

تمكين المرأة العربية والاعلام (الواقع والأفاق)

د. بلقاسم مزيوة

أستاذ محاضر جامعة العربي التبسي - تبسة

ملخص:

شكلت قضية المرأة والإعلام خلال العقود القليلة الماضية واحدة من أبرز القضايا التي شغلت الحقل المعرفي والساسي ومجال حقوق المرأة، ورغم أن هذه القضية مثلت هاجسا كبيرا للكثير من مجتمعات العالم، إلا أن تجلياتها في المنطقة العربية قد اتخذت أبعادا خطيرة في ضوء ما تقوم به وسائل الإعلام من تشويه لصورة المرأة العربية، وإبرازها بشكل سلبي على صفحات الجرائد والمجلات وشاشات التلفزيون وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة وأن ذلك تزامن مع ما أفرزته قضايا العمل، أين أضحي عمل المرأة ضرورة ملحة للمساهمة في صناعة حياة كريمة لمئات الملايين من الأسر في الوطن العربي، وكذا ضرورة الاستغلال الأمثل لكل فئات الموارد البشرية لهذه المجتمعات، مع حقيقة تفرض علينا التفكير بشكل جاد في كيفية إيجاد الأطر والضوابط التشريعية والقانونية والمعايير الإنسانية التي تكفل للمرأة حياة كريمة بعيدة عن الانتهاكات والتمييز الذي يمكن أن تتعرض له.

وتسعي الورقة المقدمة إلى توضيح مفهوم تمكين المرأة في المجتمع، مكانة المرأة في المجتمع العربي من وجهة نظر الاعلام، وكذا التحديات التي تنتظر المرأة العربية في ظل الاعلام الحديث.

الكلمات المفتاحية: (تمكين المرأة في المجتمع، واقع مكانة المرأة العربية في الاعلام، آفاق مكانة المرأة العربية في ظل الاعلام الحديث).

مقدمة:

من بين المعايير التي يقاس بها تطور المجتمعات ورقمها نجد درجة التطور الثقافي والاجتماعي للمرأة، ومدى مساهمتها الفعالة في بناء الحضاري، وليس ثمة شك في أن الوجود المتزايد للمرأة في الحياة العامة يمثل أحد ركائز التغيير الاجتماعي والاقتصادي الذي تعيشه بلدان العالم العربي، كما يعد مؤشرا من مؤشرات مواكبة المرأة العربية لمسار التغيير الحاصل وانعكاسا لدورها الفعال في مختلف الميادين، سواء تعلق الأمر بالمجال الأسري أو التربوي أو الصحي وحتى في المجالين الاقتصادي والسياسي.

ومما لا شك فيه أن المرأة العربية حققت الكثير من الإنجازات التي مهدت لها الطريق لتتبوأ مناصب قيادية في مجتمعاتها، فأصبحت معلمة وطبيبة وصاحبة أعمال وخبيرة تكنولوجيا معلومات ووزيرة وغير ذلك من الوظائف التي كانت في زمن ليس ببعيد حكرا على المجتمع الذكوري، فهذه التحولات المهمة في الدور الاجتماعي للمرأة لم تجد صدى مناسباً على صفحات الجرائد والمجلات، وعلى شاشات التلفزيون وأثير الإذاعات وحتى في الفضاء الافتراضي لشبكة العنكبوت الدولية.

أولاً: تمكين المرأة في المجتمع

لقد طور المشتغلون في تنمية المجتمع على مدار سنوات عديدة مجموعة من المهارات والمناهج للتعامل داخل المجتمعات المحلية بشكل عام والمجتمعات المحرومة بشكل خاص، وذلك للعمل على تطوير وتحسين كافة الظروف الموجودة فيها، من خلال تطوير الأساليب التعليمية المختلفة، بالإضافة إلى تعزيز مهارات تنظيم المجتمع والعمل الجماعي¹، إذ تأثر المشتغلون بتنمية المجتمع بالتحليلات الهيكلية المتعلقة بأسباب الحرمان والفقر وسوء توزيع الثروة والدخل وعدم المساواة في السلطة السياسية والحاجة إلى حشد القوة البشرية لإحداث تغيير اجتماعي، من خلال تمكين الأفراد والجماعات بإكسابهم المهارات التي يحتاجونها لإحداث تأثير في مجتمعاتهم، وعادةً ما تنشأ تلك المهارات بتشكيل جماعات اجتماعية كبيرة تعمل على تنفيذ أجندة عامة، على أن تشمل هذه العملية جل الفئات والأطياف التي تكون المجتمع، ولا تنمية اجتماعية دون مساواة كاملة بين الجنسين والقضاء على كافة أشكال التمييز، ولا بناء لهذا

المجتمع دون دور فاعل للنساء كرائدات أساسيات للتغيير الإيجابي، وتطور ورفي أي مجتمع بات يقاس بدرجة التطور الثقافي والاجتماعي للمرأة ومساهمتها الفعالة في البناء الحضاري للمجتمع.

