

نحو صورة متوازنة للنساء في الإعلام

إعداد:

نهوند القادري عيسى

بمعاونة المساعدات الباحثات:

سارة النجار - تغريد سميري

جيهان المصري - ملكة خانات

البحث من إنتاج:

جمعية Fe-Male



 **FeMale.lb**
 **@femaleorg**
 **www.fe-male.org**

بالتعاون مع

منظمة أكش إيد - مبادرة المنطقة العربية

act:onaid
arab regional initiative

بيروت - أيلول ٢٠١٥

© إن جميع حقوق طبع هذه الدراسة محفوظة بإسم جمعية Fe-Male، لكن يمكن إستخدام النص دون مقابل من أجل أهداف بحثية تخدم المناصرة، أو التعليم أو الأبحاث، على أن يتم ذكر المصدر. كذلك، يجب طلب الإذن في حال الرغبة بنسخ بعض أو جميع المعلومات الواردة في هذه الدراسة، أو في حال إستخدامها في دراسات أخرى، أو ترجمتها أو موائمتها.



تعريف في-مايل

تأسست منظمة «Fe-Male» عام ٢٠١٢، بمبادرة من مجموعة ناشطات نسويات، وهي منظمة مدنية لبنانية، غير طائفية لا تبغي الربح. تعتمد المنظمة مبدأ حقوق الإنسان كمرجعية لها وتستند إلى الإتفاقيات الدولية في عملها، وتؤمن بأن الدولة المدنية في لبنان هي من أهم الأسس التي ستحقق المساواة بين جميع المواطنين والمواطنات. تهدف Fe-Male إلى بناء جيل جديد من النسويات الشابات، رفع الوعي ومناصرة عدد من القضايا المرتبطة بحقوق الإنسان والنساء بشكل خاص عبر الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، تمكين النساء، إضافة إلى العمل على محاربة تسليع وتنميط النساء في الإعلام والإعلان وتعديل القوانين التمييزية ضدّهن.

منظمة Fe-Male مسجلة في وزارة الداخلية والبلديات اللبنانية تحت العلم والخبر رقم ٨٦٧.

تعريف بالمشروع

«مش بالتسليع، منتجك ببيع» هو عنوان حملة كانت قد بدأتها جمعية Fe-Male منذ تأسيسها. تهدف هذه الحملة إلى الإضاءة على كافة أنواع التمييز الجندي الذي يروّج له الإعلام والإعلان وإظهار كيفية مساهمة الصور التسليعية للنساء في مضاعفة العنف ضدّهن، بالإضافة إلى تغيير صورة النساء في الإعلام والإعلان في لبنان على المدى البعيد. وقد قامت Fe-Male في إطار هذه الحملة بإنتاج وثائقي حول صورة النساء في الإعلام والإعلان في لبنان بعنوان «صورة غب الطلب»، وتستكمل الجمعية عملها على هذا الموضوع من خلال مشروع بعنوان «نحو تغيير صورة النساء في الإعلام والإعلان في لبنان» بالشراكة مع منظمة الأكشن إيد (مبادرة المنطقة العربية) بهدف الضغط على الرأي العام وأصحاب القرار في المؤسسات الإعلامية والإعلانية والمؤسسات الحكومية والرسمية من أجل التحرك لوقف تسليع النساء مما من شأنه أن يحميهن من العنف والتمييز اللاحق بهنّ بسبب هذه الصور التسليعية والنمطية.

الفهرس

| | |
|----|---|
| ٥ | مقدمة عامة |
| ٩ | I- السمات الخاصة بالمشهد الإعلامي اللبناني من منظور النوع الاجتماعي |
| ٩ | أولاً، إشكالية النوع الاجتماعي |
| ٩ | ثانياً، إشكالية الإعلام بحد ذاته |
| ١٠ | ١- خصوصية المشهد الإعلامي اللبناني |
| ١١ | ٢- موقع المرأة في وسائل الإعلام وفي قانون تنظيم الإعلام |
| ١٣ | ٣- أبرز سمات الحضور الجندري في المشهد الإعلامي |
| ١٤ | أ- سمات الحضور الجندري في البرامج المتلفزة |
| ١٥ | ب- سمات الحضور الجندري في الإعلانات |
| ١٧ | ج- سمات الحضور الجندري في الأعمال الفنية (المسلسلات، الأغنيات) |
| ٢١ | II- مآلات الحضور الجندري في البرامج الاجتماعية المتلفزة الراهنة آليات البرمجة المعتمدة بالعلاقة مع متطلبات الأجهزة |
| ٢٨ | III- إشكالية النوع الاجتماعي في الصحافة المطبوعة ورقياً أو إلكترونياً |
| ٣١ | VI- السبل الفضلى للوصول إلى سلوك إعلامي مناهض للتمييز الجندري، وبالتالي إلى صور أكثر توازناً للنساء |
| ٣٤ | تجارب عربية/ محاولات لتعزيز موقع ودور المرأة في وسائل الإعلام |
| ٣٦ | خطوات أبعد في سبيل ضمان صور متوازنة للنساء في الإعلام |

مقدمة عامة

يصعب على الباحث في الإعلام من منظور جنسوري أن يقيّم الأداء الإعلامي لوسيلة معينة أو لبرنامج معين أو لمضمون معين، وذلك بالنظر إلى أسباب عديدة، منها:

التداخل الحاصل، بفعل التطوّرات التكنولوجية والاتصالية الراهنة بين كل من: الإعلام والإعلان والاتصال، المرسل والمتلقي، الجدية والترفيه، العام والخاص، الواقعي والافتراضي، العولمة والخصوصية.

التنوّع والتعدد في المشهد الإعلامي اللبناني، الذي يعج بالتناقضات، وتلفه المفارقات كيفما تمّ النظر إليه، تختلف فيه الرسائل باختلاف الوسيلة، وباختلاف غائية من يملكها ويديرها ويُمولّها، وباختلاف الجمهور المستهدف من تلك الرسائل، وباختلاف ثقافة وحساسية من يعمل في الوسيلة تجاه الموضوعات المطروحة، وباختلاف الظروف المحيطة بالعمل الإعلامي عينه.

تراجع دور الدولة الأمة لحساب الشركات الكبرى واقتصاد السوق، وصعود الفردانية، وتراجع العمل الحزبي والتطوّعي والالتزام بمصالح المجموعة، وتراجع التقديمات الاجتماعية، وفقدان فاعلية الأساليب الرقابية التقليدية.

تداخل عامل الجندر مع عوامل أخرى تعود إلى العمر، الانتماء العرقي والديني، والفئة الاجتماعية، والأوضاع المعيشية.

حصول متغيرات تكنولوجية واتصالية في سياق اجتماعي وسياسي وثقافي معقّد، مُحاط بالأزدواجية من كل حذب وصوب، وترافقها في الفترة الأخيرة مع انتفاضات وحركات شعبية في العديد من البلدان العربية، تضافرت مجموعة عوامل محلية وإقليمية وعالمية على تعطيل ديناميّتها الداخلية، وحوّلتها إلى أعمال عنف وعنف مضاد، بشكل غدا العنف يستولد نفسه في أشكال ملموسة أحياناً ومجردة أحياناً أخرى، لدرجة بتنا نعيش حالة من الفوضى والضجيج الإعلامي الذي كاد يؤدي بنا إلى أزمة معنى حقيقية.

في ضوء ما تقدّم أعلاه من واقع إعلامي محيّـر وملتبس تبقى إشكالية الحضور الجنسوري في وسائل الإعلام قائمة في مختلف البلدان، وتزداد إلحاحاً في بلد كـلـبـنـان يُعاني نظامه من التشوهات البنونية الآتية:

■ صراع متواصل بين المجموعات المذهبية والدينية، معطوف على صراعات مصالح مالية وقوى سياسية ذات امتدادات إقليمية. صراع يغفو أحياناً، ويطفو على السطح أحياناً أخرى، متأثراً ومؤثراً بما يجري في المحيط العربي والإقليمي من صراعات وتحالفات.

■ نظام إعلامي وليد نظام سياسي بطريكي أبوي قائم على المحاصصة الطائفية والمذهبية.

■ تنافس شرس ومحموم بين الوسائل الإعلامية على حصة الإعلانات المحصورة بالأساس.

■ غياب المأسسة ومحدودية الإنتاج لدى مختلف الوسائل الإعلامية.

■ تقادم القوانين التي ترعى العمل الإعلامي وتوانيتها عن مواكبة المستجدات، واستنساابية تطبيقها في معظم الأحيان، هذا عدا عن الخلل البنيوي الذي تُعاني منه الأطر التنظيمية، ما ينعكس سلباً على أدائها، بالإضافة إلى شلل العمل النقابي.

وتزداد إشكالية الحضور الجندري في الإعلام تعقيداً في ظل تحولات طرأت على أوضاع النساء اللبنانيات اللواتي قطعن شوطاً على مستوى التعليم واكتساب المهارات والقدرات ولكنهن لم يتمكن من اختراق السقف الزجاجي على مستوى اتخاذ القرارات بما يتناسب وقدراتهن. وحالياً تطفو هذه الإشكالية بشكل عنيف بالنظر لأجواء العنف التي تعيشها المنطقة، والتي أتت مفاعيلها على النساء مضاعفة. في هذا السياق تتعالق هذه الإشكالية مع إشكالية أخرى تعود للعمل الإعلامي عينه، المنطلقة من التساؤل حول كيفية تعاطيه مع ما يجري على أرض الواقع، والمسافة الفاصلة بين الواقع الذي يجهد الإعلام في بنائه لاعتبارات عديدة يضيق المجال لذكرها هنا، وما يحصل فعلياً على أرض الواقع. كذلك تبرز إشكالية أخرى على صلة بالإعلاميين/ات أنفسهم/هن ما يريدونه/يريدنه، وما يريد مالكة المؤسسة، وما يريد المعلن، وما يريد الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية، وما تتطلبه الأجهزة الإعلامية عينها.

يتجلى هذا التعقيد عندما نستعرض ما صدر عن وسائل الإعلام بمختلف أشكاله في السنوات الأخيرة من عناوين لها صلة بالنساء، سواء كان بإبراز تجاربهن أو بالإضاعة على إنجازات حققنها، أو بتغطية لأشكال عنف تعرضن له، أو بتمييز مورس بحقهن أو بتقييم لأدائهن، أو بمؤتمرات ومقالات خاضت في قضيتهن، أو بدراسات حول أوضاعهن.

وبغرض إيضاح الصورة إرتأينا أن نعتمد في هذه الورقة المسار المنهجي الآتي:

◀ **أولاً** الإطلالة على المشهد الإعلامي اللبناني، بهدف الإطلاع على الحضور الجندري وتلمس مواقع وأدوار النساء، بالعلاقة مع سمات هذا المشهد، وخصوصيته.

◀ **ثانياً** استعراض أبرز ما خلصت إليه دراسات سبق وأنجزتها بخصوص الحضور الجندري في نشرات الأخبار، البرامج الحوارية المتلفزة، الإعلانات، والدراما.

◀ **ثالثاً** متابعة ما آل إليه الحضور الجندري في الإعلام اللبناني المتلفز في الفترة الراهنة التي تتسم بأجواء عنف غير مسبقة، معطوفة على تفلّت لامتناهي على مستوى معايير وأخلاقيات العمل الإعلامي، وذلك من خلال البرامج المتلفزة التي أثارت جدلاً في وسائل الإعلام المكتوبة وفي الإعلام الإلكتروني وعلى شبكات التواصل الاجتماعي، والتي وقع الاختيار فيها على العينة المكوّنة من برامج: ^١ «طوني خليفة» (١٥٤٤)، ^٢ وبرنامج «للتشر» ^٣، وبرنامج «بلا تشفير» ^٤، وبرنامج «حكي جالس» ^٥.

لم يكن الغرض من رصد هذه البرامج تحليل مضمونها بالمعنى التقليدي والدقيق للكلمة، بقدر ما كان الاطلاع على القضايا المثارة وعلى طريقة مقاربة كل من هذه البرامج لموضوع المرأة، وبغرض تبيان ما تحمله، عن وعي أو عن غير وعي، من أفكار وآراء وتعايير تمييزية تنم عن أشكال عنف مبطن، سواء كانت لفظية أو نفسية أو رمزية، وتبيان العلاقة بين هذه المنمطات وبين أساليب العمل الإعلامي التي تُعززها، وتلك التي تُخفف منها. واستخلاص التمايزات العائدة لمعالجة القضايا الاجتماعية بين كل من هذه البرامج، ودرجة النمطية في كل منها، ومدى تواجد الحساسية الجندرية في طريقة المعالجة.

◀ **رابعاً** استخلاص أبرز المؤشرات العائدة لما كتبه الإعلام المطبوع ورقياً أو إلكترونياً حول العناوين الآتية:

■ المرأة الإعلامية، المضامين الإعلامية المتلفزة التي حضرت فيها المرأة كضيفة وكموضوع.

■ تغطية العنف على أساس النوع الاجتماعي الذي يُصيب المرأة داخل الدائرة الأسرية من ناحية، ومن جراء النزاعات والصراعات المسلحة، من ناحية ثانية.

■ مناقشة القوانين المرعية الإجراء وأساليب الرقابة السائدة بالعلاقة مع المتغيرات الطارئة بفضل التطورات التكنولوجية والاتصالية.

■ مواكبة المتغيرات الطارئة على أوضاع النساء، وتغطية المؤتمرات والدراسات حول المرأة. وذلك من خلال أرشيف إلكتروني أعدته شخصياً خلال السنوات الأربع الأخيرة،

^١ بخصوص عينة الرصد انظر التقرير الأساسي ملحق رقم ٢ ص ١٠٤. يقدمه طوني خليفة على قناة MTV اللبنانية، موعد البث: كل يوم اثنين الساعة الثامنة والنصف بتوقيت بيروت، عدد الحلقات المرصودة: ٦ (من الموسم الأول) من حلقة ٢٨ لغاية ٣٥.

^٢ عرّفت قناة MTV على موقعها الإلكتروني برنامج «طوني خليفة ١٥٤٤» كالتالي: «البرنامج الذي يُعده الإعلامي طوني خليفة ينتاول مختلف القضايا والملفات التي تهم المشاهد. فيعالج في فقرات منوعة مواضيع منبثقة من تطورات سياسية وأمنية وأخرى اجتماعية، إنسانية وطبية (إنجازات واكتشافات أو أخطاء وإهمال) بالإضافة إلى مواضيع فنية ورياضية وغيرها.. كما يُلقى البرنامج الضوء على اختراعات ومواهب واكتشافات أو أخطاء وإهمال»

^٣ عاد برنامج «للتشر» الذي يُناقش أبرز الملفات والقضايا الاجتماعية المثيرة للجدل على قناة الجديد، بديكور جديد وفقرات جديدة، ويكون خلالها المراسلون جزءاً أساسياً من القضايا التي يتم طرحها ومناقشتها لمدة ساعتين مباشرة على الهواء، عند الثامنة والنصف من كل اثنين، تقدمه ربما كركي.

^٤ عرّفت قناة الجديد على موقعها الإلكتروني برنامج «بلا تشفير» بالعبارة المختصرة التالية: برنامج حوارى جديد يتميّز بجرائنه وصراحة أسئلة مقدّم البرنامج تمام بليق» يُبث أسبوعياً نهار الأربعاء الساعة التاسعة والنصف. تمّ رصد ٦ حلقات استضافت على التوالي جويل حاتم، ميلاد أبو ملهيب، سما المصري، لارا كي، ليال عبود، وبشرى الخليل.

^٥ «حكي جالس» يقدمه الإعلامي جو معلوف ويبث على شاشة LBC و LDC كل اثنين الساعة ٩:٣٠ مساءً.

كوني متابعة وباحثة في شؤون الجندر في الإعلام، وذلك بُغية الاطلاع على عمق التمايزات بين الإعلامين المرئي والمكتوب في مقاربة موضوع المرأة، والانعكاسات المتبادلة لكل وسيلة على الأخرى. هذا عدا عن أنّ النظر إلى المعالجة الإعلامية من منظور جنسنا من الاطلاع على أبرز الاهتمامات في هذه الفترة ويُظهر لنا أين تقدّم الإعلام وأين تراجع وأين رواج مكانه على مستوى النمطية في معالجة قضايا النساء. وبعد استعراض لائحة العناوين التي احتفظت بها في أرشيفي الإلكتروني^٦، تبيّن أنّ الاهتمام في العينة المشار إليها أعلاه انصب على الموضوعات الآتية:

❏ الكلام حول إعلاميات اشتهرن في تقديم برامج معينة، أو اتخذن مواقف معينة، أو تعرضن لضغوط معينة نتيجة مواقفهن. تضمّنت العينة كل من يولا يعقوبيان، حياة مرشاد، ليليان داوود، لينازهر الدين وربما كركي.

❏ رصد البرامج المتلفزة والإعلان عنها أو عن تغييرات طرأت على بعضها، ونشر مقالات تُحلّل أدائها وتنتقدها.

❏ استعراض لأخبار نساء عربيات أبدعن، نلن جوائز، انتجن أعمالاً فنية، شكلن ظواهر معينة، خرجن عن المألوف، قاومن، تحقيقات حول نساء مارسن مهناً كانت في السابق حكراً على الرجال، أو هاجرن للعمل.

❏ أخبار مثيرة حول العنف الذي تتعرّض له النساء جراء الصراعات والأعمال الإرهابية التي تشهدها المنطقة العربية.

❏ أخبار التحرش والعنف الأسري الذي تتعرّض له النساء اللبنانيات وتعاطي مجلس النواب والقضاء مع هذه الظواهر.

❏ الكلام حول القوانين التي ترعى عمل وسائل الإعلام والمخالفات والمواثيق وأجهزة الرقابة، في معرض تعرّض الإعلاميين أنفسهم لدعاوى قذف ودمّ وتشهير وغيرها.

❏ استعراض لدراسات حول النساء والإعلام والاتصال، وتغطية لمؤتمرات عُقدت حول المرأة وأوضاعها، ونشر لمقالات وتحليلات تطرّقت إلى عناوين عديدة منها: النسوية- العولمة- الحراك- الربيع العربي- التيارات السياسية- الداعيات- أوضاع المرأة العربية- المنظّرات النسويات (بيتي فريدان- دنيز كيدناواتي)- المرأة والإعلام- المرأة والنضال- المرأة والمواطنة- المرأة والتحرير والتمكين- تراجع حقوق المرأة^٧.

◀ **خامساً** بعد تشخيص الواقع، سوف يُصار إلى تعيين أماكن التقدّم والبناء عليها، وتحديد النواقص والأسباب الكامنة خلفها، بغرض متابعة الطريق نحو إرساء معايير للعمل الإعلامي خالية من التمييز المبني على أساس النوع الاجتماعي.

^٦ بخصوص لائحة الموضوعات أنظر التقرير الأساسي ملحق رقم ٣ ص ١٠٥
^٧ بالنظر لضيق المجال، إرتأينا عدم تضمين الورقة هذا الجانب، خصوصاً وأنه يشكل موضوعاً قائماً بذاته يؤشر على مدى الملاءمة بين الحراك الفكري والحراك على أرض الواقع..

01

السمات الخاصة بالمشهد الإعلامي اللبناني من منظور النوع الاجتماعي

إنّ الكلام على أبرز سمات المشهد الإعلامي اللبناني من منظور النوع الاجتماعي، يضعنا أمام إشكالتين متداخلتين: الأولى تعود للنوع الاجتماعي، والثانية تتعلّق بالإعلام بحد ذاته.

أولاً، إشكالية النوع الاجتماعي

من الواضح، أنّ أشكال التمييز المؤدّة للعنف التي حملتها معها البناءات الاجتماعية للاختلافات بين الجنسين ما كانت لتترعرع وتستتب وتأخذ صفة الطبيعية لولا ما أسماه بورديو (Bourdieu) بـ «الدوكسا»، أي الحفاظ على أمكنة إنتاج السلطة (الثقافة والمجتمع) من خلال معايير وقواعد وقوانين ومعتقدات وقيم حملها الإعلام^٨، أو على الأقل ساهم في إعادة إنتاجها. إذ ترى Bertini أنّ المعايير والمبادئ والمعارف الضمنية والظاهرية التي تُهيكل وتُنظّم كل مجتمع إنساني هي نتاج بناءات اجتماعية وثقافية محددة في الزمان (تطوّر الحقيقة مع التاريخ) وفي المكان (نسبوية). مشيرة إلى الفائدة التي تُمثّلها دراسات «الجنس»، والتي ترى فيها إعادة تشييد ضرورية للإشكاليات والمنهجيات. لأنّ الجنس يشغل الرسم الخيالي الإعلامي والاتصالي الذي هو في أساس أي مجتمع إنساني، وحيث أنّه من الضروري التقاط امتداده السياسي الذي يظهر عبر الأجهزة، التي بتركيبها واحدة فوق الأخرى، من الأسرة إلى المدرسة، مروراً بالميديا، المؤسسة، الجامعة، البحث، الفضاء العام، تُساهم في إمساك تنظيم اجتماعي وثقافي مركّز على الهرمية الجنسية التي هي خارج المساواة^٩.

ثانياً، إشكالية الإعلام بحد ذاته

لطالما حمل الإعلام كمفهوم جملة مفارقات، لكونه ليس بمعطى مستقل بذاته، إنّما هو بناء اجتماعي. والمعلومة لا توجد إلا من خلال سياق اجتماعي تنظيمي، ومن خلال استراتيجية فاعلة لأقطاب يُساهمون في تشكيل أو تسوية معناها، في مرحلة إنتاجها ونقلها وتلقّيها^{١٠}. فإعلام طرف لطرف آخر يعني نقله من حالة اللائقين إلى حالة اليقّين، غير أنّ المتلقي للمعلومة مجرد ما يعرف، يتولّد لديه نهم لمعرفة المزيد، أي أنّ المعلومة التي استقرت في ذهنه سرعان ما تولّد لديه لايقيناً جديداً، فيعود الإعلام ليعمل على خفضه. إنّها لعبة لا متناهية، دفعت الدارسين للبحث في التناقضات التي تقوم على أساسها تلك اللعبة الإعلامية: بين وظيفة

^٨ ترمز الدوكسا إلى مجموعة من الآراء والقيم والمعتقدات والمعايير المعتمدة على أنّها أمر مفروغ منه، ومشكلة اعتباطية ثقافية خاصة بمجتمع معين في فترة معينة من تاريخه. أنظر بهذا الصدد

Fleury, B, et Walter, J. (2009). Penser le Genre en sciences de l'information et de la communication et au-delà. Questions de communication numéro 15. P.164.

^٩ Voir à ce propos: Fleury, B, et Walter, J. (2009). Op.cit. P.P 116- 117.

^{١٠} Voir à ce propos: Muller, P. (2001). Politiques publiques et effets d'information. Dans J. Gestle (dir), Les effets d'information en politique. Paris: éd. L'Harmattan. p.237.

الإضاءة على المشاكل الاجتماعية، وبين ترميز الرسائل بأسلوب ممسرح يستغل آلام الناس لتركيب مشهدية جاذبة، بين تضخيم الظواهر، ومن ثم العمل على إجهاضها من خلال تسخيفها ومن ثم استهلاكها.

تدفعنا هذه المفارقات للتساؤل: هل بإمكان الإعلام أن يساهم في الحدّ من التمييز والعنف المبنيين على أساس النوع الاجتماعي في الوقت الذي يجزّ معه أشكال تمييز وعنف أخرى، بدءاً من الأجندا التي يضعها، والتراثبية التي يشيّد بها، والآليات التي يعتمد عليها والتي يبدو واضحاً تأرجحها بين: السر والمشهدية، الترويج الذاتي وخدمة الآخرين، التنفيس عن العنف من خلال الكلام عنه وإشعال النيران، بين اللهات وراء الإثارة والغريزة، والإباحية، وإدعاء العفة والطهرانية؟ مع الإشارة إلى أنّ أية محاولة للإجابة على هذا السؤال لا بدّ وأن تكون نابعة من خصوصية المشهد الإعلامي اللبناني.

١ خصوصية المشهد الإعلامي اللبناني

تزداد إشكالية الإعلام البنيوية تعقيداً أمام خصوصية المشهد الإعلامي اللبناني الذي تضخّم في العقود الأخيرة، متداخلاً مع المشهد الإعلامي العربي، لاسيّما الخليجي منه، نظراً للعلاقة المعقّدة التي تُسجّت بين الإعلاميين اللبناني والخليجي والقائمة على حاجة أحدهما للآخر، حاجة الإعلام الخليجي إلى الخبرات اللبنانية، وحاجة الإعلام اللبناني إلى الرأسمال الخليجي، وإلى القدرة الشرائية للجمهور الخليجي، لدرجة يكاد المرء يخال نفسه أمام نموذج مركّب يصعب تحديد الخليجي منه عن اللبناني^{١١}. وأمام تشابكه مع المشهد الإعلامي العالمي سواء كان ذلك لجهة آليات العمل، أو معايير المهنة ومتطلبات المنافسة. بمعنى آخر هناك مفارقات تحكم نوعية إنتاج الإعلام اللبناني تتمثّل بالمزج بين العالمية والخصوصية، إنّهُ إعلام يصحّ فيه القول: جذوره ضاربة عميقاً في الذهنية الاجتماعية وفي المخيال الشعبي، وأغصانه تحمل أوراقاً هجينة متلوّنة بما هو مستحدث ومستورد. هذا عدا عن أنّ هذا المشهد الإعلامي الحيوي المتنوع والمتعدد والذي أمكن له بناء العديد من المهارات الإعلامية التي تخطت في عملها السوق اللبنانية نحو السوق العربية لاسيّما الخليجية، بدا يُعاني من جملة عوارض تتمثّل بالآتي:

خلل على صعيد قوّة الإعلام المرئي والمسموع، إذ اعترت دفتر الشروط العديد من النواقص، إضافة إلى محاولات الالتفاف عليه، وممارسة العديد من أشكال الاستنساخ في تطبيقه. وما زال دور المجلس الوطني للإعلام المفترض به أن يسهر على حسن سير العمل الإعلامي مكبلاً بسبب تركيبته المستنسخة عن تركيبة النظام السياسي اللبناني.

تقادم القوانين، فقانون الصحافة المكتوبة الذي وضع في ستينات القرن الماضي لم يعد متلائماً مع المستجدات. كذلك لم يتم العمل على تعديل قانون البث الفضائي منذ ما يزيد عن العشر سنوات رغم التطوّرات التكنولوجية والإتصالية المتسارعة. وما زالت الرقابة على الإنترنت تحول دونها عقبات كثيرة.

^{١١} انظر بهذا الصدد: القادري عيسى، نهوند. (٢٠٠٨). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية - الوقوف على تخوم التفكير، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

■ وقوع أخلاقيات الممارسة المهنية بين مطرقة ضعف العمل النقابي وسندان الإنقسات المحلية وعدم تلاقيها على قيم مشتركة.

■ التحولات الطارئة على سوق الإعلانات بفعل التطورات التكنولوجية والإتصالية الراهنة التي أدت إلى تحولات جمة طالت منهجيات العمل الإعلاني، واستراتيجياته والقنوات الحاملة له، وسلوك المستهلكين وأنماط استهلاكهم. وهذا ما دفع المعلنين لإنفاق غالبية موازاناتهم على إدارة صفحات «الفايسبوك» وحسابات «تويتر» وسواهما من وسائل الإعلام الاجتماعي، في سباق لزيادة أعداد المعجبين والتعليقات عبر المواقع الاجتماعية. وقد أثار استخدام الويب مجموعة أسئلة ذات أبعاد قانونية اقتصادية سياسية اجتماعية ثقافية، في سياق تميّز بالإزدواجية بين الكوكبة والمحلية، وحيث المستخدمون يُشاركون بأنفسهم في إنتاج القيمة الاقتصادية من خلال أنساق تبادل السلع الإعلامية على النت. هذا الانجذاب الإعلاني نحو الفضاء الإلكتروني المترافق مع إغراءات خفض الكلفة والإمكانات اللامتناهية في الوصول إلى مجموعات محدّدة المواصفات، انعكس سلباً على سوق الإعلانات الأرضية الأخذ بالانحسار. ولم تكن السوق الإعلان في لبنان بمنأى عن هذه التحولات المعطوفة على جملة صعوبات نابعة من السياقات المحلية. فهذه السوق، بغض النظر عن تضارب وعدم دقة الأرقام حولها، تعاني من تشوهات عديدة.

نتج عن ذلك أزمات وصراعات انعكست سوءاً على البنى والمضامين الإعلامية، وعلى الجسم الإعلامي.

