

snjt

الغابة الوطنية للصحفيين التونسيين
Syndicat National des Journalistes Tunisiens

تقرير بحث

صورة المرأة وحضورها في وسائل الإعلام

إعداد: د. فتحية السعيد، أستاذة علم الاجتماع

08 مارس 2023

الفهرس

ص 3

مقدمة عامة

أولاً: النساء والتمكين ودور وسائل الإعلام

ص 5

1. أي دور لوسائل الإعلام، وبأي أثر؟: مقارنة سوسولوجية

ص 7

2. نساء صحفيات وقطاع مؤنث يشكو التمييز المبني على النوع الاجتماعي

ص 10

3. النساء والتمكين صلب المؤسسات الإعلامية التونسية: التلفزة الوطنية نموذجا

ثانياً: المرأة-النساء والإعلام بين التشريع والواقع

ص 16

1. أي مكانة لموضوع المرأة والإعلام في السياسات العمومية وفي التشريعات

ص 20

2. مدونة البحث: برامج تلفزيونية متعددة ومضامين متنوعة

ص 22

3. أي مشاركة للنساء في البرامج الحوارية، وبأي حجم؟

ثالثاً: صور نمطية متعددة وعدم وعي بالحقوق الإنسانية للنساء

ص 29

1. مشهد إعلامي باهت ومضامين فرجوية Buzz

ص 32

2. بناء فرجوي وصور نمطية تعكس تمثلات اجتماعية مترسخة

ص 36

3. مقترحات وتوصيات

ص 39

قائمة مرجعية منتقاة

تعتبر مشاركة النساء في وسائل الإعلام وحضورهن من المواضيع التي تناولتها العديد من الدراسات، كما تعدّ من المسائل التي تنكبّ عليها النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين. فنشر ثقافة حقوق النساء واحترام المواثيق الدولية والحرص على عدم انتهاك الحقوق الإنسانية للبشر، بما في ذلك، حقوق النساء، هي جزء لا يتجزأ من ميثاق المهنة الصحفية، الذي نصّ على التزام الصحفي(ة) "بالدفاع عن قيم المساواة بين الجنسين وبعدم التمييز وبالدفاع عن الحريات الفردية والعامّة"¹. ونشير إلى أن التطرّق لمواضيع، علاقة المرأة بوسائل الإعلام وصورتها وحضورها ومشاركتها في وسائل الإعلام، يعود إلى تاريخ انعقاد ندوة تورنطو Toronto (مارس 1995) ومؤتمر بيجين (1995). فقد اتّجهت المشاركات في ندوة تورنطو إلى تحديد الأطراف المتدخلة والتدابير الواجب العمل عليها للقضاء على انتهاكات حقوق النساء وعلى الصور النمطية التي تنال من كرامتهن وتكرّس التمييز ضدّهن. وهو ما أفضى إلى مجموعة من التوصيات التي وردت في أرضية عمل بيجين، من أبرزها: "إحداث آلية متابعة لصورة المرأة في وسائل الإعلام عبر الدول. ويهدف هذا الإجراء بصفة أساسية إلى دراسة الوضع السائد للحصول على صورة تمكّن من إعداد تقييم دقيق لوضعية المرأة في وسائل الإعلام وتحديد الأعمال التي يجب القيام بها للإرتقاء بصورة المرأة في وسائل الإعلام ودعم حضورها فيها"²

اتّجه إذن، الرأي العام الدولي إلى مزيد الاهتمام بالإعلام وبدوره، بصفته مؤسسة تنشيطية، يمكن أن تلعب دورا في تغيير في الثقافة المجتمعية المرتبطة بدور المرأة، وفي تغيير التمثلات الاجتماعية المرتبطة بالتقسيم التقليدي للعمل وبأدوار النوع الاجتماعي. ولقد بيّنت العديد من الدراسات الصادرة أعقاب مؤتمر بيجين التي اتّجهت لرصد صورة المرأة في وسائل الإعلام، وجود صورة سلبية ونمطية للنساء، فـ "على سبيل المثال، فإن الدراسات المسحية التي أجريت على المجالات النسائية العربية أكدت أنها تخصّص حوالي 75% من

¹ مقتطف من ميثاق الشرف الصادر عن النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين.

² صورة المرأة في الصحافة التونسية المكتوبة، دراسة مركز الكريديف بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للسكان، جانفي 2022، ص 5.

صفحاتها للجوانب الجمالية والمظهرية للمرأة: كالأزياء وأدوات الزينة أو المشاكل العاطفية للقارئات مع إغفالها الأبعاد النفسية والداخلية للمرأة. وهكذا يتم تصوير المرأة وكأنها مظهر وشكل جميل دون أي مضمون داخلي، وهذا يدل على أن القائمين عليها على قناعة بأن المرأة تولي الاهتمامات المظهرية والشكلية عناية قصوى على حساب قدراتها الذهنية والفكرية³.

