

دور وسائل الإعلام الحديثة في إبراز دور المرأة في مجتمع منغير د.نادية بن ورقلة جامعة الجلفة

ملخص :

على الرغم من المكاسب الكثيرة و الرائعة التي حققتها المرأة العربية مؤخرًا ، فإنه لا يزال هناك العديد من المعوقات و الصعوبات التي تحول دون تفعيل مشاركة حقيقية للنساء في الوطن العربي. إذ تعتبر مشاركة المرأة في الحياة السياسية والمجتمعية مؤشر ومقياس على تقدم وتحضر المجتمع ، إذ لم يمنع الضغط الممارس على النساء من مشاركة هذه الأخيرة في الثورات التي شهدتها مختلف الدول العربية مؤخرًا ، هذا و تكمن أهمية الإعلام في إبراز قضية المرأة و الدفع بها إلى الأمام، إذ يلعب الإعلام دورًا مهمًا في إبراز دور المرأة مع الإشارة إلى المفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم و المشاركة الاجتماعية و السياسية و شغل المناصب العامة و اختيار الزوج و الأمومة و غيرها من الوظائف من خلال الوسائل الإعلامية المتعددة .

الكلمات المفتاحية : مشاركة النساء ، دور الإعلام ، قضية المرأة ، الوسائل الإعلامية المتعددة .-

-Abstract :

Despite the impressive achievements made recently by Arab women, there are still many obstacles and difficulties that prevent their real participation. Arab women participation in political and community life can be considered as an indicator of progress and development of a society. Notably, the pressure exerted on women has not prevented their participation in the recent revolutions witnessed by various Arab countries. The importance of the media lies in highlighting women's issues and pushing them forward. In fact, the media plays an important role in highlighting the role of women, with reference to concepts related to their rights to education, social and political participation, maternity and other roles and challenges and thus through the different media representation.

-Keywords: women's participation, media representation of women, women's challenges.

مقدمة :

إن المرأة في الحقيقة، ليست نصف المجتمع فحسب، بل هي أيضا والدة ومربية للمجتمع بأسره في مدرسته الأولى على الأقل التي تطبعه إلى حد بعيد في بقية مراحل حياته. من هنا تأتي أهمية وضرورة العناية بالمرأة، بل وإعطاءها الأولوية في ذلك على الرجل. فالمرأة، على هذا الأساس، هي عماد المجتمع، فإذا ما وقعت العناية بها و إبلأها ما يوافق قيمتها وأهميتها من الاعتبار الصحيح والعناية الفائقة، استقام المجتمع كله وصلح حاله. أما من أهملها وحطّ من قيمتها وإنسانيّتها وتجاهل وجودها كعضو فاعل في المجتمع، له قيمته المركزيّة، فقد هدم المجتمع أو على الأقلّ، فقد أضربّ بالمجتمع ضررا بليغا . فمنذ انطلاق دعاوى تحرير المرأة العربية في بداية القرن الماضي، بدأت قضايا المرأة تأخذ مكانها في وسائل الإعلام العربية، ومع تطور هذه الوسائل تطورت معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة وصولاً إلى عصرنا الحاضر الذي بتنا نشهد فيه العديد من وسائل الإعلام الموجهة للمرأة ومعالجة قضاياها، من مطبوعات صحفية إلى برامج تلفزيونية إلى مواقع على الشبكة العنكبوتية، حتى بتنا نشهد تنافساً في طرح مشاكل المرأة بين هذه الوسائل لكسب أكبر حجم ممكن من الجمهور .

و على الرغم من المكاسب الكثيرة و الرائعة التي حققتها المرأة العربية مؤخرًا ، فإنه لا يزال هناك العديد من المعوقات و الصعوبات التي تحول دون تفعيل مشاركة حقيقية للنساء في الوطن العربي. إذ تعتبر مشاركة المرأة في الحياة السياسية والاجتماعية مؤثر ومقياس على تقدم وتحضر المجتمع ، إذ لم يمنع الضغط الممارس على النساء من مشاركة هذه الأخيرة في الثورات التي شهدتها مختلف الدول العربية مؤخرًا ، هذا و تكمن أهمية الإعلام في إبراز قضية المرأة و الدفع بها إلى الأمام، إذ يلعب الإعلام دورا مهما في إبراز دور المرأة مع الإشارة إلى المفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم و المشاركة الاجتماعية و السياسية و شغل المناصب العامة و اختيار الزوج و الأمومة وغيرها من الوظائف من خلال الوسائل الإعلامية المتعددة ، و انطلاقا مما ذكرنا سنأتي إلى طرح السؤال الآتي :

* ما هو دور الإعلام في إبراز موقع المرأة العربية في ظل التحولات التي تشهدها المجتمعات المعاصرة؟
 حاز موضوع الدور الإعلامي للمرأة العربية من حيث التمثيل والتمكين في وسائل الإعلام في إطار قضايا التحرر والديمقراطية، حيزا كبيرا في الشأن العربي منذ عقود خلت. هذا و يرى كثيرون أن المتابع لهذه الوسائل يلحظ أنها تركز على مجموعات معينة من القضايا التي يصفها البعض بالخبوية، في الوقت الذي تغيب عن ساحة المعالجة العديد من القضايا التي ما زالت تعانها المرأة العربية في العديد من أقطار الوطن العربي، فالمرأة العربية ما زالت تعاني مشاكل الأمية وتأمين الرعاية الصحية، وتأمين تكافؤ الفرص في التعليم والعمل، وصولاً إلى دمجها في الحياة العامة وتمكينها اقتصادياً وسياسياً، والكثير من القضايا التي غابت عن المعالجة الجدية والفاعلة، في الوقت الذي تطغى قضايا المرأة الشكلية على وسائل الإعلام، فينصب التركيز على الموضة والأزياء والتجميل، الأمر الذي يدفع المتابعين للشأن الإعلامي إلى اتهام نسبة كبيرة من وسائل الإعلام العربية بأنها تسير في ركب وسائل الإعلام الغربية التي سعت إلى تسليع المرأة، والتكسب مادياً من طرح القضايا الشكلية التي تخصها، في الوقت الذي تحيد عن بساط البحث والمعالجة العديد من القضايا المهمة التي تعتبر أولوية لجمهور النساء العربيات .

وإذا ما كانت الظروف التي مرت بها المنطقة العربية، قد أجلت وخفّضت من حجم الاهتمام الحكومي والشعبي في إمكانية زيادة هذا الدور، فإن ظروف تغير هيكلية النظام الدولي والإقليمي وجملة المتغيرات العالمية، وتكرير الدعوة للقضاء على التمييز العنصري على أساس الجنس، والدعوة لتتصيب المرأة أعلى المناصب السياسية والإدارية والقيادية في البلاد العربية، فإن جملة تلك المتغيرات دفعت العديد من الدول العربية لتغيير نظرتها للمرأة العربية التي بدأت تخرج من دورها الجندري في المجتمع كعضو قاصر إلى عضو فاعل يساهم في بناء الحياة الاجتماعية والسياسية، وتشكيل أطر جديدة للتنمية المستدامة على أساس الحق الكامل للمرأة العربية في مقاسمة الرجل لشؤون الحياة العامة، كما هو الحال في القضايا الاقتصادية والاجتماعية .