٢ موقع المرأة في وسائل الإعلام وفي قانون تنظيم الإعلام

٢٣٪ من العاملين في أبرز الصحف اللبنانية و٣٤,٢٪ في أبرز المجلات، كذلك يُشكّلن ما نسبته ٢٩,٣٦٪ من العاملين في أبرز التلفزيونات، وفي أبرز الإذاعات يُشكلن نسبة ٤٧,٢٪^{١٢}. من المفيد أن نشير أولاً، إلى أنّ نسبة إسهام الإناث في ملكية المحطات الإذاعية اللبنانية بلغت ٣,٤٪ فقط من مجموع المساهمين، وبلغت في محطات التلفزة ٦٪، مع الإشارة إلى أنّ غالبية أسماء الإناث استُخدمت من قبل المالكين الذكور للالتفاف على القانون^{١٣}. وأنّ سيدتين تملكان مطبوعة سياسية من أصل ١١١. وثانياً، إلى أنّ مجلس نقابة الصحافة كان يضمّ سيدة من أصل ١٨ عضواً أي ما نسبته ٥,٥٪، ليخلو في انتخاباته الأخيرة (٢٠١٥) من السيدات. وكان يضمّ مجلس نقابة المحررين سيدة من أصل ١٢ عضواً أي ما نسبته ٨,٣٣٪، علماً أنّ نسبتهن بين المحررين ٣٥٪^{١٤}. لتعود وتتمثّل النساء في انتخابات العام ٢٠١٥ بثلاث سيدات من أصل ١٢ عضواً. وثالثاً، إلى الكيفية التي تمّت بها رؤية المشرّع للمرأة ولعلاقتها بالإعلام. إذ أنّه ورد في دفتر الشروط في الفصل المتعلّق بالبرامج، لاسيّما في البند السابع المتعلّق ببرامج المرأة والأسرة ما يلي:

١١ القادري، عيسى نهوند. (٢٠١٢). أوجه معالجة الإعلام اللبناني لموضوع العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي. بيروت: صندوق الأمم المتحدة للسكان، الجدول الخاص بأعداد النساء في محطات التلفزة والإذاعة الملحق رقم ٢، جدول رقم ٣- وجداول رقم ٤ ص ١٤٤-١٤٥.

١٢ ورشة العمل التشاورية لمنظمات المجتمع المدني في المنطقة العربية حول التقدم المحرز في تنفيذ إعلان ومنهاج عمل بيجين بعد عشرين عاماً - مداخلة رئيسة لجنة حقوق المرأة اللبنانية السيدة عزة الحر مروة- www.escwa.un.org

■ تُخصّص المؤسسة الإذاعية في برامجها فترات أو برامج للتوجّه إلى الأسرة بكل ما يتعلق بشؤونها ويساعد على شدّ الأواصر بين أفرادها وخلق مناخات التعاطف والتفاهم فيما بينهم.

■ تُعطى المرأة الاهتمام اللازم بما يُساعد على أداء دورها في المجتمع وتأمين سعادة الأسرة.

■ يُحظّر على المؤسسة بثّ أي دعاية أو فقرات توحى أو تشجع بشكل مباشر أو غير مباشر على العنف الجنسي أو الجسدي أو يُساعد على الانحراف أو يحطّ من شأن المرأة أو يُقوّض أركان الترابط الأسري العائلي أو يتعارض مع أحكام المادة ٣٦ من قانون الإعلام المرئي والمسموع^{١٥}. كذلك ورد في دفتر الشروط الفقرة ٩: عدم بثّ أو نقل ما من شأنه إثارة النعرات الطائفية والمذهبية أو الحضّ عليها، أو كلّ ما من شأنه أن يدفع بالمجتمع وبخاصّة بالأولاد إلى العنف الجسدي أو المعنوي والانحراف الخلقي، والإرهاب والتفرقة العنصرية أو الدينية. وعلى المؤسسة عدم بثّ أفلام أو برامج تتسم بالعنف والتشويق الجنسي قبل العاشرة والنصف ليلاً، وعدم الترويج لهذه الأفلام قبل التاسعة والنصف ليلاً.

نشير في هذا السياق إلى أنّ هذه النظرة البطريكية للمرأة، المتمثلة بعدم الاعتراف بتمام كيان المرأة وقيمتها وحصانتها، عبر النظر إليها على أنّها خلقت من أجل إسعاد الأسرة والزوج فقط. «هذه النظرة التي تضر هدرّاً للكيان والمكانة والقيمة والدلالة تُصبح استباحة، ويُصبح الاستغلال والتكرّر للحقوق والانتقاص منها ممكناً»، على حدّ تعبير مصطفى حجازي^{١٦}.

والدليل على ذلك أنّ البرامج والأنماط الاستهلاكية و«الموضوية» التي تقف خلفها شركات الإعلان راحت تُمارس عنفاً غير مسبوق على المرأة لا سيّما تلك التي تُعاني من ضائقة مالية ولا تتمتع بالمواصفات الجمالية المعروضة على شاشات التلفزة، ودون أي حسيب أو رقيب. كذلك غابت الحساسية الجندرية عن مشروع القانون الجديد الذي اقترحتّه مؤسسة مهارات بالتعاون مع النائب غسان مخيبر.

إذ ورد فقط في الفصل الثاني، المادة ٥٥ التي تنصّ على الآتي: كلّ من استعمل وسائل الإعلام المنصوص عنها في هذا القانون للتحريض على التمييز العنصري أو على الكراهية أو العنف ضدّ الأشخاص بسبب جنسهم أو أصلهم أو لونهم أو ميولهم أو انتمائهم العرقي أو الديني أو الجنسي وبرر جرائم الحرب أو الجرائم ضدّ الإنسانية يُعاقب بالغرامة من عشرة ملايين إلى خمسة وعشرين مليون ليرة لبنانية. (أي ما يساوي أجر حلقة أو حلقتين من البرامج التي تحقق نسبة مشاهدة عالية على أبعد تقدير).

^{١٥} أنظر دفاتر الشروط النموذجية للمؤسسات الإعلامية التلفزيونية والإذاعية المرفقة بالمرسوم رقم ٧٩٧٩ تاريخ ٢٩-٢-١٩٩٦، وزارة الإعلام اللبنانية.
^{١٦} أنظر بهذا الصدد: حجازي، مصطفى. (٢٠٠٤). المرأة والتحرر من الاعتراف المشروط. النساء في الخطاب العربي المعاصر - باحثات ٩. بيروت: تجمع الباحثات اللبنانيات، المركز الثقافي العربي، ص ٥٧٧-٥٨٠.

أبرز سمات الحضور الجندري في المشهد الإعلامي

على الرغم من غنى وتنوّع المشهد الإعلامي اللبناني، فإنّ السمات الطاغية عليه تتمثّل إمّا بالإعلام المتماهي بالتناحر السياسي، وإمّا بموجات موضة البرامج والزوايا والصفحات الترفيهيه التي تعبق من غالبيتها رائحة التمييز المستند على أساس النوع الاجتماعي، يقع بينهما مجموعة من البرامج والصفحات والزوايا الاجتماعية التي من ناحية، تعمل تحت عنوان حقوق الإنسان في التعبير وعدم الخوف والتردد من المسّ بالمحرمات، ومن ناحية ثانية، تحت عنوان حادثة التعاطي الإعلامي مع موضوعات المجتمع القائمة على آليات في العمل تضيق فيها الحدود بين الإعلام والإعلان والاتصال، بين الخاص والحميمي والعام، بين المرسل والمتلقي، بين المصادقية والإثارة.

وهكذا أصبح الإعلام المشهدي هو النمط المفضّل حالياً، حتى لدى الصحافة المكتوبة التي راحت في الفترة الأخيرة تسير على خطى التلفزيون. إنّهُ إعلام يستغل الدماء والدموع والبؤس الإنساني العنف والموت. لذا فإنّ سوسيولوجيا الخطاب الإعلامي عن النساء يقع في قلب سوسيولوجيا الميديا: كل منتج إعلامي يتطلّب ثلاثة فضاءات اجتماعية مختلفة: فضاء الإنتاج، والاستقبال، والفضاء المتولّد عن الصفة الاستدلالية للموضوع. والمؤسسات الإعلامية هي الأطراف الرئيسية الفاعلة في الإنتاج، وجميعها تُشكل ما نسميه الحقل الإعلامي، وهذا الأخير يُجابه ضغوطات آتية من حقول أخرى كالمعلمين والسياسيين مثلاً^{١٧}. رغم هذه المنزقات المتعرجة، حصلت مجموعة متغيّرات جعلت الوسائل الإعلامية لاسيّما الجيل الثالث منها تحتل مكانة هامة في معالجة قضايا النساء وفي رسم معالم صور النساء المتناقضة، السلبية والإيجابية منها، الواقعية و«المؤسّطرة» (mystifiée)، المتقلّنة والمتحرّرة، وكثيراً ما تنبّئ هذه الوسائل إستراتيجيات ومعايير في العمل والتوظيف وأساليب للتعامل مع الإعلاميين، ونظرة إلى الجمهور تنبع من كونها تعمل ضمن نظام إعلامي عالمي تُسيّره أيديولوجيا رأسمالية أبوية^{١٨}. هذا عدا عن أنّها تعمل في مجتمعات تحكمها مركزية شديدة يتداخل فيها عالم المال بالإعلام بالسلطة، في ظلّ منافسة محمومة مع فضائيات عربية وأجنبية على سوق إعلانية ضيّقة، وذلك ما يجعل هذه الوسائل تلهث في قسم كبير منها، وراء جمهور عربي، ولديها في غالب الأحيان أحكام مسبقة عنه، مستمّدة في جزء كبير منها من الوسائل الإعلامية الغربية، دون أن تأخذ بعين الاعتبار التطوّرات الحاصلة على صعيد واقع هذا الجمهور والاختلافات التي تحكمه. لذلك استعانت بعض هذه المحطات في بداية إطلاقها الفضائي بالرجال للسياسة وبالنساء للترفيه، مشكّلة نمطاً إعلامياً أدّى إلى اختزال الإعلاميات على اختلافهن في أولئك المرثيات منهن، غير أنّ هذا النمط سرعان ما انحسر أمام احتدام لعبة المنافسة، والتطوّرات على مختلف الصعد، بحيث أنّ معايير الشكل لم تعد تكفي وحدها لخوض لعبة المنافسة، وأصبح المطلوب مزيداً من الثقافة وإتقان اللغات، وسعة الاطلاع، وغنى التجربة^{١٩}.

^{١٧} أنظر بهذا الصدد: القادري عيسى، نهوند. (٢٠٠٨). نحو تمكين النساء في الإعلام- من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين والمواطنات. بيروت: تقرير صادر عن مؤسسة الحريري للتنمية البشرية المستدامة بدعم من البنك الدولي ومجلس الإنماء والإعمار.

^{١٨} أظهرت الدراسات التي قام بها المشروع العالمي لمراقبة الإعلام في سبعين دولة حول مشاركة النساء في الأخبار في يوم واحد أنّ النساء في الأخبار يشكلن نسبة ٤٣٪ من الصحافيين ولكن ١٧٪ فقط ممن أجريت معهن المقابلات و ٢٩٪ من اللواتي تجرى معهن المقابلات هن ضحايا لحوادث مختلفة. أنظر بهذا الصدد: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة الإنمائية. (٢٠٠٦). تقرير التنمية الإنسانية للعام ٢٠٠٥، نحو نهوض المرأة في الوطن العربي. تمت طباعته في عمّان: المطبعة الوطنية: عمّان - المملكة الأردنية الهاشمية، ص ١٥١.

^{١٩} أنظر بهذا الصدد: القادري عيسى، نهوند. (٢٠٠٦). ورقة خلفية لتقرير التنمية الإنسانية ٢٠٠٥، في نحو نهوض المرأة في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره ص ١٥١.

سمات الحضور الجندري في البرامج المتلفزة

قبل الخوض في الحضور الجندري في البرامج المتلفزة المسماة اجتماعية، لا بدّ من الإشارة إلى أنّ التّمييز الاجتماعي للمرأة الذي غالباً ما يُعدها عن السياسة لعب دوراً في وضع هزيمة نشرات الأخبار بحيث أُعطيت الأولوية للصراعات السياسية الضيقة التي لا مصلحة للمرأة بها، وهي بالأصل مغيبّة عنها، ودفع بالشأن المعيشي والحياتي الذي يعني المرأة بالصميم إلى الخلف.

أي أنّ نشرات الأخبار أعادت بمضامينها وبتراكيبها إنتاج الأدوار النمطية المنسوبة لكل من الجنسين، وإن كانت حصلت بعض الخروقات المبعثرة غير القادرة على المسّ بالبنية وبالتراتبية المعهودة. كذلك كانت العلاقة بين بنية البرامج الحوارية والبنى السياسية والثقافية والاجتماعية جداً وثيقة. فبقيت سمة البرامج الحوارية الأساسية هي الحفاظ على ما هو سائد.

وبقي للرجل النصيب الأكبر من الإعداد والإخراج والتقديم والترويج، وحضوره ما زال متقدّماً على المرأة كضيف، كمشارك، كمتصل، على الرغم من تزايد أعداد النساء كمقدّمات، ومشاركات في الإعداد وفي التقارير المرافقة. لذا بدا التّمييز الجندري في البرامج الحوارية معقّداً، يرتدي أشكالاً متعددة، أحياناً يخفّ وأحياناً يقوى، أحياناً يُقسّم الأدوار والصفات والمسؤوليات علناً، وأحياناً يعتمد أسلوب التّغيب للمرأة، وأحياناً أخرى يعتمد أسلوب التّحييد للرجل، وأحياناً يلتفت على حقوق المرأة عبر المبالغة وإعتماد أسلوب التسامي، وأحياناً يتنازل معترفاً لها بحقوقها إنّما هو إعترافٌ مشروطٌ، وأحياناً يُبرزها وهي تسبطن التّمييز، وأحياناً يعمل بطريقة الإنزياح من عنوان لعنوان آخر.

المهم أنّه رغم هذا التنوع في الأساليب فإنّ هذه البرامج إعتمدت آليات عرفت أين تستبعد المرأة وأين تبرزها، وبأية حدود، فبقي الرجل من خلال تلك الآلية هو الثبات والمرأة هي التي تتحرّك نحوه، الرجل هو الكلّ والمرأة هي جزء من هذا الكلّ^{٢٠}.

^{٢٠} لمزيد من التفاصيل، انظر: القادري عيسى، نهوند. (٢٠٠٨). نحو تمكين النساء في الإعلام، من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين والمواطنات، مرجع سبق ذكره.

سمات الحضور الجندري في الإعلانات

ب

كذلك بينت شبكات رصد وتحليل الإعلانات أنّ الأولوية أعطيت للسلع التجميلية والمنزلية، وأنّ برامج المنوعات هي الأكثر جذباً لها. وأنّ هذه الإعلانات على تنوّعها وقعت، سواء وعى لذلك مطلقياً أم لم يعوا، في خانة البناء المفاهيمي للظاهرة الإعلانية في المجتمعات الرأسمالية، وتقلّبت مع تقلّباتها. فقد اعتبرت دراسات الجندر لاسيّما في الولايات المتحدة تطوّر الظاهرة الإعلانية على أنّها سمة من سمات المرحلة الجديدة من الرأسمالية: محاولة إنتاج حاجات الأفراد في الوقت نفسه مع إنتاج الحاجات الاستهلاكية الكفيلة بإرضائها. وهذا ما أدّى إلى العمل على إعادة رسم أنماط الحياة، الهويات العائلية وهويات النوع لمصلحة سيطرة الصناعة الكبرى. وفي هذا الإطار، اعتُبرت الأنوثة والذكورة بناءات أيديولوجية تُقابلها ممارسات وسلوكات استهلاكية، تعريفها يرتبط بشكل واسع بمصالح الجهة المنتجة^{٢١}.

ذهبت دراسات أخرى أبعد من ذلك فلم تُركّز على الإعلان كإعلان إنّما كتعبير مختصر عن الثقافة، مبرهنّة أنّ المرأة كي تكون متطابقة مع الفكرة الجاهزة عن الأنوثة عليها أن تبدو سلبية في مظهرها وسلوكها (خفة، نحافة، عذوبة، تسامح)، وأن تبدو جاهزة (مُغرية) عليها أن تُعري كي تصل إلى أهدافها). بالمقابل تحمل الإعلانات للسلع الذكورية وصفات على كل رجل أن يعرفها ليبدو متطابقاً مع مثال الرجل الحقيقي: يرتاد العالم، قوي جسدياً، يُقرر، يقود، يُدخن، يُعري من خلال السلطة، والقوة، والتمكّن. بما معناه للرجال الشجاعة، والعائية، والديناميكية، والدائرة العامة، وللنساء الجمال والنعومة والدائرة الخاصة^{٢٢}. غير أنّه في السنوات الأخيرة أخذت البلاغة الإعلانية التقليدية تتعايش مع الخطاب الأكثر فردانية. وهذا ما أدّى إلى تحسين علاقة المرأة مع جسدها والأخذ بالاعتبار رغباتها، وإعتباراً من منتصف التسعينيات من القرن الماضي غدت الإعلانات تُعبّر على طريقتها عن صعوبات تحرّر المرأة على الجنسين، وتُبرز أفراداً مترددين بين قيم وأدوار متناقضة. فالإعلانات ليست بالفعالية التي تفرض محتويات ثقافية إنّما هي بمنزلة مُسرّع للرؤية لبعض الأبعاد الثقافية الإشكالية وغير الإشكالية^{٢٣}. ويمكن في هذا السياق الإشارة إلى نماذج من هذا الارتباك، تتمثّل في الآتي: أولاً، اختلاف مكان النجاة بين الجنسين، ثانياً في تحييد الإعلانات للسلع المجندرة تقليدياً، ثالثاً، في استثمار الإعلان بالكامل للشخصيات الأنثوية^{٢٤} ورابعاً، في العمل على إدامة السيطرة الذكورية^{٢٥}.

^{٢١} Voir à ce propos: Perret, J.B (2003). L'APPROCHE FRANÇAISE DU GENRE EN PUBLICITE- Bilan critique et pistes de renouvellement. Une communication sexuée? Réseaux Numéro 120, 20034/. Paris: éd: La découverte, Hermès, p.151

^{٢٢} Voir à ce propos: Perret, J.B (2003). Op.cit, p.154

^{٢٣} Voir à ce propos: Perret, J.B (2003). Op.cit p.159 in (CATHELAT, 1986 ; DEFRANCE, 1999 ; METOUDI, 1982 ou Perret 1997)

^{٢٤} في ضوء ذلك، عملت الإعلانات على استثمار الشخصيات الأنثوية في كلّ الأمكنة: النساء لديهن دائماً قدرات مرتبطة بالإغراء، وبالأومنة وسيادة المنزل، إنّما أيضاً إلى جانب هذه المؤهلات التقليدية أضيفت قدرات جديدة كانت في السابق حكراً على الرجال: المنافسة، والإتقان، والسيطرة الاجتماعية، والمالية، والجنسية. وهذا ما يجعلنا نعتقد أنّ المثال لنموذج المرأة المعاصرة يعود لهذه الصورة المختلطة، بينما نادراً ما نرى إعلانات تبين الرجال في دور أنثوي، وإذا ما فعلت فإنّها تبرزهم في تصوّر مضحك وطوعاً كاريكاتوري، مما يقلّل من مصداقية هذه الصورة. إنّ تبادلاً الأدوار تمّ بشكل شبه حصري من الذكر إلى المؤنث: لأنّه مثمن بالنسبة للمرأة أنّ تتبنّى سلوك الذكور، إنّما العكس بقي خطأ، وهذه الصور المختلطة حصراً بالمرأة تترجم ديمومة نوع من السيطرة الرمزية الذكورية، من خلال تسيد نموذج الحياد.

Voir à ce propos: Perret, J.B (2003). Op.cit, p.163164-..

^{٢٥} ذلك يعني أي أنّ المشهد الإعلاني زواج بطريقة مضطربة بين الدينامية الحالية لتطوّر الأدوار الجندرية (كما وصفها العديد من الفاعلين منذ عشرات السنين: ثبات نموذج مثال «الحياد» جعله أقرب من الذكر، وتبني النساء أكثر فأكثر للأدوار المختلطة) وبين التخلّي عن السلوكات الأكثر نموذجية للذكورة التقليدية.

Voir à ce propos: Perret, J.B (2003). Op.cit, 169 in Duchemin, 1994.

ما يعني أنّ الإعلان يُسهم في بناء مفهومي كلّ من المؤنث والمذكر، والدليل أنّ المصانع الثقافية الأمريكية رسمت مثلاً أنثوياً مرتبطاً مباشرةً بالأيديولوجيا الجديدة «الحادثة». عاملة على فتح الأسرة على الخارج على الجديد على السوق الذي لا ينضب المجدّد بالسلع، وأصبح المنزل المكان المثالي لتصريف السلع، كما أشار **Mattelart**، إنّ أسطورة الحادثة تجعلنا نفكر أنّه كلما استهلكنا كانت لدينا خيارات أكثر^{٢٦}.

واعتبرت ميشال مارتين **Michele Martin** أنّ أسطورة الحادثة الكبرى التي تنقلها «الميديا» لا تساهم في التحرر الجنسي أو الاقتصادي للنساء، إنّما تُستخدم لإضفاء قيمة جديدة على السمات الأكثر تقليدية لهن. ويعود مصدر أسطورة الحادثة، برأيها، إلى الإعلان، من خلال إيحائه أنّ مواصفات الشيء الحديث ينسحب على الشخص الذي يملكه، وقيمة الشخص تكمن في الأشياء التي يملكها. ولذا غدا التطوّر في المجتمعات الرأسمالية يرتدي صفة «**Exogène**» أي التمدّد نحو الخارج. وغدا التقدّم يرتكز على حيازة السلع المتمحورة حول المستقبل، محتقراً الماضي والمعرفة التقليدية والممارسات الثقافية المحلية، مصوراً على أنّه لا شيء يوجد قبل التقدّم هذا، وبالمقابل هو أبدي^{٢٧}. ينتج عن أسطورة الحادثة هذه مجتمع «مجرد»، يطبّق بشكل عام وبدون تمييز مواصفات وإمكانات الطبقة المسيطرة والثقافة الغربية على كل المجتمعات، وهذا ما أسماه ماتلار «ديمقراطية الرغبة»^{٢٨}. كذلك تمّ العمل على إدانة السيطرة عبر الدلالات اللغوية، والإخراجية، لذا أقرنت محتويات الإعلام الرجال مع العام، والعمل، والإنتاج، وجني المال. في حين أقرنت النساء مع الخاص، ومع الفراغ، ومع إعادة الإنتاج، لكونهن يصرفن المال.

بالإجمال، التقطت الإعلانات السوق الاحتمالية لظاهرة تحرّر المرأة وعملت على تثميرها وراحت تُمثّل النساء على أنّهن كيان اسمه المرأة، صفاتها وعيوبها وتطلّعاتها تخصّ جنسها. فالتعمّق في الموضوع يكشف مكامن اللعبة الإعلانية هذه: المرأة العاملة، المرأة القوية، المرأة الطفلة، المرأة الأمّ، المرأة السهلة، المرأة الشيء هي أوجه مختلفة لنموذج واحد مرتكز على ملامح الشخصية السلبية، وهذا النموذج يبدو وكأنّه طبيعي مرتبط بموضوع السلعة أكثر مما يبدو على أنّه مركب من المعلن^{٢٩}.

^{٢٦} Voir à ce propos: Martin, M. (1991). Communication et Médias de Masse Culture, Domination et Opposition. Québec: Presse de l'université de Québec, Télé-université, p.173177-.

^{٢٧} Voir à ce propos: Martin, M. (1991). Op.cit, p.180..

^{٢٨} Voir à ce propos: Martin, M. (1991). Op.cit, p.182

^{٢٩} Voir à ce propos: Martin, M. (1991). Op.cit, p.319

سمات الحضور الجندري في الأعمال الفنية (المسلسلات، الأغنيات)

ج

إن صعوبة شغل موضوع المرأة حيّزاً في مجال الفكر يعود إلى ثبات التمثّلات المتخيّلة للنساء المرتبطة جوهرياً بعالم الميديا، كما ترى الفيلسوفة Genvieve Fraisse. لأنّه في الأحكام المسبقة لمن يمسكون بالفكر: **النساء يتعلّقن بالمظهر** وبالنتيجة هن أبعد ما يكن عن الحقيقة، وبما أنّ المرأة تبعاً لهذه الأحكام ليست إلا مظهرأ، الكلام عليها هو من اختصاص الميديا، واهتمام هذه الأخيرة بموضوع النساء يعني عملياً البحث عن أثر إعلامي، **ومعالجة موضوع المرأة يعني ضغطه ليصبح لا معنى له**، ذاك هو نصيب النساء أن يكنّ خارج الحقل المفاهيمي من جهة، وتحت نيران التمثّلات المتخيّلة، أي «الموضة»، من جهة ثانية^{٣٠}. وبما أنّ النساء همّشن في مجال إنتاج الأفكار والرموز، فإنّ الرجال يعتبرون أنّ ما يقولونه هو المهم، وبالتالي هو الجدير بالنشر، أي أعطوا لأنفسهم دور إنتاج وسائل التفكير والتصورات عن النساء^{٣١}. لذا نلاحظ أنّ هناك ثنائية ما زالت تتحكّم بصورة المرأة على شاشات التلفزة العربية: إمّا المرأة موضوع الاستهلاك والعرض و«الفرجة»، وإمّا المرأة المصونة التي هي بمنزلة جوهرة يجب حفظها في الصندوق والإقفال عليها. والمؤسف أنّ هاتين النظرتين للمرأة تلقّيان عند نقطة واحدة، هي النظر إليها كجسد فقط يصحّ للغير وبالتحديد للرجل أن يقرّر كيف سيتصرّف إزاءه وبأية وجهة سيستخدمه، يُعطيه أم يكشفه!!!

ينسحب هذا النوع من التهميش على مستوى التلقي للرسائل وفكّ رموزها، فتُصبح النساء أحياناً أكثر من الرجال ضحايا التعاقب بين الصور المرافقة لموجات التوتر والعنف والكوارث والأزمات والصراعات التي شهدها لبنان والمنطقة العربية في الفترة الأخيرة، وبين الصور المنسابة من موجات الضحك والهزل والمرح والسهر التي برع اللبنانيون بإظهارها على شاشات التلفزة، لاسيّما في الأوقات العصبية، لكون التعاقب بين النقيضين يمسك بالجهاز العصبي للإنسان ويضعه تحت السيطرة، من ناحية يُقلقه ويُخيفه، ومن ناحية يُسليه ويُنسيه، ويحضّره لموجة تخويف جديدة وهكذا دواليك. فيغدو العنف الناتج عن تعاقب هذه الصور متداخلاً مع العنف المبني على أساس النوع، وتُصبح أفعال وأقوال وصور العنف المرتكبة بحق النساء بخاصة أعمالاً فردية وكأنّها تفصيل يومي وعادية من عاديّات الحياة، تنساب عبر الكلمة، الصورة، الضحكة، الإشارة، النغم، متسلّلة إلى نسيج الأغنية، النكتة، ومختلف الأعمال الإبداعية. وخير مثال على ذلك أغنيات راجت في الفترة الأخيرة تحمل صور عنف ضدّ المرأة أو صور عنف ضدّ «الغريم» ناتجة عن تعنت وإصرار فئة من الرجال على اعتبار المرأة واحدة من مقتنايتهم^{٣٢}. وهذا ما حدا بالجمعيات المناهضة للعنف الأسري في السنوات الأخيرة للعمل على تمرير رسائلها عبر الأعمال الفنية، فشرعت في رعاية فيديو كليبات ووقفات إعلانية وأعمال درامية بغرض التوعية.

^{٣٠} Réseaux, Numéro 120.(2003). "Une communication sexuée?", dossier coordonné par Simone Bonnafous, Josiane Jouet, Rémy Rieffel, FTRFD. Paris: Hermes, science Publications.,pp.2627-.

^{٣١} Voir à ce propos: Martin, M. (1991). Op.cit, p.365.

