

أثر محتوى البرامج التلفزيونية العربية على تشكيل صورة المرأة لدى الرأي العام _ برنامج كلام نواعم نموذجاً _

أ/ نريمان تيماجر جامعة الجزائر 3 - الجزائر -

مقدمة:

يعد الإعلام من الآليات المتعددة في تحديد الصورة المجتمعية، و تكوين قيمها و اتجاهاتها السياسية و الإجتماعية و الإقتصادية، و يساهم في توجيه الرأي العام نحو قضايا و ظواهر محددة و تشكل وسائل الإعلام الجماهيري في هذا الصدد عال ضبط أساسي يخرج من مجال الصورة المباشرة لدى الفرد الواحد كما يعكسها محيطه القريب، اليومي إلى صورة عامة، مجردة و مشتركة على أوسع نطاق، كما أن لوسائل الإعلام الجماهيري و للتلفزيون على وجه الخصوص، سلطة قوية في " تطبيع 'صورة ما أو تغييرها، فمحتوى البرامج التلفزيونية الذي يستهدف فئات مختلفة من المشاهدين يختلف أصنافها و في جميع مراحل إنتاجها و إبلاغها، تعتبر أحد مصادر التنشئة الإجتماعية و من أهم مصادر إحداث التغير لدى المتلقي و من أهم مصادر طرح قضايا المرأة العربية و تشكيل صورتها لدى المتلقي. تم تناول هذا الموضوع من خلال تخصيص ثلاث جوانب: الجانب المنهجي، النظري و التطبيقي، إذ تضمن الجانب المنهجي بالتعريف بموضوع الدراسة و أهميتها، إلى جانب طرح الإشكالية و تساؤلاتها، مع عرض المنهج المتبع و الأداة المستعملة في الدراسة، في حين قدمنا في الجانب النظري مقارنة لصورة المرأة العربية كما تبثها الوسائل الإعلامية المختلفة و كيف أثرت على الرأي العام أما الجانب التطبيقي من الدراسة فتمثل في تحليل مضمون برنامج " كلام نواعم" الذي يبث على محطة " MBC1" الفضائية العربية، و كيف أثر على تشكيل صورة المرأة لدى الرأي العام العربي.

i- منهجية الدراسة

1_إشكالية الدراسة:

أصبح الإعلام اليوم عبر الكم الهائل و اللامتناهي من الصور التي ينقلها عبر قنواته يلعب دورا كبيرا و خطيرا في مسيرة الشعوب و تكوين قيمها و اتجاهاتها السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية، و يساهم في توجيه الرأي العام نحو قضايا و ظواهر محددة تقفز إلى فئة أولويات المجتمع من خلال إلقاء الضوء عليها و تحليلها و استعراض نتائجها.

تعد وسائل الاتصال أحد المجالات الهامة التي يمكن إخضاعها للدراسة في مجال العلوم السلوكية، و لعل ذلك ما دفع الباحثين في هذا المجال إلى التصدي لدراستها، في إطار ارتباطها ببعض القضايا المجتمعية الهامة، نظرا لكونها تأتي في أغلب الأحوال معبرة عن طبيعة المجتمع و ثقافة أفراد، حيث أصبح للإعلام اليوم دورا كبيرا و خطيرا في مسيرة الشعوب و تكوين قيمها و اتجاهاتها السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية، و يساهم في توجيه الرأي العام نحو قضايا و ظواهر محددة، تقفز إلى فئة أولويات المجتمع من خلال إلقاء الضوء عليها و تحليلها و استعراض نتائجها، و أضحت من الآليات المتعددة في تحديد الصورة المجتمعية، حيث تشكل وسائل الإعلام الجماهيري في هذا الصدد عامل ضبط أساسي يخرج من مجال الصورة المباشرة لدى الفرد الواحد كما يعكسها له محيطه القريب، اليومي إلى صورة عامة، مجردة و مشتركة على أوسع نطاق كما أن لوسائل الإعلام الجماهيري و للتلفزيون على وجه الخصوص سلطة قوية في "تطبيع" صورة ما أو تغييرها، و قد كانت قضية المرأة إحدى القضايا التي تناولها الباحثون من خلال وسائل الإعلام المختلفة، فقد اعتبروا أن المادة الإعلامية الموجهة إليها-على وجه الخصوص- هي بمثابة الميدان الخصب الذي يخضعونه لدراساتهم في محاولة منهم لتحليل و تصنيف و تقييم تلك الرسالة المستقبلية من المرأة.

