلح عليه بالعشرية السّوداء. كل هذه العوامل أدّت الى ضغوط اقتصادية على الأسرة الجزائرية، اضطرت بسببها الى قبول خروج المرأة للعمل من أجل المساعدة في تحسين مستواها المعيشي، خاصة أنّها تملك مستوى تعليميا يؤهّلها للبحث عن عمل. إذ" تستقطب القطاعات الأكثر تأهيلا أو التي تتطلب مؤهّلات كبرى العنصر النّسوي، فأزيد من 53% من النّساء يتمتعن بمستوى تأهيلي ثانوي أو عالي في مقابل 25% من الرّجال"[22]. وارتفعت نسبة تشغيل النّساء من 5% سنة 1977 إلى10.45% سنة 1998، والى 12.89%، و14.6%، و 15.1% سنوات 2000، 2005، 2010 على

الترتيب [23] ، لتصل في أفريل 2014 الى 19,5% من اجمالي السّكان النّاشطين اقتصاديا. وتمثّـــل نسبة تشغيل الاناث 14% من النّسبة الاجمالية المُقدّرة ب 37,5%، منها 6,4 % نساء بدون تأهيل و 37,3% حاملات شهادات معاهد التّكوين المهني و 59,1% حاصلات على شهادات التّعليم العالي[24]، ما يعني أنّ 93.6 %من اليد العاملة النّسوية في الجزائر مؤهّلة.

وتفيد المؤشرات الإحصائية الصادرة عن الديوان الوطني للإحصائيات، والمتعلقة بتوزيع السّكان المشتغلين حســـب قطاعات النّشاط في سنة 2014، بأنّ عدد النّساء يمثّل 3,8% في الفلاحة، و 1,6 % في البناء والإشغال العمومية، و 18.8 % في الصّناعة، 75,8% في الادارة والخدمات [25]، هذا الأخير يحظى بأعلى نسبة مشاركة لليد العاملة النّسائية، ويضـــمّ قطاع التربية والتّعليم وقطاع الصّحة العمومية وقطاع الإدارة بشكله العام. وهذا راجع الى نظرة المجتمع لهذه القطاعات، باعتبارها مهنا تتوافق مع الأدوار النسائية، إذ تُمكّنهنّ في نفس الوقت من العناية بشؤون البيت والأولاد والزوج، كما يُمكنهن ممارسة هاته المهن دون عناء ومشاكل التنقل، فهي عادة تتواجد في أماكن قارة (مستشفى، مكتب، مدرسة أو جامعة.. الخ). [26]

كما تُظهـــر النّتائج أنّ القطاع الخـــاص يُشَغِّـــل 58,9% من العمالة الجزائرية، وترتفع نسبة الإناث العاملين في هذا القطاع لتبلغ 61,9 % من اجمالـــي العمالة النّســـــوية. أمّا نسبة البطالة فقدرت ب 9,8% منها 8,8 % ذكور و14,2% إناث.[27]

1-3. المرأة و المشاركة السّياسية:

وبالانتقال إلى المشاركة السّياسية تبرز الفجوة بكلّ وُضوح بين نسبتها في الجهاز الحكومي ككل وبين وجودها في أعلى الهرم الوظيفي وفي المناصب

العليا للدّولة. فالنّساء يشغلن حاليا 30% من إجمالي عـــدد النّواب في البرلمان، حيث بلغت حصّة النّساء في البرلمان الجزائري بعد الانتخابات التشريعية ماي 2012 م، 146 مقعــدا من بين 462 مقعدا، حيث تضاعفت النّسبة أكثر من أربع مرّات وانتقلت من 7,78% سنة 2007 إلى 31,60% سنـــــة 2012[28]، وذلك راجع الى اعتماد "نظام الكوتا" والّذي يفرض تخصيص حصص نسبية للعنصر النّسوي في القوائم الانتخابية، إذ ينّص **القانون العضوي رقم12-03 المؤرخ في18 صفر1433الموافق 12 جانفي2012م** في مادّته الثّانية على أنّه: يجب ألاّ يقل عدد النّساء في كل قائمة ترشيحات، حرّة أو مقدمة من حزب أو عدة أحزاب سياسية، عن النّسب المحدّدة بحسب عدد المقاعد المتنافس عليها. وتؤكّد **المادة5** من هذا القانون، أنّ كل قائمة مخالفة لهذه الأحكام تلغى تلقائيا[29].