^{٣٢} راج في الآونة الأخيرة عدد من الأغنيات التي تتناول العنف القائم على التمييز الجندري. منها أغنية المطربة اللبنانية نوال الزغبى «فوق جروحي»، من كلمات الشاعر فارس إسكندر، متناولة فيها قصة زوجة مطلقة تتنازع هي وزوجها السابق على حضانة أطفالها. أصدر المطرب اللبناني محمد إسكندر أغنية ملئية بالعبارات التي تحمل تمييزاً جندرياً ضدّ المرأة. تحمل عنوان «جمهورية قلبي» من كلمات فارس إسكندر: نحن ما عنا بنات تتوظف بشهادتها/ عنا البنات بتدلّل كل شي بيجي لخدمتها. بعد أغنية محمد إسكندر «جمهورية قلبي» التي أثارت موجة من الانتقادات النسوية، أصدرت مي مطر أغنية بالتعاون مع طوني أبي كرم. ترد على تلك الاغنيات وتقول: نحنا في عنا شباب منعز بقافتها بتفهم شو يعني شهادت و بتعرف شو قيمتها-هني البيحبو البنات بذكاه وحنيتها -متلك مش عايزين رجال هما حالا و شهوتها نحنا ما بدنا ولا شب من عصر الجاهلية-يجي يتحكم فينا ويقول هيدي رجولية - يقعدني قبالو بالبيت صبح و ظهر وعشية -ويقلّي ما عندك شي إلا تهتمي فيي. أما جديد عمر جاد فكان أغنيته التي يقول فيها: بدّي ياك حلوة ومتعلمة وقوية إلى ما هنالك من الطلبات !!!

وخير مثال على ذلك، أنّه أثناء الفترة التي امتد خلالها رصد البرامج الاجتماعية اللبنانية، وتحديداً في أيار ٢٠١٥، أطلقت الفنانة اللبنانية إليسا كليب لأغنيها «يا مرايتي»، وما إن تمّ إطلاق الفيديو الكليب حتى حقّق نسب مشاهدة عالية تخطت المليون بعد خمسة أيام على بثّه عبر موقع يوتيوب. واللافت أنّ الفيديو عالّج قضية العنف الأسري وتحديداً العنف الجسدي، فنرى الفنانة إليسا في بداية الفيديو كليب وهي تحاول إخفاء الكدمات بواسطة نظارة شمسية تزيلها عن عينيها بائعة الماكياج، ونراها تُضرب وتُعنّف وتُرمى أرضاً، وطيلة ذلك الوقت تُحاول إخفاء ذلك عن طفليها، كما نراها في أكثر من مشهد خائفة ومرتبعة، فكلما قام الزوج بحركة بيده ترتعش وتبتعد خوفاً من أن يكون قد يهّم بضربها. في نهاية الكليب تُقرر المرأة المعنّفة (إليسا) طلب الطلاق وتأخذ على عاتقها تربية أطفالها، قائلة: «لا ما كان وقتي بعد، ليلتها قرّرت حطّ حدّ لقصتي معه، لتكتبلي بداية جديدة، سنين قطعت، كفيت طريقي وكتبت قصتي، كتابي قصة امرأة عانت، يمكن اليوم عم تشوفني لتعرف إنو لاء، مش هاي هيي النهاية»، وتتوجّه للنساء بالقول «اكسري صمتك وما تكسري صورتك بالمرآة». في نهاية الفيديو كليب أيضاً إعلان لجمعية كفى ورقم الخط الساخن للتبليغ عن حوادث العنف ٣٣.

وكمثال آخر، برامج التندر التي راجت لفترة في معظم محطات التلفزة اللبنانية والتي غالباً ما تفوح منها رائحة العنف الذي تحمله الذهنية الاجتماعية المعنّفة للمرأة المعنّفة، والتي تُصورها على أنّها ملتذّة بالاغتصاب في سرّها، ومستدرجة للعنف بطبيعتها^{٣٤}. يحصل كلّ ذلك لأنّ موجات الصور التي تتعاقب في وسائل الإعلام تنتج عدم حساسية على العالم المحيط، تولّد فتوراً ولا مبالاة، ورغبة أقلّ في الاستثمار أو التوظيف في الحياة العامة حيث الثمن من وقت لآخر هو إرادة شغل مكان المعبود الصنم الذي أبداً ما هو إلا أنا آخر. لأنّه عندما لم يعد هناك من شاشة لعمل شاشة يُمكننا ببساطة أن نعتقد بأنّه يُمكننا اجتياز الشاشة.

مهما تكن مصادفة، سيناريوهات السينما والتلفزيون في التسعينيات حذرتنا من الوضع خارج القانون، من القانون والممنوع، لكن العنف اللامتناهي الذي عرضته يُحيلنا بالأصل إلى هذه الموجات التي تمرّ بشكل لا منقطع، وبهذا يكمن كل عنفها. لكن كان يتوجب علينا أن نتقدم درجة ونفهم أنّ العنف المبرز أخرج آليات عقلية وحسيّة يمكن أن تكون آليات المتلقي عينه، الذي يجب أن يُدبّر نفسه مع موجات العنف التي تتطابق في معظم الأحيان مع الصور الكاذبة والخادعة^{٣٥}. أما في الدراما فإنّ الرجل بشكل عام هو الذي يُنتج المعنى والمرأة هي التي تمثّله. وفي معرض رصد الحضور الجندي في عينة من المسلسلات المعروضة على شاشات التلفزة اللبنانية في العام ٢٠٠٧ تبين أنّه تخلّل هذه المسلسلات تنميّطاً جندياً يخف ويقوى تبعاً لمتطلبات الحبكة، ومتطلبات جذب الجمهور، وفي غالب الأحيان متطلبات إنتاج خطاب توافقي مع ثقافة المجتمع السائدة. فبدت هذه المسلسلات على تنوّع قصصها عبارة عن تمثيل منمّط للمرأة الأدبية غير المكثفة، المستبطنة لثقافة وقيم المجتمع، معطيّة انطباعات للرجال كما للنساء على أنّهم/هن في رحلة لاكتشاف أنفسهم/هن، مقدّمة الآلام والآفات الاجتماعية على أنّها آلام فردية.

^{٣٣} أغنية «يا مرايتي» من كلمات أحمد ماضي وألحان زياد برجى، وقد تم تصوير الفيديو كليب الخاص بها على مدى يومين في صربيا تحت إدارة المخرجة إنجي جمال التي صرحت أنها صاحبة الفكرة.

^{٣٤} ورد في حلقة الأحد ١٨ نيسان في برنامج لول على أو تي في على لسان إحدى ضيفات البرنامج النكتة التالية: «واحد عما يغتصب واحدة، صارت تصرخ: يا بلا ضمير، يا بلا ضمير، شو بلا ضمير؟ قال لها: بدك وقف، اجابت: مجرد سؤال. أعقبتها نكتة ثانية على لسان مقدم البرنامج: واحد عما يغتصب واحدة، تلفنت للبوليس قائلة عما يغتصبي، بإمكانكم أن تأتوا غداً لاعتقاله. واللافت أنّ هذا البرنامج برعاية مجوهرات تبث إعلاناً عنوانه: «مجوهراتي حق لي» Mon bijou mon droit

^{٣٥} Voir à ce propos: Mongin, O. (2003). Une violence en mal de transgression, du contenu des scénarios à la réception des images. Esprit: La société des écrans et la tv, No. 293 (34/b) (Mars -Avril -2003). PP.156- 164p. 164.

وقد بدا التنميط الجندي من خلال شبكات التحليل على مستويات عديدة: على مستوى المهن المنسوبة للممثلين/لات (الرجال، مهن حرّة/ النساء، عاطلات عن العمل)، على مستوى الأوضاع (أوضاع النساء في المسلسلات بدت أصعب من أوضاع الرجال)، على مستوى القدرات (قدرات الرجال الفكرية والتعليمية بدت أعلى من قدرات النساء)، والإمكانات (الإمكانات المتاحة للرجال كانت أكبر من تلك المتاحة للنساء). بالمقابل تقدّمت النساء على الرجال في اتّخاذ المبادرات، واتّخاذ القرارات. على مستوى السلوك (سلوك الرجال طغى عليه الإنفعال العنيف/ سلوك النساء اتسم بالإنفعال الهادئ)، بما معناه: وضع الرجل المتفوق على المرأة في المسلسلات خوّل إعطاء الأوامر/ وضعها الدوني فرض عليها الانصياع. فبدا الرجل المقدر المتحرّش الغاضب/ بدت المرأة الفقيرة المخدوعة الباحثة عن الحب الحقيقي.

ونُظّمت الإمكانات على الشكل التالي: الإمكانات المادية للرجال والجمالية للنساء، والنتيجة استغلال المال للجمال. واستحوذ الرجل على كافة نشاطات المجتمع. وبدت المرأة الناجحة القوية مجردة من عاطفتها وأنوثتها، مستبطنة للقيم الذكورية. وبتنتيجة هذا التنميط يصبح وضع الرجل المأسور بالسيطرة أصعب من وضع المرأة. وإن كان الحضور الجندي بدا أحياناً مهتزاً، على سبيل المثال، ظهور رجال ضعاف لا يعملون ونساء قويات متمردات. والدلالات الجنديرية اللغوية وردت على لسان النساء كما الرجال، فالنساء استبطن تعابير ذكورية بلا وعيهن. كتعابير: الموزة، والتحفة، والقشطة، وتعابير ذكورية شيّات المرأة وأفقدت الرجل إنسانيته^{٣٦}.

ولدى البحث عن أوجه المعالجة الدرامية لموضوع العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي لدى عينة من المسلسلات المعروضة على محطات التلفزة اللبنانية في العام ٢٠١٢، تبيّن أنّ كتبة سيناريو المسلسلات كانوا على الأغلب من الإناث، وأنّ المخرجين كانوا على الأغلب من الذكور. وأنّ الترويج للحلقات حمل معه مؤشرات عنف مبني على أساس النوع الاجتماعي، وحملت معظم الحلقات التي تمّ رصدها مؤشرات على سلوك جندي عنيف، وكان مرتكبو أفعال العنف بالدرجة الأولى رجالاً بالغين. وكان مصدر العنف أولاً الأفراد، ثانياً المجموعات وذهنية المجتمع.

وتجلى سلوك العنف أولاً في العنف النفسي واللفظي، ثانياً في الجسدي، ثالثاً في الرمزي، رابعاً في الإقتصادي، خامساً في الجنسي، وسادساً في القانوني. وكان الحيّز المكاني الذي ارتكبت فيه أعمال العنف من نصيب المنازل والأسر بالدرجة الأولى. وكان مرتكبو العنف هم على الأغلب من الذكور المتزوجين من مستوى تعليمي عال، ينتمون إلى الفئات الوسطى، يعملون في المهن الحرة، يشغلون مواقع اجتماعية وسط، يعيشون ظروف اجتماعية صعبة في محيط اجتماعي قلق. وكان المعنّفون هم على الأغلب من الإناث البالغات اللواتي لم يسبق لهن الزواج، من ذوات المستويات التعليمية العالية، يعملن في الدرجة الأولى في المهن الحرة، ينتمين إلى الفئات الوسطى، لديهنّ مواقع اجتماعية وسط، يعشن في محيط اجتماعي قلق. وكانت ردود فعل المعنّفين أولاً القبول على مضض، ثانياً، التزام الصمت، ثالثاً رد عنيف وتلقائي، رابعاً قبول. ولجأ حوالي الثلث من المعنّفين إلى طرف آخر كان بالدرجة الأولى الأصدقاء ثمّ الأهل. وكانت ردّة فعل مرتكب العنف أولاً الشعور بالارتياح، ثانياً الاعتذار والوعد بعدم المعاودة مع رغبة في التعويض عما حصل، ثالثاً عدم الإدراك لفعل العنف.

^{٣٦} القادري عيسى، نهوند (٢٠٠٨). نحو تمكين النساء في الإعلام— من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين والمواطنات، مرجع سبق ذكره.

وتبعاً للدراما، تعود أبرز المؤثرات الدالة على مسببات العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي أولاً إلى الذهنية الاجتماعية والعادات، وثانياً إلى تراجع القيم، وثالثاً إلى التربية الأسرية. وانعكست مفاعيل العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي أولاً على الأسر، ثانياً على النساء الضحايا، وثالثاً على المرتكب نفسه. نظرت المسلسلات إلى حالات العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي أولاً على أنها فردية، ثانياً كحالة اجتماعية تم ربطها على التوالي بالأسرة، بالمجتمع، بالقانون بالثقافة، بالنظام السياسي. وكانت محاولات خروج بعض المسلسلات من أسر النمطية الجندرية نابعة أولاً، من رغبة في التقليل من الذهنية الاجتماعية، وثانياً، لمتطلبات الحبكة، وثالثاً، رغبة في الإثنتين معاً^{٣٧}.

وفي معرض الاستماع إلى عينة مصغرة من كتبة السيناريو ومن ممثلين في حلقة النقاش المركز^{٣٨} التي ضمت منى طايح، شكري أنيس فاخوري، ومروان نجار، وممثلين: رولا حمادة ومجدي مشموشي، تمّ البحث في العوامل الكامنة وراء استسهال ممارسة العنف ضدّ النساء لكونهن نساء، وفي الأشكال التي يرتديها العنف المبني على أساس النوع، وفي أي من هذه الأشكال يستدعي معالجة درامية ملحة، وفي أشكال وأوجه المعالجة الدرامية لموضوعات حساسة كهذه، وفي الخيط الفاصل بين نظر الدراما إلى المشكلة على أنها عمل فردي أو مسؤولية اجتماعية، وفيما يلزم لتحسين الإنتاج الدرامي بما يخدم القضايا الإنسانية بما فيها مناهضة العنف ضدّ النساء. كان أهم ما صرّح به هؤلاء أنّ أبسط التفاصيل اليومية تحمل معها عنفاً ضدّ المرأة، وأسباب ارتكاب العنف تعود إلى الدين والتربية والأعراف الاجتماعية، وأنّ الفروقات الجسدية تستدعي فروقات اجتماعية! وأنّ دور الدراما يتمثل في طرح الإشكالية، وإثارة الاهتمام لدى مختلف الأقطاب.

ووجد هؤلاء أنّ الدراما مقصورة في معالجة موضوعات حساسة كالاغتصاب وسفاح القربى، لأنّها لا تطرح القضايا الصحيحة من واقعنا الاجتماعي فهي تُظهر الواقع المحصور بالأثرياء، وأنّ لدى الدراما مشاكل كثيرة تتمثل في: غياب الاستراتيجيات الواضحة ذات الأهداف التنموية والاجتماعية، وطُغيان العقلية الربحية لدى محطات التلفزة، وفي مراعاة السوق السعودية والخليجية وفي عنف النظام السياسي اللبناني، وفي رقابة رجال الدين التي هي أصعب من رقابة الأمن العام، هذا عدا عن الفتور في التواصل بين المبدعين ومنظمات المجتمع المدني. وبرأيهم أنّ الضمانة لتخفيف احتمالات سوء فهم رسالة الدراما هو رسم خطة لتطبيق على نطاق واسع في كلّ الأعمال الدرامية، والنظر إلى النواحي الإيجابية لأعمال المرأة. فالمشكلة تكمن في المجتمع، والدليل ردّة فعل النساء على بعض المسلسلات المشبّعة بمشاهد عنف تطال المرأة، مبرزة إياها على أنها راضية بواقع الحال، مناديةً زوجها الذي يُعنفها بالقول «ابن عمّي تاج راسي».

^{٣٧} أنظر بهذا الصدد: القادري، عيسى نهوند. (٢٠١٢). أوجه معالجة الإعلام اللبناني لموضوع العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص ٥١.

^{٣٨} أجريت الحلقة نهار الثلاثاء ٢٠ تموز ٢٠١٠، في مقر الهيئة اللبنانية لمناهضة العنف ضدّ المرأة، بيروت.

02

مآلات الحضور الجندري في البرامج الاجتماعية
المتلفزة الراهنة

آليات البرمجة المعتمدة بالعلاقة مع متطلبات الأجهزة

فكما هو معلوم تعمل الوسيلة الإعلامية بهدف جذب الشريك في عملية التبادل، أي المتلقي الذي بدونه لا مبرر لوجود المتصل نفسه. وهنا تجد الوسيلة نفسها أمام مشكلة إذ ليس فقط عليها أن تُبرهن عن مصداقيتها أمام المتلقي إنما عليها أن تفعل ذلك إزاء أكبر عدد ممكن من المتلقين. بمعنى آخر: حتى وإن كانت لدى الوسيلة الإعلامية مشاريع تربوية وتوعوية إزاء الرأي العام فإنها تجد نفسها ملزمة في البحث عن أكبر عدد ممكن من المواطنين المستهلكين للإعلام، أي يتوجب عليها أن تُخرج خطاباً إعلامياً يركز على الأوتار العاطفية السائدة في المجموعات الثقافية والاجتماعية وعلى معرفة بعوالم المعتقدات التي تسود في هذه الجماعات. وبسبب هذه الغائية المزدوجة تجد الوسيلة نفسها في وضع متوتر بين قطبين يُعطيان عملها شرعية: الجدية والإثارة. وكلما نحت نحو الأولى خسرت الثانية والعكس صحيح. وهي تعي ذلك وتعني أن لعبتها تقتضي السباحة بين هذين القطبين تبعاً لأيدولوجيتها ولطبيعة الحدث.

فالتلفزيون تُحرّكه تبعاً لبورديو Bourdieu^{٤٠} أيديولوجيا ناعمة متمثلة في الجرات اليومية واللحظة التي تبثها وسائل الإعلام، وهو في هذا المناخ من الفساد البيوي يُمارس نوعاً من العنف الرمزي، ومخاطره تأتي من حقيقة أن للصورة تلك الخاصية التي يُمكنها أن تنتج ما يسميه نقاد الأدب «تأثير الواقع». لذلك يرغب التلفزيون حالياً في استغلال وتملق أذواق مشاهديه وذلك بتقديم إنتاج يتجسد نموذجاً في المشاهد السريعة التي تستعرض التجارب المعيشية في الحياة من دون أفق، وهي غالباً متطرفة مُعدة لثرضي نزعة البصيرة والتلصص والميول الاستعراضية التي تملأ المجتمع الاستعراضي. وهكذا حلّ منطق الإغراء محلّ منطق الإقناع (من هنا التآنيث المتزايد فيه)، منطق الجلسة الجيدة أهمّ من منطق الحجة والبرهان، على حدّ تعبير «دوبريه». لذا يتمّ العمل أكثر فأكثر على دمج كل شيء بالبرامج الترفيهية، كل شيء غدا للعرض (show). وهل هناك أجمل من «عرض الفتيات»؟! وهل هناك أسهل من عرض الاختلافات والمشاكل؟! وهل هناك أصدق من عرض الشاعر والأحاسيس والعواطف؟! خصوصاً وأن أهمية الترفيه في الثقافة البصرية تنبع من أن المشاهدة التلفزيونية تدخل دون إحداث ضجة لاسيما إذا كان البرنامج ترفيهياً شعبياً وغير سياسي، وهذا يضع الإنسان في إطار معادلة معرفية جديدة «ما فوق سياسية»، بمعنى أنها تطال أشكالاً وأنماط تفكير وطرق أساليب ممارسته في الحياة اليومية والعملية فتأتيه من حيث لا يدري. لأنّه عندما يتعلّق الأمر بمشروع يُخاطب الأحاسيس تسقط كل مقاومة وينتقي عملياً ونظرياً البديل، فتحل المشاهدة مكان المشاركة^{٤١}.

^{٣٩} Voir à ce propos: Charaudeau, P. (1997). Le discours d'information politique. Paris: éd: Nathan; p.80.

^{٤٠} انظر بهذا الصدد: محمود، سيد. (١٩٩٩) «التلفزيون وأخطار الأيديولوجيا الناعمة، عن بورديو، التلفزيون واليات التلاعب بالعقول». جريدة الحياة: عدد ٥ أيلول ١٩٩٩.

^{٤١} انظر بهذا الصدد: معنوق، فريدريك. (١٩٩٥). «التلفزيون الذي يحتفل بمناسباتنا بالنيابة عنا». جريدة الحياة: عدد ٢ أيلول ١٩٩٥.

تتجلى هذه الآلية المعتمدة في البرامج المتلفزة المستوردة آلية عملها، والمعدة لأغراض ربحية، والهادفة للحفاظ على الأوضاع القائمة، من خلال تركها المشاهدين/ات يتلهون بمشاكلهم لدرجة الابتذال ومن ثم الاستهلاك، أكثر ما تتجلى في برامج التلفزة اللبنانية. فهذه الأخيرة غدت تركب مشهدية معدة سلفاً، قوامها اللهات وراء كل ما هو غريب ومثير، وخارج عن المألوف، مستندة إلى لعبة تواطؤ بين معدّي البرامج، والشهود الحلات (لا أحد يدري كيف تتم، وكيف تُباع وتُشترى) وبين حراس القيم، وإن كان يتخللها أحياناً محاولات متعثرة لكسر المحرمات، عبر الاستقواء ببعض الأطراف على حساب بعضها الآخر، أو عبر التنقل داخل البنية واللعب في تناقضات هرميتها، لتكون المحصلة حصد نسب عالية من المشاهدة، وبقاء الأمور كما هي عليه. وللاّيحاء بواقعية هذه المشهدية الممسوحة غالباً ما يلجأ مقدمو/ات هذه البرامج إلى التأكيد على أنّ اللاعبين/ات على مسرحهم من شهود وحالات قد أتوا/اتين بناء لطلبهم/هن وبملاء إرادتهم/هن، وأنّ دور البرنامج يتمثل فقط إما في مساعدتهم/هن على حلّ مشكلتهم/هن، والفسح في المجال لهم/هن لعرض آرائهم/هن والإفصاح عن مكنوناتهم/هن، ودفع المسؤولين في المؤسسات الحكومية للنظر في مشاكل هؤلاء المهمشين والضعفاء. وإمّا في وعظ الضالين ونصحهم وإرشادهم إلى الطريق السليم.

بالمحصلة، بدا طوني خليفة في برنامج «١٥٤٤» محامياً شرساً عن البنية الذكورية المهيمنة، وحارساً أميناً للذهنية السائدة التي ترى في تعنيف الرجل لزوجته أمراً خاصاً، نازعاً الشرعية عن تدخلات خارجية بهذا الشأن، باستثناء رجال الدين الذين يسعون للصلح بينهما. وبالطريق غيّب القانون، وعمل على تعميق الشرخ بين الجمعيات نفسها، بين الجمعيات ورجال الدين، بين الناشطين والحقوقيين وأهالي الضحايا. اللافت أنّ خليفة في معرض التطرّق لحادثة عنف مارسها شاب على خاله المسن وفيما بعد على شقيقته لأنّها أبلغت عنه استخدم أكثر من مرّة كلمة تفضح، وهذا ما يدلّ على أنّ درجة استنكاره للعنف تختلف تبعاً لاختلاف جنس من تقع عليه الحادثة. كذلك استخدم خليفة الاختلاف بين رجال الدين حول النظر إلى الحجاب ليوصلنا إلى نتيجة مفادها أنّ الحجاب يختصر إنسانية المرأة وعقّتها وطهارتها، بما معناه أنّه أعادنا إلى الصورة النمطية التي تطمس شخصية المرأة وتختصرها بنوعية اللباس سواء كان محتشماً أو خلافاً. وفي معرض تحليله وظيفه لواقعة تقبيل الإعلامية كوثر البشراوي لحذاء جندي، افترض أنّ تقبيل الأحذية هو فعل أنثوي حصراً وأنّ النسوة وحدهن يقمن بفعل كهذا، فلم يذكر الضيف مثلاً أهالي الضيعة أو أهالي البلد، بل برأيه وحدهن النسوة يفعلن ذلك، وأغفلا عادات تقبيل الأيدي والأرجل وأحياناً الأحذية الشائعة في بعض الأوساط، ومن قبل الرجال.

أيضاً استفاد خليفة من غرابة حادثة عقد قران رجل يبلغ من العمر ٦٢ عاماً على فتاة فور ولادتها ليركّب قضية لبرنامج، دون أن يرتقي إلى مستوى معالجتها، مستسهلاً الاستنجاد بالشرع الإسلامي لمعرفة رأيه في عقد التحريم هذا ومتى يحقّ للعائلة تطبيقه، مبرزاً الاختلافات بين المذهبين السني والشيوعي إزاء هذا الموضوع، متغافلاً عمّا يحمله هذا الفعل من عنف على الطفلة، ارتكبه الأم بسبب جهلها، مقفلاً الباب أمام معالجة القضية من منظور إنساني. والدليل على ذلك أنّه استضاف رجلي دين (سني وآخر شيعي) دون استضافة أحد من ممثلي المنظمات الحقوقية أو الإنسانية. يبدو خليفة من خلال أسئلته للشيخين وكأنّه يبحث عن مبررات إجراء هكذا عقد، موحياً بأنّه في حال أباح الشرع بذلك يمكننا التفهم، متجاهلاً

قضية كبرى مطروحة حالياً عنوانها «التزويج القسري للقاصرات». كذلك في إحدى الفقرات، لم يع خليفة تشابك العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي مع عوامل طبقية وسياسية، لذلك أقفل الموضوع حرصاً منه على عدم المس بالبنية السياسية، من خلال التلاعب بالمشكلة المطروحة، وجعل الضحية تتحول إلى جانية. ودفعت الطريقة التي يطرح فيها الأسئلة إحدى ضيفاته للتماهي مع الجاني وللبوح برغبتها باستعمال الأساليب عينها التي استعملها الجاني مع ضحيته، في حال تسنى لها محاكمته.

و غالباً ما يقع خليفة المدافع باستمرار عن المجتمع الذكوري في تناقض فاقع، يلوم الفنانين والفنانات على نشر الأسرار والحميميات وهو الباحث عنها واللاهث وراءها ليركب مشهدية برنامجه. هذا عدا عن الأسئلة التي حملتها فقرات برنامجه والإجابات عليها أتت محملة بالصور النمطية عن كل من الجنسين، تُعيد إنتاج الذهنية السائدة حول مواصفات وأدوار ومواقع كل من الجنسين: المرأة المستعدة دائماً لتنفيذ رغبات زوجها وإن اقتضى الأمر أن تُعد عشاء مفاجئاً لضيفه في وقت متأخر من الليل، وتلك التي تتحمل الشنائم والإهانات منه، وتلك التي تعيش هاجس الشكل والتقدم بالعمر، وتلهث وراء عمليات التجميل، والمرأة ناقصة العقل الخ. إنه العنف القائم على الترسخ المستمر للشعور الحاد لدى النساء بالإهانة الجسدية (عبر تهमيش كل الأجساد النسائية غير المتطابقة مع المعايير القاسية للرغبة الذكورية: الجسد البشع، الهرم، الضخم)، والناتج ربما عن استدخال النساء لهذه النظرة. إنها سيرورة مدعمة بالصور التي تنقلها وسائل الإعلام ومصانع الجمال والتي تُقوّض ثقة العديد من النساء بأنفسهن^{٤٢}. وهذا ما أسماه «بورديو» بالعنف الرمزي، حيث المُسيطر عليهن يُطبّق معايير بُنيت من وجهة نظر المسيطرين، وهذا ما يجعل هذه المعايير تظهر وكأنها طبيعية، وهذا ما يؤدي إلى نوع من الاحتقار الذاتي أو النكران الذاتي الممنهج، وهذا ما نشهده في عالمنا المعاصر، من خلال نظرة العديد من النساء إلى أجسادهن التي لا تتطابق مواصفاتها مع المعايير الجمالية المفروضة من قبل «الموضة»^{٤٣}.

تبدو مقدّمة برنامج «للنشر» الإعلامية ريما كركي مرتبكة في إدارة الحلقات التي تُعالج موضوعاً من ناحية تعتبره مثيراً، مستغرباً، صادمًا، مقرفاً يُعبر عن استهتار وقلة أخلاق الزوجين ناشري الفيلم الإباحي، على حدّ تعبيرها، ومن ناحية ثانية يُعاود البرنامج لأكثر من مرة نشر مقاطع من الفيديوات الفاضحة لهذين الزوجين، مع إخفاء الوجه والأعضاء التناسلية، والتحفّظ عن ذكر اسم العائلة. والسؤال هنا ما فائدة ذلك، والزوج حلّ ضيفاً على الاستديو، والمقدّمة حثّت الزوجة واستفزتها لتظهر وتدافع عن وجهة نظرها. هذه اللعبة القائمة على تركيب مشهد صادم مثير من ناحية، والتمادي من قبل القيمين على البرنامج في إظهار الحرص على الأخلاق والآداب العامة من خلال تقييد من قاموا بهذا العمل، وإسداء النصح وإطلاق المواعظ عليهم، من ناحية ثانية، ولدت عنفاً بدا على وجه المقدّمة وعلى نبرتها وحركة يديها، وكأنّها تقول: أنا لست مقتنعة بما أقوم به غير أنني ملزمة بذلك، هذا ما يريده البرنامج، هذا ما تريده الكاميرا وأنا هنا لخدمتها. ولأنّ المشهدية مطلوبة لذاتها، كان لافتاً غياب آراء لأطراف أخرى غير المتهمين الشهود، سواء كان لحقوقي أو نفسي أو خبير بالتكنولوجيا لمعرفة كيفية تسريب الفيديوهات ونشرها ضمن حسابات خاصة باسم كل من الزوجين على الفيسبوك. كذلك لم يكن إبراز برنامجها لقضية زينب من باب الإضاءة على

^{٤٢} انظر بهذا الصدد Réseaux. (1999).p.30, in Lowy, p.130

^{٤٣} Voir à ce propos: Bourdieu, P. (1998). La domination masculine. Paris: éd. Seuil, collection Liber, p.55.