و رغم أن هذا التحول التدريجي لدور المرأة في وسائل الإعلام من حيث التمثيل والمشاركة في صناعة الصورة الإعلامية المناسبة منها وعنها، لم يأخذ صورته النهائية والمقبولة في كافة الأقطار العربية، نتيجة تركيبة بعض المجتمعات التي ما زالت تعمل بالنظام القبلي والعشائري، فإن مكنم الخوف الحقيقي لدور

ومشاركة المرأة في السياسة الإعلامية يتجلى في جملة المنظومة الاجتماعية والدينية والتاريخية للأمة العربية وشعوبها، حيث ورغم ما أحرزته المرأة من تقدم ملحوظ خلال السنوات الماضية على مستوى العمل الإعلامي وتمثيل قضايا المرأة في مختلف وسائل الإعلام، إلا أن هناك تيارات اجتماعية ذات ارتباطات قبلية وعشائرية، فضلا عن النظرة التقليدية لبعض النساء، ما زالت ترفض أو غير منقبلة لمبدأ حرية المرأة في تولي المناصب الإعلامية والحرية بالتعبير عن قضاياها من واقعها القائم، كما هو الحال بالقبول بعملها في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والعسكرية الأخرى.

يضاف إلى ما سبق تحديات ثقافية واجتماعية أخرى تتعلق بالدور الجندي التقليدي للمرأة، وتحديات سياسية واقتصادية وقانونية تمس في جزء كبير منها الإطار القانوني لتكريس عمل المرأة الإعلامي، فلا يمكن أن يكون الحديث عن علاقة الإعلام بموضوع المرأة مجرد حديث عن تقنية التواصل وارتباطها بمسألة إدماج النوع الاجتماعي في التنمية، بقدر ما هو مسألة شائكة تتعلق بمنظور فكري وسياسي تحمله وسائل الإعلام، وتروجه داخل المجتمع انطلاقا من خلفيات ثقافية وتصور للنظام الاجتماعي.

وتبرز في ظل هذه الحقيقة، الإشكالية الخاصة بموقف الإعلام من قضية تحرير المرأة أو آلية تعاطي الإعلام مع قضايا المرأة وكيفية تصويرها من خلال واقعها القائم، وهل يقوم بدور إيجابي في دفع قضايا المرأة إلى الأمام أم يكتفي برصد واقعها الراهن بسلبياته وإيجابياته أم يسعى -متمعداً- إلى تكريس أدوارها التقليدية متجاهلاً إنجازات بعض النساء في مجالات التعليم والعمل والإبداع الفكري والفني. (مركز الدوحة لحرية الإعلام)

إن مختلف الاتجاهات التي تبنتها الدول المعاصرة التي تعترف بكل حقوق الإنسان وتتميز بمظاهر التحضر والتخلص من أشكال التمييز ضد المرأة، تنتهج مسار التحرير والتحرر و الديمقراطية وفك القيود على حقوق الإنسان عموما وحقوق المرأة خصوصا، بحيث تعمل على الارتقاء بمكانتها وتفعيل دورها حتى يتمشى مع نوعية التغيير المطلوب في كل المفاهيم لتحقيق وإحداث نهضة تنموية وثقافية شاملة، لا تستغني عن دور المرأة بل تدفع وتشجع المشاركة المكثفة للمرأة وتمهد الطريق لتمكين المرأة سياسيا، وتساعد على تواجدها في كل مؤسسات الدولة التي دخلت في صراع مع العصرية والحداثة والعولمة... بالإضافة إلى ظهور مفهوم التنمية البشرية المستدامة كقضية معاصرة تجعل من المرأة مكونا هاما من مكونات التنمية البشرية المستدامة لأنها تمثل نصف القوة البشرية في المجتمع .

وتذكر جمعية معهد تضامن النساء الأردني "تضامن" وهي إحدى أعضاء الشبكة الأورومتوسطية لحقوق الإنسان بأن للإعلام دور فاعل ومؤثر في حماية حقوق الإنسان بشكل عام وحقوق النساء بشكل خاص والتصدي لأي انتهاك لهذه الحقوق ، وقد ساهمت العديد من التغطيات والحملات الإعلامية المتميزة في إحداث التغيير الإيجابي من خلال إسماع صوت النساء وإبراز دورهن في المجالات السياسية ، الاجتماعية ، الاقتصادية والثقافية ، وإشراكهن وإدماجهن في مجتمعاتهن ، وفي التصدي لعدم المساواة وللعنف الواقع عليهن ومنع التمييز ضدهن .

وتشير "تضامن" إلى أن هذا النهج الإيجابي الذي تتبعه بعض وسائل الإعلام لا يقع ضمن سياسات واستراتيجيات إعلامية واضحة المعالم والأهداف تعمل لصالح النساء ، وإنما في سياق تغطية "المناسبة" التي سرعان ما تفقد زخمها بعد انتهائها. فالحاجة والحال كذلك إلى إتباع استراتيجية إعلامية تعمل على تغيير الصورة النمطية للنساء ، وإبراز دورهن وأهميته في صياغة مستقبلهن ومستقبل مجتمعاتهن خاصة في ظل الثورات العربية والإصلاحات السياسية والتحول الديمقراطي . (وكالة أخبار المرأة)

إن مشكلة المرأة التي تحرم من مشاركتها الفاعلة والمؤثرة في الحياة الاجتماعية هي مشكلة الإنسانية العربية، فعلى الرغم من التغييرات العاصفة في مواقع المرأة العربية، الاجتماعية والسياسية والقانونية والإدارية حتى يومنا، إلا إن الثقافة التقليدية ما زالت تقف موقفاً سلبياً إزاء وجودها ودورها، أبرزها وأقواها تأثيراً هو الخلط ما بين الدين والموروث الشعبي .

