Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human and Social Sciences

مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

التربية الإعلامية لمواجهة العنف اللاواعي ضد المرأة في الفضاء الافتراضي.

إشكاليات بين السلعنة والتشيء

Media education to confront unconscious violence against women in virtual space

Problems between commodity and construction

أم الرتم سحر
sahar oumertem
saharoumertem@gmail.com
جامعة محمد لمين دباغين- سطيف 2-
University of Mohamed Lamin Dabbaghin-Sétif 2
مخبر المجتمع الجزائري المعاصر
Algerian Contemporary Society

عواج سميرة
Awaj Samira
جامعة محمد لمين دباغين- سطيف 2-
University of Mohamed Lamin Dabbaghin-Sétif 2
مخبر المجتمع الجزائري المعاصر
Algerian Contemporary Society

تاريخ الاستلام : 2018-07-19

تاريخ القبول : 2018-11-22

ملخص :

تهدف هاته الدراسة إلى استعراض موضوع التربية الإعلامية ومدى أهميتها في مواجهة العنف الرمزي اللاواعي الممارس ضد المرأة عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي ، خصوصا في ظل عولمة إعلامية تهيمن عليها الصورة بشكل كبير جدا ، حيث يروج الإعلام المرئي ثقافة العنف بصورة خاصة ضد المرأة يستمدها من منظومة القيم ومن أكثرها سلبية وتخلفا، ويقدم صورة تعتبر امتدادا للعنف الاجتماعي الممارس ضدها .كما أن القائمين على إعداد مثل هذه الثقافة يكرسون بوعي أو بدونه نظرة دونية للمرأة كبعد ذي خصوصية في الثقافة التقليدية من دون محاولة لفهم وإعادة النظر في مضامينها، والعمل على تطويرها والتخفيف من حدتها.

وتوصلنا من خلال الدراسة التحليلية إلى غياب الوعي لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، بان منشوراتهم وتفاعلاتهم الافتراضية من شأنها أن تولد عنف رمزي ضد المرأة، مما يتطلب ضرورة تبني مهارات وأساليب التربية الإعلامية لإنشاء جيل جديد قادر على التعامل مع وسائل الإعلام كمستقبلين ومنتجين.

الكلمات المفتاحية: العنف، العنف الرمزي، مواقع التواصل، التربية الإعلامية، الفضاء الافتراضي.

Abstract :

The aim of this study is to review the subject of media education and its importance in confronting the symbolic and unconscious violence practiced against women across various social networks, especially in light of a highly publicized media globalization. The visual media promotes a culture of violence in particular against women derived from the value system And the most negative and backward, and provides a picture that is an extension of the social violence against it. Also, those who prepare such a culture conscientiously or without consciously dedicate a inferior view of women as a special dimension in traditional culture without trying to understand and review its contents

Through the analytical study, we found that social media users are unaware that their publications and virtual interactions can generate symbolic violence against women, which requires the adoption of media literacy skills to create a new generation capable of dealing with the media as future and producers.

Keywords: Violence, symbolic violence, communication sites, media education, virtual space.

مقدمة:

أكدت نتائج كثيرة من البحوث انه وفي ظل عولمة إعلامية تهيمن عليها الصورة بشكل كبير، أن وسائل الإعلام الجماهيري وفي مقدمتها التلفزيون تلعب دورا مهما في حدوث وانتشار ظاهرة العنف ، حيث أصبح الإعلام التلفزيوني المرئي من خلال القنوات التلفزيونية وأيضا الانترنت القوة المؤثرة في سلوك الأفراد ونمط تفكيرهم وتوجهاتهم ، هذه القوة التي تنافس دور الأسرة والمؤسسات التعليمية في عمليات التربية والتنشئة الاجتماعية، كما أن نتائج التيار الإعلامي غير الهادف أصبح فعليا يشكل ظاهرة خطيرة تدعو للدراسة والتحليل المعمق ...لهذا السبب الذات حذّر كثير من العلماء والباحثين في مجالات الاجتماع، النفس، التربية، والإعلام من الإكثار من برامج التليفزيون التي تحدث أثارا سلبية على المشاهدين خاصة الأطفال والشباب منهم، لتضمّنها أنواعا من العنف والجريمة، وأشكالا من المواقف والسلوكيات التي تنافي الأخلاق والآداب العامة والتي تؤدي إلى التفكك والانحلال الاجتماعي والأخلاقي... ، وهنا نجد أن الإعلام المرئي يروج ثقافة العنف بصورة خاصة ضد المرأة، يستمدها من منظومة القيم ومن أكثرها سلبية وتخلفا، ويقدم صورة تعتبر امتدادا للعنف الاجتماعي الممارس ضدها.كما أن القائمين على إعداد مثل هذه الثقافة يكرسون بوعي أو بدونه نظرة دونية للمرأة كبعد ذي خصوصية في الثقافة التقليدية من دون محاولة لفهم وإعادة النظر في مضامينها، والعمل على تطويرها والتخفيف من حدتها.

إشكالية:

فلقد أصبح همّ الإعلام المرئي عرض جسد المرأة كوسيلة لجذب المشاهدين للدعاية والإعلان ، وكذلك للإغراء الجنسي الذي ينزع إنسانيتها ويجعل منها مجرد سلعة للمتعة الرخيصة ، إذ أصبح جسدها سلعة من السلع الثقافية الذي يفتقد مواصفاته الإنسانية، ويدخل في عداد البضائع التجارية الاستهلاكية مادام انه أصبح عنصر إغراء وجذب وترويج للبضائع... وما يريده المستهلك يتجسد في ثقافة الدعاية والإعلان التي تتحول في الأخير إلى ثقافة مصنعة تجعل من المرأة دمية مثيرة فحسب لإغراء المستهلك ذكرا كان أم أنثى... فمن أهم القضايا والمشكلات التي أثارها الخبراء الاتصاليون في هذا النطاق، صورة المرأة في الإعلان فالمرأة أصبحت تحتل مكانة كبيرة في الإعلان فالعديد منها يصورها كربة بيت، والأخر يصورها كرمز للجنس والإغراء لتلعب دور المحفز للشراء .

ونظرا لهذا التأثير فانه بالإمكان التأكيد على أن الصورة المرئية تتحول فعليا إلى عنف إعلامي، وربما تساهم في انتشار مظاهره لما لها من تأثير كبير على شخصية " المتلقية" من خلال الرسائل الجنسية السلبية التي تبثها باستمرار ...

ومما سبق تتضح أهمية وضرورة التربية الإعلامية؛ أي تربية الأطفال والمراهقين على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام فلم يعد يجدي نفعا الحديث عن مخاطر وسلبيات التعرض لوسائل الإعلام المختلفة ،ولكن لا بد من الاهتمام أكثر بالبحث عن الطرق الملائمة للتعامل مع الظاهرة على أنها موضوعية وموجودة فعلا دون إضاعة المزيد من الوقت خاصة وأن مجال صناعة الإعلام والاتصال اليوم يكاد يخرج عن السيطرة، فمن جهة يصعب التنبؤ بتطوراته وتطبيقاته الجديدة، ومن جهة أخرى يخضع لأطراف معينة تهدف إلى تحقيق ما أمكن من المكاسب المادية في إطار العولمة الإعلامية, وهو ما يذهب إليه أسعد ملي من أن أحد أبعاد العولمة الإعلامية هو زيادة الأرباح الطائلة للشركات متعددة الجنسية التي تعمل في مجال إنتاج وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، وإنتاج المضامين الإعلامية المختلفة فضلا عن صناعات الإعلام والترويج وبيع خدمات الإعلام والمعلومات... وتقليص دور الحكومات والمنظمات الدولية في تنظيم بيئة الإعلام والاتصال المحلية والدولية لصالح الشركات الاحتكارية متعدّدة الجنسية، وذلك من خلال الدعوة إلى تغيير التشريعات والنظم التي تعيق التدفق الحرّ للمعلومات كالتخطيط والرقابة والمنع والمصادرة....وتواكب هذه الدعوة وتدعم العمل نحو الخصخصة وتشجيع استثمارات القطاع الخاص والشركات متعدّدة ومتعدّية الجنسية في مجال الاتصال والإعلام والمعلوماتية كما أنها تتفق مع قرارات الأمم المتحدة بشأن حرية الإعلام ومسؤولياته، وتستند إلى الحقوق الإعلامية التي تنص عليها المادة 29من الميثاق العالمي لحقوق الإنسان.