وهي تجربة رائدة في العالم العربي بل وفي العالم بأسره. كذلك الأمر بالنّسبة لمشاركة المرأة الجزائرية في مجلس الأمّة وفي الحكومة والجهات القضائية ومختــلف مؤسّسات الدّولــة، دون تجاهل النّشاط السّياسي للمرأة الجزائرية داخل الأحزاب، حيث تعتبر زعيمة حزب العمّال **لويزة حنّون**، الّتي خاضت غِمار الانتخابات الرّئاسية مرّات عديدة، المرشّحة الأشهر على مستوى الدّول العربية.

2. المرأة الإعلامية في الجزائر: من العمل الإعلامي إلى قيادة المؤسسة الإعلامية:

يُثار موضوع المرأة في الإعلام كثيراً، وتتناول الكتابات والتّقارير والدّراسات صورة المرأة في الإعلام على اختلافه، ولكن قليلة هي الدراسات التي تبحث في واقع المرأة العاملة في وسائل الإعلام، كوجه إعلامي، أو في

مراكز الإدارة والقرار أو خلف الكواليس. ففي الجزائر وصلت المرأة الى إدارة عدة مؤسسات إعلامية، لكن من دون أن تتساوى مع الرّجل في القدرة على صنع القرار، إذ ما زالت ملكية كبريات المؤسسات الإعلامية وإدارتها بيد الرجال عموماً، حيث أكّدت دراسة دولية نشرتها منظّمة الأمم المتّحدة للمساواة وتمكين المرأة بداية 2015، شملت 522 وكالة أنباء ووسيلة إعلامية في العـــالم، أنّ الرّجال يحتلّون 73% من المناصب الإدارية العليا في جميع وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، صحافة مطبوعة أو إلكترونية، إذاعة، تلفزيون، وحتى السّينما. وأظهرت أن أغلب النّساء اللّواتي يظهرن في وسائل الإعلام تكون مهماتهنّ ترفيهيه، ويتحدّثن برقة ويتبرّجن ليخرجن بصورة توحي بأنّهن "كائنات جنسية" قبل كل شيء. في حين تأتي في خلفـــية تلك الصّورة وبأعداد أقل، النساء العاملات في الإعداد أو المناصب الإدارية وخلف الكواليس.[30]

C:\Users\a\AppData\Local\Temp\Nouveau dossier\Ø¯Ù^ Ø±

وتظهر آخر الإحصائيات المعلن عنها من قبل وزارة الاعلام والاتصال لسنة2009، أنّ نسبة النّساء الإعلاميات في الجزائر تشكل أكثر من 60% من نسبة العـــاملين في القطاع[31]، لكن هذا لم يتح لهنّ ظهورا وحضورا يتناسب مع تواجدهنّ المهني، وقد أشارت منظّمة المرأة العربية ضمن" الاستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية 2009 – 2015"، أنّ التحدّي الأوّل يكمن في قبول فكرة خوض المرأة الإعلامية لكلّ القضايا الاجتماعية وليس الأسرية فقط. وأشارت إلى محدودية حضور النّساء في المراكز القيادية في المؤسسات الإعلامية العربية، وأن هذا الحضور، على ندرته، لا يقترن بثقافة المساواة، الأمر الذي يحول دون أن يكون لهذا الحضور النسائي في المراكز القيادية تأثير إيجابي.[32]

فعدد الإعلاميـــات اللّواتي يتوزّعن عبر مختلف المؤسسات الإعلامية الجزائرية، الإذاعة، التليفزيون، والصحافة المكتوبة، الحكومية والمستقلّة، يعتبر في تزايد مستمر رغم الظّروف الصّعبة وعدم استقرار العمل الصحفي. وتُقِرُّ وزارة العمل و الضّمان الاجتماعي بأنّه على الأقــل50 % من الصّحفيين غير مصـــرّح بهم. ومن المؤكّد أنّ انفتـــاح مجـــال الإعلام في بداية التسعينيات، قد سمح بتوظيـــف واسع للشباب الحاصلين على الشهادات رجالا ونســـــاء.