و رغم أن هذا التحول التدريجي لدور المرأة في وسائل الإعلام من حيث التمثيل والمشاركة في صناعة الصورة الإعلامية المناسبة منها وعنها، لم يأخذ صورته النهائية والمقبولة في كافة الأقطار العربية، نتيجة تركيبة بعض المجتمعات التي ما زالت تعمل بالنظام القبلي والعشائري، فإن مكنم الخوف الحقيقي لدور ومشاركة المرأة في السياسة الإعلامية يتجلى في جملة المنظومة الاجتماعية والدينية والتاريخية للأمة العربية وشعوبها، حيث ورغم ما أحرزته المرأة من تقدم ملحوظ خلال السنوات الماضية على مستوى العمل الإعلامي وتمثيل قضايا المرأة في مختلف وسائل الإعلام، إلا أن هناك تيارات اجتماعية ذات ارتباطات قبلية وعشائرية، فضلا عن النظرة التقليدية لبعض النساء، ما زالت ترفض أو غير متقبلة لمبدأ حرية المرأة في تولي المناصب الإعلامية والحرية في التعبير عن قضاياها . بحيث نجد بأن مسألة تحرير المرأة، تحريرا صحيحا وليس استغلاليا ودعائيا فقط، هيّ مسألة جوهرية وملحة للغاية في هذا الزمان، وذلك لاعتبارات عدة. فتحريها تحريرا حقيقيا مسؤولا، كما تقتضيه إنسانيتها، ورفع اليد عنها والكفّ عن ظلمها واستغلالها، هو مطلوب قبل كلّ شيء من منطلق مبدئي، لأنّ ذلك من حقّها الطبيعي والشرعي وليس هو منّة ولا هو هبة من أحد. كذلك هو مطلوب لأنّه ليس هناك ما يمنعه عقلا ولا نقلا، بل على العكس فإنّ العقل والنقل يؤكّدانه ويحثّان عليه.

و في نفس السياق يشتكى التقرير الذي أصدرته الأمم المتحدة حول التنمية في البلاد العربية من عدم (تمكين المرأة العربية) في الحياة العامة، وهي ليست نقيصة قانونية أو أخلاقية بل هي فوق ذلك نقيصة اقتصادية، بحيث أن التنمية الاقتصادية إن قررت تجاهل نصف المجتمع (المرأة) فهي تتجاهل قوة اقتصادية مهمة بل أساسية في ذلك المجتمع، ويقرر التقرير أن نسبة الأمية عند النساء العربيات مرتفعة بشكل كبير، ونسبة المعاملات العربيات متدنية (طبعا بسبب عدم التأهيل الصحيح) كما أن الوضع الصحي لهؤلاء متدني، هذا بالإضافة الى زواج المرأة في الريف العربي في سن مبكرة، أين تتعرض إلى الطلاق أو مشكلات الحمل و الولادة، و بالتالي يفقد بذلك المجتمع قدرته الاقتصادية و التي كان بالإمكان الاستفادة منها في التنمية. و في المقابل نلاحظ تواجد المرأة العربية على أعلى مستوى، الى درجة تنظيم مؤتمرات سنوية كقمة المرأة العربية، الذي تحضره زوجات رؤساء الدول العربية من اجل التدارس في شأن رفع وضع المرأة العربية، ولكن هذه

الاجتماعات و المؤتمرات تنتهي كما بدأت به، في صالونات الفنادق الكبيرة وترديد نفس الأقوال، دون وضع برامج حقيقية على الأرض من اجل مساعدة المرأة العربية، وهي مساعدة تمتد من الإنصاف القانوني لها بإطلاق تشريعات تحميها إلى الإنصاف الاقتصادي بتكفيها من ثمار التنمية.

ونحن نعيش اليوم عصرًا جديدًا من الحضارة الإنسانية عصر التقدم العلمي والحضاري حيث يشهد المجتمع الإنساني تطورات مذهلة من اكتشاف الخارطة الجينية إلى تكنولوجيا الاتصال وثورة الإعلام والتدفق الإخباري أين أصبحت من أبرز ملامح العصر الراهن سيطرة وسائل الاتصال المجتمعية والمتمثلة بوسائل الإعلام الجماهيري . فالتكنولوجيا المعاصرة قد اختزلت الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى . وأدت الوسائل الحديثة للاتصال والمواصلات إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحد الذي نستطيع معه في المستقبل غير البعيد أن نتوقع أنه لن يوجد فرد أو جماعه يكون بمقدورها الهرب من تلك التأثيرات التي سوف تتلاحق عليها من كل صوب اتصالي .

إن وسائل الإعلام متعددة ومتنوعة ولكل وسيلة إعلامية خصائص ومميزات تتفرد بها عن الأخرى كما تحدث هذه الوسائل تأثير على الفرد يؤدي إلى تغيرات تحصل على المجالات السلوكية والانفعالية والمعرفية والمجالات النفسية العميقة. (عبد الرحمن عبد الوهاب) .

وقد أصبح لوسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية الأثر الكبير اليومي في حياة الأفراد والجماعات. بل إن أثرها قد طغى في بعض الأحيان على العادات والتقاليد المتوارثة في المجتمعات، وأفرزت هذه الوسائل عادات وتقاليد حياتية جديدة مكتسبة لم تكن مألوفة للناس. لدرجة أن وسائل الإعلام باتت تقوم بقولبة الناس وشحذ شخصيتهم وتوجيههم لاختيار طبيعة أعمالهم، ليصح قول الصحافية تالا ياغي "قل لي ما تشاهد أقول لك من أنت". إذ اعتبر الإعلام في عصرنا الحالي "سلطة رابعة" نتيجة لما له تأثير واضح وأكد على حياة وسلوكيات الأفراد والجماعات.

(ماريو أنور، 2005م) .

و لكن مما يؤسف له أننا ما زلنا حتى يومنا هذا نرى أن صورة المرأة في وسائل الإعلام لا تعبر عما وصلت إليه المرأة في مسيرة تقدمها على مستوي المجتمع العربي كما أنها لا تعكس التنوع الثقافي والاجتماعي الذي تعيشه المرأة اليوم وتبدو تلك الصورة في بعض وسائل الإعلام - مقروءة ومسموعة ومرئية مغلوطة في بعض الأحيان ، بل ومشوهة في أحيان أخرى ، كما تميل في بعض المواقف إلى التركيز بشكل مبالغ فيه على النماذج السلبية للمرأة دون الإيجابية منها . وقد تم مناقشة هذه الصور في المؤتمرات الخاصة بالمرأة العربية و التي نشرها المركز المصري لحقوق المرأة ، التي أوصت في محاولة مخصصة لإيجاد صيغة للتعاون المشترك بين القائمين على أجهزة الإعلام المختلفة ، وبين المهتمين بشئون المرأة من الأكاديميين الدارسين لقضية المرأة في وسائل الإعلام ، وإبراز الإيجابيات والإنجازات التي استطاعت المرأة أن تحققها في مسيرتها نحو التقدم .

ولان ما يقدم في وسائل الاتصال إنما هو مرآة عاكسة لحضارة المجتمع وثقافته، كان من الضروري إعادة النظر فيما يقدم من تلك الوسائل ، ومحاولة توظيف المادة الاتصالية التوظيف الأمثل بما يعمل على تغيير

الاتجاهات والأفكار السائدة عن المرأة لدى أفراد المجتمع ، وذلك حتى يقدم صورة حقيقية عنها ، ويقدمها في إطار يعبر عن واقعها المعيشي من ناحية ، ويعمل على النهوض بها حتى تصبح تلك المادة الاتصالية بمثابة المعين الحقيقي لتقدم المرأة ، وهذا ما تقدم به المركز المصري لحقوق المرأة ، مما جعل الإعلاميون العرب يعمدون إلى الإقرار بالبداية في إنشاء الشبكة الإعلامية العربية للتنمية الإنسانية الهادفة إلى الارتقاء بالمجتمعات العربية ونشر الثقافة التي تدعم تقدم المرأة العربية، من خلال بناء شراكة ما بين مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الإعلامية. جاء ذلك خلال اجتماع أعضاء الهيئة الاستشارية للمشروع الإعلامي العربي لتمكين المرأة وقبل بدء فعاليات المنتدى الاقتصادي العالمي بالأردن .