وإنه في إطار نشاط النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين ورصدهم لانتهاكات حقوق النساء ومتابعة صورة النساء في وسائل الإعلام وحضورهم داخلها، تندرج هذه الدراسة التي تهدف بشكل عام، إلى تسليط الضوء على قضية مهمة، من قضايا المجتمع المعاصر، ألا وهي، الصورة الذهنية التي تسوقها الوسائل الإعلامية عن النساء، بشكل عام، وعلى الجوانب السلبية التي تتأثر بالقوالب الجاهزة والأفكار التمييزية، التي ترسم صوراً نمطية عن النساء، وتتجه بشكل خاص، إلى:

- التعرف على حضور النساء في وسائل الإعلام بصفتهن منتجات لمضامين صحفية مختلفة
- معرفة درجة التمكين والنفوذ إلى مركز القرار في وسائل الإعلام العمومي، بصفته، قاطرة لبقية وسائل الإعلام
- تحليل صورة المرأة في وسائل الإعلام في سياق الانتقال الديمقراطي وصعود الشعبوية في تونس
- تفكيك الصور النمطية التي يتم ترويجها في وسائل الإعلام وبيان آثارها وأوجه الانتهاكات التي تمس من كرامة النساء
- فهم آثار المضامين الإعلامية وتأثيرها على نشر الحقوق الإنسانية للنساء وعلى المجتمع.

³ فاطمة حافظ، صورة المرأة في وسائل الإعلام، منصة بوابتي، رابط المقال:

<https://myportail.com/actualites-news-web-2-0.php?id=2460>

1. أي دور لوسائل الإعلام وأي أثر؟: مقارنة سوسيولوجية

تطرح دراسة علاقة ومكانة النساء بوسائل الإعلام وصورتهن، إشكالية مركبة سوسيولوجيا في مستوى المقاربة النظرية والمنهجية. وهي إشكالية مرتبطة بدور الإعلام ووظائفه وخاصة أثره. مما يطرح التساؤل حول ما إذا كان تأثير وسائل الإعلام يمس البنية الاجتماعية بكاملها أم هو تأثير يحصل على المستوى الفردي وليس الجماعي؟ وما لا شك فيه، أن لوسائل الإعلام بحكم انتمائها لنظام اجتماعي، وظيفة ومسؤولية اجتماعية تجاه الجمهور المتلقي لمضامينها. فأى دور للإعلام؟ وما هي آثاره وأهميته في المجتمع؟

وفقا للمفهوم التقليدي للإعلام، تضطلع وسائل الإعلام بوظائف متعددة، أبرزها وظيفة الإخبار. وهذا إلى جانب وظائف أخرى، فكرية-تربوية، ترفيهية-نفسية اجتماعية. وبمعزل عن هذا التعريف فإن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية أصبح اليوم واضحا⁴. فهي تساهم في بلورة اتجاهات الأفراد والمجموعات وتمثلاتهم الاجتماعية، وفي تغيير العقليات أو تثبيتها وفي نشر الثقافة السائدة أو الترويج لثقافة بديلة. ويمكن لها ان تساهم من موقعها في تحديث أساليب الحياة الاجتماعية وفي نشر قيم الديمقراطية وثقافة المساواة. وتعتبر الإذاعة والتلفزة من بين وسائل الاتصال الأشد اتصالا بالجمهور. فهي تدخل كل بيت وتبلغ إلى فئات واسعة من المجتمع وتمس جوانب متعددة من الحياة الاجتماعية.

تلعب وسائل الإعلام، إذن، دورا بارزا في المجتمع، فهي تساهم في دعم التغييرات الاجتماعية عن طريق صحافة الطول والاستقصاء والرأي. كما أنه باتجاهها إلى جمهور

⁴Laurent TREMEL, Sociologie de la communication et des médias de, Eric Maigret, in, Education et sociétés, n°12, février 2003, pages 169-171.

واسع، يمكنها أن تتدخل في إرساء أساليب الحياة أو تغييرها، ذلك أن " دور الإعلام في المجتمع ينبع من أهميته، أو من الأهمية التي تعطى له، من خلال عملية بناء المجتمع. فالإعلام يساعد على خلق اتفاق عام بين فئات المجتمع الواحد ويقوم بحثها على المشاركة في بناء مجتمع أكثر تطوراً"⁵.