فالمجتمع الذي يصل الى احترام المرأة والتعامل معها كإنسان متكامل له كامل الحقوق وأمن بدورها المؤثر في بناء وتطور المجتمع، يكون مجتمعاً قد بلغ مرحلة من الوعي الانساني وفهم أسس التربية الانسانية التي تتحمل المرأة وزرها الأكبر، ويكون قد تخلص من التقاليد والاعراف الاجتماعية التي وضعت المرأة في مكانة أقل من مكانتها الحقيقية.

ولبناء مجتمع مزدهر ومتطور يرقى إلى مستوى الأمم المتقدمة لا بد من وضع مرتكزات أساسية تضع المرأة في المكان اللائق بها، ومن هذه المرتكزات²:

1. القضاء على الأمية الأبجدية بين النساء وذلك بتعليمهن القراءة والكتابة كخطوة أولى لرفع المستوى الثقافي للمرأة وزيادة وعيها لتكون فاعلة في بناء المجتمع وتطوره.
 2. المشاركة الفعالة للمرأة بالأنشطة الثقافية والفنية وتسهيل اطلاق طاقاتها ومواهبها الابداعية.
 3. قيام الدولة بإصدار التشريعات لحماية حرية المرأة وضمان حقوقها المدنية كاملة والدفاع عن مكانتها الاجتماعية، وحمايتها من العنف والأذى والعادات والأعراف العشائرية البالية التي تحط من كرامة المرأة وشخصيتها.
 4. أن تأخذ منظمات المجتمع المدني وخاصة النسوية منها دورها الحقيقي في بناء ثقافة المرأة وزيادة وعيها، والعمل على تثقيف المجتمع وتغيير عقلية أبنائه نحو احترام المرأة وإبراز أهمية دورها في بناء المجتمع وتطوره.
 5. وضع مناهج تربوية تدعم احترام المرأة والاعتراف بأهمية دورها كمربية ومدرسة لإعداد جيل واعي يعمل على بناء وازدهار المجتمع.
- بالإضافة إلى كل هذا يمكن القول أن عاملاً الاستقرار الأمني والسياسي يعدان من أهم المرتكزات الأساسية لبناء وتطوير ثقافة المرأة وزيادة وعيها للنهوض بالمجتمع، كما أن التطور والبناء الحضاري لأي مجتمع مرتبط ارتباطاً وثيقاً بتطور ثقافة ووعي المرأة

ومساهمتها الفعالة بهذا البناء، ولا يمكن لأي مجتمع أن يشيد حضارة دون أن تساهم فيها المرأة وتترك بصمتها الإيجابية.

وقد أصبح مفهوم تمكين المرأة من المفاهيم الشائعة في مجال تنمية المجتمع، خاصة فيما يتعلق بمناقشة السياسات، كما ارتبط بمفاهيم النهوض والرفاهية ومكافحة الفقر والمشاركة المجتمعية، وشكّل أحد المفاهيم الرئيسة في المؤتمرات المحلية والدولية.

وبشير مفهوم تمكين المرأة إلى إعطائها حق السيطرة والتحكم في حياتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والجنسية، وحققها في اتخاذ القرارات المتعلقة بالإنجاب خاصة في سن المراهقة، والوقاية من الأمراض الجنسية أو الممارسات الجنسية غير المؤمنة، وإتاحة كافة الفرص لحصولها على المشورة والمعلومات والخدمات³، كما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمشاركة والتنمية، ويمكن القول بأن التمكين والمشاركة هما وجهان لعملة واحدة، وتستلزم المشاركة الفاعلة للمرأة تنمية وتطوير قدراتها وإمكاناتها لتمتلك عناصر القوة التي تمكّنها من إحداث التغيير في مجتمعه⁴.