وأكدت رئيسة الهيئة على أن الإعلام هو الأداة القادرة على إحداث التغيير المطلوب باعتباره الطريقة الأفضل والأسرع للتغيير، مشيرة إلى أن إحداث التنمية والإصلاح الشمولي يجب أن تنبثق من داخل مجتمعاتنا وهذا المشروع رسخ ذلك وأحدث الصدى ووسع الانتشار لتعزيز الوعي المجتمعي نحو العديد من القضايا. ويهدف المشروع إلى تفعيل دور الإعلام في خدمة قضايا المرأة وتعزيز صورة المرأة العربية في الإعلام العربي بالإضافة إلى تطوير أساليب جديدة وطرق إبداعية لطرح قضايا المرأة العربية في الإعلام باعتباره الوسيلة الأقوى للتغيير في الشرق الأوسط والقادر على توصيل الرسائل مباشرة إلى الأفراد والأسر في بيوتهم وبالتالي المساهمة في إبراز دور المرأة وتمكينها .(الهيئة الاستشارية للمشروع الإعلامي العربي، 2005م) .

هذا وتشير الدراسات أن تناول قضايا المرأة في وسائل الإعلام ما يزال يعاني من مشكلات لا ترتقي إلى مستوى التحولات التي شهدتها الساحة من إنجازات ملموسة خلال الفترة الماضية وتحديداً العشرين السنة الأخيرة من القرن العشرين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة الاجتماعية والثقافية والإبداعية ، وما زالت وسائل الإعلام تركز على إبراز دور المرأة التقليدي. (عبد الرحمن عبد الوهاب) .

أما دور الإعلام في إبراز حقوق المرأة والمنصوص عنها في القوانين والقيم والشريعة الإسلامية فهو لا يزال قاصراً ولم يلعب دوراً أساسياً في توعية المرأة بحقوقها. (أحلام عبد الرقيب) .وفي الحقيقة يقع على وسائل الإعلام دور رئيسي في تغيير الصورة النمطية السلبية عن المرأة، كما أن تقديم صورة المرأة في وسائل الإعلام بطريقة أكثر إيجابية وواقعية، يقع أيضاً على عاتق النساء العاملات في الحقل الإعلامي، حيث أن هناك زيادة في عدد النساء المتخرجات في أقسام الصحافة وكليات الإعلام، واللاتي يعملن في المؤسسات الإعلامية .

ولكن رغم أن بعض النساء قد حصلن على مناصب صنع القرار في المؤسسات الإعلامية، فمزال عليهن أن يلعبن دوراً أكثر نشاطاً وحيوية، في تغيير الصورة التي تقدم بها المرأة في الإعلام، وإن هذه الزيادة في عدد النساء في المناصب القيادية لا تعني التحكم في مضمون البرامج، ولذا يمكن القول أن حصول المرأة على المناصب القيادية في الإعلام لم يعطيها حرية تحديد القيم الاجتماعية السائدة.

و لاشك أنه نتيجة لمتغيرات العصر الحاضر ومطالبه المتنوعة، ساعد هذا الأمر على خروج المرأة من المنزل وانتقالها للعمل في المؤسسات والشركات ومشاركتها الفعلية في الإنتاج الاقتصادي وعملية البناء في

الوطن وأدى ذلك إلى تغير بعض وظائفها في المنزل، وخلق مهمات جديدة مزدوجة، اقتضت التوفيق والموازنة بين دورها في رعاية زوجها وتنشئة الأطفال والمهام الأخرى التي تضطلع بها داخل المنزل، وبين دورها الجديد في موقع العمل.

هذا ومن المفترض أن يؤدي ذلك بدوره إلى تغير جذري، وإلى تغيير للأدوار فيما يتعلق بصناعة القرار في الأمور العائلية والشخصية والاجتماعية، وسوف يؤدي ذلك بدوره إلى بروز مشكلات وقضايا جديدة ينبغي رصدها ومعالجتها بالقراءة والتحليل.

وإذا اعتبرنا الثقافة هي المدخل الصحيح لمعالجة هذا الواقع، فإن اللغة هي الرمز المعبر عن ثقافة أي مجتمع، فهي لغة التخاطب، وهي لغة الكتابة والآداب والفنون وهي لغة التدوين التي تسلط الضوء في وسائل الإعلام المتنوعة على جملة المشاكل الاجتماعية التي تواجه المرأة وتعطل حركتها وإسهاماتها في عملية النهوض الاجتماعي والاقتصادي والوطني، بغية إيجاد مخارج وحلول لها كونها تشكل نصف المجتمع.

هذا كما أشارت العديد من الدراسات التي أجريت على صورة المرأة في وسائل الإعلام، إلى أن المرأة تعرض في وسائل الإعلام كرمز وأداة، وتستخدم الإعلانات للمرأة لكي تبيع المنتجات، كما تساعد صور العنف والصور الفاضحة للمرأة لتسويق الأفلام، وبدلاً من إعطاء الأولوية للرفاهية الاجتماعية، تخاطب وسائل الإعلام الأذواق الشعبية من أجل كسب مزيد من الأموال.

كما يركز الإعلام على الأدوار الاستهلاكية للمرأة والطفل، مستخدماً الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الأنماط الاستهلاكية والفردية والثراء السريع، والتي تؤدي إلى استفزاز الجمهور المتلقي، في الوقت الذي تستطيع فيه وسائل الإعلام أن تكون شريكا فاعلا للمرأة من خلال إعطاؤها الفرصة للتعبير عن النفس، واتخاذ القرار من خلال الاستخدام المدروس لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

كما يجب مراعاة إعطاء صورة متوازنة وغير نمطية عن المرأة في الإعلام، حيث تعتبر الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والإنترنت وسائل قوية للمطالبة بالمساواة بين الجنسين، وإبراز دور المرأة في المجتمع، وذلك بعرض النماذج المشرفة للمرأة في كل المجالات، ومن هنا يجب دعم الدور الإيجابي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في عملية تمكين المرأة، كما يجب الاستمرار في البحث عن طرق وأساليب جديدة، للتأكد من أن صوت المرأة يجد من يسمعه. (أحلام عبد الرقيب).