ففي قطـــاع الدّولـــة الّذي يستحوذ علـــى أكبر عـــــدد من الصّحفيين نظرا للاستقرار الذي يتمتع به، نجد في مجال السّمعي البصري، التّليفزيون الجزائري الذي يضم خمس قنوات، " القـــناة الاولى" أرضية وأربعة رقمية: " قناة الجزائر " النّاطقة بالفرنسية، و" الجزائرية الثالثة "، و"الجزائرية الرابعة" النّاطقة بالأمازيغية، والخامسة " قناة القرآن الكريم"، يسجّل العنصـــر النّسوي حضورا قويا، اذ ارتفعت نسبة النّساء العاملات بالتّليفزيون الجزائري في سنة 2010 الى 67.57%.[33] مقارنة بعامي 2002 و 2007 أين قدرت نسبة النّساء ب 18% و57.24% على الترتيب. [34] لكن يبقى تواجد المرأة في المناصب القيادية العليا جد ضعيف مقارنة بنسبة تواجدها في القطاع. اذ تقدر نسبة الاناث في الوظائف الإدارية العليا في التليفزيون 22 % [35]، حيث كان هناك مديرتان مساعدتان فقط، واحدة للقناة "الجزائرية الثالثة"، وأخرى ل" قناة الجزائر" النّاطقة بالفرنسية والتي كانت نائبة رئيس تحريرها أيضا امرأة، وهما فرعان من المؤسّسة الكلية التي يديرها رجل [36].

أما فيما يتعلق بالإذاعـــة الجزائرية فتضم 48 إذاعـــة جهوية،4 منها موضوعاتية (إذاعة الشباب، إذاعة القرآن الكريم، الإذاعة الثقافية، وإذاعة

الجزائر الدولية) بالإضافة إلى القنوات الوطنية الثلاث الناطقة باللغات العربية، الأمازيغية والفرنسية، وكذلك الإذاعـــة الإلكترونية، وتعداد العامليـــن في الإذاعة الجزائرية لسنة 2012 هو في حدود 3700 عامل، يمثل فيه العنصر النسوي نسبة 35 %. [37]

لكن مقابل هذه النسب المذكورة والمميزة جدّا، فإن المرأة لا تشغل نسبة كبيرة من حيث المسؤوليات المباشرة للعملية الإعلامية، إذ يوجد في2015، 18مديرة إذاعة محلية فقط من بين 48 مديرا، أي بنسبة 37.5 %. " كما تعاقب على رأس الإذاعة الجزائرية، منذ انفصالها عن مؤسسة التلفزيون، في عام 1986، وإلى غاية 16 ديسمبر2014، 12 مديرا كلّهم رجال"[38].

أما الصّحافة المكتوبة التابعة للقطاع العام فتضم أربع جرائد يومية: اثنتان بالعربية واثنتان بالفـــــرنسية، يمثّل عدد النّساء فيها 107 صحافية مقابل 404 صحافي، أي بنسبة 26.5%، تشغل امرأة واحدة مديرة لإحدى يومياتها، وهي جريدة آفاق " لوريزون" الصادرة بالفرنسية. وفيما يتعلـــق بوكالة الأنباء الجزائرية، فيقدّر عدد النّساء فيها ب 90 صحفية مقابل 207 صحافي وهو ما يشكّل 43.5 % أي ما يقارب النّصف. لكنّ المشكل هـــو عدم التساوي فـــــي مناصب المسؤولية، فرغم العدد الهائل للصحافيات في المؤسّسة فهناك 3 نساء فقط نائبات لرئيـــس التحرير مقابل 20 رجـــلا، أي بنسبة 15 %، بالإضافة إلى ثلاث مهندسات إعلام من بين 8 مهندسين. أما مسؤولية المكاتب فيسيطر عليها أيضا الرّجـــال، فالمرأة مغيّبة عن الرئاسة في المكاتب الدّولية ال14، أما داخل الوطن فلا ترأس المرأة من بين 48 مكتبا إلاّ مكتبا واحدا هو مكتب الجزائر العاصمة. وحتّى في حالة الترقية فإن مسؤولة المكتب رغم الحرّية التي تتمتع بها في اتخاذ القرار، إلا أنّها لا

تستطيع أن تقرر مسار المادة الإعلامية إذ عليها العودة إلى رئيس التحرير.[39]

وبلغ عدد الإعلاميات العاملات بالمركز الدّولي للصّحافة، حسب دراسة قام بها الأستاذ **بلقـــاسم بن روان**[40]، 73 امرأة، منها 11 امرأة لها مسؤولية إدارية بالمركز أي بنسبة 15.06%، في حين بلغ عدد النّساء المُؤَطِرَات للعمل الإعلامي17 امرأة أي بنسبة 23.28%. أما الصّحفيات فعددهن 18 امرأة بنسبة 24.65%، في حين نجد 27 امرأة عاملة في المجال الإداري بنسبة 36.98%.