وتعدّ وسائل الإعلام المرئية والمسموعة خاصّة، مصدرًا مهمًا من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين باختلافهم وتباين توجهاتهم الفكرية والاجتماعية. وإنه قد "بات في حكم المؤكّد أن الإعلام يمكن أن يكون الاتجاهات الإيجابية نحو التقدّم المنشود (...). عن طريق نشر القيم وكل ما يدعو إلى الإيمان بالقدرة على البناء وتصوّر النماذج الإنسانية المتقدّمة حضارياً."⁶ كما أنّه بفضل ما أتاحتها الثورة الديمقراطية التي يعيشها عالم اليوم، أصبحت "وسائل الإعلام واحدة من أقوى الوسائل التي تساعد في تشكيل المجتمع والتأثير في صناعة قرار أفراد، كما ساهمت التكنولوجيات الجديدة على صناعة قراراته كذلك، وتوجيه الكلمة والتحكّم في تدفق المعلومات وانسياب الآراء. وعليه، لا يمكن الحديث عن حرية الإعلام بعيدا عن حركة المجتمع وأفراده"⁷. وبناء على ذلك، يبقى التساؤل قائما حول مدى تمكّن البرنامج والمضامين الإعلامية المرسلة عبر وسائل الإعلام من بلورة الاتجاهات السلوكية الجديدة وترسيخ القيم الإنسانية داخل المجتمع؟، هذا بالإضافة، للتساؤل حول ما إذا كانت المضامين الإعلامية تتضمن انتهاكات للحقوق الإنسانية، بشكل عام، وحقوق النساء، بشكل خاص؟ وما إذا كانت النساء تحظى بمكانة ضمن سلم التراتب المهني، بما يتيح لها النفاذ إلى مواقع القرار صلب المؤسسات الإعلامية؟

2. نساء صحفيات وقطاع مؤنث يشكو التمييز المبني على النوع الاجتماعي

⁵ د. اسكندر الذّيك ود. محمّد مصطفى الأسعد، دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1993، ص 86.

حوار "المعرفة" مع الدكتور زكي الجابر، مجلّة المعرفة، عدد 8 أيار، 1979، ص 35، في دور الإعلام في دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، للدكتور اسكندر الذّيك والدكتور محمّد مصطفى الأسعد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1993، ص 83.

⁷ آمال القاسمي، دور وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الجديدة في التنمية السياسية: تغيير للأنساق القيمية وتشكيل للثقافة السياسية، مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بتبسة-الجزائر، المجلّد الثاني، العدد السادس، مارس 2018، ص 27.

تصنّف الصحافة ضمن مجالات النشاط في الحياة العامة وقد تطوّرت تدريجياً في تونس عبر مراحل من تاريخ نشأتها. وتعتبر ممارسة النساء للمهنة الصحفية من بين المؤشرات الدالة على التطور والتقدم الاجتماعي. فقد كانت النساء الصحفيات شبه غائبات عن الساحة الإعلامية خلال الفترة الاستعمارية وفي السنوات الأولى من الاستقلال. وتطور عددهن تدريجياً عبر مراحل من تاريخ تونس المعاصر ليصبح قطاع الصحافة بعد ستة عقود من الاستقلال من بين القطاعات المؤنثة في المجتمع التونسي، إذ بلغت نسبة النساء الصحفيات المحترفات والحاصلات على البطاقة المهنية⁸ 54% بحسب الإحصائيات الصادرة عن النقابة الوطنية للصحافة بمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة 6 ماي من سنة 2022. ويبين الرسم البياني التالي توزيع الصحفيين والصحفيات حسب الجنس، عدداً ونسبةً:



تعتبر وسائل الإعلام العمومي، وخاصة منها الإذاعة والتلفزة، أكبر مشغّل للصحفيات والصحفيين. كما أنّها فضاء مهمّ لممارسة مختلف المهن المرتبطة بإنتاج المضامين الإعلامية. ففي مؤسسة الإذاعة التونسية التي تدير عشر قنوات إذاعية عمومية وطنية وجهوية يعمل 335 صحفياً، في حين تشغّل مؤسسة التلفزة الوطنية 225 صحفياً(ة). أمّا وكالة تونس أفريقيا للأنباء، فهي تستقطب 138 صحفياً(ة). ويتوزع بقية الصحفيين والصحفيات على القطاع الخاص، إذ تشغّل الإذاعات والتلفزات 324 صحفياً وصحفية، في الوقت التي

⁸ تقرير النقابة الوطنية للصحفيين التونسية بمناسبة الاحتفال باليوم العالمي لحرية الصحافة يوم 06 ماي 2022.

تشغل الصحافة الورقية والالكترونية 419 مقابل 420 يشتغلون بصفة مستقلة. ويبين الرسم البياني أدناه توزيع الصحفيين والصحفيات في مختلف فضاءات المهنة:



وإنه على الرغم من ارتفاع عدد ونسبة الصحفيات في مختلف المؤسسات الإعلامية وخاصة منها الإعلام العمومي، فإن نسبة النساء الصحفيات في مواقع اتخاذ القرار ما زالت ضعيفة، إذ بلغت 15% حسب نفس الإحصائيات. وهي نسبة لا تختلف عن النسب الموجودة في البلدان العربية، فقد اعتبر تقرير تنمية المرأة العربية الثالث: المرأة العربية والإعلام، أن المشهد الإعلامي العربي، بالنظر إلى العاملين فيه، هو مشهد مؤنث مظهرا فقط، وهو مشهد مذكر قرارا، إذ لا تذكر الإحصائيات، إلا استثناء سيدات يشرفن على مؤسسات إعلامية وهو مشهد مذكر نشرا، إذ تتولى الإعلاميات عادة مهام إخبارية ونادرا كتابة المقالات أو الأعمدة. وهو مشهد يصبح أحيانا مؤنثا مظهرا ومختلطا في دفع ثمن صعوبات المهنة⁹. وتفسر هذه النسبة المنخفضة بمجموعة من العوائق المجتمعية التي تحول دون وصول النساء إلى دوائر القرار. وأهم هذه العوائق كامن في الثقافة الأبوية المترسبة في المخيال الجمعي. وهي ثقافة قائمة على الهيمنة الذكورية وعلى فعل التمييز الذي تهيئ له تنشئة اجتماعية تقليدية تحيل النساء على الفضاء الخاص وفق تقسيم تقليدي للعمل وبناء على أدوار تقليدية للنساء. ويعتبر ضعف

⁹ انظر تقرير تنمية المرأة العربية الثالث: المرأة العربية والإعلام؛ دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين 1995 و2005، صادر عن مركز المرأة العربية للبحوث والتدريب-كوثر، تونس 2006.

ولوح النساء إلى مراكز اتخاذ القرار شكلا من أشكال العنف الرمزي المسلط عليهن. ويرتبط العنف الرمزي بالهيمنة الذكورية وهو ذلك، "العنف الناعم واللامحسوس واللامرئي بالنسبة إلى ضحاياه أنفسهم، والذي يمارس في جوهره بالطرق الرمزية الصرفة للاتصال والمعرفة، أو أكثر تحديداً بالجهل والاعتراف، أو بالعاطفة كحدٍ أدنى"¹⁰. هو إذن، نمط خاص من العنف الاجتماعي الكامن والممارس يوميا ضد النساء لكونهن نساء. ويتخذ العنف الرمزي عدة أشكال منها استبعاد النساء من مراكز القرار ومنها فعل التمييز المبني على النوع الاجتماعي بكافة مظاهره.

استبعاد الصحفيات من مراكز القرار وضعف نسب ولوجهم إلى المراكز القيادية في وسائل الإعلام، كان ولا يزال مشغلا رئيسيا لقطاع مؤنث بامتياز. وقد كان هذا الموضوع محل تداول ونقاش في الندوة الرابعة لصحفيات وكالات الأنباء العربية¹¹ اللواتي دعون إلى تخصيص كوتا تصل إلى 25 في المئة كإجراء تمييز إيجابي، يتم تضمينها في مدونة سلوك، ويلتزم بها القائمين على وسائل الإعلام، ويتم اعتمادها من مدراء وكالات الأنباء العربية خلال المؤتمر العام المقبل لاتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا). وتعد هذه التوصية مهمة في مجال تمكين النساء الصحفيات وتعزيز مكانتهن في الهيئات التقريرية، بما يساعد على الارتقاء بدورهن في أداء هذه الوكالات، وبما يطور مساهماتهن في تطوير المشهد الإعلامي بشكل عام، وأيضا، بما يدعم حقوق النساء ومبادئ المساواة بين الجنسين.

3. النساء والتمكين صلب المؤسسات الإعلامية التونسية: التلفزة الوطنية نموذجا

يشكّل حضور المرأة في مواقع السلطة وصنع القرار في كل المجالات، عاملا مهماً من أجل تمكينها سياسيا واقتصاديا واجتماعيا. ويشمل مصطلح التمكين توفير بيئة وفرص مواتية للمرأة لاستغلال صلاحياتها في معالجة مشاكل المجتمع الأساسية على قدم المساواة مع

¹⁰ تيبار بورديو: الهيمنة الذكورية، ترجمة: سلمان قعراني، مراجعة: ماهر تريمش، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، 2009، ص16.

¹¹ عقدت الندوة في مقر وكالة المغرب العربي للأنباء يومي 5 و6 ديسمبر 2022، وناقشت موضوع "دور ومكانة المرأة في الإعلام ووصول الصحفيات العربيات إلى مناصب صنع القرار.