و يتضح مما سبق أن أغلب ما تقدم عن المرأة من خلال وسائل الاتصال المختلفة بالإضافة إلى ما تتضمنه الأعمال الفنية والأدبية قد غلب عليها توجهات خاصة تتسم بالتركيز على صورة لها لا تتوافق مع الواقع المعيش، وتقدم مادة تتناول قضاياها الهامشية دون القضايا المحورية، كما أنها تقدم بعض أدوارها التقليدية التي اقتصر عليها لفترات طويلة، مع حجب أدوارها المستحدثة التي تظهر كفاءتها الفعلية وقدرتها على الجمع بين أدوار متعددة، هذا إلى جانب الصورة السلبية التي كثيراً ما تقدم بها، مما يحط من شأنها ويقلل من كرامتها. (المركز المصري لحقوق المرأة)

و في السياق ذاته ذكرت الدكتورة إيمان بيبيرس الخبيرة الإقليمية في قضايا النوع و التنمية بأنه : "يتوجب علينا أن نبدأ بتمكين المرأة على مستوى الأسرة الضيق بأن يكون لها صوت في شؤون أسرتها سواء كفتاة تختار من ترتبط به ، و تختار نوعية تعليمها أو كزوجة لتختار مع زوجها عدد أبنائهم و رغبتها في العمل من عدمه و تعليم أولادها و ما إلى ذلك من شؤون الأسرة ."

و قد ارتأيت أن أركز في موضوع مداخلتي هذا على وسائل الإعلام و دورها في نقل مكانة المرأة في مجتمعاتنا العربية في ظل التغيرات الحاسمة التي شهدتها أغلب الدول بعد أن عرفت ما سمي بالربيع العربي من خلال ما تبثه وسائل الإعلام الحديثة ، بهدف تشكيل وعي و رأي ناضج يستوعب الدور الذي يمكن للمرأة تحقيقه في محيطها المعيشي ، و الارتقاء بهذا الدور خاصة في ظل الاستعمال الغير كاف لهذه الوسائل بهدف التركيز على المساهمة الإيجابية للمرأة في المجتمع هذا من جهة ، بالإضافة إلى أهمية استحداث طرق و آليات إعلامية جديدة تخصص لإعلام المرأة بحقوقها ووضع إجراءات مصاحبة لهذه القوانين من جهة أخرى . و هذا من خلال:

-تأكيد وسائل الإعلام على وظيفة المرأة الأساسية في حماية الأسرة و إفراح المجال لها للمشاركة في الحياة الاجتماعية و التعريف بقضاياها و انشغالاتها .

-تعديل الاتجاهات نحو التبنّي الإيجابي لمجموعة من القيم التي تدعم المفاهيم المرتبطة بقضايا المرأة .

-تناول المشكلات و الظواهر السلبية ذات العلاقة بالمرأة و تحليل أسبابها و تقديم البدائل الإيجابية و تبني مفاهيم جديدة .

-أن يلعب الإعلام دور في قضايا المرأة من خلال ترسيخ القيم الإيجابية و ترى الدكتورة سلوى شعراوي بأن الإعلام يلعب دورا مؤثرا في خلق مناخ عام مؤيد و متفهم لقضايا المرأة مع مراعاة إدماجها في صنع القرار .

-إعداد تقارير تحمل تحاليل اجتماعية يتم من خلالها تسليط الضوء على مختلف المؤسسات المؤثرة بما في ذلك المسجد ، المدرسة ، العائلة على واقع المرأة ، من خلال إجراء فحوصات وثنائية و مقابلات تقييمية مع مختلف المتدخلين والمعنيين بشؤون المرأة و جمع المعلومات اللازمة في إعداد تقييمات جديدة ، لتوجيه الجهود و التحديات الموجودة بهدف تعزيز حقوق المرأة و إبراز دورها و مكانتها على الصعيد المحلي و الوطني ، و ضبط ميزانية تقديرية تخصص للدراسات حول صورة المرأة التي تنتقلها الصحافة ووسائل الإعلام و كذلك حول سلطة اتخاذ القرار للنساء في وسائل الإعلام . و التخلي عن الصورة السلبية للمرأة من خلال تبيين كفاءاتها و إبراز دورها في المجتمع و مشاركتها في مختلف الميادين ومجالات اتخاذ القرار ، على أن يكون الشركاء الفعليين لإنجاح العملية هم وزارة الاتصال، التلفزيون، الإذاعة الصحافة ، و العمل على تطوير و تنفيذ استراتيجية إعلام تهدف للتوعية ووقاية المرأة من كل أشكال العنف الممارس ضدها و العمل على مكافحته .

يضاف إلى ذلك أن الدراما اليوم تتسم بالتفاهة و السطحية. إذ أصبحت كل المشاهد لا تظهر لنا المضمون الإنساني، إذ حتى القصص التي تعرضها المسلسلات لا نجد فيها على سبيل المثال المرأة تحب رجلا

صاحب قضية أو يهدف إلى تحقيق هدف إنساني متميز بل تجد أن صور المحبين تعتمد إن لم نقل بشكل مطلق على الصفات الجسدية .

مما يدفع بالنساء إلى البحث عن الرجل الجميل، الذي يحمل مواصفات بطل المسلسل، و يضاف إلى ذلك أن الدراما تركز بشكل أساسي على النجاح المادي أو الغنى و الثروة و الأناقة ، كما أصبحت تصور الرجل كما المرأة على أنهما سلعة جنسية . وهذا يمثل امتهانا للكرامة الإنسانية، و هذا التصوير غالبا ما يؤدي إلى الإحساس بالعجز و الدونية .

و في المقابل نجد أن هناك عدة مؤسسات إعلامية تخدم قضايا المرأة و تظهرها بصورة سلبية وسنأتي هنا على ذكر بعض الأمثلة التوضيحية مثل :

-الصحف والمجلات النسائية وهي عديدة (مريم آيت أحمد علي 2005م): في دراسة تناولت نشأة وتطور الصحافة النسائية في الوطن العربي تذكر أن الصحافة النسائية منذ نشأتها سنة 1892 هي المنبر الذي عبرت المرأة من خلاله عن همومها وقضاياها، وطالبت بحقوقها. وجاءت المجلات النسائية في هذه الفترة لتلبية حاجة المرأة وحاجة المجتمع إليها لتؤدي هدفا ورسالة ، وهي ترقية المرأة وتوعيتها وتبصيرها بحقوقها واجباتها لتتمكن المرأة من أن تكون عنصراً فعالاً في بناء المجتمع .

وتطورت أوضاع المرأة العربية ، وحصلت على حقها في العلم والعمل . وأصبحت عنصراً فعالاً بايجابية في كافة مجالات التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الوطن العربي ، فلم يعد يخلو موقع من مواقع الإنتاج والمسئولية على جميع الأصعدة في عالمنا العربي المعاصر إلا وكان لها فيه مكان وإنجازات بارزة . و عندما تتصفح أي مجلة من المجلات النسائية تجد في غلافها صورة لامرأة فاتنة وبين طيات المجلة إعلانات عن منتجات وأدوات تجميل ونصائح عن سر جمالك وتسريحات الشعر وآخر صيحة في عالم الأزياء ومطبخك وقراءة الفلك وأخبار الفنانات وتحقيقات حول الخيانة الزوجية أو حوادث وجرائم تقوم بها المرأة وأحيانا وباستحياء شديد يتم عرض موضوع ذو جدوى يتحدث حول قضية معينة . و كأن المرأة لا يجوز لها إلا أن تكون ربة بيت وأم وزوجة فقط وليس لها اهتمامات في الحياة غير ذلك ومن جانب آخر تشارك بعض الصحف المحلية والقصص للأسف في تكريس النظرة الدونية للمرأة ويصبح محور الثقافة عاملاً رئيسياً في اضطهاد المرأة في مجتمعنا بدلاً من النهوض بها.