وعليه نسعى في هذه المداخلة في عمومها إلى معرفة مدى إسهام هذه الرسائل الإعلامية في تكريس ثقافة العنف الرمزي ضد المرأة إعلاميا ، وكيف يمكن للتربية الإعلامية مناهضة أشكال هذا العنف اللاواعي .

2.الإطار المنهجي للدراسة

1.2 أهداف الدراسة:

من الناحية العلمية تكمن أهمية دراستنا هاته في معرفة كيف يمكن للوعي بالتربية الإعلامية أن يقلل من العنف الرمزي الممارس ضد المرأة عبر منصات التواصل الاجتماعي ، خصوصا وأن الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل منابر حرة لإبداء الرأي ومناقشة القضايا بحرية بالغة بعيداً

عن الإكراهات والحدود التي يرسمها المجتمع ووسائل إعلامه التقليدية في الواقع يمكن اعتبارها فضاء هامّاً لدراسة السلوكيات الشبابية وأنماط تفكيرهم، وقياس مدى ممارستهم للعنف وتعرضهم له ، بكافة تجلياته عبرها من خلال مجموعة من الافتراضات القيمية التي تدرس العلاقة بين الإنترنت كوسيط ديناميكي والشباب كمستخدم فاعل ومتفاعل مع المحتوى على الشبكة،، خصوصا وان هاته الرسائل والممارسات اللاواعية للعنف الرمزي عبر هذا الوسيط الجديد تولد مع مرور الزمن ضغوط ومشاكل نفسية للشباب من شانها أن تدفعه نحو الانحراف وتخلق بذلك مشاكل اجتماعية عويصة دون علم متداولي هاته الرسائل بمدى خطورتها .

أما من الناحية العملية فتتمثل أهمية الدراسة في توفير مادة علمية تختص بالتربية الإعلامية وتركز في طرحها على مساهمتها في التقليل من العنف الرمزي الممارس ضد المرأة، والتي تفاقمت مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.

2.2 منهجية الدراسة:

منهج وعينة الدراسة: في أي دراسة علمية لابد من إتباع منهج يوصلنا إلى الغاية المنشودة وبطريقة سليمة ومنظمة، والذي يعرفه موريس أنجرس "على انه مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة" [1]وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة مساهمة التربية على وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر العنف الرمزي الممارس ضد المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، فهي بذلك تندرج ضمن الدراسات الوصفية الأكثر شيوعا في بحوث الإعلام والاتصال، فالدراسات الوصفية هي أساليب بحثية تدرس الظواهر الاجتماعية الراهنة دراسة توضح خصائص الظاهرة ودرجات ارتباطها بالظواهر الأخرى؛ وفي مجتمعاتنا تزداد الحاجة إلى الدراسات الوصفية، لأنها توفر رصيدا من البيانات والمعلومات الأساسية حول الظواهر الأمر الذي يتيح تطوير دراسات جديدة، وفقا للبيانات والنتائج التي قدمتها الدراسات الوصفية الأولية.[2]

وقد قمنا باختيار عينة عشوائية من بعض الصور المتداولة عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي التي تمثل أشكال متعددة من العنف الرمزي الغير واعي الممارس ضد المرأة.

3. الإطار النظري للدراسة:

1.3 تحديد مفاهيم الدراسة.

العنف: العنف في اللغة العربية هو: "قلة الرفق"، فنقول: عَنُفَ به وعنف عليه فهو عنيف إذا لم يكن رفيقاً في أمره، ومن ذلك قول النبي صلى الله عليه وسلم في الحديث الشريف « إن الله تعالى يعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف.» كما عرف معجم اكسفورد العنف على انه « صفة للمعاملة أو السلوك العنيف الذي يظهر في حالات الغضب و الإيذاء، و هو عبارة عن ممارسة غير قانونية للقوة المادية او التهديد باستخدامها.» كما عرف العنف في معجم المصطلحات الاجتماعية على أنه « استخدام الضغط والقسوة استخداما غير مشروع وغير مطابق للقانون، بهدف التأثير على الشخص وقهره».

العنف الرمزي: يعرِّف بورديو العنف الرمزي بأنه القدرة على فرض دلالات ومعانٍ معينة بوصفها دلالات ومعانٍ شرعية، وإخفاء علاقات القوة التي تمثل الأساس الذي ترتكز عليه هذه القدرة ، وينطبق المفهوم على أي تكوين اجتماعي يتم إدراكه كنسق للقوة . وتعد التربية بكل تجلياتها : في المنزل ، في العمل ، في المدرسة ، في الإعلام مصدراً للعنف الرمزي.[3] و العنف الرمزي عند بيار بورديو هو كل نفوذ أو سلطة تأتي من خلال طرح مجموعة من الدلالات التي تفرض و تحمل في معانيها الشرعية لكتم و محو تقارير القوة التي هي في حد ذاتها أساس و منبع لهذه القوة.[4]

مواقع التواصل الاجتماعي: يعرف ايلسون**Ellison** وبويد**Boyd** الشبكات الاجتماعية على أنها "تلك المواقع المؤسسة على خدمات الويب والتي تسمح للأفراد ببناء ملف تعريفي **profile** عام أو شبه عام داخل نظام محدد، والولوج إلى قوائم المستخدمين الذين يشاركونهم الاهتمام أو الصلة، واستعراض وإدارة قوائم الصلات وملفات تعريف من أسسوها داخل النظام"، كما يشير إلى شيوع لفظ التشبيك للدلالة على ممارسات الأفراد داخل الشبكات الاجتماعية، ولكنهم يريان أن مصطلح التواصل الاجتماعي هو الأدق، وذلك أن مصطلح التشبيك يشير إلى تشابك أية عناصر سواء كانت ذات صلة أم لا، كما يوضحان أن هدف الشبكات الاجتماعية ليس إنشاء علاقات مع غرباء بقدر إبراز شبكة العلاقات الاجتماعية للفرد في إطار عم والسعي لتعزيزها بناءا على اتساع معاييره مع معايير الآخرين[5].

التربية الإعلامية: عرفها أرت سليفر بلات على أنها "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد و المجتمع و فهم عملية الإتصال الجماهيري و تطوير استراتيجيات تمكننا من تحليل و مناقشة الرسائل الإعلام و تنمية الاستمتاع الجمالي و الفهم و التقدير لمضمون وسائل الإعلام".

و عرفها أحمد اللقاني و علي الجمل –في مجمع المصطلحات التربوية- بأنها "إعطاء الطالب قدرا من المعارف و المفاهيم و المهارات الخاصة في التعامل مع الإعلام و كيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه".[6]

الفضاء الافتراضي: يعرف سيرجي بوكس المجتمع الافتراضي بأنه مجموعة أفراد يستخدمون بعض خدمات الانترنت الاتصالية (منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار...) والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، والاهتمامات ولهم أهداف مشتركة.[7]

2.3 معنى العنف الرمزي ضد المرأة:

المقصود بالعنف الرمزي استخدام الرموز والدلالات والمعاني للسيطرة على الآخرين ، ويعرفه بورديو بأنه أي نفوذ يفلح في فرض دلالات وتصورات معينة وفرضها بوصفها دلالات شرعية حاجبا ومُخفيا علاقات القوة التي تؤصل قوته وتعززها ، ويصفه بأنه نوع من العنف اللطيف والناعم إذ تتم السيطرة على المرأة وفرض الهيمنة عليها ليس عن طريق القوة الصريحة الواضحة وإنما عن طريق الرموز والمعاني والتصورات التي ينتجها الطرف المهيمن أي الرجل لتعزيز وتقوية وإدامة حالة الهيمنة .بمعنى آخر أنها عملية تأطير لأفكار ورؤى المرأة بشكل يضمن قبولها الخضوع لهيمنة الرجل وتأييدها فكرة عدم المساواة .ومن الأمثلة على هذه المعاني والدلالات التي تديم بنية الهيمنة هو تصوير المرأة عبر وسائل الإنتاج الثقافي المختلفة بأنها عورة وأنها مخلوقة من ضلع الرجل وأنها عاطفية غير عقلانية وكائن ضعيف ملحق بالمذكر لا يكتمل وجودها إلا به. هذه التصورات تخدم الصيغ العلائقية التي تكون المرأة فيها الطرف التابع أما الرجل فهو السيد المتبوع . وأخطر ما في هذا النوع من العنف هو أنه يحدث

بتواطؤ الضحية التي يقع عليها ،بمعنى أن المرأة تتمثل الأفكار التي تعزز تفوق الرجل عليها وتبخس قيمتها وتبدأ تدافع عنها وتحميها وتعيد إنتاجها بوصفها من البديهيات ،وبذلك تعمل المرأة على إدامة بنية الهيمنة الذكورية[8].