والملاحظ أن التمكين في هذا المجال يشير إلى تقوية المرأة و إبراز دورها بوصفها شريكة في بناء المجتمع المعاصر، من خلال الدفع بها لتوظيف طاقاتها وحشد امكاناتها ليس من أجل الخلاص والانعقاد الفردي فحسب، ولكن أيضا من أجل عملية التغيير والتنوير الاجتماعي الشاملة، ولا كعامل وناشطة في المجال الاقتصادي والسياسي فحسب، ولكن أيضا كمتقنة لدور لا يقل خطورة عنه في مجال الأسرة الصغيرة، وفي نطاق الشبكات الاجتماعية المتوسطة كالأسرة الممتدة ومجتمعات الجوار، ذلك لأن أي تحقير أو تقليل من شأن هذه الأدوار إنما يجني على المرأة نفسها قبل جبايتها على من حولها في محيطها الأسري والعائلي والمجتمعي.

ويتخذ تمكين المرأة مجموعة من المجالات أهمها:

1. التمكين الاجتماعي: ويقصد به القدرة على الاختيارات الاجتماعية المؤثرة، والتأثير في كل القرارات المجتمعية، والاعتراف والاحترام كمواطن وكيان إنساني متساو مع الآخرين، والقدرة على المساهمة والمشاركة في كل المستويات الاجتماعية مشاركة معترف بها وذات قيم⁵، ومن هذا المنظور فالتمكين الاجتماعي للمرأة لا يقتصر على رعاية

المرأة لبيتها وأولادها بل يتعدى ذلك إلى ممارسة المرأة لصلاحياتها حتى تكون مكون أساسي من مكونات المجتمع، لها حقوقها التي تحفظ كرامتها ووجودها كإنسان، وعليها واجبات تجاه أمتها ومجتمعها في تنشئة الأجيال والاضطلاع بمسؤوليات بناء الكيان الأسري بما يرتقي بالمجتمع، وكذا ممارس كل صلاحياتها وقدراتها في سبيل بناء أرضية ثقافية اجتماعية تنطلق من خلالها إلى فضاء العطاء الإنساني.

2. التمكين السياسي: يقاس التمكين السياسي بحسب رأي الداعين إليه بعدد المقاعد البرلمانية المتاحة للرجال مقارنة بالنساء، وأيضاً مشاركة النساء في منظمات المجتمع المدني كالأحزاب والنقابات والمنظمات الأهلية وغيرها.

3. التمكين الاقتصادي: ويقصد به العملية التي تستطيع المرأة من خلالها الانتقال من موقع قوة اقتصادي أدنى في المجتمع إلى موقع قوة اقتصادي أعلى، وذلك من خلال ازدياد سيطرتها وتحكمها بالموارد الاقتصادية والمالية الأساسية كالأجور ورؤوس الأموال والملكيات العينية، وهو ما يمنحها في الدرجة الأولى استقلالية مادية مباشرة.

وهنا يمكن القول أن التمكين الاقتصادي للمرأة يذهب إلى الموازنة الكمية بين الجنسين في الوظائف ونوعية المهن والمناصب الموكلة للمرأة وإيلائها المكانة التي تستحقها في المجتمع وفي المؤسسة، وانخراطها في سوق العمل بشكل يجعلها تحتل المناصب القيادية الرفيعة إن استحققتها، وضمان بيئة عمل تشجع المرأة على البقاء في الوظيفة، وعدم التخلي عن عملها يتطلب إلى جانب الظروف التي توفرها المؤسسة المشغلة إطاراً قانونياً وتشريعياً يفرض على المؤسسات المساواة بين العاملين فيها دون تمييز، ويفرض عليها توفير الظروف الملائمة للجميع وضمان حقوقهم بغض النظر عن الجنس.

ثانياً: واقع مكانة المرأة العربية في الاعلام

يعد الإعلام من الأدوات الفعالة في صناعة الحدث والتغيير خاصة في عصر الثورة المعلوم- اتصالية وسيادة ظاهرة الكوكبة أو ما يعرف بالعولمة، وما تركته من تأثير على ثقافات الشعوب، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه، ما يجعله ضرورة حيوية وسلاح حضاري حاسم في التنافس أو التدافع الثقافي، إلى درجة أصبح المتحكمون في المجال الإعلامي باستطاعتهم أن يحددوا ميول الرأي العام وتنمية اتجاهات وأنماط سلوكية مختلفة لدى أفراد المجتمع، لهذا تعددت حقول الدراسات الاجتماعية والنفسية التي تحاول

معرفة المقدار والكيفية التي تؤثر به وسائل الإعلام على الجمهور، والقدرة على تغيير اتجاهاته وتصرفاته وثقافته.