قضية السجينات في لبنان، وشروط توقيفهن، والأوضاع المحيطة بهن، ولا من باب التجارة بالبنيات والمخدرات، إنما من باب الإثارة والإيحاءات الجنسية التي وردت في عنوان المحور، كررتها زينب لأكثر من مرة وهي تروي قصتها في الاستديو وفي التقرير.

كذلك لم يبع البرنامج في تناوله لمحور «رجال الدين والابتزاز المادي والتحرش الجنسي» مناقشة شرعية وسلطة رجال الدين في التحكم في مصير الناس، ولا في وضع أنفسهم خارج المساءلة والمحاسبة إنما أراد أن يركب مشهداً صادمًا غريباً، تتخلله إيحاءات جنسية تزداد اشتعالاً في حضرة المحرمات والمقدسات والممنوعات، لهذا السبب استهل مهندسو هذه المشهدية هذا المحور بالتشويق وذلك بتحذير الأهل الذين لديهم أولاد دون ١٨ من مشاهدتهم التقرير أو نقلهم إلى غرفة أخرى «لأنه يتضمن كلاماً صادمًا وبشعاً». والسؤال هنا إذا كان كذلك، لماذا عرضه؟ تماماً كمثّل الإعلانات المروجة للتدخين والمقترنة دائماً بتحذير من وزارة الصحة بأخطاره المميتة.

كذلك لم يكن الهدف من تطرّق إحدى الحلقات لموضوع خطف فتاة قاصر (فرح) وتزويجها معالجة قضية تزويج القاصرات، والإضاعة على أسبابها ونتائجها على الفتاة وعلى المجتمع، إنما اقتصرت على تبادل الاتهامات بين الضيوف (والد الفتاة وخطيبها من ناحية، والفتاة ووالد زوجها من ناحية ثانية)، ورجل دين للوقوف على رأي الشرع فيما جرى، وغاب عن الحوار استضافة أطراف أخرى تتكلم عن حالة فرح الصحية والنفسية وحتى الإنسانية، وكأنّ البرنامج يُعطي للشرع الحقّ الحصري في البت بمصير الفتاة ليقفل على الموضوع.

إن العدائية التي تُبديها كركي بين الفينة والفينة والتي تتمظهر في نبرة الصوت أو في المقاطعة الحاسمة وغير اللبقة أحياناً للضيوف والتي هي ناتجة عن الضغط المزوج الواقعة تحت وطأته والتمثّل بما تريده هي، وبما يُريده البرنامج، لم تكن مضمونة مع الداعية السباعي. فهي بالأساس أُجبرت على ارتداء الحجاب بناءً لشرطه في الظهور معها من خارج الاستديو، وعندما سنحت لها الفرصة في معرض إطلالته الكلام وخروجه عن الموضوع المراد له الكلام فيه، ردّت له الكرة بمقاطعته بطريقة وجدها هو لا تليق بشيخ أعطي له الحق في فرض شروطه عليها للظهور في برنامجها، قائلة: «أنا هنا سيدة الاستديو، وأنا من يقرّر ماذا يحدث هنا... أكمل الإجابة حتى لا يضيع الوقت في نقاش «بلا طعمة». وهكذا أفلتت المشهدية من عقالها لتتحول إلى مشهدية أهمّ وأعظم ولتتلقفها وسائل الإعلام الأجنبية والعربية، وتبني عليها تحليلات جنديرية متشابكة مع مواقف وآراء سياسية وأحكام مسبقة وجاهزة حول المرأة العربية. فشكّل هذا الشريط مادة إعلامية دسمة للعديد من الصحف والمواقع الإخبارية التي أفردت له صفحاتها الأولى، وأجمعت على الثناء على جرأة هذه الإعلامية التي رفضت الإهانة.

لعلّ ما قالته كركي لصحيفة «الغارديان» البريطانية بحاجة إلى وقفة تأمل وتفكير في حالة الارتباك التي تعيشها الإعلاميات نتيجة وضعيتهن القائمة في هذا النوع من البرامج والتي لا يُحسدن عليها. فمن ناحية تكوّنت لدى كركي درجة من الوعي لقضايا الجندر لا يُستهان بها، وإن بقيت مستبطنة لأشكال من التمييز تدفعها لإنكار ما تتعرّض له من أشكال ضغط وقهر

تمارس عليها من قبل آلية البرنامج المركّب بالأساس بعقلية ذكورية ذات بُنية هرمية تستغل مآسي ومشاكل ومشاعر الفئات الدنيا من النساء والمهمّشين لتركب مشهدية جاذبة للمعلن. فمن ناحية، لا تريد كركي تفسير كلام السباعي لها في إطار التمييز الجندي لأنّها لا تعرف نواياه، ولا تجد أنّ للأمر علاقة بالدين أو الموقف السياسي، إنّما هو متعلّق بالأخلاق والأدب»، من ناحية ثانية تتكلّم على المجتمع الأبوي الذي يحكم على النساء من خلال المظهر. والأسئلة المطروحة أمام كركي في هذا السياق كثيرة ولعلّ الجواب عليها يزيد إرباكها إرباكاً: ما علاقة التمييز الجندي بالنوايا، ولو فرضنا أنّ هناك علاقة، ألم تبرز نوايا السباعي القائمة على هذا التمييز عندما وضع شرطه المسبق للظهور في البرنامج حتى وإن كان من خارج الاستديو بوضعها للحجاب؟ وهي بالطبع قبلت على مضض كرمي لعيون البرنامج الذي هو نسخة فاقعة من النظام الأبوي الذي تكلمت عنه. وهل صحيح أنّ ما حصل بينها وبين السباعي لا علاقة له بالدين أو الموقف السياسي إنّما هو متعلّق بالأخلاق والآداب؟ أين ذلك؟ في برنامج يدّعي حرصه على الأخلاق والآداب، ويُمارس عكسها مع ضيوفه حيث يُهينهم، يخترق حميماتهم، يشتري مشاكلهم بالمفرق ليبيعها بالجملة إلى المعلن، عبر السباق لتسجيل أعلى نسب من المشاهدة، وبالطبع يحمي نفسه بتحديد البنية الدينية السياسية القائمة، التي غالباً ما يستدعي رموزها للبت بالموضوعات المطروحة، وللإقفال على آية معالجة تؤدي إلى تغيير نحو الأفضل.

وعلى الرغم من احترام جو معلوف مقدّم برنامج «حكي جالس» لضيوفه رجالاً ونساءً، وامتثانه لهم/ هن لمشاركتهم/ هن في برنامجه، وإبداء حماسه غير المحدودة لكشف الفساد والإعوجاج في المجتمع اللبناني، وعلى الرغم من تخصيصه عدد لا بأس به من الحلقات لقضايا المرأة، واستضافته لناشطات نسويات لأكثر من مرّة إلا أنّ برنامجه يتضمّن أحياناً، عن وعي أو عن غير وعي، آراء وتعايير تنم عن تمييز جندي، ما يكرّس سهولة استباحة جسد المرأة وامتهان لكرامتها الإنسانية. ففي إحدى الفقرات، اختصرت النساء بفئة واحدة ينصبّ اهتمامها الكلّي على شكلها ومظهرها، وفي هذا مبالغة وتسخيف كبير للمرأة ولرجاحة عقلها وإبرازها على أنّها كائن سطحي مهووس بمظهره الخارجي ويسعى لإبراز مفاتنه ليثير الرجال، وتغييب لفئات أخرى من النساء الكادحات، المناضلات، العاملات من أجل إعالة أسرهن. وفي مكان آخر كان تبرير جو معلوف عن نقل كلام مسيء بحق المرأة إضطرارياً «لتعلم الناس حجم الكلام المذهبي والطائفي لأنّها ليست عملاً عابراً» غير مقنع، فالغاية لا تُبرّر الوسيلة هنا، بالعكس إنّها تنقل الصراع والحقد إلى شريحة أوسع، وإن كنّا لا نرى هنا سوى إسقاط جنسي مارسه الشباب على كلمة تتعلّق بجسد المرأة ليس أكثر.

أما بخصوص آلية عمل برنامج «بلا تشفير» القائم على تركيب مشهدية جاذبة للمشاهدين من خلال البحث في فضاء الإنترنت أو في أروقة الصحافة المسماة «صفراء» أو في البرامج الإستعراضية المثيرة المماثلة عن شخصيات مشهورة من ناحية، وعطوبة من ناحية ثانية، لكون نجوميتهم/ هن المثيرة للجدل ركبت على عجل تحمل الغازاً مثيرة، متقلّبة من المعايير الاجتماعية السائدة، يستغلها القيّمون على البرنامج ليلعبوا دور المقرع والمعنف والمهين والواعظ، مستحضرين الشرعية الدينية والأخلاقية والسياسية، ناسبين لأنفسهم من خلالها دور القاضي والمحقق والمحاسب والمسائل، والناطق باسم الرأي العام. يحصل ذلك بعملية تواطؤ

بين المضيف والمستضاف بهدف تغذية النجومية عبر إمدادها بجرات زائدة من الشهرة وتحقيق أعلى نسب من المشاهدة، ولا يهم ما تجرّ معها هذه المشهديات من دلالات تحمل إهانة لكيان المرأة الإنسان، وتعنيف لها بأشكال مختلفة عبر التوغّل في عمق حميمياتها وخصوصياتها، وإن كان يتم إبرازه على أنّه تعنيف ذاتي، من خلال التأكيد والتشديد على أنّهنّ أتين بملء إرادتهن.

فغالباً ما يُحاول بليق أن يزيد طابع التشويق على حلقاته، وإن كان لم يخطر ببال المشاهدين أن يسمعون منه سؤالاً على الهواء يتجاوز كلّ الخطوط الحمر وحدود اللياقة. إذ سأل إحدى ضيفاته: هل صحيح أنّك مارست الجنس مع مدير أعمالك في موقف للسيارات؟ تنفي الضيفة وبعدها يتّصل المذيع بالصحفي الذي نشر الخبر ليوضح أنّه بالخطأ قال في إحدى المقابلات التلفزيونية أنّ الفنانة هي ل.ع (ليال عبود) ولكنّها في الحقيقة ف.م. نكتشف بعدها أنّ الخبر عار عن الصحة وأنّ المذيع كان يعلم بذلك، لكنّه مع ذلك أصرّ على طرح سؤال بهذا المستوى على الهواء مباشرة على امرأة تعمل في المجال الفني. ولا يكتفي بليق بلعب دور المحقق بل أيضاً يلعب دور الواعظ، كأن يسأل إحدى ضيفاته: إذا وقفتي أمام القبلية ماذا تطلبين من الله؟ أن يسامحك على ذنوبك؟ وعندما تقول له أنا إنسانة مؤمنة أصلي وأصوم يقول لها مستغرباً: «إنّتي ما عندك ذنوب!». وغالباً ما يسمح لنفسه باستباحة خصوصية ضيفاته في طرح الأسئلة كمحقق حتّى أنّه يفتعل ذلك في حركاته كوضع اليد على الكرسي المخصصة للضيوف وأن يدور حولها. بالمحصلة يجد المشاهدون /ات أنفسهم/ هن أمام صورة المرأة غير المسؤولة، المستهترّة بكرامتها، والتي همها استغلال الرجال وجمع الأموال، التي تصرفها من غير حساب، والتي تُجنب من غير زواج. وبغية التوغّل في إذلالها وإهانتها، ودفعها للبكاء، يستحضر بليق الأمومة، الشرع، المجتمع، الضيعة لجلدها أو لدفعها لجلد ذاتها.

وأحياناً يتشابه النوع الاجتماعي مع الإنتماء العائلي، مع الولاء السياسي، كما حصل في الحلقة التي استضافت بشرى الخليل، إذ أراد معدّو البرنامج أن يركّبوا مشهديات، مستلّين مشهديات متلفزة حصلت في برنامج تلفزيوني آخر (١٥٤٤)، فاستضافوا محامية استقّرها المقدّم منذ البداية بوصفها بـ «البطلة والحديدية»، متسائلاً فيما إذا كانت ستكون بطلة في هذه الحلقة؟ دون أن نعلم من أين أتى لها بهذه الصفة. هل لأنّها تشاجرت مع زميل لها في برنامج طوني خليفة، وتناولت في الكلام على كلّ من السيدتين نازك وبهية الحريري، أم لأنّها كانت محامية مدافعة عن صدام حسين، أم لأنّها تدافع حالياً عن بشار الأسد؟ أم لأنّها ترشّحت في الانتخابات ضدّ لائحة الرئيس بري، أم لأنّها انتقدت سعد الحريري وأشرف ريفي. هذا الكلام يحمل صورة نمطية عن المرأة القوية والتي غالباً ما يتمّ نعتها بالمسترجلة.

لذا كان تركيز بليق خلال مسار الحلقة على نزع صفة الأنوثة عنها، لأنّ في ذهنه المرأة شيء يقتنيه الرجل، والأنوثة مقترنة بالزواج، بالأمومة، باللطافة، بالصوت المنخفض، بعدم التخلّ في السياسة التي هي بنظره شأن ذكوري بحث. إلى ما هنالك من صور نمطية تمييزية تضمّنّها كلام بليق واستدرج ضيفته المحامية والسياسية ليوّقعها في فخّ هذه النمطية، من حيث لا تدري، كونه ضرب لها على الوتر الحساس المتمثل في «عقدة التقدّم في العمر وعدم الزواج والإنجاب». وليحقّق بليق مزيداً من البطولة تفوق بطولتها التي وصفها بها

في بداية الحلقة استعان بصورة نمطية بالراقصة لتحطّ من شأنها أو لتغمر من قناة المحامية والسياسية وابنة العائلة الشريفة كما وصفت خليل نفسها. كذلك في إحدى الحلقات، استل البرنامج موضوعه من فضاء الإنترنت، وتمّ تركيب المشهدية حول عارضة أزياء أم لطفل، ابنة طبيب مشهور، وزوجة فنان معروف مواظبة على صفحتها على الفيسبوك تعرض حميمياتها وأخبارها بطريقة استعراضية.

ويعمن المقدّم في إهانة ضيفته وإذلالها، ويتوقّف ليُسدي النصيح والوعظ، ويُعاود الكرة، ليستدرجها للبكاء والندم. الغريب في الأمر لعبة التواطؤ بين المقدّم وضيفاته، فنادر ما نسمع اعتراضاً على أي من الأسئلة رغم الإهانات الواضحة والمبطنة أحياناً. لا نتفهم هذه الأسئلة كمشاهدين، ولا نستطيع أن نتفهم أيضاً: التبرير الذي تقدّمه الضيفة للمقدّم بعد كلّ هذه الأسئلة تقول: «ما حدا يزعل من تمام (المذيع)، هذا عمله، وأنا كان عليّ إقبل أو لا إقبل». وفي حلقة أخرى استل بليق اللاعبين على مسرحه من خلال حديث على إحدى الشاشات لنجمته «المسماة: انفضوا الرجال»، ومن خلال التعرّي في أكثر من مظاهرة لبطله المسمى «ملك التعرّي».

وركّب المشهدية تلك، كما أشار ليتسنّى للضيفين المواجهة حول مفهوم «الرجولة» الذي ضاع في متاهات الهزل والضحك والسخرية المتبادلة بين الضيفين، كذلك ضاعت مفاهيم الجمال والأنوثة والعنف المرتكب بحق النساء بأشكاله الجسدية والرمزية. فحملت الحلقة على طرافتها صوراً نمطية مهينة بحق كلّ من الرجال والنساء تردّدت على لسان المقدّم كما الضيوف. وكان لافتاً الإهانة المركّبة التي تعرّضت لها المرأة عندما يصف أبو ملهب الرجل الذي يضرب زوجته بالمرأة، ولم يعترض المقدّم على ذلك.

تتكرّر المشهدية عينها في الحلقة التي استضافت إحدى عارضات الأزياء، التي يمنها منذ البداية لاستضافتها ولزيادة شهرتها، ويعمن في إهانتها لحدّ الشتيمة والاتهام بالوساخة والحقارة إلخ ويضعها مقابل المجتمع الشريف العفيف، ومقابل أهل الشوف، ومقابل المجتمع الشرقي المحافظ، ثم يعاود وعظها ونصحها، ملتبساً صورة العفة والطهارة مستنكراً إعلان الدعارة على شاشات التلفزيون، ظناً منه أنّ ما يفعله برنامج هو قمة القداسة والعفة والطهارة. وينتهما بالإساءة إلى صورة المرأة اللبنانية. وتبرز لعبة التواطؤ عندما يجد أنّها أكثر ضيفة أدلت باعترافات سخيفة في برنامج لتجيبه مطرية على هذه السخافة المطلوبة بالأساس.

بالإجمال، إذا كانت البرامج المتلفزة التي تم تناولها قد أوغلت في تكريس النمطية وفي صيانة البنية الذكورية الأبوية، لاعتبارات عديدة تعود إلى المنافسة ومتطلبات الأجهزة، ووضعية العاملين في الإعلام، وغياب الوعي الجندري، وعدم فعالية أساليب الرقابة بالشكل التي هي عليه، ووضعية الجمهور الغارق بمشاكله والمتلهي بمشاكل الآخرين، ما جعلها تُسجّل تراجعاً على صعيد الحضور الجندري في وسائل الإعلام، فإنّ السؤال يتمحور حول مدى اختلاف هذا الحضور باختلاف الوسيلة، وهذا ما سنتبينه في معرض الكلام حول الإعلام المطبوع.

03

إشكالية النوع الاجتماعي في الصحافة المطبوعة ورقياً
أو إلكترونياً

يبدو تناول الصحافة لأخبار الإعلاميات الشهيرات، بغرض تسليط الضوء على نجاحات معينة حققنها، أو جرأة معينة أبدتها أو ضغط أو تمييز تعرضن له نتيجة مواقف إتخذتها أو لآراء أبدتها، واقعاً ضمن مقولة بورديو «الدوران الدائري للإعلام»، سواء كان على مستوى الشخصيات أو الموضوعات المثارة.

أما بخصوص نقد الإعلام المطبوع للإعلام المتلفز فإنه شكّل خرقاً كبيراً في عالم الإعلام، لأنه من السهل على وسائل الإعلام أن تحاول تقديم نفسها باستمرار على أنها مدافعة عن حرية التعبير إزاء السلطات السياسية والاقتصادية، غير أنه من الصعوبة بمكان أن تُمارس هذه الحرية إزاء نفسها ولاسيما إذا كانت صادرة من أحد الصحفيين الذين يعملون في المؤسسة الإعلامية، لكون سكوت الإعلام عن الإعلام كان نمطاً سائداً لفترة طويلة في عالم الميديا. إذ أنه من الصعب التحقيق عن الذات (أي لعب دور الطرف والحكم معاً، كذلك مهمة الحكم على نوعية الإعلام تحمل شيئاً من المراهنة والمخاطرة، فليس هناك من أدوات متبلورة لتحليل حقيقة محتويات البرامج المبنية والمقالات المنشورة، إلا إذا كان من يتصدى لهذه المهمة يعرف بنفسه المجال المعالج من قبل الصحفي).

هذا عدا عن أن قياس صحة الأحكام المقدمة هو عملياً مستحيل، بالإضافة إلى أسباب أخرى، منها: أن إجراء تحقيق عن الزملاء يُعدّ من الأمور الحساسة، خشية المعاملة بالمثل، هذا عدا عن أن إثارة نقابات الصحافة لموضوع الأخلاقيات بقيت مرحلية من فترة لأخرى، تتخذ أحياناً طابع الإدانة المنتظمة، والمطالبات التي نادراً ما تُضفي إلى صراعات جماعية. بالإضافة إلى غياب العقوبة أو الإعلان عنها في حالات الأخطاء والهفوات التي يرتكبها المحررون كمثّل: الأخطاء، الترويج المتخفي، الخدع، الإنحياز، النسيان. في ضوء ما تقدّم أعلاه يصبح من المشروع أن تطرح الأسئلة عن كيفية تسوية الخلافات بين المؤسسة والصحافي حول مسائل جوهرية معينة. هذا عدا عن حاجة الصحفيين إلى التواضع وعدم الإدعاء بالشفافية.

لتنمّع الميديا بشيء من المصادقية يلزمها التواضع، وعدم الإدعاء بالشفافية، يلزمها الشجاعة عبر رفض وهم الواقعية، يلزمها الإبداع وإيجاد صيغ جديدة، يلزمها أن تعرف كيف تدير العلاقة بين فاعليات: الإعلام، السياسة، المواطنة. كذلك يتطلب الأمر تواضعاً من قبل الصحفيين، إقراراً بالجهل ببعض الأمور، إقراراً بالأخطاء، بعدم المقدرة على البت في بعض المسائل. لأنّ الصحافي المسؤول هو الذي يُبرهن، يعرض الوقائع بتعقيدها، أكثر مما يبت، ويصيغ أحكاماً نهائية. فعلى المستوى الفردي كلّ إنسان له الحق في أن يفكر وأن يقول ما يريد في إطار القواعد القانونية.

ولكن إذا ادّعى أحد ما أنّه يريد أن يُعلم تترتب عليه مسؤولية جديدة تضاف إلى الحق في التعبير. من هنا ضرورة أن يُميّز الصحافي بين العمل الذي يقترب من الإتصال وذاك الذي يتصل بالإعلام^{٤٤}.

وهكذا في سياق التنافس المحموم بين محطات التلفزة على حصد أعلى نسب من المشاهدة، وفي ظلّ تقلت بعض الإعلاميين المتزايد من معايير العمل الإعلامي، دون حسيب أو رقيب، يغدو الإعلام عن الإعلام حاجة مجتمعية ماسة، ليتمكن المشاهدون من معرفة شروط عمل المهنة، نوعية البرامج التي يشاهدونها، شروط ممارسة الصحافيين لعملهم، نجوم الشاشة، ومداخلهم، حدود تدخلهم الخ. وهذا ما باشرته بعض الصحف المكتوبة في لبنان منذ فترة ليست ببعيدة، مخصصة صفحات لرصد ونقد الإعلام المرئي والمسموع.

إضافة إلى نقد البرامج المتلفزة، تنوّعت أشكال معالجة الإعلام المطبوع لموضوع المرأة لتشمل الإضاءة على الأعمال الإبداعية والفنية التي تتطرق لقضايا المرأة بطريقة هادفة، أو للإضاءة على نساء تميّزن بخروجهن عن المألوف، أو انتقاد ظواهر استهلاكية تستغل المرأة وتحطّ من شأنها، أو إبراز التحوّلات الطارئة على أوضاع النساء في الواقع الملموس بما يخالف أو يتعارض مع البنية الذهنية المركبة تاريخياً والمنمطة لأدوارهن وصفاتهن. بالإضافة إلى إثارة إشكاليات طُغيان الطابع الذكوري على المشهد السياسي في لبنان. والتعريف بالدراسات التي تُلاحق التمييز الجندي.

وفيما يتعلّق بمعالجة الإعلام المطبوع للعنف المبني على أساس النوع الاجتماعي في سياق الانتفاضات وأجواء التوتر والعنف والصراعات المسلحة والأعمال الإرهابية، يُعالج الإعلام المطبوع موضوع العنف معالجة خبرية غير مكتملة الشروط، بالنظر لصعوبة التقصي وللمخاطر التي يتعرّض لها الصحافيون في حال تسنى لهم التواجد في أماكن الحدث، وهذا ما جعل وسائل الإعلام تلجأ إلى شهود العيان أو إلى النقل عن مصادر ووسائل إعلام أجنبية، دون المقدرة على التحقق وعلى مقارنة المعلومات أو مقابلتها مع مصادر أخرى، أو إلى تقارير صادرة عن الأمم المتحدة أو منظمات حقوقية دولية، ودون تكليف النفس عناء تحليلها، إنّما نقلها بطريقة استعراضية يمتزج فيها الجد بالهزل، الواقعي بالافتراضي.

وأبرز مثال على ذلك العينة التي بين أيدينا والتي تنمّ عن قصور الإعلام في التعاطي مع مشكلة معقّدة كهذه تحمل في طياتها ليس فقط عنفاً إنّما عنف العنف المؤدّي إلى نوع من تبدّل المشاعر، وبالتالي الإعاقة عن التحرك. في معرض المعالجة التحليلية لموضوع العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي في أجواء الصراعات والحروب وما ينتج عنها من نزوح وتهجير، فإننا نصادف نماذج متنوعة من المعالجة المبسطة، المكتفية في أغلب الأحيان بما تعرضه التقارير الأممية حول الموضوع، أو بما ينشر في فضاء الإنترنت وعلى شبكات التواصل الاجتماعي. أما في معرض معالجة الإعلام المطبوع الخبرية لموضوع العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي سواء كان عنفاً مرتكباً داخل الدائرة الأسرية أو في المجال العام،

^{٤٤} إذا كان المقال يركّز على مصدر وحيد، إذا كانت الصراعات غائبة، إذا كان يبحث عن استغناء القارئ، إذا كان يُقدّم الأمور بطريقة مانبوية، وإذا عرض مجاناً وغير موقع من أحد فإنّه يقترب من الإتصال. إن إعلام كهذا يدلّ إمّا عن السهولة وإمّا عن حاجة لتوجيه القارئ. على العكس، المقال الذي يُقدّم مواقف مختلف الأطراف في أي صراع، والذي يمتنع عن البت ويترك للقارئ أن يحكم، ولا يُخفي النواقص بما فيها للمرسل، حتى لو نشر في جريدة المؤسسة هذا المقال يقترب من الإعلام، إن إعلام كهذا يدلّ على جهد صادق في البحث عن الحقيقة.

Voir à ce propos: Lagardette, J. (2006). L'information responsable- un défi démocratique. Paris: éd. Charles Leopold Mayer, p.89.

كان واضحاً انتقال هذا الإعلام من طور المعالجة الخبرية المبسطة إلى المعالجة المركبة التي تطل على أبعاد الموضوع وخلفياته القانونية والاجتماعية والسياسية، وتتناوله من زوايا متعدّدة: قضائية، إدارية، نفسية، معيشية. وإن كانت تبدر أحياناً من بعض الوسائل محاولات لمدارة البنية المهيمنة، أو للتغافل عن أخطاء معينة أو عن إهمال معيّن يُرتكب بحق ضحايا العنف.

كذلك اتسمت المعالجة التحليلية بشيء من الجدية، بالنظر لتفاعلها مع الحراك الحاصل على الأرض من قبل منظمات المجتمع المدني، والناشطين الحقوقيين والقانونيين، وبعض الأحكام القضائية الرائدة، ومع الدراسات والمعطيات الأكاديمية التي غدت متوفرة. وتجلّى ذلك في اعتماد العديد من الصحفيين، لاسيّما الصحافيات اللواتي غدون ناشطات في مناهضة هذا النوع من العنف، منهجيات مترابطة ومقاربات متشابكة مع منظور النوع الاجتماعي.

وكان لافتاً غياب الحساسية الجندرية عن مناقشة الصحافة المطبوعة للقوانين الإعلامية والإعلانية وتطبيقاتها والخلل الذي يعتريها، باستثناء تحقيق أجرته الصحافية فيفيان الخولي من موقع «now» الإلكتروني، تحت عنوان: «**المرأة في الإعلانات اللبنانية: سلعة ولا قوانين رادعة**»، تطرح في مستهله المشكلة المتمثلة في عرض جسد المرأة المفعم بالمتعة والإثارة على الطرقات وشاشات التلفزة في إعلانات تجارية أقرب إلى السلع الجنسية منها إلى الإعلان، متساءلة على من يقع اللوم في تحقير المرأة في الإعلان التجاري، وأين الرقابة ممّا نرى ونشاهد؟ كذلك خلّف احتكاك بعض الصحفيين بالأجهزة الرقابية القانونية وراءه جدلاً حول أحقية وشرعية وقانونية واستنسابية ما يحصل، وحول علاقة الإعلام بالقضاء.