في القطاع الخاص، كانت الصّحافة المستقلة منذ سنوات المجـــال الّذي يقصده العنصر النّسوي بصورة كبيرة. و نسجّل على الأقل 5 نساء في مناصب مـــدير تحرير أو مدير نشر، وتضم حوالي 44 جريدة يومية، تملك وترأس امرأة إحداها وتسمى (الفجر)، منها خمس جرائد حزبية، بالإضافة إلى أكثر من 40 جريدة أسبوعية متعددة المضامين والتّوجهات، منها الرياضية. وهناك 6 متخصّصة و مجلّـــة اقتصادية هي الأولى من نّوعها تُديرها امرأة. كما تـــوجد عدّة مجلاّت نسائية، وهناك وكالة أنباء خاصة تملِكها وتديرها امرأة. وتقدر نسبة النّساء في هذا المجال 60.02%. [41]

وتُحصي ساحة الإعلام الجزائري في قطاع السمعي البصري الخاص، أكثر من عشرين قناة تلفزيونية خاصة، لا يتجاوز عُمر أقدمها أربع سنوات، ما زالت تعاني الكثير من المشاكل والصعوبات وسط بيئة قانونية لم تكتمل بعد، فالقنوات الحالية عمليا هي جزائرية لكنّها مسجّلة قانونيا لدى وزارة الاتصال كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، وتضطر إلى بث برامجها من الخارج. لكنّها قدمت فرصا للكثيرين للعمل في هذا المجال، بعدما كان محتكرا من قبل مـــــــؤسسة التلفزيون الجزائري لسنوات، ولا توجد الى

حدّ الساعة، على حسب معلوماتنا، إحصائيات دقيقة حول اليد العاملة في هذا القطاع.

3. المعوقات التي تواجه المرأة الإعلامية في الجزائر:

نستنتج مما سبق أن الإعـــلام الجزائري بصفة عامة، مُؤنّث عـــــددا ومُذكّر حضورا وقرارا. ففرصة المرأة في الحصول على منصب داخل المؤسسة الإعلامية ضئيلة مقارنة مع زميلها الرّجل، ورغم تـــواجد النساء بنسب معتبرة في هذا القطاع، ما زالت مؤسساته ترسخ ما يتجه له المجتمع التقليدي، حيث تكلّف المرأة بالأدوار الثّـــانوية، وتوزع المهام وفـــــقا للتوزيع التقليدي للأدوار، فنجد المرأة في أقسام المجتمع والأسرة، الثقافة، الجمال، الموضة والطبخ...، ويبقى تواجدها في المناصب القيادية العلـــيا جد ضعيـــف، وذلك لا يرجع لأسباب تتعلق بالكفاءة.

وفي هذا الشأن، تقول رئيسة جمعية **SEVE** " **طايا ياسمين**" أن المرأة العاملة في الجزائر تواجه باستمرار الصعوبات والعراقيل، كونها تنتمي الى مجتمع محافظ تربّى على خضوع المرأة للرّجل، وهذا جعل المرأة ضحية مجتمعها.[42]

وترى أغلب الإعلاميات أن تكرار انقطاع المرأة وتغيبها عن العمل بسبب الحمل وعطل الامومة يحد من فرص ارتقائها للمواقع القيادية، كذا صعوبة الموازنة بين متطلبات المنصب والمسؤوليات العائلية، حيث تواجه عبئا ثقيلا خصوصا في وجود أطفال صغار. ما يجعلها في أغلب الاحيان، مُخيَّرة بين حياتها الزّوجية ودورها كأمّ وبين طموحها وتحقيق ذاتها. فتهاب أن تتقدم للمواقع القيادية، خوفا من عـــدم قدرتها على التحكُّم في مركزها لما يتطلّبه من الوقت والتفرُّغ، وهنا يصبح رفض المســـــؤوليات نابعاً من داخلها

طالما لا يوجد التّعاون المطلوب، إن كان من أسرتها أو من المجتمع أو من إدارة المؤسسة عبر توفير بدائل كحاضنات الأطفال الآمنة. واستمرار النظرة للمرأة وفق الرؤية التقليدية عند عدد كبيـــر من أفراد المجتمع بأنها عاجزة مقارنة مع الرّجل فـــــي تحمل عبء مسؤولية القرار.