والملاحظ مع طلائع القرن الواحد والعشرين هو تعدد وتنوع وسائل الإعلام التي أصبح بإمكانها أن تقوم بدور مهم في تناولها لقضايا المرأة تناولا حقيقيا وموضوعيا، خاصة فيما يتعلق بموضوع تمكين المرأة من أداء أدوارها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية وإدماج جهودها في برامج التنمية الشاملة، من هنا أصبحت الضرورة ملحة ولا غنى عنها من أجل وصول المرأة إلى الاعلام الجديد، خاصة وأنه أصبح يعتمد على التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصالات كالإنترنت وغيرها، ويدور مفهومه حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، ولعبت التقنية دوراً مهماً في إضفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، ويتخذ تطبيقات كثيرة، منها⁶:

أولاً: الشبكات الاجتماعية "Social Networks": وهي مصطلح يطلق على مجموعة من مواقع شبكة الإنترنت، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (جامعة، مدرسة، شركة... الخ)، وذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم، وتهدف لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وتكوين صداقات مع أشخاص آخرين لهم نفس التوجهات، ومن أشهرها (الفيس بوك "Facebook"، تويتر "Twitter"، جوجل بلس "Google Plus"، فرينداوي "Friendawy").

ثانياً: مواقع المفضلات الاجتماعية "Social Bookmarks": وهي مواقع تسمح للأفراد بإنشاء مفضلاتهم وأرشفتها ومشاركتها مع الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، والمفضلة لا ترتبط بأجهزة الأفراد كما هي العادة بل موجودة على شبكة الانترنت، ومن أشهرها (موقع ديليشز "Delicious"، موقع ديج "Digg").

ثالثاً: مواقع استضافة المدونات المجانية "Free Blogging": وهي مواقع تقدم خدمة استضافة وإنشاء مدونات احترافية ومدونات مجانية عربية جيدة وبسيطة، ومن أشهرها (موقع مكتوب "Maktoob"، موقع بلوجر "Blogger").

رابعاً: مشاركة مقاطع الفيديو "Video Sharing": وهي مواقع إعلام جديد تتيح للأفراد مشاركة مقاطع الفيديو والصور مع بعضهم البعض، ومن أشهر هذه المواقع نجد موقع اليوتيوب "YouTube".

ويعتبر الاعلام الحديث امتداد للمجتمع بالإضافة إلى أنه وفّر للأفراد بعداً جديداً من خلال التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية تامة ودون خوف، كما يعد بمثابة عامل مهم للانفتاح على الثقافات الأخرى والتعرف عليها عن قُرب والدخول معها في نقاشات وحوارات مستفيضة حول قضايا كثيرة.

ورغم أن المرأة العربية وجدت في الاعلام الجديد متنفساً تستخدمه للتعبير عن ذاتها وكسر الحواجز التي يكبلها بها المجتمع، إلا أنها جوبهت بصورة نمطية سلبية منبثقة عن السيطرة الذكورية التي تباركها مجتمعاتها المحافظة، خصبة في ظل سرعة تدفق المعلومات وسرعة تحديثها واتسام هذا النوع من الاعلام وبالفوضوية والعشوائية والحرية الفكرية وعدم اخضاعه لسلطة أو مرجع، ما جعله أداة فعالة للمغرضين لنشر الشائعات والأكاذيب، ويهدف التعبير عن آرائها وجدت المرأة العربية نفسها مضطرة إلى استخدام أسماء مستعارة والاستعانة بصور رمزية خوفاً من تبعاتها الاجتماعية، وهذه الظاهرة غير منتشرة بالمجتمع الغربي بسبب الاختلاف الثقافي والانفتاح والحرية المطلقة.

وفي هذا المجال ترى "بامر حول" أنه وأمام تسارع وتهاافت بلداننا العربية لمجارات ركب التقدم والتطور العلمي والتكنولوجي، وتوجه بعض الدول نحو برامج الخصخصة والتي بفعليها بدأت تضيق فرص العمل، وظهور اختلالات في سوق العمل (العرض والطلب من الموارد البشرية)، مما يفرض ضغوطاً اجتماعية واقتصادية وسياسية تنعكس على المجتمع بشكل عام وعلى المرأة بشكل خاص، وتضيف بامر حول أن دور الإعلام تجاه المرأة العربية وقضاياها كان سلبياً نوعاً ما، رغم أن هناك عدة محاور يمكن للإعلام الخوض فيها وإظهار الصورة الحقيقية لمساهمة المرأة العربية، من خلال إبراز مشاركتها في شتى الجوانب وخاصة الحياة الاقتصادية، والتي تعتبر مشاركة المرأة العربية فيها إنجازاً كبيراً لتحسين ظروفها المعيشية من جهة وزيادة مساهمتها في عملية التنمية من جهة ثانية⁷.