وهذا ما أسس لبذور وعي في الأوساط الصحافية بأهمية مواكبة القوانين للتحويلات الحاصلة على أرض الواقع، لاسيّما لدى الصحافيات الشابات، علماً أنّ هذا الوعي بقي منقوصاً لخلوه من الحساسية الجندرية.

04

السبل الفضلى للوصول إلى سلوك إعلامي مناهض للتمييز الجندري، وبالتالي إلى صور أكثر توازناً للنساء

بالمحصلة النهائية، يجد المراقب للحضور الجندري في وسائل الإعلام في لبنان نفسه أمام مشهد إعلامي غدت تشغل فيه النساء حيزاً أخذاً في الاتساع يوماً بعد يوم، سواء كان على مستوى العدد أو على مستوى تنوع وتعدد المهام الموكولة لهن^{٤٥}. غير أنّ هذا الحضور الكمي نادراً ما ترجم إلى حضور نوعي ينعكس على سيرورة الإنتاج الإعلامي وعلى مضامين الرسائل الإعلامية. فما زالت تحول دون هذا التحول النوعي مجموعة عقبات، جزء منها مشترك مع الرجال وجزء آخر خاص بالنساء. فالنظر إلى ملكية وسائل الإعلام، إلى رؤساء مجالس الإدارات من منظور جندري يُرينا صعوبة خرق النساء للسقف الزجاجي حتى وإن كن يحملن شهادات عالية وإن شكلن خبرات وأبدعن في أمكنة كثيرة، كذلك نظرة إلى الأطر التنظيمية التي ترعى العمل الإعلامي، المجلس الوطني للإعلام، النقابات التي تكاد تخلو من النساء، نظرة إلى القوانين وإلى الاقتراحات الآيلة لتعديلها، نجدها تفتقد لأية حساسية جندرية.

هذا عدا عن أنّ المراقب لهذا الحضور وجد نفسه في الفترة الأخيرة أمام مشهد متلفز متقلبت بغالبية من المعايير الأخلاقية التي ترعى العمل الإعلامي، يعيش هاجس التسابق المحموم لتسجيل نسب مشاهدة عالية، استدراجاً للمعلن، ولا هم له إن كانت المشهدية التي ركبها أتت على حساب حقوق المرأة الإنسان والمواطن وعلى حساب كرامتها، ما دام القيمون على هذه البرامج قد آمنوا جانبهم مسبقاً وعملوا على تحييد البنية البطريركية الأبوية، أو بالأحرى أضفوا عليها المزيد من الشرعنة، فأعطوها الكلمة الفصل لتبت في الأمور كافة، وهذا ما أعاق أي إمكانية لفتح آفاق لمعالجة موضوعات تتعلق بالتمييز أو بالعنف المبني على أساس النوع الاجتماعي.

في حين أنّ الباحث في المشهد الإعلامي المكتوب والإلكتروني يعثر على العديد من أماكن الخرق للتنميط الجندري من قبل مجموعة من الصحافيين بغالبيتهم شابات تكوّنت لديهن حساسية على قضايا النوع الاجتماعي، سواء كان بالتجربة أم عبر التدريب، وتجلّى ذلك في نقد البرامج المتلفزة التي تتوخّى الإثارة على حساب كرامة المرأة وإنسانيتها، وفي تغطية أخبار الجرائم المرتكبة بحق النساء بطريقة منهجية تضع الحادثة في سياقها القانوني تُطلّ على الأسباب وتعالج النتائج، وتتفاعل مع حراك المجتمع المدني بهذا الشأن، وتجلّى أيضاً في التفاعل مع الدراسات الجندرية، وإجراء تحقیقات حول أماكن الخرق الجندري كأن يتمّ الكلام على هجرة النساء للعمل، وعلى شغل النساء لمهن كانت في السابق حكراً على الرجال. وعلى اعتبار أنّ التنوع الجندري ما هو إلا تجسيد حي للتنوع الديمقراطي.

^{٤٥} انظر بهذا الصدد: القادري، عيسى، نهوند، وحرب، سعاد. (٢٠٠٢). الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون - بحث في الأدوار والمواقع. بيروت: المركز الثقافي العربي وتجمع الباحثات اللبنانيات.

هذا التطور الذي حققه الإعلام المطبوع ورقياً أو إلكترونياً على صعيد معالجة العنف الأسري، لم نشهد مثيله على صعيد تغطية العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي في ظلّ الحروب والصراعات والأعمال الإرهابية، اذ بدت التغطية الإعلامية قاصرة عاجزة، تُعاني من شحّ في المصادر، مجرد ناقله عن مصادر أجنبية وتقارير ومراكز دراسات أجنبية، دون تكليف النفس عناء التقصي والبحث في أبعاد ما يجري وفي خلفيات تغطيات وسائل الإعلام الأجنبية ومستتبعاتها.

وإزاء القوانين التي ترعى العمل الإعلامي وأساليب الرقابة، والهياكل التنظيمية، نلاحظ أنّ الصحافيين الذين تطرقوا إلى الدعاوى المقامة بحق البعض منهم، والذين توقفوا أمام إشكاليات الرقابة، وعدم مواكبة القوانين للتطور، وإشكالية العلاقة بين القانون والقضاء غابت الحساسية الجندرية عن معالجاتهم. في حين أنّ رئيس مكتب الإعلام في الأمن العام العميد منير عقيقي شخّص مشكلة الرقابة بالقول: «أنّ الإعلانات المرئية واللوحات تخضع لإجازة مسبقة، إلّا أنّه لا توجد أي مادة في القانون تمنع ظهور جسد المرأة».

وأضاف: «نعمل جاهدين للتوفيق بين الضوابط القانونية والحفاظ على مصالح الشركات. لهذا يعتمد جهاز الرقابة أحياناً إلى إستشارة مرشد اجتماعي أو نفسي أو حتى الفئة أو المركز المقصود في الإعلان (مهنة حرة، طفل، مؤسسة دينية أو مدنية) ويُعرض على لجنة متكاملة للتدقيق في حيثياته، وصولاً إلى قرار نهائي يُرضي الطرفين. ويجد عقيقي أنّ «دور المرأة في الترويج الدعائي موجود، وهو في بعض الأحيان استغلال وتحقير لها، موضحاً أنّه حتى لو خضع الإعلان المرئي أو اللوحات الإعلانية لإجازة، إلّا أنّه يحقّ للجرائد والمجلات نشره كما كان قبل تعديله، لأنّ الإعلانات في الصحف لا تخضع لإجازة مسبقة».

وفي معرض أسفه لتشويه صورة المرأة، يُلقي باللوم على المجتمع المدني النسائي الذي لم يتحرّك يوماً اتجاه هذه القضية. ويعتبر أنّ احتجاجهن له تأثير كبير على المجتمع وبالتالي يُساعد في تعديل بعض المواد خصوصاً أنّ قانوناً جديداً للإعلام يُناقش حالياً (٢٠١٣) في اللجان النيابية المختصة^{٤٦}. وإن كنا لم نلاحظ لدى الجهات التي اقترحت قانوناً جديداً للإعلام (مؤسسة «مهارات» بالتعاون مع النائب غسان مخيبر) أية حساسية جندرية، أيضاً لم نلاحظ هذه الحساسية لدى لجنة الإعلام والاتصالات في مجلس النواب التي عملت على المشروع، ولا لدى الصحافيين الذي تفاعلوا مع الاقتراح وناقشوه.

بناء على ما تقدّم، يمكن الاستنتاج أنّ إشكالية الحضور الجندري في وسائل الإعلام بمختلف مضامينها ما زالت قائمة بل وأحياناً ملحة لدى مختلف الأطراف المعنية بحقوق الإنسان للمرأة، وبمواطنيتها. إذ أنّه ما إن يتراجع التنميط لأدوار ومواقع ومواصفات كل من الجنسين خطوة إلى الوراء، سرعان ما يتقدّم خطوات إلى الأمام. فعلى الرغم من تزايد أعداد الإعلاميات في وسائل الإعلام اللبنانية، إلّا أنّ ذلك نادراً ما ترافق مع أساليب ومقاربات جديدة في معالجة إشكالية العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي، وذلك لكون الإعلاميون/ات أنفسهم/هن يتعرضون/يتعرضن لأساليب عنف مضمرة ومخفية، متأتية من النسق الإعلامي والسياسي والثقافي والاقتصادي المهيمن، بل أحياناً من الجمهور نفسه الذين يقدرّون أنّهم/هن

^{٤٦} أنظر بهذا الصدد: الخولي، فيفيان (٢٠١٣). «المرأة في الإعلانات اللبنانية: سلعة ولا قوانين رادعة. موقع now.mmedia.me/lb/ar/newspecialar، نشر: 06:28 2013/01/10. PM

يتوجهون/هن، حتى من تتوافر لديهم/هن الحساسية على قضايا النوع الاجتماعي لم يتمكنوا/ تتمكن كفاية من معالجة فضلى تتصدى لهذه الإشكالية. خصوصاً في ظلّ واقع يجد الإعلام نفسه واقعاً أمام إشكالية الرؤيا ذات المنحى السلوكي، أي رؤية ما هو مرئي، وأمام المعالجة الظرفية المرتبطة بالأحداث التي تحصل وأو بما توفر، وأساليب العمل المحكومة بمنطق السبق الصحفي من ناحية، والإثارة، من ناحية ثانية، والتي غدت أساليب نمطية تجارية تجر معها عنفاً رمزياً لا مثيل له.

فهذا الأسلوب الإعلامي المُمسرح الجاذب للجمهور العريض وبالتالي للمعلن يوظف الكلام من ناحية، للتنفيس عن العنف والتفريغ عن الضيق، ويوظفه من ناحية ثانية، لتعنيف الذات من خلال تعريتها وإعادة جلدها، ومن ناحية ثالثة، لتجهيل الفاعل وتسخيف الموضوع. وهذا ما يستدعي من مختلف الأطراف الفاعلة التفكير في كيفية جعل الإعلام شريكاً فعلياً في تسريع أشكلة هذا الموضوع، وفي التمهيد لفتح جدل قانوني وحقوقى بصدده.

وفي دفعه لوضع أساليبه وآليات عمله وأخلاقياته باستمرار موضوع مساءلة، وللتساؤل عن الهرمية المتحكمة بالتراتبية الإعلامية وبأولويات الأجندا المطروحة، وبموقع ودور النساء منها إنتاجاً وموضوعاً واستهلاكاً. كي لا تبدو المسؤولية متحللة، وكي لا يضيع الكلام في الإعلام عن التمييز والعنف المبنيين على أساس النوع الاجتماعي بسبب التداخل بينهما وبين التمييز والعنف المبنيين على أساس الفروق الطبقيّة والمعيشيّة والمناطقية والمذهبية. فما ورد في المضامين الإعلامية وما غُيب كان خير مُعبّر عن ذلك العنف الذي تحمله الذهنية الاجتماعية المُعنّفة للمرأة المُعنّفة لاسيّما المُغتصبة والمُتحرّش بها. بالنظر إلى خصوصية المجتمع اللبناني الذي تتعايش فيه أساليب الحياة الحديثة وما تحمله من بذور عنف مخملية، مع أساليب الحياة التقليدية وما تحمله من تقسيم وتنميط للأدوار يشر عن العنف ويحوّله إلى مجرد عمل طبيعي، وهذا ما يجعل العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي عنفاً مركباً مستنداً إلى ذهنية اجتماعية محكومة بالعنف المزدوج بوجهيه الحداثي والتقليدي.

تجارب عربية/ محاولات لتعزيز موقع ودور المرأة في وسائل الإعلام

إزاء هذا المشهد اللبناني المتسم بشيء من الفوضى وباللامبالاة، نجد بالمقابل وفي معرض الإطالة على التقرير العربي الموحد بخصوص التقدّم المحرز في تنفيذ منهاج عمل بيجين بعد عشرين عاماً^{٤٧}، وفي الشقّ المتعلّق بالإعلام، أنّه في العديد من البلدان العربية تنوّعت الإجراءات والتشريعات لتعزيز موقع ودور المرأة في وسائل الإعلام والهياكل والبنى التنظيمية العائدة إليها، وتحسين الأداء المهني لوسائل الإعلام للتمكّن من إنتاج صور تعكس واقع المرأة بمختلف تنوعاته، بعيداً عن الاستغلال والتميط، وتحسيس الإعلاميين والإعلاميات بقضايا النوع الاجتماعي، وتعزيز القدرات والمهارات الاتصالية للعاملين في الآليات المؤسسية الوطنية. وتفاوتت هذه الإجراءات تبعاً للبلدان لتشمل تعديلات على القوانين، وإنشاء كيانات وهياكل تنظيمية مركزية لترشيد عمل الإعلام، ووضع موثائق شرف ترعى العمل الإعلامي، وتشجيع النساء على التخصص في الإعلام، وتدريب الإعلاميين والإعلاميات على قضايا النوع الاجتماعي، وانخراط بعض الآليات المؤسسية الوطنية في العمل الإعلامي من خلال إنتاج بعض المواد الإعلامية، ورعاية بعض البرامج، وإنشاء مواقع إلكترونية، وإطلاق مرصد لصورة المرأة في الإعلام.

على سبيل المثال، في المغرب، تمّ تعديل القانون المتعلّق بالاتصال السمعي والبصري في عام ٢٠١٤، لمنع الإشهار الذي يتضمّن إساءة للمرأة أو بث صور نمطية أو سلبية أو الترويج للتمييز المبني على أساس النوع الاجتماعي؛ وتمّ في هذا الصدد إعداد دفاتر شروط لقنوات التلفزة العمومية وتضمينها لمقتضيات تعزيز حضور النساء في الإعلام؛ ووضع في عام ٢٠١٣ ميثاق للأخلاقيات تلتزم فيه مؤسسات الإعلام العمومي بالسهر على احترام مقاربة النوع الاجتماعي في برامجها. وفي البحرين، وضع في عام ٢٠١٤ مشروع قانون جديد للإعلام شامل ومتطور، كما ذكر التقرير، وأحيل إلى السلطة التشريعية للتصديق عليه، وأبرز ما يتضمّنه حظر الإساءة إلى صورة المرأة والتعدّي على حقوق وحريات الآخرين؛ كذلك تمّ تدشين ميثاق الشرف الصحفي في عام ٢٠١٢ وإصدار ميثاق للمرئي والمسموع ودليل للسلوك الإعلامي.

وفي العراق، تمّ إقرار حقوق الصحفيين رقم ٢١ لسنة ٢٠١١، لاسيّما وأنهم وقعوا ضحية الإرهاب ومن بينهم صحافيات. واستُحدثت في بعض البلدان كيانات مركزية لترشيد العمل الإعلامي، ومنها تونس التي شهد العمل الإعلامي فيها عدداً من التغيرات منذ عام ٢٠١١

^{٤٧} والذي تسنّى لي شخصياً المشاركة في العمل على صياغته بشكله النهائي، انظر بهذا الصدد: الاسكوا. (٢٠١٥). التقرير الموحد حول تنفيذ منهاج عمل بيجين +٢٠، www.escwa.un.org

تمثلت في حلّ وزارة الاتصال، وظهور وسائل إعلام جديدة وخاصة، وتزايد الحرية الإعلامية وازدهار النقاشات والأخبار السياسية، واستحداث الهيئة المستقلة للاتصال السمعي البصري، التي تنصّ على الشروط المتعلقة بالحصول على إجازة إحداث أو استغلال إذاعة أو تلفزة على أن يلتزم كل من يتحصل على إجازة بجملة من المبادئ الأساسية، من بينها حماية حقوق المرأة، والقطع مع الصورة النمطية لها في الإعلام، وذلك بهدف ترسيخ مشهد إعلامي سمعي بصري متوازن.

وفي البحرين، أنشئت في عام ٢٠١٣ الهيئة العليا للإعلام والاتصال كهيئة مستقلة تختص بإعداد مشروع الخطة الوطنية للإعلام والإشراف والرقابة على المحتوى الإعلامي والإعلاني، بما يضمن التزام وسائل الإعلام بالإتفاقيات الدولية والضوابط المهنية المتعلقة بتعزيز دور المرأة في المجتمع وحماية حقوق الطفل، وتُمثّل المرأة نسبة ٤٣ في المائة من مجموع أعضائها. وفي عُمان، أنشئت في عام ٢٠١٠ الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون. كذلك أعد عدد من البلدان العربية دراسات حول سبل تقوية القدرات المهنية للعاملين في الإعلام من منظور النوع الاجتماعي، ونظّم تدريبات وورشات عمل لهذه الغاية. ففي الجزائر، تمّ إعداد برامج تكوين لتقوية قدرات المهنيين فيما يخصّ المادة الإعلامية الخاصة بالمرأة، بُغية تحسين الصورة المقدّمة بعيداً عن النمطية.

وفي البحرين، وُضعت الخطة الوطنية لنهوض المرأة البحرينية (٢٠١٣-٢٠٢٢) بهدف تغيير الثقافة السائدة والصورة النمطية للمرأة، وقُدّم المجلس الأعلى للمرأة برنامجاً تدريبياً لإعداد شبكة مدربين على قضايا المرأة، وعقد ورشات عمل للإعلاميين والإعلاميات حول التخطيط الاستراتيجي للإعلام. وفي السودان، تمّ تدريب ٢٤٠ إعلامياً وإعلامية في مختلف الولايات على مفهوم النوع الاجتماعي والصحة الإنجابية، وتنفيذ ورشات عمل حول دور الإعلام في دعم ومناصرة موضوع خفض أسباب وفيات الأمهات من المنظور الاجتماعي والثقافي، وبث عدد من البرامج عبر وسائل الإعلام المختلفة في مجال نشر الوعي الصحي والبيئي والقانوني للمرأة، وتنفيذ مسرحيات وأفلام وثائقية عبر وسائل الإعلام المختلفة لمحاربة العادات الضارة.

خطوات أبعد في سبيل ضمان صور متوازنة للنساء في الإعلام

بالختام، لضمان صور متوازنة ومتنوعة حول الجنسين في الإعلام اللبناني، ومن أجل إرساء معايير للعمل الإعلامي خالية من التمييز المبني على أساس النوع الاجتماعي تحترم إنسانية الإنسان، وتبتعد عن نشر الصور النمطية المسيئة بحق الفئات الضعيفة والمهمشة وبخاصة النساء، ولضمان مشاركة عادلة ومنصفة سواء في الحصول على العمل أو من خلال الممارسة المهنية أو وضع الخطط والبرامج والتأثير في مختلف السياسات، لا بدّ من العمل على تحقيق الآتي:

■ اعتبار التمييز المبني على أساس النوع الاجتماعي موضوعاً قائماً بذاته وليس مدرجاً مع أشكال أخرى من التمييز، وذلك لكون معالجته تتطلب العمل على أكثر من صعيد، وبتظافر مختلف الأطراف المعنية^{٤٨}.

■ وبما أنّ القوانين المنظمة لعمل وسائل الإعلام في لبنان غدت بحاجة ماسة لإعادة نظر شاملة تأخذ بعين النظر التطوّرات الطارئة على عمل الإعلام عيّن، وعلى أوضاع النساء فإنّه لا بدّ من الضغط، ومن مختلف الأطراف المعنية، لإيجاد بيئة مناسبة لعمل الصحفيين والصحافيات، بمعزل عن ضغوط مشغليهم وضغوط المعلن والجمهور المستهدف، وذلك عبر إرساء قوانين ترعى أساليب العمل والتوظيف والترقي والتدريب والتقديمات بشكل منصف ومتوازن وعادل. وإمكانية تحقيق ذلك تتوقّف على نوعية الروابط التفاعلية القائمة بين الصحفيين والصحافيات وبين منظمات المجتمع المدني، وبين الناشطين الحقوقيين، والأكاديميين، والقضاة الذين كان لهم شرف الريادة في اجتهاداتهم وأحكامهم المحققة والعادلة. على سبيل المثال، في هذا الصدد، اقترحت المذكرة التوجيهية المعدة من قبل مركز المرأة العربية للبحوث والتدريب ما يلي:

◀ نشر وتعميم مؤشر التكافؤ الإعلامي المقترح من مركز «كوثر» لتحديد مواطن التمييز بين الإعلاميات والإعلاميين في مختلف المؤسسات الإعلامية.

◀ الدفع في اتجاه تعديل القوانين المنظمة للعمل الصحفي، بما يجعلها تنصّ بشكل واضح وصريح على ضرورة ضمان المساواة بين الرجال والنساء في الحصول على عمل وفي الأجر والترقية والتكوين والتكوين المستمر.

^{٤٨} على سبيل المثال، أشارت دراسة ملكي أنّ مدونة السلوك المهنية لنقابة الصحافة لا تلاحظ أي أحكام عن المساواة بين الجنسين، أو أي شروط أو أنظمة بشأن التحرش الجنسي، وتدمج التمييز والتحرش الجنسي بشكل غامض بفئات التمييز عامة. أنظر بهذا الصدد: مكّي، ملاك. (٢٠١٥)، مرجع سبق ذكره.

◀ حث المؤسسات الإعلامية على اعتماد مقاييس شفافة ونزيهة تراعي مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين الإعلاميات والإعلاميين في التوظيف وتحديد الأجور والتدريب والتكوين المستمر والتكليف بالمهام والترقية لمراكز المسؤولية... ٤٩

■ إرساء تقاليد في العمل، بغية الرقي بالمهنة الإعلامية بحد ذاتها، تتمثل في تشكيل لجان محايدة في كل وسيلة تُراقب نوعية وجودة العمل ومن ضمنها مراقبة مدى خلوه من التمييز المبني على أساس النوع الاجتماعي. في هذا الصدد تقول رئيسة جمعية النساء الصحافيات Pascale Colisson : أنّ المسألة هي مسألة تطوُّع وإرادة، فليس هناك من إمكانية للإكراه أو للإلزام، مؤشر على صحيفة «لوموند» التي أوجدت خلية داخلية لمراقبة المحتوى وللتنبّه إلى الطريقة التي تؤلّم فيها النساء على صفحاتها^{٥٠}. كذلك في السياق عينه، وعلى صعيد مؤسسة النوع الاجتماعي في الإعلام اقترحت الوثيقة التوجيهية الصادرة عن «كوثر»- إدماج النوع الاجتماعي في الوثائق المنظمة لعمل القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، مع التنصيص على ضرورة تحقيق التنوع في الصورة واحترام النساء وكرامتهن. وإنتاج إحصائيات مصنّفة حسب النوع الاجتماعي، وإدراجها في الدراسات والتقارير التي تصدرها النقابات والهيئات المهنية التمثيلية، لتتشكّل مؤشراً أساسياً لمدى احترام مقاربة النوع الاجتماعي ومبادئ المساواة.

■ حثّ الإعلاميات والإعلاميين على إعطاء الأهمية للعمل النقابي وإضفاء معاني متطورة على معنى هذا العمل، من خلال ليس فقط تحصيل الحقوق وحماية الصحافيين وصيانة حريتهم، إنّما أيضاً من خلال العمل على جعل الصحافيين أنفسهم يخرطون في الجدل الدائر حول المهنة والمفاهيم التي ترعاها، وحول شغل المساحة الحرة المتروكة من القانون، ووضع أخلاقيات للعمل ترتقي بالمهنة وتجعلها نموذجاً يُحتذى في العمل الديمقراطي السليم، وكذلك يُمكن الضغط لوضع نقاط ارتكاز للنوع الاجتماعي في النقابات الموجودة حالياً.

■ بغض النظر عن المواقف المسبقة من موضوع الرقابة، وبعيداً عن الجدل الذي لا ينتهي ولن ينتهي بمدى جدواها، وبالطرق المثلى الواجب اتباعها لتُسهم في تحسين نوعية العمل الإعلامي والفني والإبداعي كعمل قائم بذاته، لا النظر إليه كأداة يستخدمها أهل السلطة وأصحاب النفوذ بطريقة اعتباطية استئنافية تعيق الإبداع وتخفق حرية الفكر، لا بدّ من الالتفات إلى أهمية إدراج الجندر في طريقة عمل الأجهزة الرقابية، ومساعدتها على وضع معايير للرقابة مهما كان شكلها من منظور النوع الاجتماعي. ويمكن المباشرة بذلك من خلال المطالبة بتوحيد معايير الرقابة بشكل تتسحب على جميع الوسائل، وتوحيد الجهاز المخوّل بذلك، ووضع نقاط ارتكاز لقضايا النوع الاجتماعي وتدريب الفريق العامل في الرقابة على الموضوع بهدف اكسابهم مهارات تخوّلهم البت في الموضوع والابتعاد عن الاستئنافية.

٤٩ وثيقة تدعو إلى اعتماد ميثاق إعلامي عربي موحد من منظور «النوع الاجتماعي» (الجندر)-أنظر بهذا الصدد: الوسط. (٢٠١٠). «الإعلام العربي: مؤنث مظهر... مذكر عددًا وقراراً ونشراً». صحيفة الوسط البحرينية - العدد ٢٦٧٦ - الأحد ٠٣ يناير ٢٠١٠م الموافق ١٧ محرم ١٤٣١هـ.

٥٠ Sous la direction de Marlène Coulomb- Gully. (2011). «Médias: La fabrique du genre», in Sciences de la société, revue publiée avec le concours du CNRS, du centre national du livre et le soutien de l'IUT Paul Sabatier, numéro 832011-, éd. Presses Universitaires du Mirail..Entretien avec Pascale Colisson présidente de l'association des femmes journalistes par Smati Nozha, pp. 153160-.

■ الضغط باتجاه وضع نقاط ارتكاز للجندر في مختلف الأطر التنظيمية التي ترعى عمل الإعلام، كوزارة الإعلام والمجلس الوطني للإعلام، كذلك لابد من الضغط باتجاه إعادة النظر في بنية وتركيب هذا المجلس والصلاحيات المعطاة له من منظور جندي. ■ تفعيل صيغة نقد الإعلام للإعلام لأنها تسهم في إذكاء النقاش والجدل الدائر حول المهنة وأساليب عملها وأخلاقياتها.

■ العمل الحثيث على إيجاد حساسية جنديرية لدى الإعلاميين والإعلاميات من خلال التدريب المستمر والمتواصل، والإستفادة من الخبرات التي تكتون لدى بعض الصحافيات والصحافيين بخاصة في الإعلام المكتوب، والبناء عليها، وتفكيك المعالجات الإعلامية وكشف النمطية التي تتخللها، والإشارة إلى النماذج التي يتم التركيز عليها في الإعلام والفئات التي يتم إغفالها وتغييبها، وإبراز الصيغ والعبارات النمطية واللغة المبنيّة على أساس النوع الاجتماعي^{٥١}.

■ التعاون مع الجهات الأكاديمية ومراكز التكوين المهني لإدراج مقررات الجندر في البرامج الجامعية، واستحداث دبلوم متخصص في دراسات الجندر في الجامعة اللبنانية، وتوجيه الرسائل والأطروحات الجامعية للبحث في الموضوع، والاستعانة بالدراسات المنجزة بهذا الخصوص.

■ إدراج قضايا النوع الاجتماعي في صلب القوانين التي ترعى العمل الإعلامي، وإيجاد نقاط ارتكاز لقضايا النوع الاجتماعي في الأجهزة المختصة في تطبيق القوانين. إذ يشير النقيب في الأمن العام طارق حلبي إلى أنه في كل القوانين الموجودة وتصنيفات الرقابة لا شيء ينصّ على وضع المرأة تحديداً، ولا حتى على وضع الرجل أو الطفل.

■ تشجيع وإطلاق مرصد لقضايا النوع الاجتماعي تراقب وتساهل وسائل الإعلام والإعلان والإستفادة من شبكات التحليل التي يعدّها أحياناً الباحثون لهذا الغرض. إذ تشير رئيسة جمعية الصحافيات Pascale Colisson إلى أنه بعد المشاركة في المشروع العالمي لرصد الميديا le projet mondial de monitoring des médias، وبفضل الرصد أخذ المجلس الأعلى للسمعي البصري في فرنسا مبادرة لإنشاء لجنة خاصة بالمرأة والميديا في داخلها تعمل بريجيت كرازي المفتشة العامة للشؤون الاجتماعية على تحسين المحتويات الإعلامية على قضايا الجندر^{٥٢}.