وهناك عوائق اجتماعية أخرى تواجه المرأة الإعلامية، ترجع لمتطلبات مهنة الإعلام. فالمجتمع يرفض قبول حقيقة أن مهنة الإعلام لها خصوصية، تفرض على المُمتهنين لها العمل لساعـــات عمل طويلة وأحيانا لأوقات متأخرة، إلى جانب السّفر، وتحتاج من العاملين بها نسج علاقات والتواصل خارج حدود المكتب في أماكن عامة. ولهذا تتذرع الكثير من المؤسسات الإعلامية بعدم تعيين النّساء بمناصب مسؤولية، بحجة أن المطبخ الصحفي يبدأ عمله الفعلي في ساعـــات المساء .

كما تُعتبر نظرة الرّجل إلى المرأة من أهـــمّ المعوّقات، فالرّجل لا يؤمن بقدرة وكفاءة المرأة، وأحيانا يغار من نّجاحها، كما يرى الرّجل، بأنّ وصول المرأة إلى مركز قيادي سيؤدّي إلى إهمالها لأسرتها، لأن ساعات العمل ستزيد نظرا لزيادة مسؤولياتها، لذلك من الأفضل أن لا تتبوّأ المرأة مركزاً قياديا، وهذا راجع لتخوُّف الرّجل من تراجع سُلطتـــه بسبب استقلالية المرأة، خصوصا من الناحية المادية، ما يمنحها الشعور بالأمان وثقة أكبر بالنّفس، ومكانة هامة في المحيط الأسري.

ويؤمن الرّجل أيضاً بالأدوار النّمطية للمرأة، نتيجة تنشئته الاجتماعية، وهو الّذي يضع الأسس والقـــوانين والمعايير والتعليمات، وبما أنّ المعايير تتغيّر بتغيّر صانع القرار، فهو متّخذ القرار، وهو المسؤول عن التّعيينات، وعن البعثات، والـــدّورات التّدريبية، وبالتّالي فهو غالبا ما يدعم الرّجل ،

ويُراعي مصالحه على حساب مصالح المرأة. وهنا يحدث التّمييز في الترقية رغم التّساوي في الكفاءة ومدّة الخدمة و الدبلوم.

الخاتمة:

يمكننا الوصول إلى نتيجة مفادها أن عدم تقدم المرأة الإعلامية في مراكز القيادة الإعلامية هو انعكاس لوضع المرأة الجزائرية في كل القطاعات، فرغم أنّها دخلت العمل الصحفي المقروء منذ الاستقلال والسمعي البصري منذ انطلاقة الإذاعة والتلفزيون في الجزائر، ورغم تواجدها بنسب معتبرة وهامة في هذا القطاع، تبقى نسب تواجـــدها في مراكز القرار الفعلي متواضعة لا تعكس الصورة الحقيقية التي تمثلها، حيث لم تزل غائبة عن المشاركة الفعلية في صنع القرار وفي الإشراف على البرامج السياسيـــة، وكتابة التعليق السياسي والعمود الافتتاحي، أما رئاسة التحريـــر فتكاد تكون نادرة في كثير من المؤسسات، وكذلك الأمر بالنسبـــة لعمليات الإخراج والتسيير.

إن المجتمع الذي يُؤمن بضرورة مشاركة المرأة بعملية التّنمية المستدامة، عليه إيجاد الحلول وإزالة المعوّقات أمام تطوّر مكانة النّساء فيه، بما يتناسب مع بيئته واحتياجاته، وعليه فإنه ينبغي السّعي إلى الوصول للمساواة لكلا الجنسين في المؤسسات بحيث يكون الخيار عند توكيل المهام مُحَدّدُه الكفـــاءة وليس الجندر(النوع الاجتماعي) [43]. وكذلك الحال بالنسبة للتّرقية والأجور. ولتحقيق ذلك علينا كمجتمع مُمَثَّلا بمؤسّساته وأجهزته الرّسمية ومؤسّسات المجتمع المدني والباحثين في قضايا المرأة والمدافعين عن حقوقها، السعي نحو تغيير الصّورة النّمطية وكسر القالب الجامد الّذي وُضعت فيه المرأة، بدءا من المناهج الدّراسية، حتى نُربي جيلاً مؤمناً بدور المرأة ومكانتها