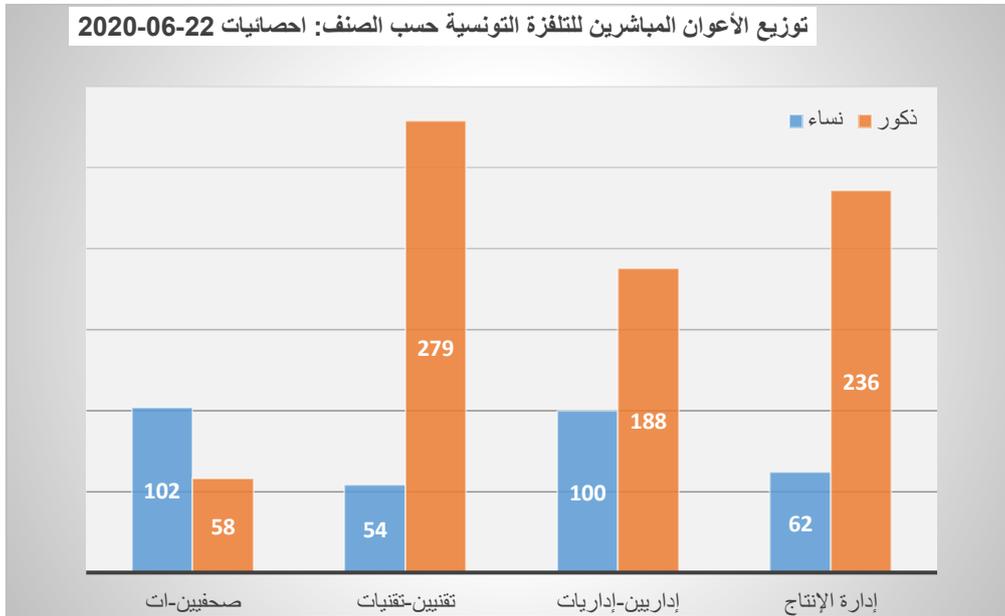
نظرائها من الذكور. وينص منهاج عمل بيجين¹² في النقطة زاي: على أن تلتزم الحكومات بـ "اتخاذ التدابير الكفيلة بوصول المرأة إلى هياكل السلطة وعمليات صنع القرار والمشاركة الكاملة فيها"، وذلك من خلال مجموعة من التدابير التي تمّ ضبطها في هذا الصدد، مثل الكوتا أو التناصف. كما تعلّق الهدف الاستراتيجي ياء-1- بموضوع: زيادة مشاركة المرأة وتحسين فرصها للتعبير عن آرائها وصنع القرارات في وسائط الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الجديدة، وذلك، من خلال عدد من الإجراءات من بينها ما جاء في النقطة (ج) والنقطة (د):

(ج) تعزيز مشاركة المرأة الكاملة وعلى قدم المساواة في وسائط الإعلام، بما في ذلك الإدارة والبرمجة والتعليم والتدريب والبحث؛

(د) السعي إلى تحقيق التوازن بين الجنسين في مجال تعيين الرجل والمرأة في جميع الهيئات الاستشارية أو الإدارية أو التنظيمية أو هيئات الرصد، بما في ذلك الهيئات المتصلة بوسائط الإعلام الخاصة والحكومية أو العامة. ويتحدّد ذلك، من خلال النفاذ إلى مواقع وتطوير مشاركتهم في مختلف المجالات وتوفير تكافؤ الفرص بين الجنسين. هذا بالإضافة إلى تقديم صورة متوازنة وغير نمطية حول النساء في وسائط الإعلام. بما يعني، أن أوضاع المرأة الإعلامية المهنية من جهة، وما تنتجه وتروّجه المؤسسات الإعلامية عن أدوار النساء وحقوقهن وأوضاعهن، يمثلان مجال التدخل الرئيسي لتبني مقاربة صحفية مبنية على مقاربة النوع الاجتماعي. فالإي مدى يمكننا الحديث عن إدماج مقاربة النوع الاجتماعي في وسائل الإعلام؟ وما هي الصورة البارزة لحضور النساء في صلب هذه الوسائل؟ وما هي الأدوار الموكولة إليهن؟ للإجابة عن هذه الأسئلة اتجه هذا البحث لدراسة حالة التلفزة التونسية. وتمّ هذا الاختيار بناء على معيار ارتفاع نسبة الصحفيات صلب مؤسسة التلفزة، وعلى معيار تنوع الحضور النسائي في مختلف أسلاك مهنة إنتاج المضامين الإعلامية.

¹² اعتمد إعلان ومنهاج عمل بيجين بتوافق الآراء في عام 1995 عقب اجتماع حضره أكثر من 40 000 مندوب حكومي، وخبير، وممثل عن المجتمع المدني في المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، وهما يجسدان التزام المجتمع الدولي بتحقيق المساواة بين الجنسين وتوفير فرص أفضل للنساء والفتيات. ويثمن منهاج العمل نضال النساء والفتيات حول العالم، في سعيهن إلى تحقيق المساواة بين الجنسين وحقوق المرأة، ويؤمن استمرارية التزام المجتمع الدولي بمعالجة أوجه عدم المساواة المدنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية. وهو لا يزال وثيق الصلة بوضع المرأة اليوم، إذ يؤكد أن حقوق المرأة هي من حقوق الإنسان، وأن المساواة بين المرأة والرجل تعود بالفائدة على الجميع.