- التلغاف: يعد التلغاف الوسيلة الإعلامية الأكثر فعالية وله قوة تأثير على المتلقي وهي وسيلة اتصالية أكثر جذباً للجمهور وتؤثر في تشكيل الرأي العام وأصبحت الشاشة الصغيرة اليوم تدخل ضمن البرامج اليومية للأسرة ويتم تكييف وقت الفراغ بالنسبة لكثير من الناس حسب البرامج المفضلة . ولا يقتصر تأثير الرسالة الإعلامية التلفزيونية على مشاعر المشاهدين ومخاطبة عواطفهم وإيجاد حالة من المشاركة الوجدانية لدى المستقبل وإنما امتد إلى الحديث داخل الأسرة وخارج البيت. وعليه فإنه من الأهمية بمكان أن يناط بالتلغاف دور كبير للتوعية بقضايا عمل المرأة من خلال سياسة إعلامية جادة تسعى إلى تفسير الجوانب الهامة المتعلقة بالمرأة العاملة. حيث نجد بأن الواقع الحالي للفتوات الفضائية يقوم على :

- استخدام المرأة في الإعلان والسلع وخدمات مختلفة لإبراز مفاتها .

- بث الأغاني الحديثة ، والملاحظ فيها الكثير من المشاهد المثيرة الإغرائية، والمرأة هي الشخص المستخدم لإبراز هذه المشاهد .

- الاهتمام المبالغ ببعض المهن النسائية وترك الأخرى كالاهتمام بالفنانات والمبدعات والسياسيات دون الاهتمام بالأخرى .

وتؤكد الدراسات المتنوعة أن البرامج والمسلسلات والأفلام أصبحت في كثير منها تشوّه صورة المرأة، وتسخف الدور الذي تلعبه مجتمعياً، وتكرس حالة وصورة المرأة الجاهلة، متجاهلة بذلك الدور الإيجابي الذي تقوم به المرأة في تنمية المجتمع. ويعتبر هذا إحدى سبل ممارسة العنف ضد المرأة وانتزاع أهم حقوقها. وتبين الدراسات والبيانات أن وسائل الإعلام تركز على جوانب من حياة المرأة وتسكت عن جوانب أخرى. وأن نسبة قليلة منها تطابق واقع المرأة في الحياة المعاشة . (مريم آيت ، 2005م).

لذا فمن المهم تغيير الصورة السلبية التي رسمتها البرامج والمسلسلات التلفزيونية في الذهن الجمعي بالتركيز على دورها الإيجابي في الحياة والنهوض بوضعها وتعزيز مكانتها على مستوى الأسرة والمجتمع وتوضيح الدور الإنتاجي للمرأة وقدرتها على الإسهام في عملية التنمية والعمل على إدارة حوار حول قضايا المرأة ودمجها ضمن الثقافة الدرامية الأخرى (عبد الرحمن عبد الوهاب).

وقد لا نغالي إذا قلنا بأننا نعيش اليوم مرحلة الدولة الإعلامية الواحدة التي ألغت الحدود ، و أزلت السدود واختزلت المسافات و الأزمان ، و اختصرت التاريخ ، و تكاد تلغي الجغرافيا ، حتى بات الإنسان يرى العالم و يسمعه من مقعده .

كما تتلاحق التطورات التكنولوجية يوماً بعد يوم، فما يكاد يظهر جهاز تقني جديد إلا ويلحقه جهاز أحدث منه، وبإمكانيات أعقد وأعمق، تعقيدات تتسع معها رقعة الفجوة بين جيل الآباء والأبناء في تدارك هذا التطور التقني. (عواطف عبد الرحمان .).

لذا بات من المهم :

- العمل على مكافحة الصورة السلبية للمرأة، واستبدال صورتها بصور متوازنة تعزز دورها الإيجابي في المجتمع ،و تظهر مشاركتها في التنمية، على أن يتم ذلك عبر آليات تنفيذ تعتمد تشكيل مجموعات خبراء من الإعلاميين، تكون مسؤولة عن مراجعة ما ينشر حول المرأة في وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات والردود أيضاً، وتخصيص جائزة لأفضل عمل إعلامي يبرز دور المرأة الإيجابي، إضافة إلى إقامة برامج تدريبية للإعلاميين، تحثهم على إعداد برامج لتوعية المرأة بحقوقها وواجباتها الشرعية والقانونية، وعلى عدم تقديم المرأة بصورة سلبية. وإبراز شعار " كل امرأة هي امرأة عاملة " . هذه المؤشرات تشكل في مجموعها إذا ما أحسن استغلالها بنية تحتية، وحافزاً إيجابياً يدفع المرأة إلى احتلال موقعها المنشود. وممارسة دورها في صنع حياتها وحيات بلادها، من خلال ما يسمى في الأدبيات الدولية "تمكين المرأة"، أي تسليحها بمقومات وعوامل تحقيق فاعليتها في العملية الاقتصادية التنموية، وشغل دورها الأساسي في المجتمع. (مريم آيت أحمد علي 2005م)

والذي يتمثل في جانبين :

-الجانب الأول : يتعلق بوظيفة المرأة الأساسية في حماية الأسرة من خلال :

- قيامها بتنشئة أطفالها، وترسيخ مكارم الأخلاق والقيم الإسلامية في نفوسهم، وتنمية الشعور بالمسؤولية داخلهم.

- السهر على راحة أفراد أسرتها، بشكل يزيد من نشاطهم الاقتصادي وإنتاجيتهم.

- إدارتها لشؤون المنزل من حيث نمط الاستهلاك العائلي (ترشيد الاستهلاك)، نمط الإنفاق في ميزانية الأسرة. (عبد الرحمن عبد الوهاب)

- الجانب الثاني : المتمثل في دورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وإفراح المجال لها للمشاركة في الحياة الاجتماعية والتعريف بقضاياها وأنشطتها من خلال :

- تعديل الاتجاهات نحو التبنّي الإيجابي للقيم التي تدعم المفاهيم المرتبطة بقضايا المرأة وحقوقها الأساسية في العمل والتعليم والمشاركة في التنمية المجتمعية.. الخ.

- الكف عن تقديم المرأة في وسائل الإعلام كوسيلة إغراء وتشهير، أو كسلعة، وإبراز الجوانب الإنسانية والحضارية للمرأة، بالإضافة إلى تاريخها المتميز، وحاضرها المشرف، ومستقبلها الواعد.