فالبرامج التلفزيونية العربية التي تستهدف فئات مختلفة من المشاهدين بمختلف أصنافها و في جميع مراحل إنتاجها و عبر أشكال إبلاغها تعتبر أحد مصادر التنشئة الاجتماعية و من أهم مصادر طرح قضايا المرأة العربية و تشكيل صورتها لدى الرأي العام، فللمرأة دور متميز و أساس و مكانة سامية و حاسمة في المجتمعات الإنسانية ،و رقي الأمم يأتي من خلال المكانة التي توليها المرأة لأبنائها على وجه الخصوص، حيث أصبح الاهتمام بموضوعات المرأة مما يعد قضية أساسية و حاسمة في المعالجات الاجتماعية الإنسانية، و باتت الشغل الشاغل للمرأة و منظماتها و لقادة الدول و المجتمعات و المؤسسات المدنية و للمختصين و المربين و المصلحين على اختلاف مدارسهم و مناهلهم المدنية و الروحية.

إذا كانت الجهود السابقة التي تناولت قضايا المرأة العربية، و بالأخص صورتها المقدمة من خلال وسائل الإعلام المختلفة تعكس سياقاً تاريخياً في ترويج صورة المرأة وفق قوالب نمطية و توقعات مجتمعية تأسرها في نطاق معين و تستبدها من إنتاج مضمون بديل، مما يعيق مشاركة المرأة الفعالة في المجتمع، فإن هذا يبين ضرورة دراسة صورة المرأة العربية في البرامج التلفزيونية العربية لا لتبيان أدوارها فحسب، و إنما أيضاً للتعرف على الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية العربية في العناية بقضايا المرأة العربية المختلفة و تأثيرها على تشكيل صورة المرأة لدى الرأي العام.

iii- الجانب التطبيقي:

يتم في هذا المبحث تحليل عينة البحث بموجب استمارة تحليل المضمون، حيث استخدمنا تسع جداول لتفريغ محتوى الاستمارة، و قد تم التعليق عليها كما يلي:

التعليق على الجدول رقم (1):

يبين الجدول رقم (1) أن المرأة قد تم التركيز عليها في النواحي الاجتماعية بدرجة أعلى من غيرها إذ جاءت في المرتبة الأولى من إجمالي الموضوعات كافة و بنسبة (40 %)، إذ اشتملت هذه الفئة على موضوعات مثل: المرأة و الأسرة و العنف و جرائم الشرف و زواج النساء المتقدمات في السن، و زواج القاصرات و الإجهاض.

جاء في الترتيب الثاني الاهتمام بالمرأة ثقافياً، إذ بلغت المضامين الثقافية (30 %) من إجمالي الموضوعات كافة، و قد اشتملت هذه الموضوعات على أخبار الفنانات و الممثلات مثل لقاءات مع مطربات و ممثلات عربيات مشهورات، و لقاءات مع نساء عربيات أبدعن في المجال الثقافي و الشعر و الرسم و الكتابة الروائية بالإضافة إلى مشاركتهن بندوات تهم شؤون المرأة العربية.

تلاها في المرتبة الثالثة الاهتمام بالمواضيع الصحية بنسبة (11 %)، مثل خبر عن مرض سرطان الثدي و كيفية الوقاية منه.