أما تعريف العنف ضد المرأة فهو " أي عمل أو تصرف عدائي أو مؤذ أو مهين، يرتكب بأية وسيلة، وبحق أية امرأة لكونها امرأة، يخلق معاناة جسدية وجنسية ونفسية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ،من خلال الخداع أو التهديد أو الاستغلال أو التحرش أو الإكراه أو العقاب، أو بإجبارها على البغاء أو أية وسيلة أخرى، وإنكار و إهانة كرامتها الإنسانية، أو سلامتها الأخلاقية أو التقليل من امن شخصها ومن احترامها لذاتها، أو شخصيتها، أو الانتقاص من إمكانيتها الذهنية والجسدية ويتراوح مابين

الإهانة بالكلام حتى القتل. ويمكن أن يمارس العنف ضد المرأة من قبل أفراد أو جماعات أو مؤسسات بشكل منظم أو غير منظم"[9].

وبالتالي يمكن تعريف العنف الرمزي ضد المرأة بأنه:" الفعل الممارس على المرأة، والذي يشمل كل أشكال ومظاهر السلوك الفردي والاجتماعي كافة، المباشرة والغير مباشرة الذي يستعمل فيه التخويف أو الإذلال أو التحقير الذي ينال منها، ويحط من قدرها، ويكرس تبعيتها، ويحجبها عن المشاركة الاجتماعية ، ويمنعها من ممارسة حقوقها المقررة لها بالنصوص القانونية، كل هذا بهدف السيطرة عليها، أو إلحاق ضرر جسدي أو معنوي على شخصها أو إخضاعها ، أو حرمانها من ممارسة كينونتها بشكل طبيعي وحقيقي..."

- **آثار العنف الرمزي على المرأة وتداعياته:**

تفوق خطورة هذا النوع من العنف تلك المترتبة عن العنف المادي ، فالعنف المادي يلحق الضرر بالمرأة فيزيائيا أي في الجسد أو في الحقوق أو في المصالح أو في الأمن، أما العنف الرمزي فيلحق الضرر بالمرأة سيكولوجيا في الشعور الذاتي بالكرامة والقيمة والاعتبار والتوازن، وتأثير السلطة الرمزية أعمق وأخطر كونها تستهدف البنية الذهنية للضحايا. ويؤدي هذا العنف بالمرأة إلى الانكفاء نحو الذات قاتلا فيها طاقاتها ومقصيا عنها قدرتها على الإبداع كما يخلق عند المرأة صورة سلبية عن الذات وتقديرًا متدنيًا لها، فإظهار تفوق الذكور على الإناث كحقيقة ثابتة وتبخيس قيمة الأنوثة واقتصار قيم النبل على الرجولة ،هذه العملية تؤدي إلى احتقار المرأة لذاتها ولجنسها واعترافها بالتالي بنقصان وجودها وتكريس تبعيتها للرجل.

كما يعمل العنف الرمزي على إنتاج الآليات والأدوات والمعايير التي تضمن استمرار الهيمنة الذكورية وتمارس سلطة الرمز هذه الأعمال بطريقة منظمة وغير منظورة متخفية خلف حدود العيب والحرام والعادات والتقاليد التي تشكل بدورها رأسمالا رمزيًا الغاية من وضعها خدمة وظيفة أساسية تتمثل باستمرار بنى الهيمنة .ويعمل العنف الرمزي على تجريد المرأة من الثقة بالنفس ويدفعها إلى تبني عملية تبخيس ذاتية ومستمرة، كما يلعب دورا مهما في تكريس حالة اللامساواة وتأصيل الفروقات الاجتماعية لصالح الطرف المهيمن .كما تتجسد خطورة هذا النوع من العنف في انه يؤسس للأشكال الأخرى للعنف من خلال قيام النساء أنفسهن وعبر دورهن في التنشئة الاجتماعية بنشر وغرز و إعادة إنتاج المفاهيم والقيم الثقافية التي تبرر العنف ضد المرأة بل تجعله قيمة رمزية أسمى من الضحية والجلاد وبذلك تعمل المرأة على إعداد رجال مهيئين للعنف ونساء متقبلات له، و الناحية الثانية تتمثل في أن تبني المرأة مواقف مؤيدة للعنف الممارس ضدها يعرضها بشكل أكبر لدور الضحية. وقد أثبتت المسوحات الميدانية أن النساء اللواتي يؤيدن ضرب الزوج زوجته كثيرا ما يتعرضن للإساءة من جانب الزوج وإنها معرضة بشكل أكبر لأشكال العنف[10].

- **العالم الافتراضي ... الوجه الأخر للعنف اللاواعي الموجه ضد المرأة:**

يروج الإعلام المرئي ثقافة العنف بصورة خاصة ضد المرأة، يستمدها من منظومة القيم ومن أكثرها سلبية وتخلفا، ويقدم صورة تعتبر امتدادا للعنف الاجتماعي الممارس ضدها.كما أن القائمين على إعداد مثل هذه الثقافة يكرسون بوعي أو بدونه نظرة دونية للمرأة كبعد ذي خصوصية في الثقافة التقليدية من دون محاولة لفهم وإعادة النظر في مضامينها، والعمل على تطويرها والتخفيف من حدتها. [11]

فإذا كان الإعلام يلعب دورا بالغ الأهمية في تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمع بشكل عام، وينقل إليهم الرسائل التي يريد أولو الأمر توجيهها إليهم وإقناعهم بها ودفعهم إلى العمل أو السلوك بمقتضاها، فان الإعلام يلعب الدور نفسه في تشكيل صور طوائف المجتمع في ذهن أعضائه، ويلعب دورا موازيا في تثبيت صور بعينها عن الرجل أو المرأة في أذهان أفراد المجتمع... ومن الطبيعي أن يسهم في تكوين الوعي المجتمعي للمرأة سلبا أو إيجابا مستعينا برسائله الإعلامية التي تحملها وسائل الإعلام خصوصا التلفزيون الذي أصبح أداة إعلامية خطيرة، يتصل تأثيرها المتزايد بالأعمال الدرامية التي أصبحت تحتل مساحة متميزة من الخارطة الإعلامية، وتلقى التفافا واسعا من الجماهير لمتابعتها. ويحدث التأثير السلبي للإعلام عن طريق صياغة وتثبيت وإشاعة الصورة السائدة عن المرأة التابعة سواء في أذهان الرجال الذين تربوا ثقافيا وإعلاميا على أنهم الأقوى والاقوم، أو في أذهان النساء اللائي لايزلن خاضعات للاديولوجية المجتمعية السائدة عن المرأة التابعة، أو في أذهان الأطفال الذين تربوا على تمثل الصورة السائدة للمرأة، فتتابع أجيالهم المؤمنة بسلامة هذه الصورة وصحتها، ولا يراودهم الشك في مصداقيتها، سواء أصبحوا رجالا يعيدون إنتاج إيديولوجيا التفوق الذكوري التي تبقي على وضعهن المتردي، أو يمارسن العادات التي لا تخرجهن من منطقة الهامش الاجتماعي ...[12]

وهنا تطرح مسؤولية الإعلام المرئي الأخلاقية ومدى مساهمته في تكريس الصور النمطية الأنثوية رغم التطور الحاصل تكنولوجيا. ففي هذا الإطار ترى إحدى الباحثات أن السياسات الإعلامية المرئية اتجاه قضايا المرأة خاصة لم تتغير بل وتتجاهل إلى حد بعيد التطور الحاصل في دورها وموقعها على الخريطة المجتمعية... إذ يلاحظ عموما وجود فرق بين الصورة المرسومة لكل من الرجال والنساء وبين الواقع الديموغرافي والموضوعي مما يعني إهمال الإعلام للمرأة وتجاهله للتقدم النسبي الذي حققته، وعدم مواكبته له بمفهوم الهوة الثقافية وبسياسة التغييب والإقصاء التي تتعامى عن الواقع لاعتبارات شتى...[13]

- **المعايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية:**

تختلف معايير و أسس التربية الإعلامية من باحث إلى آخر ، و قد حدد جيمس بوتر خمسة معايير أساسية للتربية الإعلامية تتمثل فيما يلي:[14]

1- التربية الإعلامية سلسلة متصلة و ليست فئة.
2- التربية الإعلامية تحتاج إلى تطوير مستمر.
3- التربية الإعلامية عملية متعددة الأبعاد.
4- التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا.
5- التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية.

