



الموضوع : المرأة في مواقع صنع القرار	الرقم :
المصدر : مركز المرأة العربية للتدريب و البحوث	موقع الواب :
التاريخ : 01-03-2013	البلد : تونس
	العدد و [ص] :

استراتيجيات تلقي الجمهور لصورة المرأة القيادية تحت مجهر البحث

لبنى النجار

من قنوات محلية، ومن بعض القنوات المصرية أو السعودية ذات محتوى خيالي، إضافة إلى بعض القنوات الفرنسية. وحيث إنّ الفرنكوفونية سائدة في البلدان الثلاثة، فقد جعلت التلفاز الفرنسي مسجلا في الثقافة الشعبية.

ولعل هذا التغير الحاصل على مستوى استهلاك المواد السمعية البصرية سيغيّر أيضا «غمت» صورة المرأة في الشاشة المغربية. والملاحظ أنّه وقع استبدال صورة المرأة المطابقة للنموذج «الغربي» داخل المجتمعات المغربية بصورة أخرى تتمثل في كونها امرأة «عصرية» لكنّها تبرز هويتها الإسلامية ولا يُقبل تحرّرها إلاّ وفقا لهذه المرجعية الإسلامية.

سير المشروع على الميدان

مكّنت متابعة العروض والنقاشات الخاصة بالشريط الوثائقي «من هي فاطمة؟»، من تبيّن طريقة تلقي الجماهير المختلفة لصورة المرأة. ولم تقتصر الدراسة على تلقي صورة المرأة فحسب، ولكن اهتمت أيضا بتلقي أدوات فك رموز الاستراتيجيات الخاصة بالتلفّظ. وانطلاقا من تمفصل هذين العنصرين، تم استخلاص نقاط التشابه ونقاط الاختلاف بين البلدان الثلاث.

في إطار مشروع «تطوير الصورة السياسية للمرأة في الجزائر والمغرب وتونس»، الذي ينفذه كل من معهد الأمم المتحدة للتدريب والبحث لتمكين المرأة (هيئة الأمم المتحدة للمرأة حاليا) ومركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»، والممول من طرف صندوق الأمم المتحدة للديمقراطية، أنجزت دراسة حول تلقي صورة المرأة القيادية في بلدان المغرب. ترمي الدراسة إلى تجاوز مسألة تمثيل المرأة بعدها الكمي للتركيز على هذا التمثيل من حيث فك رموز الحضور النسائي والصورة التي تروجها وسائل الإعلام التي يتابعها الجمهور في بلدان المغرب.

التي يرغب الباحث في تقديمها سواء أكان هذا الباحث كاتب مسلسلات تلفزيونية أو وثائقية أو صانع صور. وتخدم هذه المضامين أهداف مختلفة، فهي ترمي إلى الاستجابة إلى انتظارات الجمهور ذوي المثل المختلفة والمتنوعة. ويوجد اليوم فاعلون جددا ومضامين جديدة يتلقاها الجمهور في بلدان المغرب والذي لا يمتلك العادات ذاتها على مستوى استهلاك المضامين السمعية البصرية.

المرأة القيادية في المشهد السمعي البصري المغربي

سلّط هذا البحث الضوء على تفوّق القنوات الفضائية العربية على القنوات الفرنسية على مستوى استقطاب الجماهير. ويُعتبر هذا العنصر رئيسيا لأنه ناتج عن تغيّر كلي لعادات الاستهلاك السمعي البصري لدى الجمهور المغربي. وفي الواقع، كان المشهد السمعي البصري خلال نحو خمس عشرة سنة يتكوّن

فلمن حظيت مسألة صورة المرأة في الإعلام بالتحليل والدراسة، فقد ظلت مسألة تلقي هذه الصورة أقل تناولا من قبل الباحثين والدارسين، ذلك أن عديد الدراسات اهتمت بمعرفة وقياس حضور النساء في البرامج التلفزيونية في بلدان المغرب. وتبقى الدراسات المتعلقة بتلقي صورة المرأة قليلة إن لم تكن نادرة. لذا، ركزت الدراسة الصادرة سنة 2012 على التلقي وشروطه، وتم الاستناد في إنجازها على محتوى تجربة عروض الفيلم الوثائقي «من هي فاطمة؟» المنجز في إطار المشروع، والذي يتناول موضوع تعزيز القيادة النسائية في بلدان المغرب.

تناول المشروع بالبحث والتحليل صورة المرأة القيادية من جهة وكيفية تمثّل هذه الصورة من جهة ثانية. فتلقي صورة المرأة في السلطة يرتبط بعدد العناصر ذات العلاقة بالمرجعيات الثقافية وكذلك بالمرجعيات البصرية. ويسهم سلوك المرأة القيادية في تشكيل الصورة

وبالرغم من أن صفة «المغربية» تجمع بينها، إلا أن الأمر يتعلّق بثلاثة نماذج مختلفة من الجماهير تتميّز نسيبًا بنفس المحيط السّمعي البصري ونفس الخلفيات الثقافيّة رغم اختلاف نظرتهن إلى المرأة من جهة ومواقفهن من جهة أخرى.