وفي نفس السياق أكدت دراسة قام بها مجموعة من الباحثين بمركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" بتونس، أن صورة المرأة في الإعلام العربي المرئي والمسموع والإعلام الإلكتروني والورقي وكذلك شبكات التواصل الاجتماعي لا تعكس حقيقة

واقعهما، حيث تقدم المرأة على أنها إما جسد فقط وجاهلة، ضيقة الأفق، فاسدة الأخلاق ومسيطرة، أو تظهرها كأم وزوجة تابعة للرجل وليس لها علاقة بالشأن العام دون أي تقييم لعملها المنزلي أو باعتبارها موظفة في قطاعات نمطية تقليدية من اختصاص النساء⁸.

وأكثر من هذا فقد أشارت الكثير من الدراسات إلى أن التكنولوجيا الحديثة ساهمت في انتشار أنواع جديدة من العنف ضد المرأة، ومن أكثرها شيوعا المطاردة والملاحقة الإلكترونية والابتزاز الإلكتروني والتحرشات الجنسية الإلكترونية والمراقبة والتجسس على أجهزة الحاسوب، والاستخدامات غير القانونية باستعمال التكنولوجيا والإنترنت للصور ومقاطع الفيديو وتحريفها والتهديد بها، وانتحال أسماء وشخصيات معروفة للإيقاع بالفتيات والنساء خاصة في غرف الدردشة.

إن السؤال الذي كان ولا يزال يحرك الجهود الفكرية والعلمية والاجتماعية والسياسية المتعلقة بالمرأة والإعلام لا يتعلق أساسا بطبيعة المخرجات الإعلامية التي تقدم المرأة في أطر سلبية، بل يدور في معظمه حول العوامل والمتغيرات التي أدت إلى تكوين هذه الصورة، ولا شك أن العديد من البحوث في العلوم المعرفية المختلفة قد لامست بعض الجوانب المتعلقة بهذه الظاهرة الاجتماعية الثقافية، وخرجت باستنتاجات مهمة ترى أن إصلاح صورة المرأة في الإعلام هي عملية متعددة الجوانب والأبعاد، وبالتالي فهي متعددة الحلول والطروحات وظاهرة تمتد جذورها في القيم والتقاليد الاجتماعية الموروثة، والتي لا تنظر للمرأة على أنها كيان إنساني واجتماعي مكافئ للرجل، مثلما أنها مشكلة ثقافية أفرزتها الظروف الاقتصادية التي تواجه المرأة في المجتمعات العربية المعاصرة، كانتشار الأمية وعدم تكافؤ فرص العمل، وتزايد الضغوط لإبقاء المرأة محاصرة في إطار فضاء اجتماعي محدد سلفا وفق معايير مغلوطة.

فالأمري يتعلق بكون المؤسسات الإعلامية ليست سوى امتداد لمنظومة اجتماعية ثقافية تراكمت تفاصيلها عبر قرون من الزمن، لتفرز إرثا اجتماعيا وثقافيا يحرك اتجاهات المجتمع ويؤطره نحو المرأة، وفي هذا الصدد يشير شعلة شكيب إلى أن معالجة مختلف وسائل الإعلام لقضايا المرأة العربية تصطدم بالعديد من المعوقات التي تشمل⁹:

➤ **المعوقات الاجتماعية:** المجتمعات العربية ما زالت مجتمعات ذكورية تمنع المرأة من ممارسة أعمال بعينها وتراها الطرف الضعيف الذي يحتاج إلى حماية ورعاية من الرجل الذي يحدد مساحة مشاركتها في الحياة العامة، على اعتبار مسألة أمن المرأة مسؤولية الرجل، رغم أن الواقع يؤكد أن أمن المجتمع كله مسؤولية الطرفين.

➤ **المعوقات المتعلقة بالسياسات:** تدني مشاركة المرأة في بعض الوظائف ومنها العمل الإعلامي مثلاً يعود إلى أن المؤسسات الإعلامية تعمل وفق السياسات الإعلامية للدول، فهي لا تُقدم على توظيف النساء غير المتمدنات، حتى تعكس صورة المرأة التي ترتدي الثياب الأنيقة المتحضرة بالمفاهيم الغربية المتعارضة في أحيان كثيرة مع التقاليد والمبادئ العربية الإسلامية.

➤ **المعوقات الاقتصادية:** المرأة هي الأفقر في العالم حيث تمثل 75% من فقراء العالم البالغ عددهم 1,3 مليار، لندرة الفرص المتاحة أمامها وبذلك أعمالاً غير مأجورة تستنزف ما يزيد على 75% من وقتها.