كما حددت الندوة التي عقدت في إسبانيا عام 2002 عددا من المعايير العامة للتربية الإعلامية، وهي:[15]

1- إن التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام سواء المقروءة أو السمعية أو البصرية.

2- إن التربية الإعلامية تكسب أفراد المجتمع المهارات التي تمكنهم من التعامل النقدي مع وسائل الإعلام.

3- إن التربية الإعلامية تساعد الجمهور على التعرف على مصادر المضامين الإعلامية و أهدافها السياسية و الاجتماعية و التجارية و الثقافية.

4- إن التربية الإعلامية تمكن الشباب و الأطفال الصغار من انتقاء الوسائل الإعلامية المناسبة التي تفيدهم.

5- إن التربية الإعلامية تعتبر جزءا من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل بلد من بلدان العالم من أجل حرية التعبير و حق الوصول إلى المعلومات، كما أنها تعتبر أداة أساسية لبناء ديمقراطية حقيقية.

6- إن التربية الإعلامية ليست عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام بل أنها عملية مرتبطة بتعلم مهارات التعامل النقدي مع وسائل الإعلام.

7- يجب دعم التربية الإعلامية بواسطة الأنظمة التربوية الرسمية و الغير رسمية.

8- يجب أن تنطوي التربية الإعلامية على الحس النقدي و المسؤولية تجاه المجتمع.

9- يجب أن تعطى الأولوية في التربية الإعلامية للشباب بين 12-18 عام و ذلك وفقا لما وافقت عليه برامج اليونسكو للإعلام و الاتصال مع الأخذ في الإعتبار الأطفال من عمر 5-12 عام بسبب متطلبات الارتقاء و التطور لهذه الفئة.

- مهارات التربية الإعلامية:[16]

1-مهارات التفكير العليا: إن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير العليا، أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها لان الإعلام مجال خصب جدا لتفعيل مهارات التفكير وبفضلها يمكن إعداد جيل من الأطفال القادرين على التفكير النقدي خاصة في زمن السماوات المفتوحة ويتم ذلك عبر مراحل تبدأ بالتحليل وتنتهي بالنتائج.

2-مهارة فهم الرسائل الإعلامية: يشير هذا المفهوم إلى القدرة على استخدام وسائل الإعلام وما يرتبط بها من أدوات تكنولوجية كالكمبيوتر والفيديو، ويرتبط بمهارات التمكن من فهم الرسالة وتفسير مختلف رموزها.

3-القدرة على الدخول للرسائل الإعلامية: حسب تعريف جيمس بوتر يشمل المهارات الأولية التي تتضمن القراءة والاستماع والمشاهدة إلى جانب القدرة على استخدام وسائل الإعلام الالكترونية وهذه المهارات مرتبطة بمستوى نضج الطفل المعرفي والوجداني والأخلاقي كما انه من الضروري إن يستمر كل من التعلم والممارسة لتحسين هذه المهارات التي تصبح تلقائية حتى يكون أكثر براءة وكفاءة عند تعرضه لوسائل الإعلام وتشمل مهارة الدخول إلى وسائل الإعلام عدة مهارات فرعية هي:

-التعرض: أي القدرة على تشغيل الوسيلة الإعلامية فعلى الطفل التمكن من معرفة الوسائل المتاحة وقنواتها وموضوعاتها ومواعيدها وبرامجها ليتمكن من تعرض أحسن لوسيلة الإعلام مما يجعله يقرر وينتقي الوسيلة والقناة والبرنامج.

-تفكيك الرموز: تختلف الرموز باختلاف الرسائل الإعلامية فهي تكون على شكل كلمات، جمل، صور وكل نوع يحتاج إلى إدراك خاص به وهنا تكمن أهمية تعليم الطفل لمهارة تفكيك الرموز.

-توفيق المعنى: نعني بها عملية ربط رموز الرسالة بمعان معينة مما يمكن من مهارة الدخول للرسائل الإعلامية.

4-مهارة تحليل الرسالة الإعلامية: إن التحليل يمكن من فهم المعنى الحقيقي للأرقام التي تقدمها وسائل الإعلام والعلاقة بين الأشياء بشكل صحيح وإرجاع الأحداث إلى أسبابها الحقيقية والبحث في مصداقية المضامين والوسائل.

5-مهارة التقويم والحكم على الرسائل الإعلامية: تتصل بتمكن الفرد من إصدار أحكام حول الرسائل الإعلامية وهذا مرتبط بخبرة الفرد ورؤيته الخاصة للعالم الذي يحيط به.

6- مهارة الاتصال وإنتاج الرسائل الإعلامية: وتشير هذه المهارة إلى معرفة الفرد وقدرته على نقل أفكاره إلى الآخرين، مما يمكن الفرد من تحديد هدفه الاتصالي. ويختار الوسيلة المناسبة لذلك والأسلوب الذي ينتهجه إضافة إلى تحديد وفهم الجمهور المستهدف من الرسالة والقدرة على استخدام اللغة الإعلامية والرموز المناسبة لإيصال المعاني.

4- الإطار التطبيقي للدراسة:

– العنف الجندري كشكل من أشكال العنف الرمزي اللاواعي ضد المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي .

يتميز هذا العنف الرمزي الموجود في العالم الافتراضي مثله مثل العالم الواقعي بالتخفي والانسياب

في العقل دون أن يشعر الفرد الضحية بهذه القوة التي تجعله يخضع لها، بحيث تبرمجه بصورة لا واعية،

وتستقر في عقله الباطني، فيحسّ وكأنه يخضع لذاته ولكنه في الحقيقة يخضع لها، وخاصة أنّه يصدر منطبقة متمركزة في موقع الهيمنة، والهدف منه هو توليد معتقدات وإيديولوجيات ترسخ في عقول الأفراد.[17] حيث ارتبطت شبكات التواصل الاجتماعي لدى كثير من مستخدمها بمشاهدة الصور المختلفة، حيث تقود موادها المصورة إلى تشكيل ابتسامات ثقافية متنوعة، تمكن جمهور المشاهدين من آليات جديدة للتفكير والتفاعل الاجتماعي من خلال الأشكال والإرشادات والأصوات والألوان والحركات بما يتيح لهم فرص تشكيل المواقف وتكوين الصور الذهنية عن المنشود والمحبذ والمفضل من هذه الصور الجاهزة.