أما المواضيع الدينية فقد احتلت المرتبة الرابعة، بنسبة (7.77 %) و هي نسبة كبيرة بالمقارنة مع بعض الدراسات السابقة التي خلصت معظمها إلى أن الاهتمام بالمواضيع الدينية كان قليلاً جداً.

تلاها الاهتمام بالمجال الرياضي بصورة متساوية مع بعض المضامين الأخرى كالاهتمام بالمجال التكنولوجي و العلمي، بنسبة (3.33 %)، كخبر عن مزاوله النساء لرياضة الفروسية و خبر عن بعض الاكتشافات العلمية للنساء العربيات.

أما المواضيع السياسية فقد جاءت من خلال موضوعين فقط و بنسبة قدرت ب (2.22 %)، حيث أن البرنامج لم يساهم كثيراً بالتنوع بدور المرأة السياسي في المجتمع العربي و تشجيعها على خوض المجال السياسي.

أقل من ذلك تغطية المرأة في المجالات العسكرية و التربوية، إذ جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة متساوية قدرت ب (1.11 %)، كخبر عن موضوع التحية العسكرية للمرأة الضابطة العربية، أما المواضيع التربوية فقد جاءت من خلال موضوع واحد

فقط من إجمالي حلقات البرنامج التي تم إخضاعها للدراسة، و الذي تمثل في خبر عن امرأة عربية تشغل منصب مستشارة في التعليم و أبرز التحديات التي تواجهها.

التعليق على الجدول رقم (2):

يبين الجدول رقم (2) أن برنامج " كلام نواعم" ركز بنسبة كبيرة على النساء في المهن الإبداعية قدرت بـ (36.76 %)، مثل الروائية و الإعلامية و الشاعرة و الفاصة و الممثلة و الفنانة.

تلتها فئة النساء في مهن عليا بتكرار 21 ما قدر بنسبة (30.88 %)، مثل المرأة مهندسة و طبيبة ووزيرة، و مديرة و رئيسة جمعية و ضابطة، و تلتها فئة النساء دون تحديد لعملمهن بنسبة (17.64 %)، و أقل منها المرأة غير العاملة بتكرار 7، ما يمثل نسبة (10.29 %)، أما المهن اليدوية فقد نالت اهتماما ضئيلا جدا بنسبة (4.41 %)، مثل خبر عن امرأة طبخة، و هذا يعني أن الفئة لم يتم التركيز عليها كالمرأة العاملة في المصنع و المزارعة و عاملة النظافة.

التعليق على الجدول رقم (3):

من خلال النسبة المئوية للوضع الاجتماعي للمرأة في الجدول رقم (3)، كانت نسبة النساء المتزوجات (44.61 %) بتكرار 29، و غير محدد لوضعها الاجتماعي بنسبة (35.38 %) و تكرار 23، بينما بلغت النسبة للمرأة الغير متزوجة (20 %)، و بتكرار 13، و لم يظهر البرنامج نسبة المرأة المطلقة و الأرملة، و تدل هذه النتيجة أن البرنامج لم يركز على فئة الوضع الاجتماعي للمرأة العربية، إلا قليلا، كما أنه لم يبرز وضع النساء المطلقات و الأرملة رغم أن مشكلة الطلاق لها أبعاد مهمة في المجتمع، كما تدل على أن البرنامج ركز على العلاقة الشرعية المتمثلة في الزواج و تكوين الأسرة و الدفاع عن حقوق المرأة المتزوجة، و هذا ما تؤكد من خلال تسخير حلقة كاملة عن موضوع زواج النساء حتى بعد سن متأخر.