■ إكساب الجمعيات مهارات اتصالية تساعدها على إثارة القضايا وإسماع الصوت، والتأشير على أماكن الخلل والضغط لإزالتها^{٥٣}. وحث القيمين على وسائل الإعلام لتفعيل

٥١ انظر مقترحات الوثيقة التي اطلقها مركز «كوثر» لمنتوج إعلامي متنوع

٥٢ Entretien avec Pascale Colisson président de l'association des femmes journalistes par Smati Nozha,

مرجع سبق ذكره

٥٣ ويجد عقيقي أن «دور المرأة في الترويج الدعائي موجود، وهو في بعض الأحيان استغلال وتحقير لها، موضحاً أنه حتى لو خضع الإعلان المرئي أو اللوحات الاعلانية لإجازة، إلا أنه يحق للجراند والمجلات نشره كما كان قبل تعديله، لأن الإعلانات في الصحف لا تخضع لإجازة مسبقة». وفي معرض أسفه لتشويه صورة المرأة، يُلقي باللوم على المجتمع المدني النسائي الذي لم يتحرك يوماً اتجاه هذه القضية. ويعتبر أن احتجاجهن له تأثير كبير على المجتمع وبالتالي يساعد في تعديل بعض المواد خصوصاً أن قانوناً جديداً للإعلام يناقش حالياً في اللجان النيابية المختصة. ويشير إلى أن الرقابة التي يقوم بها الأمن العام ليست مسبقة، لذلك لا يمكنهم توقيف أي إعلان قبل صنعه، بل جل ما يمكنهم فعله، هو حذف أو تعديل وفي بعض الأحيان عدم الموافقة على الإعلان بشكل كامل. أنظر بهذا الصدد: الخولي، فيفيان، مرجع سبق ذكره.

مشاركة المرأة في مختلف البرامج، وإبراز أهمية الاستماع إلى وجهة نظرها، وإمداد وسائل الإعلام بالمعطيات الخاصة بخبرات النساء وكفاءاتهن والمهارات التي حصلنها.

تفعيل التواصل بين الناشطين الحقوقيين ومنظمات المجتمع المدني والمبدعين من كتابة نصوص ومخرجين وممثلين وفنانين، والتعاون فيما بينهم على إنتاج أعمال فنية خالية من الأفكار الجاهزة ومن الصور النمطية المسيئة لكيان المرأة الإنسان.

بالختام، يمكن العودة إلى التقرير العربي الموحد واستخلاص جملة تحديات أوردتها تبقى قائمة، ويتمثل أبرزها في جعل الحضور المتزايد للنساء في وسائل الإعلام ينعكس إيجاباً على آليات العمل المهني ونوعية الإنتاج الإعلامي؛ تدريب النساء للاستفادة من منظومة الإعلام التفاعلي وتمكينهن من شغل حيز لهن في حقل الفضاء العام؛ إشراك النساء في صياغة القوانين والأطر التنظيمية والمواثيق الأخلاقية التي ترعى العمل الإعلامي من منظور النوع الاجتماعي؛ وضع آليات عمل تحقق مزيداً من التفاعل والتشبيك بين مختلف الأطراف المعنية بالنهوض بالمرأة، بما فيها الإعلام.



are adopted and the ones being neglected, and highlighting the stereotypical phrases and formulas and gender-based language.

■ Cooperate with academic parties and vocational training centers in a bid to insert the gender issue into university programs, introduce a new diploma in gender studies at the Lebanese University, and advise theses and dissertations to discuss this issue and benefit from the relevant studies.

■ Introduce gender issues into the core of the laws that govern media work and set up reference points for gender issues among the bodies that are specialized in the application of laws. General Security Captain Tareq Halabi said that the status of women is not stipulated in any of the laws or censorship classifications, neither the status of men and children.

■ Establish monitors for gender issues to monitor and hold accountable the media and advertising institutions and take advantage of analysis grids that researchers sometimes develop for this reason. Head of Women Journalists Association, Pascale Colisson, said that after participating in The Global Media Monitoring Project, 'le projet mondial de monitoring des médias', and thanks to the observation, the Supreme Audiovisual Council Of France has taken an initiative to create a special committee for women and media where Brigitte Gresy, Inspector general for Social Affairs, works on sensitizing media content on gender issues ^{IX}.

■ Provide organizations with communication skills that help them raise issues, make their voice heard, point up weak points and work on removing them ^X. Urge media officials to activate women's participation in various programs, highlight the importance of accepting others' points of view, and supply media outlets with data regarding women's qualifications and skills.

■ Activate communication between human rights activists, civil society organizations, writers, directors, actors and artists, and boost cooperation among them to produce artistic works free of ready-made ideas and stereotypes that abuse women.

Finally, in reference to the unified Arab report, we can come up with some challenges, mainly making the growing presence of women positively affect the professional work mechanisms and the quality of media production; training women to benefit from the interactive media system; involving them in drafting laws, regulatory frameworks and codes of ethics that govern media from a gender perspective; and developing action mechanisms that boost interaction and networking between concerned parties that care for women advancement, including media.

⁵¹ Check out the suggestions of the index issued by "Kawthar Center" for diversified media products

^{IX} Entretien avec Pascale Colisson président de l'association des femmes journalistes par Smati Nozha. Op. Cit.

^X Akiki said that women's role in advertisement is sometimes a sort of exploitation contempt, explaining that even if visual ads or billboards are licensed, newspapers and magazines have the right to publish the ad as it was before being edited, since newspaper ads are not subject to prior authorization. Voicing sorrow over the situation, the Brig. blamed the feminine civil society who has never struggled for this cause. He considers women's outcry highly affects the society and thus helps amending some articles, knowing that competent parliamentary committees are currently discussing a new media law. He pointed out that ads are not subject to prior censorship by the General Security, so it cannot ban any ad before being made, it can merely modify or cancel certain parts of the ad or in some cases not to approve the ad as a whole. Check out: Al-Kholi, Vivian, Op. Cit.



■ Establish traditions at work, for the sake of promoting the media profession itself, such as forming neutral committees for every outlet to monitor the quality of work especially in terms of gender-based discrimination. In this regard, head of Women Journalists Association, Pascale Colisson, said that the issue is a matter of will and volunteering, there is no possibility of coercion or force, citing “Le Monde” newspaper that established an internal cell to monitor its content and alert to the way women’s image is treated on the newspaper’s pages⁵⁰. In the same context, and at the level of institutionalization of gender in media, the Media Parity Index issued by “Kawthar Center,” proposed integrating gender with the documents that organize the work of TV channels and radio stations and stressed the need for having diversity in images and respecting women and their dignity. In addition to producing statistics classified by gender to be included in the studies and reports issued by syndicates and bodies, to form a key indicator for respecting the gender approach and the principles of equality.

■ Urge male and female journalists to overweight union action and add value to the meaning of this work, not only through claiming journalists’ rights and safeguarding their freedom, but through making journalists engage in debates over the profession and the concepts that govern it, filling the law-free void, setting work ethics that raise the profession to a model of democracy, in addition to putting reference points for gender issues in unions that currently exist.

■ Regardless of the previous stances on censorship and away from the endless debate on censorship usefulness and the best methods that must be followed to contribute to improving the quality of media, artistic and creative work as a freestanding work instead of considering it as a tool used by influential people in an arbitrary and discretionary way that hinders creativity and stifles freedom of thought, it is necessary to recognize the importance of the inclusion of the gender issue in the functioning of censorship bodies and help them develop censorship standards regardless of type from the gender perspective. Those steps could be taken by demanding unified censorship standards among all outlets, assigning a unified censorship body, establishing basics for gender issues, and training workers in the censorship body in order to provide them with skills that help them take decisions away from discretionary.

■ Push for the establishment of gender reference points across various regulatory frameworks that govern media, such as the Ministry of Information and National Media Council. Moreover, push for reconsideration of the structure and powers of this council from a gender perspective.

■ Activate the method of media-media criticism because it contributes to liven up the debate and discussion over the profession, its working methods and its ethics.

■ Work hard to develop gender sensitivity among male and female journalists through continuous training and making advantage of the expertise of some journalists, mainly in printing press, and work accordingly. Besides, dismantle media processors and unveil its stereotypical side, pointing up the methods that

⁵⁰ Sous la direction de Marlène Coulomb- Gully. (2011). «Médias: La fabrique du genre», in Sciences de la société, revue publiée avec le concours du CNRS, du centre national du livre et le soutien de I.IUT Paul Sabatier, numéro 832011-, éd. Presses Universitaires du Mirail..Entretien avec Pascale Colisson président de l’association des femmes journalistes par Smati Nozha ,pp. 153- 160.

Further Steps to Ensure Balanced Images for Women in Media

In essence, in order to ensure balanced images for both males and females in the Lebanese media, to establish work standards for media that respects human far from gender-based discrimination and stereotypical images that harm vulnerable and marginalized groups especially women, and to ensure fair and equitable participation whether to get work or, practice the profession or establish plans and programs to influence various policies, it is necessary to achieve the following:

- Consider gender-based discrimination as a freestanding topic and not included with other forms of discrimination, since its solutions require work on many levels and need the efforts of all parties involved⁴⁸.
- Knowing that Lebanese laws that govern media are in urgent need of a comprehensive review that takes into consideration developments that affect media and women, it is necessary to urge all concerned parties to find suitable environment for male and female journalists, apart from the pressure applied by employers, advertisers and target audience, through adopting laws that govern the methods of work, employment, promotion, training and presentations in a fair and balanced way. The possibility of achieving that depends on the quality of interactive links between female and male journalists, civil society organizations, human rights activists, academics and judges who are renowned for just and fair judgments. For example, in this regard, the guiding agenda of Center of Arab Women for Research and Training suggested the following:
 - ▶ Publish and circulate the Media Parity Index proposed by “Kawthar Center” to identify discrimination between male and female media figures in various media institutions.
 - ▶ Work on amending laws that govern journalism, making it include, in a clear and explicit way, the need of ensuring equality between men and women in jobs, salaries, promotions, training and ongoing training.
 - ▶ Urge media institutions to adopt transparent and fair standards that take into account gender equality in employment, salaries, training, ongoing training, tasks and promotions⁴⁹.

⁴⁸ E.G. a royal study indicated that the Code of Professional Ethics for press association doesn't include any provisions about gender equality or any requirements or regulations on sexual harassment, and it vaguely combines discrimination and sexual harassment with general forms of discrimination. Check out Malak (2015) Op. Cit.

⁴⁹ The document calls for adoption of Unified Arab Media Charter (Gender)-check out : 2010) (الوسط) – (الوسط العربي: مؤنث مظهر... مذكر عدداً وقراراً ونشراً» - الوسط البحرينية» issue 2676, Sunday, Jan. 3rd, 2010



it established specifications for the granting of operating licenses, knowing that all outlets who gain the license must abide by a number of basic principles such as respecting women's rights and reversing deeply rooted stereotypes against women in media, with the aim of establishing balanced audio visual media scene. In Bahrain, the Supreme Body of Information and Communication was established in 2013 as an independent body specialized in preparing the project of the National Plan for Media, Supervision and Control of Media and Ads Content, to ensure that media outlets are abiding by international agreements and profession regulations related to boosting women's role in society and protecting children's rights, where women account for 43 per cent of the total members.

In Oman, The Public Authority for Radio and Television was established in 2010. Besides, a number of Arab countries have also prepared studies on ways to strengthen the professional capacity of media figures, from a gender perspective, and organized training courses and workshops for this reason. In Algeria, a program was established to strengthen the capacities of professionals with regard to the issue of women in media, in a bid to improve their new image away from stereotypes. In Bahrain, the national plan for the advancement of Bahraini women (2013- 2022) was developed in order to change the dominant culture and the stereotypical image of women. Besides, the Supreme Council for Women presented a training program to train a network of trainers on women's issues and organize workshops for male and female media figures on strategic planning for media. In Sudan, 240 media figures were trained across various states on the concept of gender and reproductive health, implementation of workshops on the role of media in reducing the causes of maternal mortality from social and cultural perspective, broadcast of a number of programs on various media outlets on raising health, legal and environmental awareness for women, and produce plays and documentaries to fight harmful habits.

Arab Experiences/ Attempts to Enhance Women's Position & Role in Media

Far from the Lebanese situation that is tainted by carelessness and chaos, and in light of the progress realized on the implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action, 20 years after its adoption in the Arab region⁴⁷, in media-related part in particular, we find that procedures and legislations varied between Arab countries to promote women's position and role in media outlets and their organizational structures, enhance media outlets' professional performance to help produce images that reflect women's various situation far from exploitation and standardization, sensitize media female and male figures to gender issues, and boost the capacities and skills for workers in national institutional mechanisms. Those procedures varied between countries. They included law amendments, establishment of central organizational structures to guide media work, development of Codes of Conduct that govern media, encouragement of women to specialize in media, training male and female media figures on gender issues, involvement of some national institutional mechanisms in the media work through the production of some media-related materials, sponsorship of some programs, creation of some websites and promotion of media censorship on women's image.

For example, in Morocco, audio-visual communications law was amended in 2014, to prevent defamation that abuses women or promotes gender-based discrimination from being published. In the same context, a number of conditions were imposed on public TV channels, including the requirements of promoting female presence in media. In 2013, a Charter of Ethics was drawn, urging public media outlets to respect the gender issue in their programs. In 2014 in Bahrain, a new comprehensive draft resolution on media was put forward, according to the report, and it was referred later to Parliament to be passed, it mainly prohibits abusing women's image and infringement of rights and freedoms. Moreover, a press charter was drawn in 2012 in addition to the issuance of another charter for audio-visual media and a behavior guide. In Iraq, Journalist Rights Law Draft no, 21 was approved in 2011 especially that many journalists, including females, were victims of terrorism.

Centralized entities were introduced in some countries to guide media; Tunisia is one of those countries where media has witnessed several changes since 2011, where the ministry of telecommunication was dissolved, new and private media outlets emerged, media freedom increased and debates and political news flourished, and the Independent Authority of Audiovisual Communication was created and

⁴⁷ I personally participated in wording its final draft, check out: ESCWA (2015), Report Implementation of Beijing Declaration and Platform for Action +20, www.escwa.un.org



Even those who have gender sensitivity weren't able to address this problem well enough; especially in light of a situation where media finds itself before a behavior-oriented vision - i.e. seeing what is visible – and in light of a situational treatment related to events, and work methods governed by scoops on one side and excitement on the other, which have become typical commercial methods accompanied by unprecedented symbolic violence.

This scene media aiming at attracting wide audiences and therefore advertisers, employs speech to defuse violence and tension on one hand, rebuke the self by stripping it and re-scolding it on the other, and ignore the offender and ridicule the subject on a third hand.

This fact urges all parties to think of ways to make media a real partner in accelerating the problematization of this subject, and preparing for holding a legal and human rights debate, and to push for continuously questioning its methods and working mechanisms, and to question the hierarchy controlling the prioritization of agendas, and the role of women in this hierarchy in the production, content, and consumption., so that the responsibility won't be decomposed and Media won't misinterpret discrimination and gender-based violence since they overlap with discrimination and violence based on class, living, regional and sectarian differences. Media content was the best evidence of the violence that dominates the social mentality which oppresses abused women especially raped and harassed ones. The Lebanese society, where modern violence and decisive traditional lifestyles coexist, legitimizes violence and converts it into a normal act. This makes gender-based violence a complex violence based on a social mentality that is governed by modern and traditional violence.



wars, conflicts and terrorist acts, since media coverage seemed to be limited and helpless, suffering from resource scarcity, resorting to foreign sources, reports and study centers, without even attempting to investigate into the dimensions and backgrounds of foreign media coverage.

And in light of laws that govern media work, censorship and organizational structures, we notice that journalists who addressed lawsuits that are filed against their colleagues, and looked into censorship and failure of laws to keep up pace with technology, and relation between judiciary and the law, have neglected gender sensitivity in their coverage.

Whereas, the head of the media office in the General Security Brigadier Mounir Akiki has diagnosed the censorship problem, saying: “Visual ads are subject to prior authorization, however there are no articles in the law that prevent the appearance of a woman’s body.” Akiki added, “We are exerting lots of efforts to bridge gaps between legal controls and companies’ interests. For this reason, the censorship body tends sometimes to consult social and psychological advisors or even the group or center targeted in the ad (self-employment, children, or civil or religious institutions).

Hence the ad will be presented before a committee to scrutinize and reach a final decision that satisfies both parties.” And he added, “The role of women in ads exists, and sometimes this role exploits and abuses women,” explaining that even if visual ads or billboards are licensed, newspapers and magazines have the right to publish the ad as it was before being edited, since newspaper ads are not subject to prior authorization. Voicing sorrow over this situation, the Brig. blamed the feminine civil society who has never advocated for this cause.

He said that women’s outcry highly affects the society and thus helps amending some articles, knowing that competent parliamentary committees are currently (2013) discussing a new media law ⁴⁶, though we have not noticed gender sensitivity among the parties who proposed a new media law (Maharat Institution with MP Ghassan Mukhaiber), and we have not noticed this sensitivity neither in Parliament’s Media & Communication Committee that has worked on the project, nor in the media figures who interacted with and discussed the proposal.

Based on the foregoing, we can conclude that the gender presence problematic still exists in media outlets and sometimes pressing for several parties concerned with women’s human and citizenship rights. As soon as gender stereotyping of the roles and positions of both genders takes one step backwards, it moves many steps forward. Despite the fact that the number of female journalists is increasing in Lebanese media, this was rarely accompanied by new methods and approaches in addressing gender-based violence, since media figures whether males or females are being exposed to hidden and implicit violence derived from the dominating media, political, cultural and economic system, and sometimes derived from the audience itself.

⁴⁶ Check out: Al-Kholi, Vivian(2013). « المرأة في الإعلانات اللبنانية: سلعة ولا قوانين رادعة ». <https://now.mmedia.me/lb/ar/nowspecialar/> Published: 1006:28 ,2013/01/ PM.

04

Best practices to reach a non-discriminatory attitude towards gender in Media and more balanced representations of women

As a final conclusion, the observer of gender presence in Lebanese media can notice that the role of females is growing day after day, whether in terms of numbers or diversity of tasks and missions⁴⁵. However, the quantity of females was rarely translated into effective quality that influences media production process and content of media messages.

Indeed, this qualitative shift is being hampered by a number of obstacles, some are common between both genders, and others are specific to females. Considering media ownerships and chairmanship of the Board of Directors from a gender perspective, we find that it is difficult for females to overstep this glass barrier even if they were holders of advanced degrees sparkling with intelligence and excellence. Besides, if we consider the regulatory frameworks governing media, National Media Council, syndicates that are almost devoid of women, and laws and proposals to amend those laws, we notice that all lack gender sensitivity.

Not to mention that the observer has lately found himself before a televised scene devoid of any ethical standards that govern media work, witnessing this stiff competition between TV stations to record highest viewer ratings and thus attract advertisers, whether or not that scene was at the expense of women and their dignity, as long as the program organizers have preserved their interests and their patriarchal structure, made it more legitimate and gave it the last word, thus hindering any possibility to solve gender-based issues related to discrimination or violence. However, the observer of electronic and printing press finds that the gender stereotypical image was breached by a number of young journalists, mainly females who gained sensitivity on gender issues either by experience or training.

This was reflected as well in criticism that targeted televised programs using women as sexual objects at the expense of their dignity, and in media coverage of crimes committed against women that puts the incident in its legal context, unveils reasons, deals with results, and interacts with the mobility of civil society in this regard. And this appeared as well in the interaction with gender studies and in conducting investigations into gender gaps like tackling the issue of women migration for work or their work in professions that used to be heavily dominated by men, given that gender diversity is merely an embodiment of democratic diversity.

This development achieved by the printing press (paper or electronic) in addressing domestic violence has no equivalent in terms of covering gender-based violence in

⁴⁵ Check out: Al Kadiri, Issa, Nahawand, Harb, Souad. (2002). الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون - بحث في الأدوار والمواقع. Beirut: Arab Cultural Center -Lebanese Female Researchers Gathering.



The analytical processing was as well characterized by seriousness, in view of its interaction with the real actions of civil society, human rights activists and legal experts, in addition to some leading judicial rulings and available academic studies and data. This was reflected in journalists' adoption of interrelated methodologies and combined approaches with a gender perspective, especially female journalists who became activists in the fight against this type of violence. The absence of gender sensitivity from the printing press discussions about media and advertising laws, their implementation and weak points, was remarkable; except for an investigation conducted by journalist Vivian al-Khawli on "Now" website, titled: "Women in Lebanese ads:

Commodities, Absence of Laws." At first, the report pointed out to several examples of using the woman as a sexual object on TV, in street billboards and in commercial advertising, wondering who is to blame for exploiting women in the Lebanese advertisements, and what about censorship? Besides, the disputes between some media figures and censorship authorities sparked a debate over the eligibility, legitimacy, legality and discretionary of the situation and over the relation between media and the judiciary. Consequently, media figures, especially females, started to recognize how much it's important that laws keep up pace with changes on the ground, knowing that this wave of awareness remained incomplete due to the absence of gender sensitivity.



Hence, it's necessary to distinguish between the work that is close to communication and that which relates to information ⁴⁴. In light of the stiff competition between TV stations to record highest viewer ratings and as some media figures are, unsupervised, ignoring media standards, unmasking media becomes an urgent need, so that viewers can know the conditions of the profession, the type of programs they are watching, conditions of practicing journalism, screen stars, their incomes, their limits etc. This has been addressed by a number of Lebanese newspapers a short time ago, dedicating sections to monitor and criticize the audio and visual media.

In addition to the criticism of televised programs, the printed press addresses women in several ways to highlight creative and artistic works that address women's issues in a meaningful way, highlight extraordinary women, criticize marketing practices that exploit and degrade women, and point up urgent transformations of women's situation that contradict and oppose the stereotypical mental structure historically designed for women's characters and roles. In addition to the questions raised about the male-dominated politics in Lebanon and the studies that tackle gender discrimination.

As for gender-based violence, we notice that the printed press - and in view of the uprisings, tensions, violence, armed conflicts and terrorist acts- addresses this issue merely as a "news" and in an incomplete way due to the difficulty of investigation and the unusual challenges journalists face in the field, this made media resort to witnesses, foreign media outlets without being able to verify or even compare information with other sources, or resort to reports issued by the United Nations or international human rights organizations, without analyzing them, rather transferring content in a way that combines amusement and seriousness, reality and illusion. The most prominent example of that is the problem being tackled herein and that reflects the failure of media to deal with such a complex problem that carries not only violence, but violence that leads to insensitivity and thus hampers movement.

In terms of the analytical treatment of the gender-based violence and in light of conflicts, wars and immigration, we can find various simplified treatments that often settle for relevant articles issued by the UN or published online or posted on social media.

Regarding the way that news printing press addresses gender-based violence, whether domestic or public, it was clear that this media moved from the stage of simplified treatment of the news towards complex treatment that encompasses the subject's dimensions and legal, social and political backgrounds and addresses it in several aspects: judicial, administrative, psychological and living; though sometimes a number of outlets attempt to cover up the dominating structure or avert certain errors or negligence committed against the victims of violence.

⁴⁴ The article will be close to contact if it is based on single source, in the absence of disputes, if it doesn't underestimate the reader and if it is unsigned and presented for free. This kind of media indicates either convenience or a need to guide the reader. On the contrary, the objective article that reveals all parties' positions towards any conflict, and allows the reader to judge, without concealing any gaps, even from the sender, this article will be close to media even if it is published in the institution's newspaper, this kind of media reveals the sincere efforts exerted to search for the truth.

For more details: Lagardette, J. (2006). *L'information responsable- un défi démocratique*. Paris: éd. Charles Leopold Mayer, p.89.

03

Gender Dilemma in Printed and Electronic Media

Tackling the news of famous women journalists in order to highlight their successes, courage they displayed, or discrimination they suffered from due to a stance they took, fall under what Bourdieu called “the circular motion of information”, whether at the level of the personalities or the topics raised.

Criticism of televised media by the printed press has formed a significant breach in the world of media, since it is easy for media outlets to try to present themselves constantly before political and economic authorities as defenders of freedom of expression; however it's very difficult to exercise this freedom before itself, especially if it was issued by one of the journalists who work in that institution, since media-media reticence was a phenomenon that prevailed for a long time in the world of media.

Hence, it's difficult to investigate about oneself (if the media outlet played the roles of both a party and a judge, it would be running a risk, since there are no genuine tools to analyze the content of televised shows and published articles, except if the one who is confronting this mission will personally define the field that is being addressed by the journalist.) Besides, it is practically impossible to measure the validity of the presented results; it's difficult to investigate fellow colleagues for fear of reciprocity; press syndicates raise the subject of ethics from time to time, in a regular conviction manner; and demands rarely lead to collective struggles;.

Not to mention the absence of punishment or announcing it in cases of errors or lapses committed by editors such as: mistakes, hidden promotion, tricks, bias and forgetfulness. In light of the above, it is legitimate to ask questions about how to resolve the conflicts between the institution and the journalist about certain fundamental issues. Not to mention that media figures should show humility and shouldn't claim transparency. And in order for the media to enjoy some credibility, it should show humility without claiming transparency, have the courage to refuse illusion of realism, as well it should be creative, find new formulas and manage the relation between figures of: media, politics and citizenship.

Moreover, media figures have to be humble, knowing that they would be unaware of some issues and mistakes or fail to decide on some issues. The responsible journalist is the one who gives evidences, raise problems rather than deciding on them, and formulate final provisions. At the individual level, every person has the right to think and say what he/she wants within the framework of legal rules. Yet, if someone claims that he/she wants to teach, he/she shall bear new responsibility in addition to the right of expression.



Likewise, in one of the episodes, the program theme was inspired from cyberspace, and the scene was constructed around a model, mother of a baby, daughter of a famous doctor, and wife of a famous singer, who is regularly posting her personal and intimate life and news on her Facebook page in an exhibitionist manner. Thus, the presenter goes deep in insulting and humiliating his guest, pauses to preach and advice, then repeats, until he makes her to cry and regret. The weird thing is the conspiracy between the presenter and his guest, as we rarely see objection towards any of the questions despite the insults that are sometimes clear, and other times concealed. We, as viewers, do not understand these questions, and cannot also understand the following: The justification, provided by the guest to the presenter after all these questions, is: «No one should feel annoyed from Tamam (presenter); that's his work, and I had to accept or not accept.»

Furthermore, in another episode, Bleik brought the players to his stage through a conversation on one of the TVs for a star named “Men have become extinct”, and through nudity in more than a protest for his hero named “king of nudity”. He designed this scene, indicating that this would give both guests the right to face each other regarding the concept of “manhood” which was lost among the maze of humor, laughter, and mockery shared between the guests. In addition, the concepts of beauty, feminism, and the practiced violence against women in its physical and symbolic forms were lost. Accordingly, the episode carried in its novelty insulting stereotyped images against both women and men due to the material presented by the presenter and the guests. It was worth-mentioning that a complex insult was directed to women, when the “Abo Milhib” described the man who hits his wife as a “woman”, and the presenter didn't object to that.

The same scene design reiterates in the episode that hosted one of the models, whom he reminded of hosting her as a favor by increasing her popularity, and went to the extremes in humiliating her to the extent of accusing her of nastiness and scum, etc... He also put her in comparison with the descent and taintless people and the conservative oriental society, then he switched to preaching and advising her, wearing the image of decency and purity and denouncing the prostitution advertising on TV stations, as he thought that what his program is performing is the peak of holiness, chastity and purity. He also accuses the model of distorting the image of Lebanese women. The collusion game looks clear when he finds that she is the guest that gave the highest number of silly confessions in his program, so she answers him complimenting these absurdities already required.

In general, the televised programs, tackled earlier, went deeply into consolidating the stereotyping and maintaining the macho patriarchal structure, due to several considerations: competition, TV set requirements, the status of workers in the media, absence of gender awareness, ineffectiveness of the ongoing censorship tools, and the conditions of the audience who is overwhelmed by its problems and drawn to the problems of others.; That made these programs register a decline regarding gender presence in media. The question is therefore whether this presence varies with the variance of the media outlet, which is what we will find while we discuss printed press.



He asked his guest: Is it true that you had sex with your business manager in the parking? The guest denies, and the presenter calls the journalist who published the news, the latter clarified that he said by mistake in one of the interviews that the singer is L.A. (Layal Aboud) whereas in reality it is F.M. Hence, we discover afterwards that the news is incorrect and the presenter already knows that, but despite the fact he insisted on posing this question on air to a woman working in the artistic field.