فبأي وعي سيشعر المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي في مجتمعاتنا المحلية هذا الانزياح في دور هذه الشبكات من فضاءات للتقارب والتواصل الاجتماعي إلى بيئات رسومية افتراضية تشتغل على عنف الصورة وإغرائها في إطار ثقافة بصرية عابرة للقوميات والمسافات؟ .[18] ومن أهم أنواع العنف الرمزي الذي تتعرض له المرأة نجد العنف الجندري (النوع الاجتماعي) هاته المقاربة التي تضعنا أمام فهم العنف الممارس ضد النساء اجتماعيا وثقافيا وتاريخيا، والتي تبرز السمات

الثقافية والاجتماعية المسندة إلى الجنس البيولوجي فهي:" تصنيف ثنائي يخلق مجموعتين اجتماعيتين ويرتبهما مسندا إليهما صفات خاصة" [19]، وهنا نجد العديد من الصور والنكت التقزيمية للجنس الآخر المنتشرة عبر مواقع الفيس بوك، فمثلا نجد العنف الرمزي ضد المرأة حيث يتم تجسيدها في النكت ،خاصة في السخرية والنقد ، حيث تظهر المرأة في صور استعراضية فاضحة في هيئتها وملامحها، أو في صورة بدينة إلى حد البشاعة مع المبالغة في إظهار بعض المواضع من جسمها بشكل يثير السخرية ، فيتم مقارنتها بالمرأة الأجنبية ويتم التهكم عليها ووصفا بأقبح العبارات والصفات حيث يتم ربط المرأة الجزائرية دائما بصفة البشاعة والبدانة والتشبه بالرجال والابتعاد عن الصفات الأنثوية، فلقد أصبح همّ الإعلام المرئي عرض جسد المرأة كوسيلة لجذب المشاهدين للدعاية والإعلان ، وكذلك للإغراء الجنسي الذي ينزع إنسانيتها ويجعل منها مجرد سلعة للمتعة الرخيصة ، إذ أصبح جسدها سلعة من السلع الثقافية الذي يفتقد مواصفاته الإنسانية، ويدخل في عداد البضائع التجارية الاستهلاكية مادام انه أصبح عنصر إغراء وجذب وترويج للبضائع... وما يريده المستهلك يتجسد في ثقافة الدعاية والإعلان التي تتحول في الأخير إلى ثقافة مصنعة تجعل من المرأة دمية مثيرة فحسب لإغراء المستهلك ذكرا كان أم أنثى... فمن أهم القضايا والمشكلات التي أثارها الخبراء الاتصاليون في هذا النطاق، صورة المرأة في الإعلان فالمرأة أصبحت تحتل مكانة كبيرة في الإعلان فالعديد منها يصورها كربة بيت، والأخر يصورها كرمز للجنس والإغراء لتلعب دور المحفز للشراء . ويمكن تفصيل أشكل العنف الرمزي الجندري عبر منصات التواصل الاجتماعي كالآتي:

- ربط المرأة بالجمال الشكلي:

يتم تصوير المرأة الجزائرية على أنها فتاة غير متخلقة وأنها فتاة مادية، وأنها تفضل الزواج بالرجل الثري، ويتم مقارنتها بالمرأة الأجنبية ويتم التهكم عليها ووصفا بأقبح العبارات والصفات حيث يتم ربط المرأة الجزائرية دائما بصفة البشاعة والبدانة والتشبه بالرجال والابتعاد عن الصفات الأنثوية، حيث يرى الشباب أن الأنوثة تعني بالضرورة جمال الشكل، الأمر الذي يولد عنف رمزي على الفتيات الجزائريات خصوصا اللواتي لا يتمتعن بهذا القدر من الجمال، مما قد يولد لديهن هاجس وهوسا بإجراء عمليات التجميل للتشبه بالأجساد المعروضة على مواقع التواصل الإجتماعي والذي لا يفتأ الذكور بالتغني بها وذكرها وتمني الحصول على زوجة مماثلة لها، في المقابل نجد أن النساء الغير قادرات على إجراء عمليات التجميل يتولد لديهن نوع من قلة الثقة بالنفس واحتقار الذات. و في الوقت الذي تصر فيه الكثير من القنوات الإعلامية المرئية على تقديم صور أنثوية تقليدية من خلل إبراز الجمال الخارجي كقيمة أساسية بل ورئيسية أيضا في حياة المرأة والتي تعتبر أقوى الأسلحة استقطابا للأخر، ظهرت أكثر من 2500 دراسة وبحث ومن مختلف الأنواع حول العلاقة بين وسائل الإعلام والعنف منها دراسات متعلقة بمضامين أفلام الاغتصاب والأفلام الخلاعية ، حيث نشرت دراسة في أمريكا عام 1984 تشير إلى أن معدلات بيع مجلات خلاعية ترتبط بمعدلات الاغتصاب المسجلة في دائرة الشرطة في الولايات الخمسين... في مقابل ذلك أثبتت دراسات أخرى قلة الأفلام التي تحكي عن تأثيرات الاغتصاب من وجهة نظر المرأة وما يصاحب ذلك من شلل كلي وخوف من صورة الأب، وبرودة تامة كتعبير عن الهروب من الوضعية .أما الماسي والمهانة ومشاعر الذنب التي تجتاحها بعد ذلك فلا يحكى عنها... وهنا نستعرض مجموعة من الصور المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستهين بجمال المرأة الجزائرية مرفوقة بالعبارات التقزيمية.

ونظرا لهذا التأثير فانه بالإمكان التأكيد على أن الصورة المرئية تتحول فعليا إلى عنف إعلامي، وربما تساهم في انتشار مظاهره لما لها من تأثير كبير على شخصية " المتلقية" من خلال الرسائل الجنسية السلبية التي تبثها باستمرار.

مشكلة البدانة والسمنة وربط مفهوم الأنوثة بالرشاقة والنحافة وتضاريس الجسد :

حيث نجد العديد من الصور الساخرة التي يتداولها الشباب الذكور بغية التنفيس عن غضبهم وتعبيرا عن إعجابهم بأجساد بعض النساء من عارضات أزياء وفنانات ، تولد عنف رمزي ضد النساء بشكل لاواعي، حيث أن هاته الصور تحطم الثقة النفسية لدى الفتيات وعدم تقبل الذات وتثبط عزيمتهم خاصة وان غالبية الصور تولد عدم تقبل البدينة وأنها امرأة غير جذابة وأنها لا تصلح لشيء سوى للأكل . فلحصول على جسم نحيف خال من الدهون المتراكمة والمكتنزة يكاد يكون حلما صعب المنال للكثير من الفتيات والنساء في العالم العربي. وحتى بعد النجاح في عملية إنقاص الوزن، تواجه السيدات تحديا أكبر حجما يصيب عدد كبيرا منهن بالإحباط، في كثير من الأحيان. التحدي الثاني والأصعب هو الحفاظ على الوزن الجديد الأقل كيلوغرامات .والغوص في هذه المتاهة، دفع بالحالمات بالرشاقة إلى إجراء عمليات الشفط وعمليات تضييق المعدة، بحثا عن نتائج فعالة في وقت قياسي يجنبهن "عناء" الرياضة. وهذه عبارة عن بعض الصور التي تسخر من المرأة البدينة وتمجد المرأة صاحبة الجسد الممشوق.

وعليه فان الإنسان المعاصر أصبح عبدا لجسده بفعل ما تقدمه المرسلات الإشهارية من أجساد جميلة وجذابة نموذجية وغير راض على جسده الذي يقارنه بالأجساد الإشهارية مما يخلق لديه مشاكل نفسية عميقة. فبما أن هناك هوة عميقة بين جسد الفرد العادي والجسد النموذجي الذي يسوقه الإشهار فإن كثيرا من الأفراد أصبحوا يستثمرون في أجسادهم باعتبارها واجهتهم الوجودية وهويتهم في علاقتهم بالعالم الخارجي..

وتكشف دراسات أمريكية في هذا المجال نشرها المعهد الوطني حول الميديا والعائلة بالولايات المتحدة الأمريكية أن نسبة الفتيات غير الراضيات على أجسادهن قد بلغت 53 في المائة عند سن الثالثة عشرة، وترتفع هذه النسبة إلى 78 في المائة عند السابعة عشرة، كما أكدت العديد من الفتيات بأنهن أقل ثقة بأنفسهن ويشعرن بالغضب وغير راضيات على وزنهن ومظهرهن الخارجي مقارنة بالجسد الإشهاري الجميل الذي سربه الإشهار إلى وعيهم الجمعي.