وفي نفس السياق ترى موزة غباش أن وضع المرأة العربية عموماً في العمل الإعلامي لم يلقى مشاركة حقيقية في صنع القرار السياسي، وربما يرجع ذلك إلى عدة أسباب تتمثل في العوائق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، فالعوائق الاجتماعية يمكن إجمالها في نوعية الثقافة السائدة في المجتمع العربي الذي هو مجتمع أبوي ذكوري مستحدث، تتميز العلاقات الاجتماعية فيه بكونها تعمل على تهميش الشرائح الاجتماعية كالنساء والأطفال، فضلاً عن أن النظام الأبوي يحدد مساحة خاصة للمرأة ويربط بين اكتمال حياتها وهويتها الاجتماعية من جهة، وارتباطها باسم رجل أكان أبا أو زوجاً من جهة أخرى، وبالتالي تحدد قيمتها كإنسان استثناءً إلى مدى نجاحها أو فشلها ضمن المساحة المخصصة لها، أما فشلها خارج هذه المساحة فهو في نظر المجتمع الأبوي مبرر وطبيعي ومتوقع، أي أن المرأة أقرب إلى احتمالات الفشل في كل شيء عدا دورها كزوجة وأم ومربية وعاملة داخل أسوار المنزل¹⁰.

من هنا يمكن القول أن الإعلام بوسائله المختلفة سواء أكانت تقليدية أو إلكترونية حديثة، ورغم تحقيقه تقدماً لا بأس به في مجال تجويد صورة المرأة العربية، ولكنه ظل في سواده الأعظم محرقة لها ولإنجازاتها، مع استمرار التسليع والتشيء والخط من قيمتها

وتأطير دورها الاجتماعي في قوالب تقليدية، وعدم المساهمة في تمكينها من احتلال الحيز المناسب لها في الوعي المجتمعي، سواء على مستوى الفرد أو الجماعة.

ثالثا: أفاق مكانة المرأة العربية في ظل الاعلام الحديث

بما أن أغلبية المؤشرات تؤكد أنه ورغم المجهودات والمبادرات التي تم إطلاقها لإعطاء المرأة العربية المكانة التي تليق بها وتجويد صورتها كمخرج من مخرجات الفضاء الاعلامي، إلا أن ذلك لم يصل إلى ما هو مأمول لتحقيق طموحاتها، وهذا لاقتصره على تناول القضايا الهامشية والأدوار التقليدية للمرأة، دون مناقشة القضايا المحورية وحجب أدوارها المستحدثة لظهور كفاءتها الفعلية وقدرتها على تحمل مسؤولية الأدوار الريادية في شتى المجالات المتعلقة بالشأن العام لمجتمعاتها.

وفي ظل التحولات التي أفرزتها طلائع القرن الحادي والعشرين، والتي تؤكد أن المعرفة قد أصبحت معيارا للتنافسية وتقسيم العمل الدولي وظواهر التكتل والاستبعاد، ما زاد من الاهتمام العالمي بالمجتمع القائم على أساس المعرفة ودور المؤسسات ورأس المال الفكري في استحداث هذه المعرفة، وليس لنا أن نخرج عن الإجماع الذي يرى أن العلم والتكنولوجيا هما سلاح القرن الحادي والعشرين، ما يجعل المرأة ككيان اجتماعي ومورد بشري أمام مجموعة من التحديات الكبيرة من أجل افتكاك مكانة تليق بالأدوار التي تؤديها.

ونتيجة لهذه الاعتبارات يبدو من الأهمية بمكان التوظيف الأمثل لتكنولوجيات الاعلام والاتصال وما تملكه من إمكانيات فعالة وتأثير من أجل العمل على خدمة قضية المرأة، التي لم تساهم فيها حتى اليوم إلا بالقدر اليسير، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال وضع استراتيجية إعلامية تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى تغيير الصورة السلبية السائدة عن مكانة المرأة في مختلف وسائل الاعلام خاصة الحديثة منها، وإثارة القضايا المحورية التي أصبحت تشغلها في إطار وضعها المتغير، والتركيز على المادة الاعلامية التي تنمي لدى أفراد المجتمع القيم الايجابية المساعدة على التعجيل بعملية تنمية المرأة، كالسعي إلى التعليم والتدريب، واحترام قيمة العمل، والإحساس بأهمية الوقت، وتنمية قيم الاستقلال الذاتي والوعي بقضايا الشأن العام، والعمل على تقليل الفجوة الحادثة بين نوعي الجنس، ما يعني

العمل على تعزيز الوعي السليم بدور المرأة ومركزيتها في البناء والتطور كمرحلة أولى، والتمهيد لتحول هذا الوعي الجمعي إلى مضامين إعلامية هادفة، تنصف المرأة في الوطن العربي وتمنحها المكانة المرموقة التي تستحقها، وهذا بالتأكيد ليس مشكلة إعلامية بقدر ما هي مشكلة ثقافية واجتماعية تحتاج لحلول اجتماعية قبل أن نتحدث عما يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تقوم به للتخفيف من حدتها.