- تناول المشكلات والظواهر السلبية ذات العلاقة بالمرأة وتحليل أسبابها وتقديم البدائل الإيجابية وتبني مفاهيم جديدة، مع حث الجهات ذات العلاقة على القيام بدور إيجابي لمنع انحدار المرأة في الإعلانات التجارية إلى ما يسيء لمستقبلها ومكانتها تحت ضغوط حب المال والشهرة، وحث شركات الإعلان على مراعاة الهوية والعادات والتقاليد التي تحكم مجتمعاتنا العربية والإسلامية قبل الشروع في تصميم شكل الإعلام، وعدم الانجراف خلف تيار العولمة الثقافية والاقتصادية عند ترويجها لأي إعلان.

ومن المهم أيضا تغيير الصورة السلبية التي رسمتها البرامج والمسلسلات التلفزيونية في الذهن الجمعي بالتركيز على دورها الإيجابي في الحياة والنهوض بوضعها وتعزيز مكانتها على مستوى الأسرة والمجتمع وتوضيح الدور الإنتاجي للمرأة وقدرتها على الإسهام في عملية التنمية والعمل على إدارة حوار حول قضايا المرأة ودمجها ضمن الثقافة الدرامية الأخرى . (مريم آيت، 2005م)

إن حالة التطوير في واقع المرأة العربية والانتقال من القديم إلى الحداثة تستدعي تجنب حصول صدام اجتماعي وأخلاقي في المجتمع، وتستدعي أيضاً عدم استنساخ الحداثة من الغرب على ما هي لأنها في أغلب الأحيان لا تتطابق مع النسيج الاجتماعي والقيمي في المجتمعات الشرقية. مع الأخذ بمبدأ الشفافية في فهم أوضاع المرأة الراهنة ودراسة الثقافة التحتية والأعراف والتقاليد المكبلة لتطور المرأة بحيث تأتي الرسالة الإعلامية مرتبطة بتعاليم ديننا الإسلامي الذي سبق كافة التشريعات والقوانين التي تنادي بحقوق المرأة، ودعا إلى إكرام المرأة ومساواتها بالرجل في الحقوق والواجبات .

إن التعارض والتضاد الذي يلاحظ أحيانا في وسائل الإعلام المختلفة فيما يقدم عن المرأة، إنما يفرض أهمية التنسيق فيما تقدمه هذه الوسائل في محاولة منها تغيير صورتها النمطية عن المرأة، من خلال وضع أسلوب خاص يفرض على تلك الوسائل إتباعه تنفيذاً منه لاستراتيجية هادفة تعمل على الالتزام بالعمل و على تغيير صورة المرأة التي تقدم بشكل سلبي، كما تعمل على ألا تقدم الصورة ونقيضها أي لا تقدم قيماً إيجابية تعمل على مساعدة المرأة على القيام بأدوارها في بعض الوسائل، كما تقدم صوراً سلبية تهدم تلك

القيم أو تسخر منها ، أو تعرض عكسها في وسائل أخرى ، فمثل ذلك التعارض من شأنه أن يذهب بكل جهود بناءة تعمل على رفع شأن المرأة وتغيير مكانتها في المجتمع .

وتشير كثير من الدراسات التي أجريت على صورة المرأة في وسائل الإعلام، إلى أن المرأة تعرض في وسائل الإعلام كرمز وأداة، وتستخدم الإعلانات لكي تبيع المنتجات، كما تساعد صور العنف والصور الفاضحة للمرأة لتسويق الأفلام، وبدلاً من إعطاء الأولوية للرفاهية الاجتماعية، تخاطب وسائل الإعلام الأذواق الشعبية من أجل كسب مزيد من الأموال.

كما يركز الإعلام على الأدوار الاستهلاكية للمرأة والطفل، مستخدماً الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الأنماط الاستهلاكية والفردية والإثراء السريع، والتي تؤدي إلى استفزاز الجمهور المتلقي، في الوقت الذي تستطيع فيه وسائل الإعلام أن تكون مشاركة المرأة وإعطاؤها الفرصة للتعبير عن النفس، واتخاذ القرار من خلال وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

كما يجب مراعاة إعطاء صورة متوازنة وغير نمطية عن المرأة في الإعلام، حيث تعتبر الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والإنترنت وسائل قوية للمطالبة بالمساواة بين الجنسين، وإبراز دور المرأة في المجتمع، وذلك بعرض النماذج المشرقة للمرأة في كل المجالات، ومن هنا يجب دعم الدور الإيجابي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في عملية تمكين المرأة، كما يجب الاستمرار في البحث عن طرق وأساليب جديدة، للتأكد من أن صوت المرأة يجد من يسمعه.

و انطلاقاً مما ذكرنا أصبح من المهم إتباع الخطوات التالية :

-تهيئة المرأة عملياً وإعلامياً: فالعمل قبل كل شيء مسؤولية، فيجب على المرأة أن تعرف واجباتها وحقوقها في ضوء شريعتها الإسلامية، وتحرر من تبعيتها لكل ما هو تابع للموروث الثقافي غير الصحيح، و أيضاً لظواهر مدنية حديثة زائفة (السلوك الاستهلاكي غير الواعي، التقليد في اللباس والعادات.. الخ)، وأن تسعى لجعل (العمل) وسيلة لبناء شخصية متكاملة منتجة متميزة، قادرة على تحدي مشاكل الحياة، مع الحفاظ على كرامتها وزيادة تمسكها بالعائلة والمنزل والأولاد، لتشارك في عملية بناء المجتمع وموارده البشرية .

-تؤكد لنا النظريات الاجتماعية النفسية أهمية الوعي والإدراك لأسباب مشكلة معينة، مما يشكل الخطوة الأولى لمعالجتها والتصدي لها، فإذا كنا قد رأينا الأسباب الكامنة وراء التأثير السلبي للإعلام، أمكننا التصدي بفاعلية، فالحلول تأتي "بوضع الأصبع على الجرح" أي بمعالجة الأسباب وليس النتائج، خصوصاً أن معالجة النتائج من دون الأسباب هي إطالة للمشكلة وليست حلاً لها.

ليبقى أن أقول كما ورد في إحدى الدراسات أنه أن الأوان لأن نتقدم عملياً باتجاه المعالجة و التصويب ، و نعمل على تحقيق الأهداف و تبني السياسات الكفيلة بتحقيق نتائج ملموسة و تنفيذ البرامج و اتخاذ التدابير الكفيلة باستخدام كل الطاقات والإمكانيات اللازمة لتجسيد المسعى و تحقيق الهدف ، لتحظى المرأة في وسائل الإعلام بمكانتها المستحقة .