وبضرورة إشراكها في قيادة المؤسسات بأنواعها، وخاصّة الإعلامية، وإرساء استراتيجية إعلامية وطنية تعتمد على مقاربة النّوع الاجتماعي، قصـــد تحسين صورة المرأة الإعلامية الجزائرية في الإعلام الجزائري عملاً وإدارةً. فالإعلام الفعّال الذي يُفرز ثقافة تؤمن بحقوق المرأة، هو إعلام يستند إلى مجتمع مدني واع، يعمل على خلق ثقافة حُقوقية لقضايا المرأة الإعلامية مبنية على أسس قانونية، تقوم على تكافؤ الفرص في تسيير وقيادة المؤسسات الإعلامية واتخاذ القرارات على مستواها، وكشف الحقائق والوقوف أمام الانتهاكات والتجاوزات.

هوامش البحث:

[1]– هي الوزارة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة وموقعها الالكتروني: www.minister-famille.gov.dz

[2]– وهو مجموعة العراقيل والمعوقات المرئية والغير مرئية التي تعيق وصول النساء الى المراكز القيادية في قمة الهرم التنظيمي. وأول مرة تم تداول تعبير السقف الزجاجي في عام 1986 م من خلال مقال نشـــرته صحيفـــة وول ستريت وذلك لوصف الحاجز غير المرئي والذي يفصل بين المرأة كالمناصب القيادية العليا.(اللجنة الفيدرالية للسقف الزجاجي، 1995).

[3]– محاسن الإمام ، "الوضع الإعلامي و القانوني للمرأة العربية والنوع الاجتماعي – وجهة نظر اعلامية "، **ورقة عمل مقدمة إلى لقاء الإعلاميات العربيات**، الرباط، 15 –18 ديسمبر 2005، ص.03.

[4]– أنعام عبد اللطيف الشهابي، موفق حديد محمد، "مشكلات تبوء المرأة للموقع القيـــادي من وجهة نظر القيادات النسائية: التجربة العراقية"، **المؤتمر العربي الثاني في الادارة**، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 6– 8 نوفمبر 2001، ص.612. **(بتصرف)**

[5]– تيد اوردواي، **فن القيادة والتوجيه في ادارة الاعمال العامة**، ترجمة محمد عبد الفتـــاح ابراهيم، دار النهضة العربية، القاهرة، 1965، ص. 16.

[6]- B. M. Bass, 1960, **Leadership Psychology and Organizational Behavior**, New York: Harper and Row Publishers, PP. 445- 446.

[7]– عبد الرزاق محمد الدليمي، كامل خورشيد مراد، " القيادة الإدارية في المؤسسة الإعلامية – دراسة وصفية "، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة**، العدد 23، بغداد، 2010، ص.11.

[8]– جنان التميمي ، مرجع سابق ، ص ص. 15 – 16 .

[9]– **وزارة** التضامن الوطني، " نساء وجهات نظر مختلفة وتعددية أفكار"، **الملتقى الوطني حول المرأة**، 03 - 04 مارس 1998، ص.94.

[10]– ضامر وليد عبد الرحمان، **فكر تنمية المرأة في المجتمعات العربية: دراسة لوضع المرأة العاملة في المجتمع الجزائري**، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجـــزائر،2006/2005 ، ص.180.

[11]– نفس المرجع، ص.182.

[12]- Mostefa Boutefnouchet, 1982, **La famille Algérienne: Evolution et Caractéristiques**, Alger: SNED, 2éme éd., p .24.

[13]– ضامر وليد عبد الرحمان، مرجع سابق، ص. 183.

[14]– الديوان الوطني للإحصاء http://www.ons.dz .

[15]– منظمة المرأة العربية، **المرأة العربية: أرقام و مؤشرات، بيانات الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية في مجال التعليم**، 2010. موجود على الرابط التالي: http://www.arabwomenorg.org

[16]- Conseil national économique et social (C. N. E. S.), 2002**, Rapport du développement humain**, p.87.

[17]- Ibid., p.90.

[18]– ONS, 2014,**Activité, Emploi & Chômage En Avril 2014,** n° 671**,** p.01. Site web: http://www.ons.dz

[19]– الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، **الميثاق الوطني**، 28 فيفري 1976، ص.144.

[20]– نفس المرجع، ص. 168.

[21]– زيدان عبد الباقي ، **المرأة بين الدين والمجتمع**، سلسلة الثقافة الاجتماعية والدينية للشباب، مطبعة السعادة، القاهرة، 1977، ص.394 .