بداية، نشير إلى أنه بعد إعلان حالة الاستثناء في تونس بتاريخ 25 جويلية 2021 تمّ تكليف امرأة لتتولّى رئاسة مؤسسة التلفزة الوطنية التونسية. وهو اختيار سياسي في ظرف استثنائي انتقالي له أهداف سياسية ولا يمكن اعتباره مرتبطا بتوجه واضح نحو التمكين أو تعزيز مكانة النساء في مواقع القرار. فالتراجعات في مجال حقوق النساء أصبحت بارزة للعيان خاصة بعد الاستغناء عن مكسب التنافس في الترشح¹³. وتشغل التلفزة التونسية 1079 عون مباشر في مختلف الإدارة التابعة للمؤسسة، منهم 318 امرأة و761 رجلا. ويتوزع أعيان التلفزة¹⁴ بكافة أصنافهم حسب الجنس والإدارة على النحو المبين أدناه:

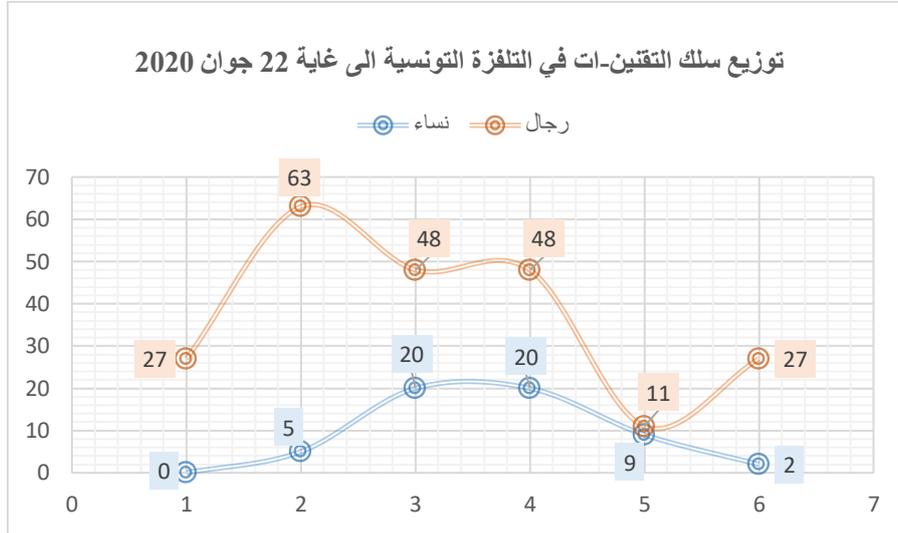


كل الإدارات المبينة في الرسم البياني معنية بإنتاج المضامين الصحفية ومعنية بما يصل للمشاهدات والمشاهدين من إنتاج سمعي-بصري. ويرتبط العمل الصحفي ارتباطا وثيقا بإدارتي الإنتاج والإدارة التقنية. ولئن نلاحظ ارتفاع عدد الصحفيات مقارنة بعدد الصحفيين فإن عدد النساء سواء في إدارة الإنتاج (26.27%) أو في الإدارة تقنية (19.35%) منخفض. فالثقافة الأبوية السائدة تميز بين مهن ذكورية وأخرى موجّهة للنساء وهو ما

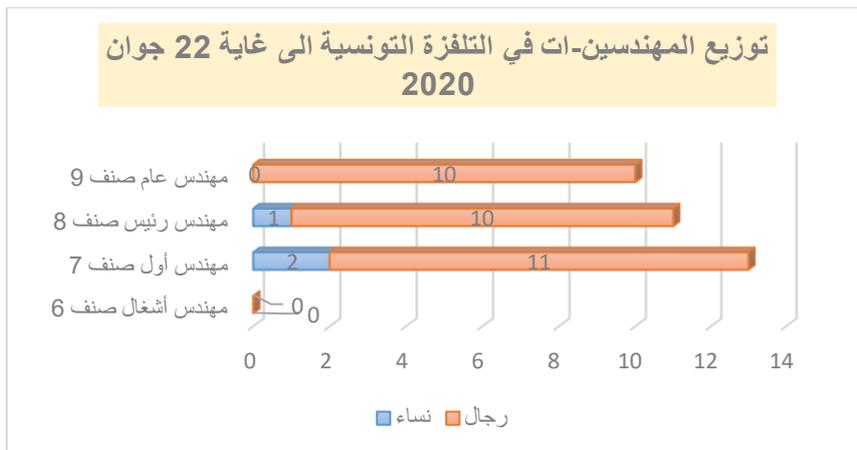
¹³تمّ التخلي عن التنافس في الترشح في القانون الانتخابي بمقتضى المرسوم عدد 55 لسنة 2022 المؤرخ في 15 سبتمبر 2022 يتعلّق بتفويض القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 المتعلّق بالانتخابات والاستفتاء وإتمامه

¹⁴ كافة الإحصائيات الخاصة بالتلفزة التونسية صادرة عن مؤسسة التلفزة بتاريخ 22 جوان 2020.