التعليق على الجدول رقم (4):

بين الجدول رقم (4) أن نسبة عدم الوضوح بالنسبة للمناطق الجغرافية التي تتوزع فيها المرأة العربية قد جاءت في المرتبة الأولى بتكرار 30 و بنسبة (40 %)، تلتها نسبة المرأة التي تسكن المدن و بلغت نسبتها (29.33 %)، بتكرار 22، أما نسبة المرأة التي تسكن العاصمة فقد بلغت (25.33 %) بتكرار 19، أما في الريف فكان اهتماما ضئيلا للغاية بالمرأة في تلك المناطق، التي هي أكثر حاجة للاهتمام حيث كانت النسبة (5.33 %) فقط بتكرار 04. أكدت هذه النسب أن برنامج " كلام نواعم "، يحاول تناول و معالجة قضايا المرأة العربية بغض النظر عن مكان إقامتها أو بلدها رغم أن النسب تؤكد أن البرنامج يميل بشكل واضح جدا إلى الاهتمام بنساء المدن أكثر من بقية النساء في المناطق الأخرى أي أن النسبة الأكثر من مشكلات النساء التي عرضها البرنامج كانت في المدن الكبرى و العواصم و لم يركز البرنامج على مشكلات نساء الريف، رغم أنه يوجد نسبة لا يمكن الاستهانة بها من النساء في تلك المناطق

جدول رقم (5)

جدول يوضح اتجاه السمات التي وسمت بها المرأة العربية في مضمون حلقات برنامج " كلام نواعم"

التعليق على الجدول رقم (5):

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن الموضوعات الخاصة بالمرأة التي عرضتها حلقات برنامج " كلام نواعم" قد أبرزت المرأة العربية بالسمة الإيجابية بالدرجة الأولى بنسبة تجاوزت النصف، قدرت بـ (54.9 %)، أما السمة المحايدة فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (31.37 %) أما السمة السلبية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (13.72 %).

بالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن البرنامج ركز في حلقاته على إبراز المرأة المنتجة و الناجحة و المتعاونة و المتفائلة، و الطموحة و المتحدية، حيث قدم البرنامج نماذج لنساء تمردن على الصور التقليدية النمطية السائدة بالدرجة الأولى، مثل رئيسة مؤسسة اجتماعية تدعى "سعاد عز الدين الصيرفي" التي كرست حياتها لتقديم خدمات متنوعة لمختلف الأفراد و رعاية الأيتام، و مساعدة الفقراء و المحتاجين و الاهتمام بالمسنين، و تمكن الأخوات المغربيات الثلاث "أسماء و هاجر و جهاد الورياشي" من خوض تجربتهن الإعلامية، من خلال طرح القضايا الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية بكل جرأة في برنامجهن " بنات الحلال" الذي يبث على القناة الهولندية، دون خوف، حيث لم يجعل التزامهن و ارتدائهن للحجاب عائقاً أمام إطلالتهن الإعلامية على مجتمع معروف بمحاربتته للإسلام.

كما طرح البرنامج نموذجاً فريداً لامرأة تحدث الإعاقة فالبرغم من كونها من ذوي الاحتياجات الخاصة إلا أنها تمكنت من إثبات ذاتها في المجال الإعلامي من خلال البحث عن الأخبار و السبق الصحفي، حيث تحرص دائماً على الوصول إليه.

كما قام البرنامج بتكريم "أسماء عبد الحميد" فلسطينية مقيمة في الدنمرك، و التي نجحت في دخول البرلمان الدنمركي ناشطة سياسية و اجتماعية و مدافعة عن حقوق العرب و المسلمين في الدنمرك.

عرض البرنامج أيضاً قصة فتاة إمارتية، التي و بالرغم من تدهور حالتها الصحية، إلا أنها كانت متفائلة و قوية و متحدية حيث لم يمنعها مرضها من دراسة الطب و تحقيق أهدافها في الحياة.

السمة الحيادية ظهرت من خلال استضافة البرنامج لفنانات و أدبيات تحدثن عن مشاريعهن دون ميل لإبراز سيمهم سلبية كانت أم ايجابية.