[22]– الاتحاد العام للعمال الجزائريين، **الاتحاد العام للعمال الجزائريين**:1956-2003، 2003، ص.14. موجود على الرابط التالي: http://www.ugta.dz/ar/ugta-story.php

[23] -ONS,2011,**Activité, Emploi & Chômage En Octobre 2011**. Site web: http://www.ons.dz.

[24]- ONS, 2014, Op. Cit., p.01.

[25]- Ibid., pp.01-05.

[26]-Mahfoud Bennoune, 1999, **Les Algériennes Victimes De La société néoplatonicienne : une étude socio-anthropologique**, 1er éd., Alger: édition Marino or, p.77.

[27] - ONS, 2014, Op. Cit., pp.01-05.

[28]– كلمة الوزير السّابق للعمل والتشغيل والضمان الاجتماعي(**الطيب لوح**) بمناسبة اليوم العالمي للمرأة، المركز العائلي، بن عكنون، الأربعاء 06 مارس 2013، ص. 5.

[29]– انظر:**القانون العضوي رقم12 -03 المؤرخ في18 صفر1433الموافق 12 جانفي2012م**، الجريدة الرسمية، العدد الأول، المطبعة الرسمية، الجزائر، 14 جانفي، 2012.

[30]– سهى أبو شقرا، "دور النساء في الإعلام تنفيذي... والإدارة للرجال"، **العربي الجديد**، الدوحة، 20 جوان 2015، استرجع في 2015/11/03 من http://www.alaraby.co.uk/ الساعة 22:52.

[31]– ثرية مسعودة، "صحفيات جزائريات تؤكّدن: الإعلام المكتوب فتح المجال أمام المرأة الصحفية لتقلّد مراكز المسؤولية"، **الحوار**، الجزائر، 03 ماي 2010، استرجع في 04 /11 /2015 من http://www.djazairess.com/elhiwar الساعة 00:21.

[32]– منظمة المرأة العربية، **الاستراتيجية الإعلامية للمـــرأة العربية**" 2009 – 2015"، القاهرة، 2010، ص.38.

[33]– منظمـــة المرأة العربية، **المرأة العربية: أرقام و مؤشرات، بيانات الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية في مجال الاعلام**،2010. موجود على الرابط التالي: http://www.arabwomenorg.org

[34]– فضة عباسي بصلي، "مراحل تطور العمل الإعلامي بالجزائر ودور المرأة فيه"، **التواصل**، عدد 20 ديسمبر 2007 ، ص ص.36 – 37.(بتصرف)

[35]– منظمة المرأة العربية، **المرأة العربية: أرقام و مؤشرات، بيانات الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية في مجال الاعلام**، مرجع سابق.

[36]– نفيسة لحرش، **النوع الاجتماعي والإعلام ثلاثية التكوين والممارسة والبحـــث، ص06.** موجود على الرابط التالي: www.iugaza.edu.ps/filles

[37]- محمد شلوش، بوزنون خالد، كتيب للإعلامي- **الإذاعة الجزائرية: النشأة والمسار**، ص.10. موجود على الرابط التالي:/www.radioalgerie.dz

[38]– نفس المرجع، ص.10.

[39]– نفيسة لحرش، مرجع سابق، ص.06. (بتصرف)

[40]– بلقاسم بن روان، **واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**، منظمة المرأة العربية، 2004، ص.10.

[41]– فضة عباسي بصلي، مرجع سابق، ص ص.36 – 37.(بتصرف)

[42]– تغاريد بيضون، **المرأة والحياة الاجتماعية في الإسلام**، دار النهضة للطباعة والنشر، بيروت، 1985، ص.162.

[43]- استخدم مصطلح جندر "النوع الاجتماعي" لأول مرة من قبل "آن أوكلي" وزملائها من الكتاب في سبعينيات القرن الماضي، وذلك لوصف خصائص الرجال والنساء المحددة اجتماعياً في مقابل تلك الخصائص المحددة بيولوجياً. ويشير مفهوم النّوع الى التّكوين الثّقافي والاجتماعي الذي يجعل من الذّكور رجالا والاناث نساء، ولكل منهما أدوار ووظائف محدّدة، تكون قابلة للاختلاف وفق الثقافات والظروف والأزمنة المختلفة لتاريخ البشرية. (مفتاح ، **مسرد مفاهيم ومصطلحات النوع الاجتماعي**، منشورات مفتاح، القدس،2006، ص ص.06 -07).