الجمهور في تونس

ينتهي كلّ نقاش يتعلّق بالتمثّلات حول المرأة إلى مسألة هيمنة الرجال على النساء. وفي إطار مشروع مركز «كوثر» وفي تونس بصفة خاصّة، لم يدر النقاش حول هذه المسألة ولكن حول فكرة أن قضية مكانة المرأة ومكتسباتها مازالت قضية وهميّة. يستند ذلك إلى الاعتقاد الخاطي أن النساء التونسيات تحصّلن على الكثير من الحقوق، بل أصبح الحديث مركزا عن الامتيازات عوضا عن الحديث عن الحقوق.

وتحوّل النقاش هنا ليس عنصرا إيجابيا كما يمكن أن يكون في حلقات أخرى حيث يتمثّل الهدف في التفكير في طريقة للتّهوض بمكانة المرأة، بل يتدخّل هنا كآلية امتناع عن التلقّي. وفي حالات الامتناع الكلي استدللنا بإحساس بعض المتدخلين أن النساء التونسيات كنّ في الحقيقة في وضع هيمنة وأنه يجب الحدّ من سلطتهنّ.

الجمهور في الجزائر

أما بالنسبة إلى الجمهور الجزائري فقد اعتبر أغلبه أن صورة المرأة الجزائرية كما قدّمت في الشريط السينمائي القصير «من هي فاطمة؟» لا تصفي قيمة على صورة المرأة مقارنة بنظيرتها التونسية والمغربية. وهكذا دار النقاش فعليًا حول صورة المرأة، ممّا كنّ من عدم الانحراف كثيرا عن الإشكالية الرئيسية، وأوصل الجمهور والمسيّرين إلى تمكين الجمهور من أدوات فكّ رموز صورة المرأة في وسائل الإعلام بصفة عامّة والمرأة القياديّة بصفة خاصّة.

وهكذا يكون المشاهد الجزائري أكثر تقبّلا للتجربة وللمشروع من جاره التونسيّ. ويمكن تفسير سبب الانفتاح على التلقّي والنقاش بكون حرية التعبير في وسائل الإعلام في الجزائر تمثّل تقليدا تمّ إرساؤه بصفة أكبر منها في تونس.

الجمهور في المغرب

ويقدم المغرب، أخيرا، جمهورا منفتحا على التجربة المقترحة.. واعتبر بعض المتدخلين المرأة المغربية ليست ممثّلة بصفة مرضية أو أنها ممثّلة بشكل سيّئ في وسائل الإعلام. الأمر الذي جعل التحول إلى النقاش حول مكانة المرأة والمشاكل التي تواجهها داخل المجتمع، حاضرا بشكل أكبر.

وخلالها للمشاركين التونسيين الذين طلب منهم الحديث عن أهمية تمثيل المرأة فاعتبروا أن المرأة التونسية كانت حاضرة بشكل بارز في الفضاء العام، فإنّ الجمهور المغربي ركز على الصعوبات التي تواجهها النساء وعلى أهمية الكشف عن هذه الصعوبات في وسائل الإعلام، فضلا عن الترفيع من عدد المشاريع على غرار المشروع المنجز بمبادرة من مركز كوثر.

المرأة القيادية من خلال معجم الجمهور

توقفت الدراسة كذلك عند ثراء المعجم والمواضيع المتناولة في الجزائر بالمقارنة مع جيرانها من التونسيين والمغربيين. وبالفعل، فإنّ الجمهور الجزائري يعتمد على ما لا يقل عن ثمانية عشر كلمات مفاتيح مقابل عشرة بالنسبة إلى تونس وإحدى عشرة بالنسبة إلى المغرب.

ولكننا تبيّنا أيضا خلال البحث مشهدا سمعيًا بصريًا في الجزائر مختلفا عن اللذين لاحظناهما في تونس والمغرب مع حضور قنوات تلفزيونية فرنسية اختفت في الأغلبية الساحقة من المنازل التونسية والمغربية.

وفعلا فإن ثراء مداخلات الجمهور الجزائري هو ذو دلالة على فعالية عملية التلقي-الإرسال في حين أنه في تونس، على سبيل المثال، وقع الامتناع عن التلقي بشكل كبير تجلّى من خلال تحويل آلي للموضوع الحقيقي للعروض والمناقشات نحو أحاديث فردية لا منتهية حول مكانة المرأة التي تم اعتبارها «متحررة جدا». علاوة على ذلك، فإن الاختلافات بين تلقي الخطاب حول صورة المرأة القيادية بين هذه البلدان تتجلّى من خلال قيمة التوجيه التي يمنحها المتدخلون لهذه الألفاظ. لناخذ على سبيل المثال نموذج «صورة المرأة» ولنلاحظ قيم التوجيه المتعلقة به من بلد إلى آخر: أولا، ركز الجمهور الجزائري وناقش بالأساس مسألة صورة المرأة مما يدل على أن الجماهير قد استوعبوا جيّدا هدف العروض والمناقشات.