أما السمة السلبية، فقد ظهرت بصورة قليلة كإبراز المرأة الضعيفة و الخائفة و اليائسة، مثل السيدة السعودية التي تعرضت لتهديدات و ضرب من قبل أخواتها لمنعها من الزواج، طمعا في الاستيلاء على نصيبها في الميراث، كذلك يأس الأم التي حرمت من البقاء مع ابنها، و المرأة الغيورة على زوجها بجنون لحد أدى بها إلى دفع أبنائها لقتل والدهم بعدما كذبت عليهم و أقتنعهم بأنه يعتدي على أخواتهم.

التعليق على الجدول رقم (6):

يتضح من الجدول السابق أن الموضوعات الموجهة التي استهدفت الجمهور العام احتلت المرتبة الأولى بتكرار 55 و هو ما يعادل نسبة (41.35%)، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة الأسرة عموماً بتكرار 23 و بنسبة (17.29%)، تلتها مباشرة فئة المرأة عموماً بتكرار 21 و بنسبة (15.78%)، أما فئة ربات البيوت فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (12.03%) بتكرار 16، و بصفة أقل فئة المرأة العاملة بتكرار 14 و بنسبة (10.52%)، أما فئة المرأة الريفية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة استهداف ضئيلة جداً حيث قدرت بـ: (3%) بتكرار 04، و تعتبر هذه النتيجة نتيجة إيجابية من ناحية و سلبية من ناحية أخرى، حيث أن في اعتقادنا أن البرنامج تناول قضايا المرأة متوجهاً بها إلى كافة أفراد المجتمع، و هذا يعود ربما إلى إيمان القائمين على البرنامج بأن موضوعات المرأة لا تخص المرأة لوحدها فقط و إنما تخص كل فئات المجتمع، و لكن الناحية السلبية تبرز من خلال، أنه من الرغم أن المجتمع العربي هو مجتمع نام و نسبة الأمية مرتفعة به، و لذلك فإن ربات

البيوت يمثلن أكثر قطاع في المجتمع يحتاج إلى توعية و توجيه من كل وسائل الإعلام و نسبتهم أيضاً

في المجتمع أكثر من أي قطاع آخر، إلا أن نسبة الاستهداف كانت ضئيلة نوماً ما، و هذه النتيجة تتوافق مع اتجاه البحوث التي أجريت على برامج المرأة في جمهورية مصر، فقد غلب على نتائج الأبحاث أن برامج المرأة توجهت بنسبة ضئيلة لربات البيوت.

التعليق على الجدول رقم (7):

أما ما يتعلق بشكل المادة الإعلامية أو القوالب الفنية التي قدمت بها موضوعات برنامج "كلام نواعم" فإن بيانات الجدول رقم (7) تشير إلى أن المقابلات، جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (39.78%)، في حين جاءت التقارير في المرتبة الثانية بنسبة (20.43%)، أما المرتبة الثالثة فقد احتلتها البورتريهات بنسبة (13.97%)، أما المرتبة الرابعة فقد احتلتها فئة بريد المشاهدين و صبر الآراء بصفة متساوية، بلغت نسبتها (10.75%)، أما المرتبة الخامسة فقد احتلتها فئة الريبورتاجات بنسبة متدنية جدا قدرت بـ: (4.3%)، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلتها التحقيقات دون تسجيل أية نسبة (0%).

بالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن برنامج "كلام نواعم" لا يولي المعالجات الإخبارية اهتماما يذكر، و إنما ينصب اهتمامه على المعالجات التحليلية و التفسيرية، حيث أن القائمين على البرنامج قد اهتموا اهتماما واضحا بقضايا المرأة، و كانت هذه التحاليل متنوعة بين تقارير و مقابلات و بريد مشاهدين و صبر للآراء و ريبورتاجات، و هذا كان لصالح البرنامج حيث أن الحاجة أصبحت ماسة للذهاب إلى ما وراء الخبر بهدف تسليط الضوء على صورة المرأة في محاولة لتصويب وضعها أمام الجمهور.