فالمؤسسات الإعلامية ليست في نهاية المطاف سوى جزء من الكيانات الاجتماعية والثقافية السائدة، ولا يمكن لها أن تعمل بمعزل عنها، ولا يعني هذا الأمر بأي شكل من الأشكال تنصل وتبرئة المؤسسات الإعلامية مما تقدمه من صور سلبية للمرأة العربية، إذ أن المؤسسات الإعلامية طرف يتأثر ويؤثر في قطاعات المجتمع الأخرى، والتركيز مهم على ما يمكن أن تقوم به هذه المؤسسات لتصويب الصورة السلبية للمرأة العربية بصفتها الوعاء الاتصالي الذي ينبثق منه كل ما يشكل القيم والاتجاهات المتعلقة بالمرأة.

وفي هذا السياق ترى الدكتورة حنان يوسف أنه لا بد من وضع استراتيجية تسعى في الإجمال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن حصرها في أربع فئات رئيسية هي:¹¹

I. أهداف تتعلق بالمحتوى الإعلامي: ومن أهمها

1. الوقوف على الوضع الحقيقي لاتجاهات تقديم المرأة العربية في وسائل الإعلام للتمكن من وضع السياسات وصياغة البرامج المناسبة لتصويب صورة المرأة وتقديمها بالشكل المناسب.
2. رفع منسوب المحتوى الإعلامي المتعلق بالمرأة في برامج الإذاعة والتلفزة وصفحات الجرائد والمجلات والمواقع الإلكترونية الإخبارية لتحقيق التوازن بين ما يقدم حول المرأة والرجل.
3. الرصد الإعلامي للإنجازات الحقيقية للمرأة في المجتمع ومنحها الوقت والحيز المناسبين.
4. التخلص التدريجي من التآطير السلبي للمرأة موضوع للجنس والإغراء في وسائل الإعلام المرئية والمطبوعة والإلكترونية، وصفحات الاشهار.

5. تعزيز المحتوى الإعلامي الذي يعزز صورة المرأة كصاحبة شخصية قيادية ومبدعة ومستقلة وقادرة على خوض غمار الحياة المعاصرة بكل ثقة واقتدار، بناء على قدراتها وإنجازاتها المعاصرة.

6. تعزيز المحتوى الإعلامي الذي يساند حقوق المرأة ويدعم مفاهيم المساواة مع الرجل.

II. أهداف تتعلق بالقائمين بالعمل الإعلامي في الجوانب الإدارية والاتصالية: وتتمثل خاصة في:

1. رفع مستوى الوعي لدى الإعلاميين والإعلاميات بقضايا المرأة وحقوقها.
2. رفع مستوى الوعي لدى الإدارات العليا في المؤسسات الإعلامية بقضايا المرأة وحقوقها بما يكفل ثقافة رصينة ووعي سليم بقضايا المرأة وإنجازاتها المعاصرة.
3. تحديث اللوائح والأحكام الداخلية في المؤسسات الإعلامية تكون أكثر استجابة وتفهما لقضايا واحتياجات المرأة الثقافية والاجتماعية، لتتناسب مع تقديمها في صورة موضوعية.

III. أهداف تتعلق بدمج المرأة في العمل الإعلامي: ونجد من أهمها:

1. تشجيع الفتيات على دراسة الإعلام من خلال انشاء مؤسسات تدريبية وتعليمية في مجال الإعلام تستوعب أعدادا كبيرة من الفتيات.
2. فتح باب العمل للفتيات الإعلاميات في مؤسسات إعلامية ذات اتجاهات إيجابية نحو عمل المرأة في القطاع الإعلامي جنبا إلى جنب مع الرجل ودون تمييز.
3. تأكيد القدرات الفكرية والذهنية والمهنية للمرأة العاملة في المجال الاعلامي، بدلا من التركيز على المظهر الشكلي والجسدي للمرأة، أي الاهتمام بها كإنسانة ذات عقل مفكر ومبدع وقادر على الابتكار.

4. توفير حوافز مادية ومعنوية للمرأة الاعلامية، وكذا توفير التدريب والتأهيل المهني لها.
5. إتاحة الفرصة أمام المرأة الإعلامية لتبوء مناصب عليا في المؤسسات الإعلامية.