يفسّر ضعف نسب النساء في المهن التقنية بشكل عام رغم النفاذ إليها. ويبين الرسم البياني أعلاه، توزيع سلك التقنيين صلب التلفزة التونسية حيث نلاحظ ارتفاع عدد الرجال مقارنة بعدد النساء.



ضعف حضور النساء في سلك التقنيين يقابله ضعف آخر في هندسة الصوت والصورة وغيرها من التخصصات المرتبطة بالمجال العلمي، إذ تغيب النساء في خطة مهندس عام، مقابل وجود امرأة واحدة في خطة مهندس رئيس واثنين في خطة مهندس أول من مجموع 34 مهندس ومهندسة. ويوضح الرسم البياني التالي هذه المؤشرات وتوزيعها حسب الجنس:



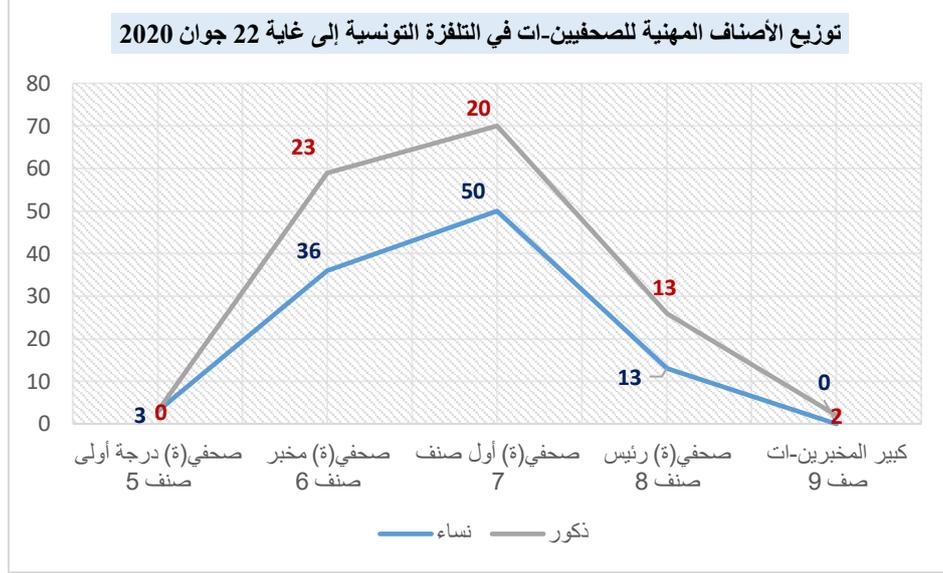
إن مختلف خطط الهندسة المبينة أعلاه، تبين نوع من التدرّج المهني المنصوص عليه في القوانين المنظمة للوظائف العمومية، فهي ليست خطط وظيفية. أما توزيع الخطط الوظيفية في مؤسسة التلغزة والذي يفيد صناعة القرار فهي على النحو الذي يبيّنه الرسم البياني التالي:



تعطي الإحصائيات المبينة في الرسم البياني والصادرة عن مؤسسة التلغزة، صورة دالة على الخطط الوظيفية إلى غاية جوان 2022 أي قبل تكليف امرأة برئاسة المؤسسة. وبمعزل عن خطة رئاسة المؤسسة فإن الإحصائيات المبينة لم يطرأ عليها تغيير كبير. وهي تبين أنه كلما تدرجنا تنازليا في الخطط الوظيفية كلما ارتفع حضور الحضور المرأة، وكلما تدرجنا تصاعديا كلما انخفضت النسبة والعدد. وهذه وضعية لا تخص قطاع الإعلام فحسب بل تنسحب على كافة الخطط الوظيفية في الإدارة العمومية التونسية وفق الدراسات والمؤشرات المتوفرة في مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة¹⁵. بما يعني، وجود فجوة نوع اجتماعي في مجال نفاذ النساء إلى مواقع القرار. ويعزى هذا إلى ترسخ الثقافة الذكورية صلب المجتمع التي ترعى التقسيم التقليدي للعمل وتستديم العنف الرمزي ولا تمنح للنساء فرصا متكافئة. ونشير إلى أن القوانين المنظمة للوظيفة العمومية تنظم التدرج الوظيفي والارتقاء المهني، وكذا شأن القوانين الأساسية المنظمة للمهن. ولئن كان حظ النساء قليل في النفاذ إلى مراكز القرار فإن ارتقائها من صنف إلى آخر

¹⁵ انظر، المرأة والرجل في أرقام، منشورات مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة-الكريديف، 2016.