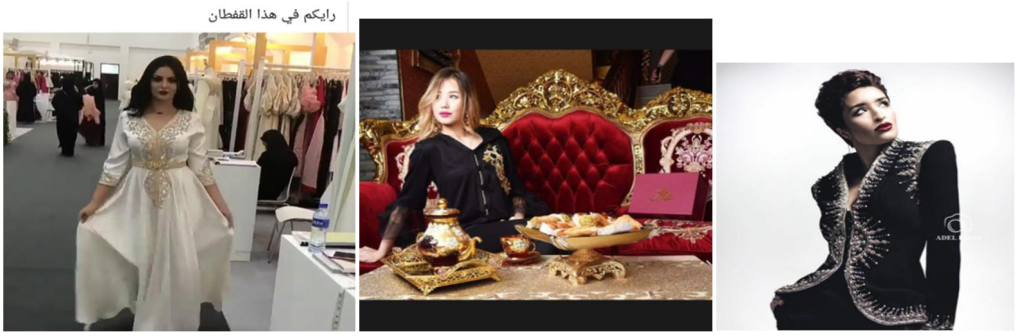
سلعنة جسد المرأة :

تعتبر سلعنة الجسد الأنثوي عنفا لا يقل عنفا وخطورة على باقي أنواع العنف التي تمارس في حق المرأة، كالضرب والتحرش والإهانة والتمييز.. وإذا كانت المرأة قد ربحت هامشا كبيرا من الحرية في هذا

العصر، فالمطلوب في هذه اللحظة الحاسمة هو تنمية ذلك الهامش وتوسيعه إلى الحد الذي يحتل فيه الهامش نصف الصفحة.

[20] حيث لقد أدرك علماء الإشهار أن الصورة أقوى من ألف كلمة كما يقول المثل الصيني في زمن يعرف بزمن «إمبراطورية الصورة»، كما أدركوا أن حضور الجسد الأنثوي بالأخص في الوصلات الإشهارية أكثر نجاعة في التسليع والتأثير على المتلقي.. فمعظم ما تبيعه الشركات ليس إلا رموزا أو معان فقط. إن الخطاب الإشهاري سلعنة للذوات وبالتالي فإن آخر تعريفات الفلسفة للإنسان مع كاسيرر أنه حيوان رامز ربما لم تعد صحيحة، فالإنسان لم يعد منتجا للرموز بل أصبحت تنتجه و تستهلكه هاته الرموز ويستهلكها... إنه فن إغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة.. ففي مجتمع الاستعراض يتحول المستهلك الواقعي إلى

مستهلك الأوهام. لقد قال أحد الباحثين في هذا المجال إن «الإشهار جيفة تواجهنا بالابتسام.. ،كما ظهر ما يعرف حاليا بعرض الأزياء أي استخدام المرأة لعرض الملابس والمنتجات ، مما يرسخ صورة نمطية لدى الشباب حول المرأة مفادها أن المرأة هي دمية جميلة الجسد راقية المظهر .وهذه مجموعة من الصور المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة التجارية منها التي تستخدم جسد المرأة لتسويق السلع والمنتجات.



فهم وسائل الإعلام عرض جسد المرأة، وبالأخص جسدها كوسيلة لجذب لمشاهدين للدعاية والإعلان، وكذلك للإغراء الجنسي. فكثيرا ما تظهر المرأة وهي عارية، وفي حالات تبرز فيها مفاتنها ، ووضعيات فيها إثارة وإغراء جنسي، والأبشع من ذلك كله تجارة الجنس الرخيص الذي ينزع إنسانيتها ويجعل منها مجرد سلعة للمتعة الرخيصة. وبهذا أصبحت المرأة الرخيصة تسعى إلى استغلال جسدها ومفاتنها حسب معادلة العرض والطلب في السوق التجاري الذي هو سوق

ذكوري بالدرجة الأولى، إذ يصبح جسدها سلعة من السلع الثقافية الذي افتقد مواصفاته الإنسانية ودخل في عداد البضائع التجارية الاستهلاكية مادام انه أصبح عنصر إغراء وجذب وترويج للبضائع

وما يريده المستهلك يتجسد في ثقافة الدعاية والإعلان التي تتحول في الأخير إلى ثقافة مصنّعة تجعل من المرأة دمية مثيرة فحسب لإغراء المستهلك ذكرا كان أم أنثى.[21]

ولقد توصّلت إحدى الدراسات حول المرأة والإعلام أن المرأة لا تتعرض للتشويه في أجهزة الإعلام الغربي، بل في وسائل الإعلام العربي كذلك ، فالإعلام العربي في كثير من الأحيان يبتعد عن واقعها ولا يتعرض لمشكلاتها الأساسية ويتجاهل انجازاتها في المجتمع وانجازات المجتمع لها، وهو لا يخاطب عقلها وإنسانيتها بل يتعامل معها إما كسلعة إذا كانت جميلة أو كمادة للسخرية إذا كانت ذات انجازات واضحة، فيصورها في صورة المرأة المسترجلة، وكان الانجاز هو صفة للرجل بالضرورة، وإذا ما تحدّث الإعلام عن انجازات المرأة بحياد فإنما يأتي التناول في معظمه احتفاليا مختزلا ومقتطعا من السياق...ولعل احد أهم وسائل علاج هذا الوضع هو الاعتراف بالحاجة إلى استراتيجية إعلامية جديدة تواجه هذه التحديات بفكر جديد وأساليب مبتكرة ، فعلى الإعلام تقع مسؤولية إعادة تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي للرجال والنساء على حد سواء...[22]

جسد المرأة وكذبة ملكات الجمال :

حيث نجد العديد من الصور الساخرة التي يتداولها الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل غالبا في طرح صور لمجموعة من الفتيات اللاتي شاركن في مسابقات ملكات الجمال لتنهال عدة تعليقات على هاته الصور منهم من يشيد بجمال هاته الفتيات المتسابقات ويعتبرهن رمزا للجمال وضرورة أن تقلدهن جميع الفتيات في المجتمع لتكن مثلهن ، في حين هنالك فئة تنتقد المشاركات وتعلق عليهن وتعمم الأحكام على جميع بنات المجتمع كوصفهن أنهن فتيات بدون أخلاق ، وأنهن رجال متشبهات بالإناث وانه ورغم محاولات الفتيات الجزائريات إلا أنهن غير قادرات للوصول إلى مستوى جمال باقي فتيات العالم وخصوصا الغربيات، ناهيك أن هاته المسابقات هي في حد ذاتها انتهاك لحرمة أجساد النساء، فهي عبارة عن عرض لجسد المرأة أمام المتابعين، مما يولد عنف رمزي ضد النساء بشكل غير واعي .

وفي هذا السياق فان الممثلة الأمريكية الشهيرة، مارلين مونرو، التي تعتبر نجمة هوليودية ورمزاً جنسياً عالمياً، كتبت في رسالتها الأخيرة قبل أن تضع حداً لحياتها نصيحة موجهة للنساء "يا نساء العالم احذرن من المخرجين والمنتجين فإنهم يريدون أن يتاجروا بجسدك "..

قيمة المرأة أصبحت ابخس من المنتوج المُسوّق له، ويكفي أن نتطرق ونشير إلى أضخم كذبة في التسويق وهي انتخاب ملكات الجمال، والتي تهدف بالأساس للكسب المادي وكذلك إعطاء الشرعية على استغلال جسد المرأة لجني الأرباح، ورغم كل هذا الاستهتار بمكانة المرأة وموقعها في المجتمع واستغلال جسدها بشكل يومي من اجل المكاسب المادية رغم كل هذا لم نشاهد أي ناشطة نسوية تقوم بنزع وتمزيق لافتة إعلانية عليها صورة امرأة غير محتشمة تقوم بدعاية لملابس داخلية على سبيل المثال لتعلن بذلك عن رفضها لسلعنة الجسد النسائي ولكن لو قام إنسان متدين بتمزيقها بهدف المحافظة على كرامة واحترام المرأة لقامت الدنيا ضده متهمة إياه بالرجعية والتخلف وفي مقدمة مهاجميه ستقف بدون أدنى شك الكثير من الحركات النسوية. وعلى النساء اللاهثات وراء الشهرة أن تتذكر بأنها مشروع لسلعنة الجسد من اجل المكاسب المادية، وأنها في نهاية الأمر ستتوصل لهذه النتيجة ولكن سيكون ذلك في وقت متأخر جداً، وقد تكتب احدهن ما كتبته مارين مونرو وهي تلفظ أنفاسها الأخيرة "وددت لو كنت أماً سعيدة." حيث توضح الصور أدناه صور لمجموعة من المتنافسات في مسابقات الجمال التي انتشرت مؤخرا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تثبت من جديد تمجيد الشباب الجزائري لجسد المرأة وليس فكرها.