وفي حين أن الجمهور الجزائري قيم صورة المرأة على أنها «في نسق تصاعدي»، فإن بعض المتدخلين في تونس قد تحدّثوا عن «القمع». والسبب هو تحوّل دلالي، يحيل إلى أن أغلب الجزائريين، فهموا أن الأمر يتعلّق بصورة المرأة، فيما ظل التونسيون مركّزين على المرأة وعلى مكانتها وليس على فكرة صورة المرأة.

ويعتبر الجمهور الجزائري أن صورة المرأة القيادية هي صورة «مزعجة» وذلك على عدة مستويات، على مستوى وقعها على الجمهور النسائي (إثارة الطموحات) وعلى الجمهور الذكوري (الشعور بالتهديد). وسواء كانت تزعج لأنها باعثة على الحلم أو لأنها تخطف الأضواء من الرجال، فإن ما يجب أن نستخلصه هنا هو إدراك فكرة تأثير الصورة التي أظهرها الجمهور الجزائري. هذا الإدراك الصحيح، الواعي والمدعم دائما بحجج برز أيضا في تونس والمغرب ولكن

بصفة معزولة جدا وفي مناسبات نادرة جدا خلال العروض.

ويبرز الاختلاف بين جمهور الدول الثلاث على مستوى المحاور التي استقطبت اهتمام الجمهور. فقد برزت لدى الجمهور الجزائري والمغربي عبارات «النضال» أو «المعركة»، وغابت لدى الجمهور التونسي.

تنزل إذن عبارات «النضال» و«المعركة» في إطار تعطل عملية التلقي-الإرسال وتغيير وجهة موضوع النقاش حول صورة المرأة القيادية نحو مسألة قضية المرأة. وتجلت المفارقة على هذا المستوى في أن البلد الذي سجلنا فيه هذا التحويل لموضوع النقاش، هو تونس حيث لم نسجل تواترا في استعمال عبارات «النضال» أو «المعركة». لكننا اعترضنا عبارات «التقاليد» التي أصبحت تجدلها مكانا بارزا في المجتمع وقيمة «إعادة التوازن» فيما يتعلق بـ «عالم الذكور». ففي الشريط الوثائقي «من هي فاطمة؟»، تعتبر إحدى النساء القياديات المستجوبات نفسها «رجلا في مجال عملها» وهو ما أثار ردود فعل الجمهور حيث اعتبره البعض أمرا عاديا، فيما اعتبره البعض الآخر هجوما ضد المرأة وآخرون هجوما ضد الرجل.

تختلف إذن قيم التوجيه هذه وكذلك تردد المحاور اللامتكافئ بين الدول الثلاث، مما يحيل إلى اختلاف أوضاع المرأة في البلدان الثلاثة، الممارك التي تم الانتصار فيها في تونس (مجلة الأحوال الشخصية التي تعتبر الأكثر حداثة في المنطقة العربية)، والممارك التي يجب أن تخاض. ويثير اختلاف قيم التوجيه أيضا إلى ثقل التقاليد مهما كان البلد والقوانين التي تم إقرارها لفائدة المرأة فيها، ومهما كانت الصورة التي يمكن أن نحملها عن المرأة القيادية.

وانبثقت عن الدراسة مجموعة من التوصيات تقضي بضرورة تكثيف الجهود بين مختلف الفاعلين والتوعية بالتوجيه المسلط عبر الصورة في سن مبكرة داخل المعاهد على سبيل المثال لتدريب أجيال على الروح النقدية. إن هذا التمشّي الصعب وطويل المدى من شأنه أن يمكننا من الاحتراس من انعدام التواصل وضد تحول الفكر إلى التقليد الأعمى الذي يتمثل في تكرار آلي لبراديجمات مسلّمة والتي تروجها سياسة معينة تهدف إلى المسّ من مكانة المرأة في المجال العام والسياسي والحد من الروح النقدية للأفراد.

كما أكدت الدراسة على أهمية أن يتجاوز التنشيط الثقافي مجرد تقاسم أو اكتشاف ثقافي للانتقال إلى سيرورة حقيقية لتوعية الجمهور، وتمكينه من أدوات للتصدي للتوجيه والتلاعب الذي تقوم به وسائل الإعلام، مما يخدم بشكل إيجابي مشاريع توعية تمكن الجمهور من أدوات تساعد على فك شفرات الصور والتوجيه الإعلامي بشكل عام.

شريط من هي فاطمة؟ :

من هي فاطمة؟» (23 دقيقة)، يتحدث الشريط عن فاطمة أم البنين الفهرية المعروفة، بانية جامع القرويين بفاس، والتي كانت بارعة في اللغة والأدب والعلوم. أصبح جامع القرويين الشهير أول معهد ديني وأكبر كلية عربية في بلاد المغرب الأقصى، وبذلك تصبح فاطمة بنت محمد الفهري القيرواني المعروفة بأُم البنين الفهرية هي مؤسسة أول جامعة عربية إسلامية في بلاد المغرب. تناول الشريط قضايا الحاضر وقدم نماذج معاصرة لنساء ناجحات في المجتمع بكل من تونس والجزائر والمغرب، حين يتوفر التعليم والظروف المواتية والكفاءة والإرادة والعزيمة والإصرار على تحدي الإكراهات...