التعليق على الجدول رقم (8):

يتضح من الجدول رقم (8)، أن حلقات برنامج "كلام نواعم"، غلب عليها استخدام مستوى الفصحى المبسطة، حيث بلغت نسبتها (42.10%)، و نالت المرتبة الأولى، و هذا اتجاه جيد من قبل البرنامج حيث أنه المستوى اللغوي المفهوم من جميع أفراد المجتمع من ناحية، و من ناحية أخرى بلغت الحلقات التي استخدمت اللهجة العامية (38.60%)، و احتلت المرتبة الثانية، أما اللغة العربية الفصحى فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (18.42%)، تلتها بتكرار واحد فقط و بنسبة (0.87%) في المرتبة الأخيرة مستوى اللغة الأجنبية.

بالنظر إلى هذه النتيجة نجد أنه اتجاه سليم من قبل البرنامج حيث أن المجتمع العربي مجتمع نام و تغلب عليه الأمية حيث تبلغ نسبتها (40%) و نسبة الإناث منها حوالي (52%)²⁰، و لذلك نجد أن اللهجة العامية و اللغة المبسطة مطلوبتان للمرأة الريفية و لربات البيوت.

التعليق على الجدول رقم (9):

يتبين من الجدول السابق رقم (9)، أن معظم الضيوف في حلقات برنامج "كلام نواعم" التي تم تحليلها، هم ناشطين و متخصصين في المجال الفني، و بلغ عددهم 15 و نسبتهم (26.78%)، و هذه نسبة معتبرة تدل على تشجيع البرنامج للفنون و دعوة المرأة للتعرف على الفنون المتعددة، أما المختصون في الشؤون الاجتماعية و القانونية فقد جاء في المرتبة الثانية بتكرار 10 و بنسبة (17.85%)، و هذا دليل على مدى اهتمام البرنامج بحقوق المرأة الاجتماعية، و محاولة إفادتها بالقدر الكافي من المعلومات القانونية و الاجتماعية التي تضمن لها حقوقها في المجتمع، و تزويدها بكل ما يتعلق بالجوانب القضائية كموضوع الحضانة و غيرها من المواضيع المهمة التي تجهلها المرأة العربية و التي قد تؤثر سلبا على حياتها الاجتماعية.

أما المواضيع الأدبية و الصحية و الطبية فقد تساوت نسبها بمعدل (12.50%) بتكرار 7 لكل مجال، تعتبر هذه النسبة نسبة مقبولة نوعا ما رغم أنها قليلة بالنظر إلى حاجة المرأة العربية إلى توعية صحية أكثر، أما المواضيع الأدبية فهي نسبة مقبولة أيضا، تشير إلى محاولة البرنامج تسليط الضوء على شاعرات و كاتبات و غيرها من الفنون التي تعتبر مهمشة نوعا ما.

تلتها مباشرة في المرتبة الرابعة، ضيوف متخصصون في المجال الإعلامي، بتكرار 6 و بنسبة (10.71%).

أما بقية التخصصات فقد بلغت نسب ضئيلة و لو أنها مهمة مثل: الدين بنسبة (5.53%)، حيث تم الاستعانة برجال دين من خلال استشارتهم حول مواضيع مثل الإجهاض، و ترقيع غشاء البكارة للفئات المغتصبة، رغم أن المرأة العربية بحاجة إلى شرح القضايا و المواضيع الدينية، بصفة أكثر التي تتعلق بحياة الأسرة عموماً و المرأة بوجه خاص.

يؤخذ على البرنامج عدم استعانتة الكافية بمتخصصين في مجالات تعتبر مهمة مثل: الرياضة التي بلغت نسبتها (5.35%)، و التربية و التعليم و التكنولوجيا بنسبة (3.57%)، و الهندسة بنسبة (1.78%)، رغم أنها تعتبر مجالات مهمة في المجتمع لتوعيته و تقدمه.