حصر الصورة النمطية للمرأة:

هناك العديد من الصور الساخرة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي يركز فيها الشباب على إعطاء صورة نمطية للمرأة حيث يتم ربط ادوار المرأة في الاهتمام بالبيت والأطفال وإرضاء الزوج، واعتبار كل امرأة تخرج من هذا الإطار هي امرأة مسترجلة وغير صالحة للزواج، حيث تشير إحدى الدراسات المصرية عن صورة المرأة في الأفلام السينمائية (ضمت 410 فيلم سينمائي)، وتضمنت ما يقرب من 460 شخصية نسائية احتلت أدوارا اجتماعية متعددة ومستويات اقتصادية متباينة، إلى أنه على الرغم من هذا التعدد فان المرأة ظهرت من خلالها في دورها التقليدي أو الأنثوي، حيث صورت كمخلوق وجد لإمتاع الرجل، فلا تشغلها القضايا العامة لمجتمعها، ولا تتأثر بمشكلاته القومية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، بل يشغلها دائما أمور الحب والزواج والرغبة في الإنجاب، وحتى عندما صورت كعاملة أو دارسة للعلم أو مشاركة في تنمية مجتمعها ، فإنها لم تظهر إلا بنسب ضئيلة جدا. والصور أدناه توضح أن نظرة الشباب للمرأة هي نظرة نمطية مكانها فقط هو المطبخ والمهام المنزلية، وإمتاع الزوج وتلبية رغباته.

وإضافة للعنف فان التأثير السلبي يتجلى أيضا بتكريس الأدوار النمطية للنساء والفتيات وحصرهن في ادوار اجتماعية بعينها(أم، أخت، زوجة، ابنة...) وتثبيت تلك الصور السائدة عن المرأة التابعة سواء في أذهان النساء اللائي لازلن خاضعات للإيديولوجية المجتمعية، أو في أذهان الأطفال الذين يتربون على تمثّل تلك الصور فتتابع الأجيال الجديدة مسيرتها وهي محملة بتلك الصور النمطية إلى أن يصبحوا رجالا يعيدون إنتاج إيديولوجيا التفوق الذكوري الذي يبقي النساء في وضعهن المحصور في الهامش وكأنه أمر من البديهيات والمسلمات...[23]

كذلك هاته الصور تصور المرأة على أنها كائن معطل للاقتصاد وللإنتاجية، فهي كسولة وغير منتجة، بل متسببة في رفع نسبة البطالة بين الرجال ... هذا إلى جانب المشكلات التي يسببها خروجها إلى العمل.

التربية الإعلامية كحل لمواجهة المضامين العنيفة اللاواعية :

تتضح أهمية التربية الإعلامية؛ أي تربية الأطفال والمراهقين على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، خاصة بعد أن هيمنت وسائل الإعلام بقدراتها الخارقة على الساحة الدولية، وأصبحت تشكل خطورة على الجمهور المتلقي غير الواعي، حيث يصبح ضحية لكل ما يقدم له دون التمييز بين ما يضره وما ينفعه، خاصة إذا كان هذا الجمهور من الأطفال والمراهقين، الذين يجدون أنفسهم في مواجهة تلك المضامين بما تحتويه من عنف وإثارة وقدرة على خلق حاجيات وهمية دون أدنى المستويات المعرفية التي تعينهم على التمييز بين الحاجة والرغبات اللامتناهية ، وهذا يعني عدم الاستسلام لمضامين وسائل الإعلام، وتحمل المسؤولية الكاملة لتعليم النشء فكرة المتلقي النشيط القادر على الاختيار، ومنح التأييد أو الرفض أو المقاومة للوسائل وللرسائل الإعلامية، وهو ما أكدته نظريات المعرفة الإدراكية وفكرة الإدراك الانتقائي و دور المتلقي في بناء وتغيير الرسالة الإعلامية، وأنه يشارك بصورة فعالة وديناميكية في عملية إقناعه، ومن هذا المنطلق لا بد - كما قال عبد الوهاب بوخنوفة - من تربية الأطفال على التعامل مع هذه الوسائل ومعرفة طبيعتها ومنطق عملها وسيرها وكيف تنتج المعنى، وتعليمهم فك الرموز ولغة هذه الوسائل من خلال تعليمهم كيفية فهم وتحليل الصورة التي تشكّل أساس المحتويات الإعلامية...

ينبغي إذن أن نعطي أطفالنا وشبابنا وحتى شاباتنا لمواجهة العنف الرمزي المنتج من طرف وسائل الإعلام الوسائل الفكرية لتمكينهم من تحقيق تلق فاعل وناقد للرسائل، وإعطائهم إمكانية إنتاج وإبداع الرسائل بأنفسهم، والتعبير عن أنفسهم بواسطة هذه اللغة، وبديهي أنه كلما اتجهنا نحو عمق القرن الحالي كان واضحا أننا في حاجة إلى تطوير المهارات المرتبطة بالاستخدام والتحليل الإعلامي في حياتنا المهنية وحياتنا الإعلامية.[24]

لذا ينبغي على الجمهور عند تلقيه للمضامين الإعلامية، خاصة منها التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتصف بأنها رسائل مجهولة المصدر وتفتقد للصدق والدقة ، أن يقوم بطرح أسئلة ترتبط بمضمون هاته الرسائل:[25]

1- ما الفرق بين الرسالة الواقعية وغير الواقعية؟ 2- ما الذي تضيفه الرسالة إلى خبراتنا الحياتية؟

3- ما الذي يتم التركيز عليه أو حذفه وإهماله في الرسالة الإعلامية؟

4- هل يتم معالجة قضايا ومشاكل الجمهور المستهدف بصدق وواقعية وموضوعية؟

5- هل يتم تمثيل مختلف الشرائح والطبقات الاجتماعية؟ أم يتم التركيز على طبقة بعينها؟ وكيف يتم تمثيلها؟

6- ما طبيعة القيم والمعتقدات والسلوكيات التي تعكسها الرسالة ومدى ملائمتها مع قيم ومعتقدات المجتمع؟

4. خاتمة:

في الوقت الذي نؤكد فيه على التنمية المجتمعية ، يبث الإعلام المرئي وخصوصا الرقمي اليوم ، صورا إعلامية جنسية بالدرجة الأولى بأشكال متنوعة ومختلفة تتضمن رسائل إعلامية خطيرة متناقضة التوجهات والأوجه في الآن نفسه، إيديولوجية بالدرجة الأولى ،ذات أبعاد سياسية وثقافية مؤثرة وبشكل كبير على سلوكيات الكثير من النساء والفتيات اللواتي غالبا ما يقعن ضحية هذه الرسائل عن لاوعي لاسيما إذا كانت معارضة أو متناقضة مع جملة الطابوهات والمقدّسات والممنوعات التي تحيط بهن...

إن الصور الإعلامية العصرية المتحررة والنماذج الدخيلة المطروحة لم تستوعب بعد، أو ربّما استوعبت جزئيا أو سطحيا مثلما هو ملاحظ واقعيا بل وساهمت في تشكيل نموذج إنساني أنثوي جد معقد، متناقض ومتصارع تتعايش معه المرأة تؤدي مهامها في ظل تغيرات اجتماعية وبروز أفكار واتجاهات حديثة... هذا التناقض قد يكون مصدر عنف متعدّد الأشكال في ظل التنميط الجنساني للأدوار الجنسية من جهة والسيطرة الذكورية من جهة أخرى...فسلعنة الجسد الأنثوي يعتبر عنفا لا يقل عنفا وخطورة على باقي أنواع العنف التي تمارس في حق المرأة، كالضرب والتحرش والإهانة والتمييز.. وإذا كانت المرأة قد ربحت هامشا كبيرا من الحرية في هذا العصر، فالمطلوب في هذه اللحظة الحاسمة هو تنمية ذلك الهامش وتوسيعه إلى الحد الذي يحتل فيه الهامش نصف الصفحة. وبما انه لا يمكن بل من المستحيل أن نمنع الشباب اليوم من مشاهدة التلفاز والمضامين العنيفة ، وكذا الولوج إلى الفضاءات

الافتراضية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتداول مختلف الصور والبيانات التي من شانها أن تمس السلامة النفسية والصحية للمرأة من خلال تكريس العنف الرمزي ، الأمر الذي يفرض علينا تربية الأجيال القادمة إعلاميا بالاعتماد على مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية .

6. قائمة المراجع:[تبع]

الكتب العربية:

- بن مرسلي أحمد ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة2، الجزائر،2003 .

- حجاب محمد منير: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة، 2000.

- إبراهيم الحيدري ، النظام الأبوي وإشكالية الجنس عند العرب ، دار الساقي، بيروت ،ط1، 2003.

- السيد محمد بدوي ن مبادئ علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988.

المذكرات:

- عبد اللطيف محمد رشا ، معايير التربية الإعلامية و كيفية تطبيقها في مصر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2011.

- حمزة السيد حمزة خليل: استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والاشباعات المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجيستير في الإعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، سنة 2012.

المقالات:

- عائشة لصلج، العنف الرمزي عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية، قراءة في بعض صور العنف عبر الفيسبوك، مؤسسة دراسات و أبحاث مؤمنون بلا حدود، 28 يونيو 2016.

- أسماء جميل رشيد، التاريخ 2012/04/04،تجليات العنف الواقع على النساء –قراءة في مفهوم العنف الرمزي ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" العراق.

- نعيمة رحماني ، زينب دهيمي ، الانترنت- العالم الافتراضي والعنف الرمزي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة ، العدد 11، سبتمبر 2014.

- فريد الصغيري،شبكات التواصل الاجتماعي للشباب والفضاءات الجديدة لصناعة الصورة العنيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة قفصة، تونس، العدد 12، نوفمبر 2014.

- ليبر ، النوع الاجتماعي: العنف والفضاءات العامة، 2008.

- حسن الخطيبي ، صدر يوم 5 يونيو 2013، الإشهار امرأة: تسليع الأنثى وتأنيث السلعة،مقال بالمجلة الالكترونية ا"لاحداث المغربية "، تم الولوج يوم 2016/02/28 على الساعة 11.46.

- رجم جنات, «أهمية التربية الإعلامية ومدى وعي الأولياء بها في الوسط الأسري دراسة استطلاعية على عينة من الأولياء بمدينة سطيف» ، مجلة العلوم الاجتماعية سطيف 2، العدد 22 جوان 2016.

- هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015.

- زهير حطب وعباس مكي، السلطة الأبوية والشباب ، دراسة ميدانية اجتماعية نفسية حول السلطة وتمثلاتها، معهد الإنماء العربي، بيروت، 1985.

- ندوة التربية الإعلامية للشباب،(فبراير 2002) "توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية و الثقافة و العلوم، اليونسكو، إسبانيا.

مواقع الكترونية:

- حسني إبراهيم عبد العظيم: 2017/01/27، مفاهيم سوسيولوجية حديثة، العنف الرمزي، الحور المتمدن، **http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=345404**

- رندة سنيورة وريم عبد الهادي ، يوم 2003/02/20 ، العنف ضد المرأة ظاهرة عامة أم خاصة، مقال صدر بالجريدة الالكترونية الحوار المتمدن ،العدد 403، على الموقع الالكتروني **www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=1619**

- جابر عصفور ، المرأة والإعلام، بتاريخ 1مارس 2003 ، مقال صدر بجريدة الحوار المتمدن الالكترونية، العدد412، على **www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=996**

- دلع الرحبي : دور الإعلام في التنمية البشرية على : **www.undp.org.sa/sa/documents/newsroom/2006/media/dal aa alrahbi-women.pdf**.

المراجع الأجنبية:

- W. James Potter, , (, 1998) Media Literacy, London, Sage publication.

- W .GAMES. POTTER; THEORY OF MEDIA LITERACY: A COGNITIVE APPROACH; SAGE PUBLICATIONS; 2004.

7. هوامش:

[1] بن مرسلي أحمد ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة2، الجزائر،2003 ،ص84.

[2] حجاب محمد منير: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة، 2000، ص81.

[3] حسني إبراهيم عبد العظيم: 2017/01/27، مفاهيم سوسيولوجية حديثة، العنف الرمزي، الحور المتمدن، http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=345404

[4] عائشة لصلج، العنف الرمزي عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية، قراءة في بعض صور العنف عبر الفيسبوك، مؤسسة دراسات و أبحاث مؤمنون بلا حدود، 28 يونيو 2016، ص 8.

[5] حمزة السيد حمزة خليل: استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والاشباعات المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجيستير في الإعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، سنة 2012، ص139

[6] W .GAMES. POTTER; THEORY OF MEDIA LITERACY: A COGNITIVE APPROACH; SAGE PUBLICATIONS; 2004; P118.

[7] هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 226.

[8]أسماء جميل رشيد، التاريخ 2012/04/04،تجليات العنف الواقع على النساء – قراءة في مفهوم العنف الرمزي ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" العراق، ص 2.

[9]رندة سنيورة وريم عبد الهادي ، يوم 2003/02/20 ، العنف ضد المرأة ظاهرة عامة أم خاصة، مقال صدر بالجريدة الالكترونية الحوار المتمدن ،العدد 403، على الموقع الالكتروني www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=1619

[10]أسماء جميل رشيد، تجليات العنف الواقع على النساء –قراءة في مفهوم العنف الرمزي، مرجع سابق ، ص 3.

[11] زهير حطب وعباس مكي، السلطة الأبوية والشباب ، دراسة ميدانية اجتماعية نفسية حول السلطة وتمثلاتها، معهد الإنماء العربي، بيروت، 1985، ص 24.

[12] جابر عصفور ، المرأة والإعلام، بتاريخ 1مارس 2003 ، مقال صدر بجريدة الحوار المتمدن الالكترونية، العدد412، على www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=996

[13] دلع الرحبي : دور الإعلام في التنمية البشرية على : www.undp.org.sa/sa/documents/newsroom/2006/media/dalaa alrahbi-women.pdf.

[14] W. James Potter, , (, 1998) Media Literacy, London, Sage publication, P05.

[15] ندوة التربية الإعلامية للشباب،(فبراير 2002) "توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية و الثقافة و العلوم، اليونسكو، إسبانيا، ص1.

[16] W .GAMES. POTTER; THEORY OF MEDIA LITERACY: A COGNITIVE APPROACH; SAGE PUBLICATIONS; 2004; P118.

[17]نعيمة رحماني ، زينب دهيمي ، الانترنت- العالم الافتراضي والعنف الرمزي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة ، العدد 11، سبتمبر 2014،ص 307.

[18] فريد الصغيري، شبكات التواصل الاجتماعي للشباب والفضاءات الجديدة لصناعة الصورة العنيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة قفصة، تونس، العدد 12، نوفمبر 2014، ص 413.

[19]ليبر ، النوع الاجتماعي: العنف والفضاءات العامة، 2008، ص 5.

[20]حسن الخطيبي ، صدر يوم 5 يونيو 2013، الإشهار امرأة: تسليع الأنثى وتأنيث السلعة، مقال بالمجلة الالكترونية الأحداث المغربية "، تم الولوج يوم 2016/02/28 على الساعة 11.46.

[21]إبراهيم الحيدري ، النظام الأبوي وإشكالية الجنس عند العرب ، دار الساقي، بيروت ،ط1، 2003، ص 381.

[22] السيد محمد بدوي ن مبادئ علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص 279.

[23] دلع الرحبي ، مرجع سابق .

[24] رجم جنات, «أهمية التربية الإعلامية ومدى وعي الأولياء بها في الوسط الأسري دراسة استطلاعية على عينة من الأولياء بمدينة سطيف» ، مجلة العلوم الاجتماعية سطيف 2، العدد 22 جوان 2016، ص 6.

[25] عبد اللطيف محمد رشا ، معايير التربية الإعلامية و كيفية تطبيقها في مصر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2011، ص 153.