Bleik doesn't feel satisfied with playing the role of the investigator but also plays the role of a preacher, as he once asked one of his guests: If you stand facing 'Kaaba', what do you ask from God? To forgive your sins? When she answered him "I am a believer who prays and fasts", he answered her in a surprised tone: "You don't have sins!" He usually gives himself the right to violate his guests' privacy, asking questions as an investigator, and using body language such as putting his hand on the guests' chair and turning around it. By conclusion, the viewers find themselves before an image of irresponsible woman: careless for her dignity; her prime intention is to take advantage of men; collects money and wastes it unconsciously; has babies without marriage. Therefore, in order to humiliate, insult her, and push her to cry, Bleik brings in motherhood, Sharia law, society and the village, to 'whip' her and force her to 'whip' herself.

Gender sometimes intertwines with the familial affiliation and political allegiance, exactly as what happened in the episode that hosted Boushra Khalil. The program producer wanted to create a scene inspired by another TV program (1544), so they hosted a lawyer that was provoked by the presenter from the beginning as he described her as "heroine and iron lady", wondering if she will be a heroine in this episode, without knowing from where he came up with this attribute.

Is that because she had a fight with her colleague in Tony Khalifeh's program or insulted each of Mrs Nazek and Bahiya Hariri? Is it because she was the lawyer of Saddam Hussein, or because she is currently defending Bashar Assad? Is it because she ran for elections against the list of president Berry, or because she criticized Saad Hariri and Ashraf Rifi? These assumptions carry a stereotyping image about the strong woman that is usually described as Mannish.

Thus, Bleik's concentration during the episode was on taking away the feminism attribute from her, because in his mentality the woman is a thing possessed by a man, and feminism is related to marriage, motherhood, loveliness, low voice, away from politics, as this domain in his point of view is a pure male topic. Bleik's speech contained discriminatory stereotypes as he allured his guest the lawyer and the political figure to fall in the trap of these stereotypes, in a way she's not aware of, for he touched on the delicate topic of "aging, not being married and having no children.» And in order to surpass her "heroism" as he described her at the beginning of the episode, Bleik referred to the dancer stereotype to degrade her or to "score a point" against the lawyer, politician and daughter of a decent family, as Boushra Khalil described herself.



her and Sibai has nothing to do with religion or political position but it is related to ethics and morals? Where's that? In a program that pretends keenness for ethics and act reversibly with his guests as he humiliates them, penetrates their privacy, purchase their problems retailed and sell them as wholesale to the adviser. Across the race to obtain the highest number of views, and, of course, it protects itself by neutralizing the current political and religious structure, whose symbols are often required to decide regarding the proposed topics, and to close any treatment that leads to a change for the better.

Despite the fact that TV presenter Joe Maalouf is very respectful of his guests (males and females) in his program "Hki Jales", and expresses his gratitude towards them for participating in his program, and reveals his unlimited enthusiasm to uncover the corruption and distortions in the Lebanese society, and despite dedicating a fair number of episodes to tackle women's issues, and hosting feminist activists more than once, his program nevertheless includes, whether voluntarily or not, opinions and expressions that indicate gender discrimination and establish the ease of abuse of woman's body and disrespect of her human dignity.

In one of the episodes, women were reduced to one category that only cares about appearance. This is an exaggeration as it is belittling the woman and her wisdom, and reflecting an image that she is an obsessed and shallow creature who tries seducing men by her looks. This conceals other categories of women (the drudges, strugglers, and workers in order to support their families). In another instance, Joe Maalouf's was not convincing in justifying relaying defamatory speech about women "to expose to people the size of sectarian and confessional speeches, for it is not an accidental act». The goal does not justify the means. However, it transfers the conflict and hatred to a wider audience, even though we only see a sexual connotation by men of a term related to a woman's body.

The working mechanism of "Bila Tashfeer" program, is based on designing an attractive scene for the viewers, by surfing the internet and digging in the so-called yellow press/tabloids and entertainment shows, in order to look for public personalities that are either famous, or looking for fame by taking shortcuts around the common social norms.

This makes good material for the show producers who play the role of scolder, preacher, aggressor, summoner..etc while claiming religious, moral, and political legitimacy in order to play the role of the judge, investigator, and the public opinion spokesperson. All of this happens in complicity between the host and the hosted in order to increase his/her stardom by feeding it with doses of fame while increasing viewer ratings. It does not matter what indications this scene brings with respect to the humiliation of woman as human entity, or exerting different forms of violence towards her by digging into her privacy and intimacy, even though it is presented as self-inflicted by emphasizing the fact that she came to the show by her own will. Bleik often tries to increase the excitement in his episodes, though the viewers didn't have in mind that they might hear from him a question on air that crosses all red lines and limits of decency.



missed hosting other parties that tell about Farah's mental, psychological and humanitarian state, as if the program gives Shariah the exclusive right to decide the fate of the girl in order to close the subject.

The hostility expressed by Karaki, every now and then, presented by the tone of her voice or in the firm closure of the topic- which is not tactful sometimes towards the guests, and is caused by the double pressure she's facing for what she wants, and what the program requires- were not guaranteed with the Islamic preacher Sibai. She was already forced to wear the hijab upon the preacher's condition in order to show up in her program outside the studio; and when she had the opportunity, during his prolonged speech while digressing from the subject he had to speak about, she kicked back the ball and stopped him, in a way he found unsuitable for a Sheikh who was given the right to impose his conditions to show up in her program. So she said: «I am here the chief of the studio, and I decide what happens here», so he continued his answer in order not to waste time in a “non-sense” discussion.

Consequently, the scene design ran out of hand, to become more important and an interesting material for the Arabic and foreign media, and to build analysis based on gender and intertwined with political views, stances and prejudgments of Arab women. Thus, this tape became a rich media material for many newspapers and news websites, which devoted their front pages for the material, and agreed unanimously to praise the audacity of this media figure that refused the insult.

Perhaps what Karaki has said to the British “Guardian” newspaper requires a pause and thinking about the confusion which the female media figures are facing due to their current unenviable status in this kind of shows.

Karaki obtained a significant level of consciousness in gender-related cases, even if she kept introspecting the forms of discrimination that pushes her to deny the pressure and oppression she's facing from the program mechanism that is already built on a macho mentality of a hierarchical structure that exploits the tragedies, problems and feelings of the lower classes of women and marginalized people to form an attractive scene to the advertiser.

From one side, Karaki doesn't want to explain Sibai's speech in her program in the frame of gender discrimination for she doesn't know his intentions, and she doesn't see that the case is related to religion or political stances, but it is rather related to ethics. From the other side, she talks about the patriarchal society that judges women from their appearance.

In this context, many questions are raised to Karaki, and perhaps the answers might make her more confused: what is the relation between the gender discrimination and intentions? Let's suppose that there is a connection, weren't the Sibai discriminating intentions clear when he imposed his previous condition on her to put on the hijab, so he can show up in the program, even if he was outside the studio? Of course, she reluctantly accepted for the sake of the program that is a typical version of the patriarchal system that I already mentioned. Is it true that what happened between



The presenter of “Lelnasher” program was perplexed while running the episodes that address from one side a topic that she considers thrilling, strange, shocking, and vulgar, expressing disregard and lack of ethics of the couple who published the pornographic film, and from the other side, the program keeps on broadcasting scandalous video segments of the couple, by hiding the face and genitalia, and masking the family name.

The question here is “what is the benefit of it?” The husband was hosted in the studio, and the presenter urged and provoked the wife to appear and defend her point of view.

This game, based on the installation of a shocking and attracting scene on one hand, and the persistence of the program managers to show concern for ethics and morals through bashing who carried out this work, giving advices and preaching them; on the other hand, the game created violence which appeared on the face, tone and gestures of the presenter as if she’s saying: I am not convinced with what I am doing, yet I am obliged to do so, and that is what the program requires, that’s what the camera wants and I’m here to serve it.

Because the scene is required per se, the absence of view-points other than the accused witnesses was notable, whether legal, psychologist or technology expert in order to learn how the videos were leaked on Facebook. In addition, “the Cause of Zainab” in her program was not to shed light on the issue of female prisoners in Lebanon, the conditions of their arrests, conditions surrounding them, or girls trafficking and drug dealing, but as a matter of sexual excitement and revelations that were mentioned in the segment title, and which Zainab repeated it more than once while narrating her story in the studio and in the report.

Furthermore, the program did not intend, while addressing the chapter of «the clergy, financial blackmail and sexual harassment», to discuss the legitimacy and authority of the clergy in controlling the fate of the people, not in isolating themselves away from accountability, but it aimed at drawing a shocking and weird spectacle, that includes sexual appeals that get more inflamed in the presence of taboos and holy sites. For this reason, episode designers began this spectacular chapter with suspense by warning parents who have children under 18 from watching the report or moving them to another room «because it includes shocking and tough words. The question here: If that is the case, why show it? That was quite like smoking advertisings which are always associated with the Ministry of Health warning of its fatal danger.

Besides, the aim behind touching on one of the episodes concerning the abduction of a minor girl (Farah) and her forced marriage didn’t aim at addressing the underage girls’ marriage, and shedding light on the causes and consequences towards the girl and the community, but at the exchange of accusations between the guests (the girl’s father and her fiancé on one hand, and the girl and the father of her husband, on the other hand), and a cleric to apply the Islamic Sharia in the case. The discussion



Khalifeh took advantage of the peculiarity of a marriage incident of 62-year-old man to a new-born girl in order to create a case for his show, without elevating to the level of tackling it; so he started by calling on the Sharia law to know their opinion about that contract and when can the family apply it, underlining the sectarian differences between Sunnis and Shiites on this issue and ignoring the violence aspect of such act on the baby, whose mom has caused due to her ignorance; thus he closed the door before addressing this case from a humanitarian perspective. The evidence is that Khalifeh has hosted two clergies (Sunni and Shiite) without hosting anyone from the humanitarian and legal organizations. Through the questions he posed to the two Sheikhs, Khalifeh seemed seeking for answers that legitimize such act, alluding that if the Sharia authorized it then we can understand, ignoring a highly significant cause currently being advocated called “Forced Child Marriage”.

Moreover, in some segments, Khalifeh didn't notice the intersection of gender-based violence with political and class factors, and closed the subject being keen not to touch the political structure, by playing with the tackled problem and letting the victim become the aggressor.

The way he poses the questions urged one of his guests to identify with the criminal and confess her desire to use the same methods he uses with his victim, in case she had the chance to persecute him. Khalifeh, the continuous defender of the patriarchal society, often falls in the trap of contradiction, as he blames female and male singers for spreading out their secrets and their private life stories, whereas he is seeking for and gasping for such news as material for his program.

This in addition to the gender stereotyping that filled the questions and answers of his program segments, reproducing the mainstream mentality about the roles and attributes of each gender: The woman is always ready to meet her husband's desires, and if necessary, prepares a sudden dinner for his guests late at night; there is also the woman who should accept the verbal abuses and humiliations, in addition to another one who lives the obsession of the outer appearance and aging, and yearns for plastic surgeries, as well as the immature woman, etc...

This is violence based on the continued rooting in women of the feeling of physical humiliation (through marginalizing all women's bodies that are incompatible with the strict standards of the male's desire: ugly, old and obese), resulting from the fact that women have adopted this view. It is a process supported with pictures that are covered by the media outlets and the beauty factories that break down many women's self-esteem⁴².

That is what “Bourdieu” called that symbolic violence, where the dominant applies the standards built on the dominant's point of view. This makes these standards appear as natural and leads to a kind of self-hatred and systematic self-denial; this is the fact witnessed in our contemporary world, through women's view about their bodies whose characteristics do not conform to the beauty standards imposed by “fashion ”⁴³.

⁴² Check out: Réseaux.(1999).p.30,in Lowy,p.130.

⁴³ For more details: Bourdieu, P. (1998). La domination masculine. Paris: éd. Seuil, collection Liber, p.55.



the importance of entertainment in the visual culture stems from the TV viewing penetrates without noise, especially if the program was entertaining, popular and non-political; that puts the person before a new knowledge equation “beyond political”, reaching –without them realizing- his/her thought and practice patterns in the daily and professional life. For when it comes to a project addressing feelings, all resistance fades away, the practical and theoretical alternative cease to exist, and “watching” replaces “participating”⁴¹.

This adopted mechanism is manifested in the televised programs that import their working methods, aimed at maximizing profit, and at maintaining the status-quo. These programs leave their viewers absorbed with their problems in a vulgar and consumerist way, a very characteristic feature of Lebanese TV programs. The latter assemble pre-conceived scenes characterized by pursuing everything weird, exciting, and extraordinary, based on a conspiracy game between the producers and the case witnesses (it is unknown how it happens and the money involved) and the values guards. Some shattered attempts to break taboos happen by switching the balance of power of one party against the other, or by playing on contradictions inside the construct, the result always being high viewer ratings and maintaining the status-quo.

And in order to convince us of the reality of this pre-orchestrated scene, often do the presenters emphasize the fact that the witnesses they bring on stage came by their own will, and that the program aims only at either helping them solve their problems, voice their opinions, have government officials look into their issues, or preach to the astray and lead them to the correct path.

Consequently, Toni Khalifeh seemed in his program “1544” a fierce advocate of the dominating patriarchal structure and a safeguard to the common mentality that consider man’s abuse towards his wife as a personal issue, removing the legitimacy of third party’s interference, except for clergymen who seek reconciliation between the couple. This way, he skipped the law and worked to deepen the rift between the association itself, between the association and the clergy, as well as between activists, lawyers and families of the victims. Remarkably, while Khalifeh was touching on a violence incident practiced by a young man towards his old uncle, and later on his sister because she reported him, used at many occurrences the word “scandalized him”, and this is an evidence about the level of Khalifeh’s condemnation of the violence that varies depending on the gender of the victim.

Khalifeh also used the difference in the clergy’s opinions towards the veil, to lead us to the conclusion that the veil summarizes the humanity, chastity and purity of women, in the sense that he brought us back to the stereotyped image that blur the woman’s personality and judges her by what she is wearing, whether revealing or otherwise. In his and his guest’s analysis on the incident of the media figure Kawthar Bashrawy kissing a soldier’s shoes, they assumed that kissing the shoes is exclusively a female act and that only women do such acts, they did not mention for example the rural settings where kissing hands, feet, and sometimes shoes, are widespread and carried by men.

⁴¹ Check out: Maatouk, Frederick. (1995): «التلفزيون الذي يحتفل بمناسباتنا بالنيابة عنا». AlHayat newspaper: 2 September 1995 issue

02

Gender presence consequences in current TV shows

Adopted programming mechanisms in connection with hardware requirements

It is beneficial to monitor the formation mechanism of any televised speech according to how TV works as a device in general. As it is known, the media outlet works in order to attract the partner during the exchange operation, as the sender has no reason of being without the receiver. Here the medium faces a problem, as it does not only have to demonstrate its credibility in front of the receiver, but has to do so for the largest possible number of recipients. In other words, even if the media outlet has educational and awareness goals about public opinion, it finds itself obliged to search for the largest possible number of citizens who consume the message, i.e., she must produce an information speech that is based on emotions most common within social and cultural groups, and that knows well the beliefs of these communities. Because of this dual objective, the media finds itself in a tense situation between two poles, each of which gives legitimacy to its work: seriousness and excitement. Whenever it leans toward the first, it loses the second, and vice versa. It is aware of this and that its game requires juggling between these two poles based on its ideology and the nature of the event ³⁹.

According to Bourdieu⁴⁰, television is managed by a soft ideology represented in daily doses and broadcast timing. Accordingly, in this climate of structural corruption, it is practicing symbolic violence, and its danger comes from the fact that the picture has a feature that can produce what literary critics call “influence of reality”.

Thus, TV currently seeks to exploit and flatter with the tastes of its audience by a production represented by rapid scenes which exhibit life experiences free of masks, and are mostly extreme and prepared to satisfy the tendency of lustful stares, peepshow and exhibitionist tendencies of the entertainment circles. That is how the temptation speech replaced the persuasion one (thus the increasing feminization), as the logic of the nice ambiance is more important than the logic of proof and evidence, according to “Debré”. The trend is to work more and more on the integration of everything into entertainment programs, everything has to be show business. Is there anything more beautiful than» showing of girls «!? Is there anything easier than showing differences and problems?! Is there something more sincere than expressing the feelings, sensations and emotions, especially that

³⁹ For more details: Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information politique*. Paris: éd: Nathan; p.80.

⁴⁰ Check out: Mahmoud, Sayed. (1999). “التلفزيون وأخطار الأيديولوجيا الناعمة، عن بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول”. AlHayat newspaper: 5 September 1999 issue.



daily life hold violence against women, and the reasons behind that come from religion, education and society customs, in addition to that the physical difference demands social differences! And that the role of drama is to raise interest in the issue and its problematic ³⁸ .

Those people found that the drama isn't doing its job in addressing sensitive issues such as rape and incest; and since it is not presenting the real cases in our societies, it appears confined to rich people; moreover, drama has many problems such as: absence of clear strategies that have developmental and social goals; dominance of profitability mentality with television stations; observance of Saudi Arabia and the Gulf markets; violence of the Lebanese political system; censorship of the clergy that is worse than general, not to mention the apathy in communication between the creators and civil society organizations. In their view, the guarantee to reduce the chances of a misunderstanding the drama message is to draw a plan to apply on a large scale in all the dramas, and to look at the positive aspects of women's work. The problem lies in society, and the evidence is the reaction of women to some series that are saturated with violence scenes against women, and that portray women as satisfied with this violence while they still call their abusive husbands by adjectives like " lbin aami, taj rasi, i.e. «My cousin, the crown of my head.»

³⁸ Episode conducted on Tuesday July 20, 2010, at the headquarters of the Lebanese Council to Resist Violence against Women, Beirut.



promotion of the episodes held gender-based violence indicators, as most of the monitored episodes held indicators of gender-based violent conduct, and the aggressors were adult men in the first place. First, the source of violence was the individuals, second, the groups and the mentality of the society. The first violence attitude revealed was psychological and verbal; the second was physical; the third was symbolic; the fourth was economic; the fifth was sexual; the sixth was legal.

The place, where violence was committed, was at homes and families in the first place. Most of the actors were male spouses who have high educational levels, belong to the middle class, work free professions, occupy middle social statuses, and face hard living conditions within an anxious social setting.

Most of the abused are adult females who haven't been married and have high educational levels; they have a free profession; they belong to the middle class; they have middle social status; they live in an anxious social setting. The first reaction of the abused was reluctant acceptance; the second was silence; the third was a spontaneous violent response; the fourth was acceptance. One third of the abused referred to a third party that is in the first place friends and family, whereas the reaction of the aggressor was the feeling of satisfaction first; second, apologizing and promising not to do the same action again and that he will compensate regarding what happened; third, lack of awareness of the act of violence.

According to drama, the main indicators of the causes of gender-based violence go back at first to the social mentality and habits; secondly to the decline in values, and thirdly to the family education. The effects of gender-based violence were reflected on families in the first place, then on the victimized women, and on aggressor himself. First, the TV series considered gender-based violence as individual, second as a social case that has been linked to the family, society, law, culture, political system respectively. The attempts of the series to exit from the gender stereotyping box stemmed from: first the desire to escape the social mentality; second, the plot requirements; and third, the desire of both³⁷.

While listening to a reduced sample of script writers and actors in the focus group session, which included Mona Tayeh, Shikry Anis Fakhoury, and Marwan Najjar, add to the actors Rola Hamadeh and Majdi Machmouchi, we discussed the factors leading to the growing tide of violence against women, only because they are women, along with the gender-based violence forms; we also discussed the forms and phases of dealing dramatically and urgently, in delicate cases like this, and in the thread separating the drama's consideration towards the problem as an individual work or a social responsibility.

We touched on what is necessary to do to improve the drama production in a way that serves the humanitarian cases including opposing violence against women. The most important stance from these people was that the simplest details in

³⁷ Check out: Al-qadiri, Issa, Nahawand. (2012). أوجه معالجة الإعلام اللبناني لموضوع العنف المبني على أساس النوع الاجتماعي. op. cit, p.51.



In drama, the man is the one who produces the meaning in general, and the woman is the one who acts it. While monitoring gender presence in a sample of broadcasted series on Lebanese TVs in 2007, it seemed that these series included gender stereotyping that decreases and increases according to requirements of the plot, attracting audience, and mostly producing a consensual speech with the prevailing community culture. Thus, these series reflected, through the diversity of their stories, a stereotyped presentation of an eternal unsatisfied woman that embraces the culture and values of society, and gave an impression to men and women alike that they are in the stage of discovering themselves, and represented sufferings and social problems as individual pains.

Using analysis grids, gender stereotyping appeared on several levels:

- At the level of professions related to actors and actresses, men have free professions, while women are unemployed.
- At the living status level: women's status in series seemed harder than men's.
- At the level of capabilities, men's intellectual and educational abilities were higher than that of women.
- At the level of potentials, men's rate was higher than that provided to women. On the contrary, women preceded men in taking initiatives and making decisions.
- At the level of behavior, men were overshadowed by violent irritation, whereas women were calmly irritated. In other words, the position of a man that is exceeding the woman offered him the privilege to give orders, and woman's inferior status forced her to obey. So, the man seemed the competent, furious, and harasser, while the woman looked as the poor, deceived and searcher for real love.

The potentials were stereotyped as follows: the financial potentials of men and the beauty potentials of women. The result is money exploits beauty. Men took control of the whole community activities, so the powerful and successful woman seemed introspecting the patriarchal values and devoid of passion and femininity. As a result to this stereotype, the situation of the man, who is imprisoned by dominance, becomes harder than the situation of a woman. In addition, if the gender presence sometimes looks shaky, for example, some men appear weak and jobless whereas women appear strong and rebels. The gender linguistic significations were uttered by women as men, as women unconsciously introspect masculine expressions, such as "mozza", "tehfi", "ashta", and other patriarchal expressions that objectified women and made men lose their humanity³⁶.

While searching for aspects of the dramatic dealing with gender-based violence for a certain type of series on Lebanese TV stations in 2012, most of the scenario writers were females, and most of the directors were males. Moreover, the

³³ Al-qadiri, Issa, Nahawand. (2008). نحو تمكين النساء في الإعلام- من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين والمواطنات. op.cit.



That is the reason why anti-domestic violence organizations worked throughout the recent years to work on passing their messages through artwork, so they started sponsoring video-clips, TV advertisings, and drama series in order to spread out awareness. For instance, during the period of monitoring Lebanese social TV shows, mainly in May 2015, the Lebanese singer Elissa launched a video clip for her song “Ya Mrayti”, and achieved high view rates that exceeded one million views after 5 days of broadcasting on YouTube.

It is worth- mentioning that the video clip tackled domestic violence, and specifically physical abuse. We see Elissa at the beginning of the video clip trying to hide the bruises by sunglasses, which the makeup artist removes. We also see her being hit, abused, thrown onto the floor, and she tries to hide that all the time from her children, as we see her in many scenes afraid and intimidated, and every time the spouse makes a move with his hand she shivers and moves away afraid that he’s willing to hit her. At the end of the video clip, the abused woman (Elissa) decides to ask for divorce and to raise her children on her own, saying: “It wasn’t the time by then; at that night I decided to put an end to my story with him, so that I can have a new beginning... Years passed, I moved on and wrote my story; my book is about a woman that suffered, maybe she’s watching me today to know that... No, it is not the end.” Elissa addresses women saying: “Break your silence, and don’t break your image in the mirror”. The end of the clip includes advertising for “KAFA” organization and the hot line in order to give a notice in case of violence ³³

Another example is the Tinder shows which became very common for a period of time in most of the Lebanese TV stations and which are scented with violence carried by the abusive social mentality towards the abused woman, picturing her as implicitly enjoying the rape and naturally lured to violence³⁴. This happens because the waves flow of images in media result in insensitivity towards the surrounding world, and in negligence and less desire in investing in public life where the cost is sometimes taking the place of the worshiped idol that is another ego, for when it is no longer a screen to make screen, we can simply believe that we can surpass the screen. Despite the coincidence, cinema and television scenarios in the nineties warned us of the situation away from the law and the outlaw, but the infinite violence which they displayed returns us back to the unstopped waves, revealing all its violence.

However, we should have taken a pace forward and understood that this display of violence has extracted mental and sensual mechanisms, which might be the from the receiver itself, who should have self-control within the waves of violence that conform to the fake and deceiving images in most of the cases ³⁵.

³³ “Ya Mrayti” song, written by Ahmad Mady and composed by Ziad Borji, was video-clipped for two days in Serbia under the direction of Angie Jamal that announced that the whole idea is hers.

³⁵For more details : Mongin, O. (2003). Une violence en mal de transgression, du contenu des scénarios à la réception des images. *Esprit: La société des écrans et la tv*, No. 293 (34/b) (Mars –Avril -2003(. PP.156- 164, ,p. 164.



Gender Presence Features in entertainment (series and songs)

The challenges behind women topics taking part in the intellectual domain go back to the fixed conceived presentations of women in the media world, according to philosopher Genvieve Fraisse. In the prejudice of those controlling the thought, women are attached to their appearance and eventually they are far from reality. Talking about women (reduced to their appearance) is therefore the specialty of media, and the latter, by taking interest in women topics, is looking for media impact, and by tackling women issues is compacting them to deprive them from their meaning. That is the fate of women: to be out of the conceptual field from one side, and the conceived representations –fashion- from the other³⁰.

Since women were marginalized in the field of producing ideas and codes, men consider that what they say is important, and therefore it is worth publishing. In other words, men gave themselves the role of producing thoughts and representations about women³¹. Thus, we can notice that there is a duality that governs women's image on Arab TV stations: either the woman is a topic for consumption, display, and "watching" or the conserved woman treated like a precious stone that should be saved and locked in a box. Unfortunately, these two theories meet at the same point, which perceives a woman as a body that only the other, particularly the man, decides how to deal with it and how he will use it, whether to cover it or unveil it!.

This kind of marginalization propagates to the level of receiving the messages and decoding their symbols. Women sometimes become, more than men, victims of a succession of images accompanying the waves of tension, violence, disasters, crises and conflicts in Lebanon and the Arab region that took place recently, in addition to the flowing images from waves of laughter, humor, fun and night-life which the Lebanese mastered displaying on TV stations, especially in times of crisis, for the succession between two extremes controls the human nervous system. Hence, such incidents cause anxiety and fear from one side and amusement from another side and prepares to a new wave of intimidation and so forth.

The violence, resulted from the succession of these images, becomes intermingled with gender-based violence. The components of violence (acts, images, words) against women in particular, become isolated individual acts of the daily life, and get infiltrated into pictures, jokes, melodies, songs, and different creative works.

A very good example is recent famous songs that display photos of violence against women or against rivals, due to the insistence of a group of men to consider a woman as one of their possessions³².

³⁰ Réseaux, Numéro 120.(2003). " Une communication sexuée?", dossier coordonné par Simone Bonnafous, Josiane Jouet, Rémy Rieffel, FTRFD. Paris: Hermes, science Publications.,pp.2627-.

³¹ For more details: Martin, M. (1991). Op.cit, p.365.

³² A number of songs that deal with gender- based violence became very common recently, including the Nawal Al-Zoghbi 's song "foa' jrouhi" , written by the poet Fares Skandar; the song dealt with the story of a divorced wife who is disputing her ex-husband about the custody of her children.

gender-based items; third, full investment of the advertising in female figures²⁴; fourth, working on perpetuating male dominance²⁵. This means that advertising contributes to building the concepts of both the feminine and the masculine. The evidence is that the American cultural industries have built a feminine example directly linked to the new ideology named “modernism”. These industries work on opening the family up to outside, to the new, to the market that is inexhaustible of commodities. Households became the best place for selling goods, as Mattelart indicated that the “myth of modernity” made us think that the more we consume, the more we get choices²⁶. Michele Martin considered that the “myth of modernity”, broadcasted by “media”, doesn’t contribute to the sexual or economic liberation of women, but it is used to add an additional value to their most traditional features. From her point of view, the source of the “myth of modernity” goes back to the advertising, which alludes that the characteristics of something new get reflected on its owner, and the value of a person is presented in the things he/she owns. Thus, progress in capitalist societies bears the “Exogene” attribute, i.e. extending to the outside. The progress became based on possessing future-linked items, despising the past, the traditional knowledge, and the local cultural practices, and portraying that nothing existed before this progress, for it is eternal in return²⁷. This “myth of modernity” results with an “abstract” society that generally implements, without discrimination, the specifications of the ruling class and the Western culture on all societies. That is what Mattelart called “Democracy of Desire²⁸”. This theory sought to perpetuate the control through language and direction, thus the media contents linked men to the public, work, production and making money, yet linked women to the private, emptiness, and spending money.