IV. أهداف تتعلق بالاتجاهات التشريعية والاجتماعية والثقافية والسياسية السائدة: ومنها:

1. العمل على استحداث تشريعات تتضمن تأكيدا واضحا لحقوق المرأة في مختلف القطاعات.

2. نشر الوعي الاجتماعي بين الأفراد والجماعات حول دور المرأة في العمل والمشاركة في بناء المجتمع.

3. إتاحة الفرصة أمام المرأة للحصول على التعليم بكافة مراحله ودخول معترك الحياة العملية لتحقيق طموحاتها دون تمييز.

في الأخير يمكن القول أن المرأة العربية تعيش في دائرة خاصة من النضال الذي قلّما تعبر عنه الصورة التي ترسمها وسائل الإعلام، إذ نجد أن أكثر وسائل الإعلام إن لم يكن أغلبها تخصص صفحات وملفات دورية عن المرأة، غير أن المتابع لتلك الصفحات يلاحظ أن معظمها يحصر التغطية على قضايا الأسرة والموضة ووصفات الطهو...، ما يوحي بأن دور المرأة يقتصر على كونها زوجة وأما وسلعة وجسد، وتبقى القضايا الأكثر محورية وتأثيرا في حياة المرأة العربية كالمساواة في تقلد المناصب القيادية والأدوار الريادية في عملية التغيير وتنمية مجتمعها أقل تمثيلا وتندرج غالباً تحت قائمة القضايا الاجتماعية.

وببقى الإعلام الاجتماعي الجديد المحرك الأقوى في اتجاه التغيير ورسم صورة ومكانة للمرأة العربية تكون أكثر استقلالية وتحراً من ذي قبل، كونه يتيح فرصة حقيقية لها للتعبير عن قضاياها بلغتها وحشد التعاطي معها بكل حرية ودون خوف، متحدياً بذلك طرح وسائل الإعلام التقليدية بل ويحدد أولويات القضايا التي يتناولها ذلك الطرح، بشرط أن تتوفر استراتيجيات ذات أهداف ومضامين موضوعية تعطي للمرأة مكانتها الحقيقية في المجتمع.

المراجع:

1. صابرين السعو: مفهوم تنمية المجتمع، <http://mawdoo3.com>، 13. 03. 2017. 19:20.

2. صباح شاكر العكام: دور المرأة في بناء المجتمع،

<http://maakom.com/site/article/1024>، 20. 03. 2017. 22:20

3. أحمد إبراهيم خضر: حقيقة مفهوم تمكين المرأة،

<http://www.alukah.net/web/khedr/0/53818/#ixzz4cA27r2pf>، 20. 03. 2017. 22:30

4. فريق نسائم سوريا: تمكين المرأة اقتصادياً .. طريقها إلى مشاركة فاعلة في المجتمع،

<http://www.jasmine-syria.net/NewsItems.aspx?ProdId=74>، 20. 03. 2017. 23:00

5. طه محمد كسبة: تمكين المرأة (المفهوم والواقع)،

<http://www.arabicmagazine.com/arabic/ArticleDetails.aspx?id=2816>، 22. 03. 2017

.12:00



6. منير سلامي وإيمان بية: التمكين الاقتصادي للمرأة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة للتمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قصدي مرباح ورقلة، العدد 03، 2013.
7. أمين اليافعي: دور وسائل الإعلام الجديد في مناصرة قضايا المرأة،
https://ar-ar.facebook.com/permalink.php?story_fbid.14:15، 07. 13، 2017.
8. حنان يوسف: دور الإعلام في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع،
http://alolabor.org/wp-content/uploads/2010/10/hanan_yousef.doc، 07. 12، 2017.
9. مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث: المرأة العربية في النقاش الافتراضي: دراسة في تمثيلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيسبوك، <http://www.alarab.co.uk/article>، 07. 13:45، 2017.
10. شعله شكيب: المرأة العربية والإعلام،
<http://www.montadayat.org/modules.php?name=News&file=article&sid=4150>، 06. 17:00، 2017.
11. موزة غباش: "التحديات الاجتماعية التي تعيق انخراط المرأة العربية في العمل الإعلامي، فعاليات منتدى المرأة العربية والإعلام، أبو ظبي، المنعقد يومي 2-3 فيفري 2002.
12. حنان يوسف: دور الإعلام في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع،
http://alolabor.org/wp-content/uploads/2010/10/hanan_yousef.doc، 07. 12، 2017.