نتائج الدراسة:

يتم في هذا المبحث عرض النتائج الخاصة بموضوع البحث في ضوء الأهداف التي حددتها الدراسة و التي وضعناها في مجموعة من التساؤلات.

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى الكشف عن الصورة التي رسمها برنامج "كلام نواعم" من خلال مضمونه للمرأة العربية، و بعد تطبيق إجراءات الدراسة و القيام بالتحليلات الإحصائية المناسبة تم الحصول على النتائج التالية:

1- أظهرت نتائج هذه الدراسة أن صورة المرأة العربية كما رسمتها البرامج التلفزيونية العربية ممثلة ببرنامج "كلام نواعم" صورة ايجابية، فقد أبرزت المرأة متقلدة مهن إبداعية و عليا و مراكز مرموقة مثل: المرأة مهندسة و طبيبة ووزيرة و مديرة و رئيسة جمعية و ضابطة و روائية و شاعرة و قاصة و ممثلة، و في حالة تعاون و انسجام و اتفاق مع المجتمع العربي و المنظمات و الشركات و مع الغير بشكل عام، و هذه النتيجة مغايرة لما توصلت إليه أبحاث أخرى سابقة عمدت سلبية صورة المرأة في وسائل الإعلام الأخرى مثل التلفاز و الإعلان.

2- عمل برنامج "كلام نواعم" على إظهار المرأة المبدعة فنانة و شاعرة و كاتبة، و من ثم المرأة متقلدة مهن عليا مثل طبيبة، و مهندسة و وزيرة، و مديرة و رئيسة جمعية، لكن يؤخذ على البرنامج إهماله المرأة العاملة في المهن اليدوية، مثل النساء في المصانع و المعامل و الموظفات و عاملات النظافة و النساء الغير عاملات مثل ربات البيوت و الطالبات.

3- غلبت الأخبار و المواضيع و الأنشطة الاجتماعية على غيرها من المضامين الأخرى في برنامج "كلام نواعم"، مثل دور المرأة في المجتمع و الأعمال و الخدمات الاجتماعية و شؤون الأسرة و المنزل و قضايا الزواج و الطلاق و مناقشة قضايا العنف ضد المرأة و جرائم الشرف، فقد ركز البرنامج من خلال مواضيعه على قضايا مهمة و جوهرية مثل الإجهاض و الزواج و المرأة و الأسرة، و غيرها من المواضيع التي تعتبر مواضيع مهمة و بارزة في مجتمعنا العربي.

جاءت المضامين الثقافية بما فيها الفنية بالدرجة الثانية، و أظهر برنامج "كلام نواعم" المرأة العربية روائية و شاعرة و مطربة و ممثلة و مشاركة في الندوات و الأمسيات الثقافية، و إعلامية في صورة ايجابية مشرفة، و مغنية و ممثلة في المسرح.

لم يركز برنامج "كلام نواعم" على المضمون الصحي و صحة المرأة، إلا بنسبة قليلة فلم يعرض البرنامج مواضيع صحية تهتم المرأة أكثر من غيرها، بقدر ما أظهر حالات لنساء يعانين من أمراض معينة كسرطان الثدي.

تلاها الاهتمام بالمواضيع الدينية و لو كان من خلال استضافة بعض الشيوخ للإفتاء في بعض المواضيع التي تهتم المرأة العربية كالإجهاض.

بالنسبة للمضمون الرياضي فقد تساوت نسبته مع بعض المضامين الأخرى كالاهتمام بالمجال العلمي و التكنولوجي و قد غطت المضامين الرياضية لرياضات كالفرسية و المشاركة في البطولات العربية.

أقل من ذلك تغطية المرأة في المجالات العسكرية و التربوية، فلم يتخلل عينة البحث إلا نادرا كخبر عن المرأة ضابطة و خبر عن التحية العسكرية للمرأة الضابطة.