خاتمة :

نخلص مما سبق إلى أنّ المرأة هي نصف المجتمع عدديًا، وهي من ناحية أخرى عماده الأساسي ومدرسته ومرتبته الأولى. لذلك فإنّ العناية بالمرأة عناية جادة، وإنزالها في المجتمع منزلتها التي تستحقّها كأمّ ومرتبته له، وعضوا فاعل فيه، مثلها في ذلك مثل الرّجل، وإبلاؤها الاعتبار الكامل والمساواة بينها وبين الرّجل من حيث أنّهما يشتركان في قيمة الإنسانيّة، من شأنه أن يحقّق معنى العدل والنّديّة بينها وبين الرّجل. كما من شأنه أن يمكّن الجسم الاجتماعي من النهوض بكلّ أعضائه وقوّاه وليس بنصفها فقط، لأنّ نصفها الثّاني، المتمثّل في المرأة، مشلول ومعطّل. و في الحقيقة فإنه يقع على وسائل الإعلام دور رئيسي في تغيير الصورة النمطية السلبية عن المرأة، وإن تقديم صورة المرأة في وسائل الإعلام بطريقة أكثر إيجابية وواقعية، يقع أيضاً علي عاتق تأثير وجهود النساء العاملات في الحقل الإعلامي، حيث إن هناك زيادة في عدد النساء المتخرجات في أقسام الصحافة وكليات الإعلام، واللاتي يعملن في المؤسسات الإعلامية علي المستوي المهني.

ولكن رغم أن بعض النساء قد حصلن على مناصب صنع القرار في المؤسسات الإعلامية، فمزال عليهن أن يلعبن دوراً أكثر نشاطاً وحيوية، في تغيير الصورة التي تقدم بها المرأة في الإعلام، وإن هذه الزيادة في عدد النساء في المناصب القيادية لا تعني التحكم في مضمون البرامج، ولذا يمكن القول إن حصول المرأة علي المناصب القيادية في الإعلام لم يعطهن حرية تحديد القيم الاجتماعية السائدة.

لاشك أنه نتيجة لمتغيرات العصر الحاضر ومطالبه المتنوعة، ساعد على خروج المرأة من المنزل وانتقالها للعمل في المؤسسات والشركات ومشاركتها الفعلية في الإنتاج الاقتصادي وعملية البناء في الوطن وأدى ذلك إلى تغير بعض وظائفها في المنزل، وخلق مهمات جديدة مزدوجة، اقتضت التوفيق والموازنة بين دورها في رعاية زوجها وتثنية الأطفال والمهام الأخرى التي تضطلع بها داخل المنزل، وبين دورها الجديد في موقع العمل.

ومن المفترض أن يؤدي ذلك بدوره إلى تغير جذري، وإلى تغيير للأدوار فيما يتعلق بصناعة القرار في الأمور العائلية والشخصية والاجتماعية، ولسوف يؤدي ذلك بدوره إلى بروز مشكلات وقضايا جديدة ينبغي رصدها ومعالجتها بالقراءة والتحليل.

وإذا اعتبرنا الثقافة هي المدخل الصحيح لمعالجة هذا الواقع، فإن اللغة هي الرمز المعبر عن ثقافة أي مجتمع، فهي لغة التخاطب، وهي لغة الكتابة والآداب والفنون وهي لغة التدوين التي تسلط الضوء في وسائل الإعلام المتنوعة على جملة المشاكل الاجتماعية التي تواجه المرأة وتعطل حركتها وإسهاماتها في عملية النهوض الاجتماعي والاقتصادي والوطني، بغية إيجاد مخارج وحلول لها كونها تشكل نصف المجتمع.

والمرأة مسؤولة على الفوز بحقوقها وافتكاكها عن جدارة واقتدار لموقعها المرموق في المجتمع بما هي مطالبة بالتعبير عنه عن جدية واقتدار. فهذا الموقع سوف لن يهدى لها من طرف الرجل، لأن المواقع لا تهدى حتى بين الرجال وإنما تفتك، وإنما يجب أن تفتكه بما هي قادرة عن التعبير عنه من كفاءة واقتدار وجدية، وليس عن قوة في الإغراء، لأن ذلك ليس في مصلحتها. وهنا يجب أن تذلل العوائق أمامها لتتمكن

من اكتشاف مواهبها وتهيئة قدراتها، وذلك بالتعليم والتكوين من ناحية، وبوضع التشريعات المنصفة لها من ناحية ثانية. كما هو مطلوب منها أن تحذر من الوقوع في ما وقعت فيه المرأة الغربية لما نجحت الرأسمالية وحب تكديس الثروة في تحويلها إلى وسيلة لإغراء الرجال ومادة للمتعة والتسلية، وهو ما يحط من قيمتها وكرامتها كإنسان.

وفي النهاية، يمكننا القول بأن وسائل الإعلام تملك الكثير في إحداث التغيير، ولا بد من استخدامها بفاعلية من قبل المرأة ولصالحها بتسخير الثورة الهائلة التي حدثت في مجالي الاتصالات والتكنولوجيا.

قائمة الهوامش :

1. صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية.. الواقع والمتغير، مركز الدوحة لحرية الإعلام ، الموضوع نشر بتاريخ الاثنين: 2015/10/05 و يمكنك متابعة الموضوع على الرابط : <http://www.dc4mf.org/ar/content/6783>
2. إبراز دور النساء في ظل التحولات الديمقراطية والثورات العربية يحتاج الى إعلام قوي ومنصف يعمل لصالحهن عمان - خاص بـ " وكالة أخبار المرأة " - 12-17 - 2012 و لمتابعة الموضوع على الرابط التالي : <http://womenspring.org/news.php?go=fullnews&newsid=1351>
3. عبد الوهاب ، عبد الرحمان ، دور وسائل الإعلام في تنمية المرأة وتطوير الوعي بحقوقها ومسؤولياتها المجتمعية. مركز السلام والتنمية للأبحاث والدراسات . (www.salamcenter-iraq)
4. أنور ماريو(2005/9/15م): المرأة في الإعلام والإعلان ، الحوار المتمدن - العدد:1318 (www.rezgar.com)
5. الهيئة الاستشارية للمشروع الإعلامي العربي لتمكين المرأة العربية(الجمعة 20 أيار 2005م) الأردن (www.queenrania.jo)
6. عبد الوهاب عبد الرحمان ، نفس المرجع .
7. عبدالقريب، أحلام ، رؤية صحفية مشتركة لدعم حقوق المرأة ، المركز المصري ، القاهرة و الموضوع على الرابط التالي (www.ecwregypt.org)
8. مركز الدوحة لحرية الإعلام ، صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية: الواقع والمتغير، مقال نشر بتاريخ : 2015 /10/05 و لمتابعة الموضوع يمكنك الاطلاع عليه على الرابط : <http://www.dc4mf.org/ar/content/6783>
9. مريم آيت أحمد علي (2005م/1426هـ) : المرأة المسلمة ودورها في التنمية الشاملة للمجتمعات الإسلامية ، العدد (47) السنة الثانية عشر . (www.kalema.net)
10. عواطف عبد الرحمان: المرأة المصرية في الريف و الحضر ، القاهرة
11. مريم آيت أحمد علي ، نفس المرجع .
12. عبد الوهاب عبد الرحمان
13. مريم آيت أحمد علي ، نفس المرجع .