In general, the advertisements grabbed the market potential towards the phenomena of women’s liberation and they worked on investing it. They presented females as an entity named “the woman”, whose characteristics, flaws, and aspirations are specific to her gender. Digging into this subject unveils the facts behind this advertising game: the working woman, the strong woman, the baby woman, the mother woman, the easy woman: these woman things are all different faces of one model that is based on negative personality attributes, and this model seems normal as linked to the commodity being advertised more than being fabricated by the advertiser²⁹.

²⁴ In light of this, the ads worked on investing female characters in all places: Women always have capabilities linked to temptations, motherhood and house ruling. However, along with the traditional qualifications, new capabilities were added and were previously reserved exclusively for men: the competition, perfection, and social, financial and sexual control. That is what makes us believe that the example of the ideal contemporary women goes back to this mixed picture, while we rarely see ads that show men in a female role; and if they did, it displays them in a funny image and caricature, which reduces the credibility of this image.

The exchange of roles almost exclusively happened from masculine to feminine: it’s valued for women to adopt a male behavior, but on the contrary the error remained, and these mixed images of women exclusively translate the sustainability of the type of male dominance, through the mastery of neutrality model.

For more details: Perret, J.B (2003). Op.cit, p.163- 164

²⁵ This means that the advertising scene is a marriage with volatile manner between the current dynamic of the evolution of gender roles (as described by many actors since decades: the stability «neutrality» model made it closer than masculine, and embrace women more and more in mixed roles) and the desertion of the most typical behaviors of traditional masculinity.

²⁶ For more details: Martin, M. (1991). Communication et Médias de Masse Culture, Domination et Opposition. Québec: Presse de l’université de Québec, Télé-université, p.p173177-.

²⁷ For more details: Martin, M. (1991). Op.cit, p.180.

²⁸ For more details: Martin, M. (1991). Op.cit, p.182.

²⁹ For more details: Martin, M. (1991). Op.cit, p.319

B

Gender presence features in advertisings

The monitoring and analysis of advertisings showed that priority was given to cosmetics and household items, and that entertainment programs the most attracting. Whether their creators knew or not, these advertisings were building the concept of the advertising phenomenon in Capitalist societies, and were mirroring their changes.

Gender studies, mainly in the United States, considered the development of the advertising phenomenon, as one of the features of the new stage of Capitalism: Trying to produce individuals' needs and at the same time the consumer products that satisfy them. This led to redrawing life patterns, family identities, and gender identities for the sake of big industry dominance. In this context, femininity and masculinity were considered ideological concepts faced with practices and consumer behavior, whose definition is highly connected to the interests of the industry²¹.

Other studies went farther, by treating the advertisement as a brief manifestation of culture.

This proved that a woman, in order to conform to the present idea about femininity, has to look negative in her appearance and attitude (Lightness, thinness, sweetness, tolerance) and to look ready (alluring and has to seduce to reach her goals). On the other side, advertisings of masculine items carry recipes every man should have to conform to the real masculine example: surfed the world, physically strong, decides, leads, smokes, seduces through power, strength and possession. I.e. men have bravery, hostility, dynamism, and the public sphere, whereas, women have beauty, softness and occupy the private sphere²².

However, in the last few years, the traditional advertising eloquence started to coexist with the more individualistic speech. This led to improving woman's relation with her body and taking into consideration her desires. Starting the mid-nineties of the past century, the advertisings expressed the difficulties of women's liberation on both genders, and features individuals that are hesitant between contradicting roles and values. Advertisings are not effective enough to impose cultural contents, but are an accelerator to view some problematic and non-problematic cultural dimensions²³. In this context, it is good to note samples of this confusion, presented by the following: first, difference in success factors between both male and female; second, isolation of advertisings for traditionally

²¹ For more details, Perret, J.B (2003). L'APPROCHE FRANÇAISE DU GENRE EN PUBLICITE- Bilan critique et pistes de renouvellement. Une communication sexuée? Réseaux Numéro 120, 20034/. Paris: éd: La découverte, Hermès, p.151

²² For more details: Perret, J.B (2003). Op.cit, p.154

²³ For more details: Perret, J.B (2003). Op.cit p.159 in (CATHELAT, 1986 ; DEFRANCE, 1999 ; METOUDI, 1982 ou Perret 1997)

A

Gender Presence Features in TV Shows

Before going into gender presence in what is called social televised shows, it is good to mention that the social stereotyping of women, keeping them away from politics, played a role in setting the hierarchy of the news. Priority was given to narrow political conflicts in which women have no interest, and from which they were already absent, whereas living concerns that mean to women at the very core were pushed down the queue.. In other words, the news have reproduced gender stereotyping roles in their context and structure, though few shattered interjections that were unable to shake the usual structure and hierarchy, took place.

Moreover, the relation between the structure of talk shows and the political, cultural and social structure is very strong. Their main feature was therefore to maintain the status-quo whereby the man had the largest share in the preparation, direction, presentation and promotion of the show. Male presence is still ahead of women as guests, participants, and as callers, despite the increasing numbers of female presenters, and participants in the preparation and in the attached reports.

Thus, gender stereotyping in talk shows seemed complicated and bore several forms; sometimes it increases and other times decreases; sometimes it openly distributes roles and responsibilities, other times it ignores women; sometimes it neutralizes men, other times it circumvents women rights through exaggeration; sometimes, it compromises and recognizes her rights but conditionally, and other times it exposes her when she adopts and re-projects gender stereotyping, and at times chooses to jump from one title to another. What is important is that despite this variety in methods, these shows used mechanisms that know when to exclude women and when to feature them, and within which defined limits. The man remained through that mechanism the fixed element and the woman, the mobile element which moves towards him, considering the man as the whole and the woman as part of that whole²⁰.

²⁰ For more details, check out: Check out in this regard: Al-qadiri, Issa, Nahawand. (2008). نحو تمكين النساء في الإعلام—من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين والمواطنات op.cit.

3

Major Characteristics of Gender Presence in Media

Despite the richness and diversity of the Lebanese media scene, its dominating characteristics are either a media that mimics political conflict, or a trend of entertainment programs that are gender biased. In between them lies a group of programs/pages that claim to address human rights issues and taboos, and at the same time claim modernity by using techniques that have no clear boundaries between information, advertising, and communication, between the private, intimate and public, and between the sender and the receiver, as well as between integrity and suspense. Spectacular media has thus become the favored type, even in written press lately following the television example. It is a media that takes advantage of human blood, tears, despair, poverty, violence and death; that's why the sociology of media discourse about women is at the heart of the media sociology: every media product demands three different social spaces: the production space, reception, and the space produced by the inferred characteristic of the subject. The media corporations are main parties in production and all these form what we call the media field, which faces pressure from other fields like advertisers and politicians¹⁷.

Despite all these difficulties, some changes happened and allowed the media outlets, especially the third generation media, to occupy an important status in dealing with women's issues and in shaping the contradictory images of women: the negative and the positive, the realistic and the mystified, the liberal and the conservative.. These media outlets follow most of the time strategies and standards in work, employment, ways of dealing with journalists, and a look at the audience based on being part of a global media regime run by a patriarchal capitalist ideology¹⁸. Besides, these media outlets work in societies controlled by extreme centralism where money, power, and media intermingle, and where fierce competition exists between Arabic and international TV stations for a narrow advertising market, which makes these media outlets target an Arabic audience while exerting preexisting prejudice inherited mostly from Western outlets, without taking into consideration the changes and differences that influence that audience. For this reason, some TV stations used men for politics and women for entertainment at the beginning of their international broadcasting, forming a media pattern that lead to only recognize, from all the different female journalists, those who appear on screen. This pattern quickly retreated as competition grew bigger, and physical appearance was no longer enough to compete, and culture, experience and languages became required¹⁹.

¹⁷ Check out in this regard: Al-qadiri, Issa, Nahawand. (2008). نحو تمكين النساء في الإعلام—من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين. Beirut: Report issued from Hariri Foundation for Sustainable Human Development supported by World Bank and Council for Development and Reconstruction.

¹⁸ Studies, conducted by the global project to monitor the media in seventy countries on the participation of women in the news in one day, showed that women in the news make up to 43% of the journalists, but only 17% of those with who were interviewed and 29% of the interviewed women, are victims of various accidents.

¹⁹ See in this regard: the United Nations Development Program, the Arab Fund for Economic and Social Development, the Arab Gulf Program for United Nations Development Organizations. (2006). 2005 Human Development Report, For the Development of women in the Arab world. Printed in Amman: the national printing press: Amman - Jordan. P. 151.

ورقة خلفية لتقرير التنمية الإنسانية 2005، في نحو نهوض المرأة في الوطن. (2008). Al-qadiri, Issa, Nahawand. op. cit, p.151.

that only two women own political publications out of 111. Second, that the Press Syndicate Council included 1 female member out of 18 members, i.e. 5.5%, but did not include any female members in its latest elections in 2015. The Editors Syndicate Council included one female out of 12 members, i.e. 8.33%, knowing that females occupy 35% of seats among members ¹⁴, and later women were represented by 3 females out of 12 members in the 2015 elections. Third, the way through which the legislator perceived women and their relation with media, especially that the terms of reference of the media regulation law mentioned the following in the seventh article related to Women and Family programs: The broadcasting entity should allocate in its programs periods addressing family issues that help strengthen the family ties among its members, and create compassionate climates and understanding among them.

■ A woman should be given the proper attention to help her perform her role in society and secure family happiness.

■ The corporation should not broadcast any advertising or segment that inspires or encourages directly or indirectly sexual or physical violence, perversion, degradation of women, undermining family bonding or contradicts with the provisions of Article 36 of the audio-visual media law ¹⁵. Moreover, it was stated in the list of conditions in clause 9: It is not allowed to broadcast or transmit what would incite or instigate sectarian strife, or whatever would urge the society, especially children, to practice physical or moral violence, moral perversion, terrorism, or racial or religious discrimination. The institution should not broadcast movies or programs that include violence and sexual content before 10:30 pm, and should not promote these films before 9:30 pm.

In this context, we note that the patriarchal perception of women is represented by not recognizing the woman's independent entity, value, and immunity, and by considering that she was born only to make her family and spouse happy. «This view that undermines entity, value, and status becomes abuse, and facilitates the exploitation and denial of rights» according to Mustafa Hijazi¹⁶. This is proved by the fact that the programs, consumption patterns, and “objectivity” as seen by advertising companies, started to practice unprecedented violence against women, especially those who have financial problems and those who do not have the beauty specifications displayed on television screens, without any impunity. Furthermore, the Gender sensitivity aspect is also absent from the new draft law that was proposed by “Maharat Foundation” in collaboration with MP Ghassan Moukheiber. It is only stated in Chapter II, Article 55, that: Everyone who uses the media in this law in order to incite racial discrimination, hatred or violence against persons because of their gender, origin, color, orientation, tendency, as well as ethnic, religious or sexual affiliation, justifying war crimes or crimes against humanity, will be punished through a fine of ten million to twenty five million Lebanese pounds. (Equivalent at most to the profit made from one or two episodes in the programs that achieve high ratings).

¹⁴

¹⁵ Check out exemplary Conditions of Contract for the television and radio attached to the decree no. 7979 on 02.29.1996, the Ministry of Information in Lebanon. See in this regard: Hijazi, Mustafa. (2004).

تجمع البحوثات اللبنانية، المركز الثقافي: Beirut: Researchers 9. المرأة والتحرر من الاعتراف المشروط. النساء في الخطاب العربي المعاصر، pp. 577- 580.

¹⁶ See in this regard: Hijazi, Mustafa. (2004). 9. المرأة والتحرر من الاعتراف المشروط. النساء في الخطاب العربي المعاصر - باحثات. Beirut: Lebanese Researchers Committee, Arab Cultural Center, pp, 577- 580.

■ Obsolescence of laws: The law of written press, set in the sixties of the last century is no longer up-to-date; the law of Satellite broadcasting hasn't been amended since more than ten years, despite rapid technology and communication advances; and the Internet censorship is still facing many obstacles.

■ The ethics of professional practice are affected by the weakness of syndicates and by local divisions that do not meet on common values.

■ Changes affecting the advertising market due to the current technological and communication progress that led to several transformations touching on the advertising methodologies, strategies and broadcasting channels, as well as the behavior of consumers and their consumption patterns. That has prompted advertisers to spend the majority of their budgets to manage «Facebook» pages, «Twitter» accounts and other social media websites, in a race to increase the number of fans and comments via social sites.

The use of the Web has raised a number of questions from the legal, economic, political, social and cultural perspectives, in the context of the duality between internationalization and localization, as the users themselves are involved in producing the economic value through exchanging media goods on the internet. This media attraction toward cyberspace, associated with the temptations of reduced cost and infinite potentials to reach specific groups, was reflected negatively on the ever-receding ground advertising market. Advertising market in Lebanon wasn't immune to these transformations that are linked to various difficulties within local contexts. This market, regardless to the clash and inaccuracy of numbers, suffers from several defects.

That resulted in crises and conflicts which negatively influenced media structures and contexts, as well as the media corpse.

2

Women's Status in Media Outlets and in the Media Regulation Law

After young females occupied between 80 and 85% of media faculties and institutes students, as well as 23% of workers in the main Lebanese newspapers, 34.2% in the main magazines, 29.36% in main TV stations, and 47.2% in the radios¹², it is worth-mentioning the following:

First, that females constituted only 3.4% of shareholders in Lebanese Radio stations and 6% of shareholders in TV stations. It is good to mention that the majority of females names were used by male owners, in order to circumvent the law¹³, and

¹² Al-qadiri, Issa, Nahawand. (2012). نحو تمكين النساء في الإعلام من أجل تحقيق التكافؤ بين المواطنين والمواطنات. Beirut: United Nations Population Fund, the private table numbers of women in TV and radio stations, Annex no' 2, label no' 3 and 4. pp 144- 145.

¹³ Consultative workshop for civil society organizations in the Arab region on the progress in the implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action after twenty years - Intervention of head of the Lebanese Women's Rights Committee Ms. Azza A-horr Mroueh- www.escwa.un.org

that urged researchers to look at the contradictions that the media game is based on: between shedding light on social problems, to encoding messages in a dramatized manner that exploits people's pain to install an attractive scene, and from amplifying the phenomena to seeking to deflate, ridicule and then consume them

These differences urge us to ask: Can media contribute to limiting discrimination and gender based violence at the time it attracts other forms of discrimination and violence, starting from the agenda and hierarchy it sets and the mechanisms it adopts that are clearly oscillating between: the secret and the scenic, self-promotion and offering service to others, reducing violence by telling about it and setting things on fire, thrilling and instinct panting, pornography, and claiming chastity and purity? It is worth-noting that any attempt to answer this question has to be derived from the uniqueness of the Lebanese media landscape.

1 Specificity of the Lebanese Media Scene

The structural problematic of media gets more complicated due to the specificity of the Lebanese media scene that got worse in the last few decades as it intersected with the Arab media scene, especially with that of the Gulf. The complicated relations that were built between the Lebanese and Gulf media figures emerged from the need of the Gulf media for Lebanese expertise, and the need of Lebanese media for Gulf capital and audience purchasing power, to an extent one can barely distinguish between the Lebanese and Gulf components of this model¹¹. It even gets more complicated with it being interconnected with the global media scene whether in terms of the mechanisms of action, the standards of the profession or the requirements of competition. In other words, there are the paradoxes that control the quality of the Lebanese media production that mixes between the global and the local; It is like a tree rooted in the social mentality and popular beliefs and at the same time carrying hybrid leaves of imported and modern values. Even though this dynamic and diverse media scene has produced major talent who surpassed the Lebanese market towards the Arab one; it has started to suffer from the following symptoms:

■ Deficiency in the legalization of audio-visual media, as there were many missing conditions in the terms of reference of the law, in addition to attempts to circumvent it, and discretion in its application. Moreover, the National Media Council (NMC) - supposed to ensure the proper functioning of media - finds its role restricted due to composition that is cloned from the Lebanese political system.

¹¹ In this regard, read: Al-qadiri, Issa, Nahawand. (2008). *قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكيك*. Beirut: مركز دراسات الوحدة العربية.

01

Characteristics of the Lebanese Media Scene from a Gender Perspective

Talking about the main characteristics of the Lebanese media scene from the gender perspective puts us in front of two intersecting dilemma: the first goes to gender and the second to media.

► First: Gender Dilemma

Obviously, the forms of discrimination leading to violence which was brought by the social construct of gender difference, wouldn't have evolved and became an ordinary feature without what Bourdieu called "Doxa": the preservation of power building structures (culture and society) through standards, rules, laws, beliefs and values held by media⁸ or at least reproduced by media. Bertini believes that the standards, principles, as well as the implicit and explicit knowledge which form and organize every human society are fruits of a social and cultural construct that is specific in time (evolution of truth through history) and place (relativism). She indicated the benefit of the "gender" studies as an essential reconstruction of problematics and methodologies. For gender operates the imagination of media and communication that are the main aspect in every society, and it is necessary to grab its political extension through the devices by building one piece over the other and from the family to the school, passing by media, institution, university, research, general space, contributing to control a social and cultural system based on a gender hierarchy away from any questioning⁹.

► Second: Media Dilemma

Media, as a concept, has always carried several paradoxes, because it is not an independent, but rather a social structure. The information doesn't exist unless carried through a social regulatory context, and through an effective strategy made by parties that contribute to create or modify its meaning at the production, transmission and receiving stages¹⁰. Thus, when a party informs the other, it transfers it from the state of uncertainty to certainty, but once the receiver gets the information, he becomes insatiable for further knowledge. This means that the information that settled in his mind immediately generates another uncertainty, so the media goes back to reduce it. It is an infinite game

⁸ Doxa symbolizes a group of ideas, values, beliefs and adopted standards taken for granted and an arbitrary cultural problem that is particular to a certain community at a period of time. For more details, read: Fleury, B, et Walter, J. (2009). Penser le Genre en sciences de l'information et de la communication et au -delà. Questions de communication numéro15. P.164.

⁹ For more details: Fleury, B, et Walter, J. (2009). Op.cit. P.P 116117-.

¹⁰ For more details: Muller, P. (2001). Politiques publiques et effets d'information. Dans J. Gestle (dir), Les effets d'information en politique. Paris: éd. L'Harmattan. p.237.

■ Discussion of the applicable laws and prevailing censorship methods, in connection with the emergency variables, thanks to the technological and

■ Following up with emerging changes in women's status and coverage of conferences and studies on women. That can be achieved through an electronic archive which I prepared personally during the last four years, as I am up-to-date researcher in the gender affairs in media, in order to observe the level of distinctions between the visual and written media in their approach to women, as well as the mutual reflections of each outlet on the other. In addition, considering addressing media, from a gender perspective, enables us to know the major concerns during this period and shows us where the media is developing or deteriorating and where did it stand regarding the level of stereotype in dealing with women's issues.

After reviewing the list of titles in my electronic archive ⁶, the interest in the sample, referred to above, has focused on the following topics:

- Talking about women journalists who became famous in presenting their programs, taking certain decisions, or facing pressure as a result of their stances. The sample included Paula Yacoubian, Hayat Mershad, Lilian Daoud, Lina Zahreddine and Rima Karaki.
 - Monitoring television programs and their advertising, or changes that happened to some of them, and publishing articles that analyze and criticize the performance.
 - Exhibiting news and reports about creative Arab women who won awards, produced artistic work, created certain phenomena, went beyond the ordinary, resisted, performed professions that were already monopolized by men, or migrated to work abroad.
 - Hot topics about violence which women face due to conflicts and terrorism in the Arab region.
 - News about harassment and domestic violence which Lebanese women suffer from and how the parliament and judiciary deal with it.
 - Tackling the laws which govern media outlets, breaches, conventions and censorship devices in case the media figures were law-suited with claims of slander and libel, etc...
 - Displaying studies on women, media and communication, covering conferences held about women and their status, and publishing articles and analysis that touch several topics such as the following: Feminism, Globalization, Mobilization, Arab Spring, Political Parties, Female Advocates, Arab Women Status, Feminist Advocates (Betty Freidan- Denise Kidnawati), Women and Media, Women and Struggle, Women and Citizenship, Women, Liberation and Empowerment, Decline of Women's Rights⁷.
- **Fifth**, after diagnosing the current situation, the progress areas will be identified to build upon, as well as the shortfalls and their reasons, in order to continue the path towards establishing criteria for the media performance away from gender-based discrimination.

⁶ Regarding the list of subjects, read the main report, index no' 3, p.105.

⁷ Given the space limitations, we decided not to include this aspect in the paper, especially that it forms a complete subject that marks the level of appropriateness of the intellectual movement and mobility on the ground.



In order to clarify the image, we considered adopting in this paper the following methodology:

- ▶ **First**, presenting the Lebanese media scene, in order to get acquainted to the gender presence and observe the positions and role of women, in regard to the characteristics and specificity of this scene.
- ▶ **Second**, presenting the main studies I already conducted concerning the gender presence in news, TV talk shows, advertisings, and drama.
- ▶ **Third**, following up the aftermath of the gender presence in the Lebanese televised media during the current time which is witnessing an unprecedented violence, linked to an infinite non-compliance with standards and ethics of media profession, through TV shows that raised a controversy in printing and electronic press and on social media, and chose the following samples of shows¹ : “Tony Khalifeh 1544”² , “Lilnasher ”³, “Bila Tashfeer ”⁴, “Hki Jales”⁵. Observation of these programs doesn’t aim at analyzing their content in the traditional and accurate significance of the word, as much as it aims at being acquainted to the raised issues and the approach used by each of these programs to tackle women. It aims to demonstrate, whether by being aware or not, the thoughts, opinion, distinguished expressions that display a kind of hidden violence, whether verbal, psychological, moral or symbolic. It also shows the relationship between these stereotypes and the media performance techniques that enforce or weaken it, as well as drawing out the distinctions related to addressing social issues in all of these programs, the degree of stereotyping of each one of them, and the extent of gender sensitivity in the method of treatment.
- ▶ **Fourth**, extracting the most prominent indicators related to the printing press (paper or electronic) that focus on the following headlines:

■ The female journalist: when she featured as a guest and as a theme in a televised media context.

■ Coverage of gender-based violence, which happens to women within the family circle from one hand, and due to disputes and armed conflicts, on the other hand.

¹ Regarding the monitoring sample, check the main report, index no’ 2, p 104.

² Presented by Tony Khalifeh on Lebanese MTV broadcasting station, time of broadcast: Every Monday at 8:30 pm (Beirut time); the monitored episodes: 6 (from the first season), from episode 28 till 35. MTV introduced “Tony Khalifeh 1544” on its website as follows: “the program presented by the media figure Tony Khalifeh tackles different cases and dossiers that interest the viewer. So he addresses in several segments topics stemmed from political, security and social developments , as well as humanitarian and medical issues (achievements, discoveries or carelessness), in addition to arts and sports news, etc... The program sheds light on the inventions talents, discoveries mistakes and carelessness.

³ with a new décor and segments, through which the reporters are an important part of the issues that are raised and discussed for two hours live on air, at 8:30 pm every Monday, came back and is presented by Rima Karaki.

⁴ Aljadeed introduced on its website “Bela Tashfeer” program by this briefing: It’s a new talk show characterized with its courage and direct questions; the program presenter is Tamam Bleik; it is broadcasted weekly on Wednesday at 9:30 pm. Six episodes were monitored consecutively: Joelle Hatem, Milad Abo Malhab, Sama Al-Masry, Lara Kay, Layal Aboud, and Boushra Khalil.

⁵ “Hki Jales” is presented by Joe Maalouf and broadcasted on LBC and LDC every Monday at 9:30 pm.



For a Balanced Image of Women in Media

■ A continuing struggle among sectarian and religious groups, correlated with conflicts on financial interests and political figures that have regional connections. The conflict sometimes intensifies, and other times winds down, as is influenced by Arab and regional conflicts and alliances.

■ A media system resulting from a patriarchal political system based on sectarian quotas.

■ Intense and fierce competition among media outlets to share advertisings that are already confined.

■ The absence of institutionalization and limited production in various media.

■ Outdated laws that govern the media performance and fail to follow up on developments, and discretionary application in most cases, not to mention the structural imbalance which the regulatory frameworks are suffering from. That is negatively reflected on the performance. In addition to syndical paralysis.

The dilemma of the gender presence in media gets more complicated in light of life situation changes for Lebanese women, who went a long way in the level of education, knowledge and capabilities, yet they couldn't penetrate the glass ceiling on the level of decision-making in a way that matches their abilities.

At the present time, this dilemma strongly surfaces as violence is taking place in the region and has brought double implications on women. In this context, this dilemma intersects with another one related to the media work itself, based on how media should deal with the realities on the ground and the buffer between the realities it is striving to build (for considerations beyond the scope of this document) and the ones on the ground..

In addition to that, there is the dilemma related to the conflicting needs of the female/ male media figures, the owners, the advertiser, the target audience, and what the media outlets themselves need.

This complexity is manifested when we review what the media outlets had broadcasted during the past years from titles related to women, whether through highlighting their experiences or achievements, covering several violence cases they faced, or through an inherited discrimination, or evaluation for their performance, or holding conferences, writing articles on their case, or conducting studies on their situations

GENERAL INTRODUCTION

From a gender perspective, the researcher finds it hard to evaluate the performance of a certain media outlet, TV show or content, due to several reasons, among which are the following:

- The ongoing overlapping as a result of the current technology and communication progress, among: media, advertising, and communication; sender and receiver; seriousness and entertainment, public and private, real and virtual, globalization and cultural particularities.

- The message of the Lebanese media, known for its variety and diversity, and crowded by opposites and paradoxes from all aspects, differs according to: the purpose of the owner, manager and financier; target audience, culture; sensitivity of the staff towards the tackled topics, and the circumstances surrounding the media performance.

- The Decline of the nation-state role for the sake of major companies and market economy, along with the rise of individualism, and the decline of political and volunteer work and commitment to the group interests, as well as the decline of social services, and the loss of effectiveness of traditional censorship techniques.

- The overlapping of the gender factor with other factors related to age, ethnic and religious affiliation, social class, and living conditions.

- Technological and communication advances in a complicated social, political and cultural context that is surrounded by duplicity; these changes are lately accompanied in many Arab countries by popular uprisings and movements whose internal dynamics got disrupted by a group of local, regional and global factors, and turned them into violence and counter-violence. Violence is generated in concrete forms at times and abstract at other times, to an extent that we are now living in a state of chaos and media hype that was about to lead us to a real crisis.

In light of the aforementioned confusing and ambiguous reality of media, the dilemma of gender presence in media outlets remains in several countries, and is getting urgent in a country like Lebanon whose system is facing the following structural deformations:

TABLE OF CONTENTS

| | |
|--|----|
| General Introduction | 5 |
| I. Characteristics of the Lebanese Media Scene from a Gender Perspective | 9 |
| First: Gender Dilemma | 9 |
| Second: Media Dilemma | 9 |
| 1. Specificity of the Lebanese Media Scene | 9 |
| 2. Women's Status in Media Outlets and in the Media Regulation Law | 10 |
| 3. Major Characteristics of Gender Presence in Media | 13 |
| II. Gender presence consequences in current TV shows | 22 |
| III. Gender Dilemma in Printed and Electronic Media | 30 |
| IV. Best practices to reach a non-discriminatory attitude towards gender in Media and more balanced representations of women | 33 |
| Arab Experiences/ Attempts to Enhance Women's Position & Role in Media | 36 |
| Further Steps to Ensure Balanced Images for Women in Media | 38 |

■ ■ ■ ■ ■ ■ About Fe-Male



Fe-Male, a non-profit association founded in 2012 by a group of young women and human rights activists; a civil non-sectarian Lebanese association that works under the umbrella of Human Rights Charter to ensure women's rights as integral part of human rights; building young feminists, raising awareness through mass and social media, empowerment, elimination of stereotyping and objectification of women, and changing laws are our objectives and our methods of work.

About the project ■ ■ ■ ■ ■

This study is within the project «**Towards Changing Women's Image in Media and Ads**» implemented by Fe-Male in partnership with ActionAid Arab Region Initiative, which is a continuation of the work Fe-Male began for the aim of challenging the objectification of women in media and advertising.

© 2015 Fe-Male. All rights reserved. The content can be used for free for research goals that serve advocacy, education or researches, but the source should be mentioned. Permission should be taken if any information in the study is needed to be copied, used in other studies, and translated or harmonized.

For a Balanced Image of Women in Media

Prepared by:
Nahawand Al-Qadiri Issa

In collaboration with the research assistants:
Sarah Annajar- Taghrid Smairi-
Jihan Al-Masri- Malika Khanat

The research is conducted by
Fe-Male



in collaboration with
ActionAid Organization-Arab Region Initiative



Beirut- September 2015