لاحظنا كذلك عدم اهتمام البرنامج بالمضامين الاقتصادية و السياسية، حيث لم يرد موضوع واحد عن المرأة في المجال الاقتصادي، مثلا المرأة مشاركة في ندوات و مؤتمرات اقتصادية و كذلك دور المنظمات للسعي لتمكين المرأة سياسيا و اقتصاديا، و غيرها من المؤسسات التي تعمل على مساعدة المرأة العربية في الاعتماد على نفسها اقتصاديا.

4- أظهر برنامج " كلام نواعم " الوضع الاجتماعي للمرأة العربية متزوجة بنسبة أكبر، كما لم يظهر البرنامج في كثير من الأحيان الوضع الاجتماعي للمرأة العربية، و هذا إن دل على شيء إنما يدل على أن البرنامج لم يولي اهتماما كبيرا لوضع المرأة، هي متزوجة أم مطلقة أم أرملة أم عانس بقدر ما يهتم بمعالجة المواضيع التي تهم المرأة العربية، كما تدل على أن البرنامج ركز على العلاقة المسموح بها بين المرأة و الرجل في المجتمعات العربية و هي العلاقة الشرعية المتمثلة في الزواج و تكوين الأسرة.

5- لم يولي برنامج " كلام نواعم " اهتماما بالمنطقة الجغرافية للمرأة العربية موضوع الخبر، و لو أن العاصمة احتلت نصيبا كبيرا في تغطية البرنامج للمرأة العربية و ذلك بسبب تركيز المنظمات و النشاطات فيها، و من ثم المرأة في المدن و لم تحظ المرأة في الريف و البادية بالاهتمام المطلوب، و هي بحاجة لهذا الاهتمام.

6- أبرز برنامج " كلام نواعم " المرأة العربية بصورة إيجابية فظهرت سمات و عبارات، تظهر التفوق و الإنجاز و النجاح و التفاؤل و الطموح و التحدي، و أظهر المرأة متقدمة اجتماعيا و سياسيا، متقلدة أعلى المناصب: كوزيرة و مديرة و رئيسة جمعية و مهن عليا مثل طبيبة و مهندسة و محامية و شاعرة و روائية و إعلامية و فنانة و طالبة متفوقة.

ظهرت السمات السلبية بصورة قليلة في التغطية الإعلامية، فقليل ما ظهرت المرأة السيئة أو الفاشلة، و سمات مثل الضعف و الخيانة و الاستسلام و الهروب، و غابت الصورة النمطية للمرأة العربية، فلم تظهر مشوهة أو ناقصة عقل أو مصدر غواية للرجل، كما في دراسات أخرى.

الهوامش و المراجع:

- 1- أحمد بن مورسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 51.
- 2- عاطف العبد و عدلي رضا، برامج المرأة في الراديو و التلفزيون، برامج المرأة في الراديو و التلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988، ص 14.
- 3- عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص 210.
- 4- محمد طرابلسية، صورة الإعلام السياسي في الصحافة العربية في المهجر بعد أحداث 11 سبتمبر، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الشرق الأوسط و القدس العربي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، 2003-2004، ص 47.
- 5- جاسم على، أصول العلاقات العامة، الرياض، دار قباء للنشر و التوزيع، 1997، ص 17.
- 6- John,M, The image of woman in American T.V commercials, new York , long press distributors, 1980,p 31
- 7- عصام الموسى، مدخل في الاتصال الجماهيري، ط1، اريد الأردن، دار الأمل للنشر و التوزيع، 1984، ص 59.

8- مرجع سابق، ص59.

9- ياسين السيد، الشخصية العربية صورة الذات و مفهوم الآخر، بيروت، دار التنوير، 1981، ص 4.

10- إرادة الجبوري، محاضرات في الصورة النمطية، بحوث منشورة، اليمن، جامعة صنعاء ، 1999، ص 5.