بحسب القانون يكفل لها تدرجا مهنيا. وهو ما نتبينه من خلال الرسم البياني التالي الخاص بسلك الصحفيات والصحفيين:



إن توزيع الارتقاء المهني للصحفيين والصحفيات مرتبط بسنوات الأقدمية وبالعدد الإجمالي لصحفي وصحفيات التلفزة الوطنية. ويفسر ارتفاع عدد الصحفيات حسب الصنف مقارنة مع عدد الصحفيين بارتفاع عددهن صلب المؤسسة.

تساعد مختلف هذه المؤشرات الإحصائية الخاصة بمؤسسة التلفزة، سواء بنسب الصحفيات والصحفيين أو بنسب مختلف الأسلاك التي تشتغل في التلفزة التونسية على إعطاء صورة دالة على جزء من أجزاء النقطة 12 من منهاج عمل بيجين. وهي نقطة تتعلق بنسب حضور النساء في وسائل الإعلام وبدرجة نفاذهن إلى مراكز القرار وإلى المهن الذكورية المرتبطة بعملية صناعة المضامين وإلى المهنة الصحفية كمحرك رئيس لعملية الإنتاج. أما النقطة الثانية المرتبطة بمنهاج عمل بيجين في نقطته الثانية عشرة فهي تخص المضامين التي يتم ترويجها في وسائل الإعلام والمرتبطة بصورة النساء وبحقوقهن الإنسانية. فما هي مضامين صورة النساء في الإعلام؟ وهل ساعدت وسائل الإعلام التونسية على الترويج لصورة

متوازنة للنساء؟ وإلى أي مدى استطاعت وسائل الإعلام نشر قيم المساواة والابتعاد على ترويج الصورة النمطية التي تؤيد الوضع التمييزي للنساء صلب المجتمع؟

ثانياً: المرأة-النساء والإعلام بين التشريع والواقع

1. أي مكانة لموضوع المرأة والإعلام في السياسات العمومية وفي التشريعات

انطلق الاهتمام بصورة النساء-المرأة في وسائل الإعلام على إثر مؤتمر طونطو ومؤتمر بيجين المنعقدان سنة 1995. فقد قرّرت المجموعة الدولية على إثر إعلام أرضية عمل بيجين، "إدراج مبدأ مقاومة الأنماط السلوكية والمواقف التمييزية القائمة على اعتبارات جنسية ضمن أولويات الأعمال التي يجب القيام بها لفائدة المرأة"¹⁶. فقد تضمّن برنامج عمل بيجين (1995) قسماً تحت عنوان وسائل الإعلام جاء فيه: "لا تزال وسائل الإعلام في العديد من الدول تقوم بترويج صورة سلبية عن المرأة ولا تبرز تنوع حياة المرأة ومساهماتها في المجتمع"¹⁷. وقد اتّجه الهدف الاستراتيجي ياء-2-إلى: تشجيع تقديم صورة متوازنة وغير نمطية للمرأة في وسائط الإعلام، عن طريق عدد من الإجراءات التي يتعين على الدول اتخاذها منها النقاط التالية:

(ج) تشجيع التدريب الذي يراعي الفروق بين الجنسين للمهنيين في حقل الإعلام، بمن

فيهم ملاك ومدبرو وسائط الإعلام (...)

¹⁶ صورة المرأة في الصحافة المكتوبة، مرجع سابق، ص 12.

¹⁷ انظر إعلان ومنهاج عمل بيجين (1995)، الرابط: <http://hrlibrary.umn.edu/arabic/BeijingDeclPl.html>

(د) تشجيع وسائل الإعلام على الامتناع عن تصوير المرأة على أنها مخلوق أدنى منزلة واستغلالها كمادة وسلعة في سوق الجنس (...)

(هـ) ترويج مفهوم أن القوالب النمطية القائمة على التحيز الجنسي التي تعرضها وسائل الإعلام تتسم بالتمييز على أساس نوع الجنس، ومهينة في طابعها ومنفرة؛

(و) اتخاذ تدابير فعالة أو إرساء مثل هذه التدابير، بما في ذلك سن تشريعلائم (...)

ويفترض التصديق على منهاج عمل بيجين التزاما من الدول فهو بمثابة الاتفاقية ولها نفس الآثار وهو ما يفسر توجه مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة إلى إحداث آلية متابعة صورة المرأة في الإعلام¹⁸ سنة 1995. إلا أن هذه الآلية التي تم إحداثها لم تتجه بشكل مستديم إلى عملية الرصد، بل أنه لا نكاد نجد لها أثرا. ويندرج إحداث هذه الآلية ضمن خطة العمل التي أقرها مركز الكريديف سنة 1995 والتي تضمنت أيضا، التدريب الموجّه للصحفيين والصحفيين من أجل إدماج مقاربة النوع الاجتماعي في العمل الصحفي ومن أجل العمل على تقديم صورة متوازنة للنساء بعيدة عن الصور النمطية ومثمنة للنساء ولأدوارهن المختلفة.

وإنه على الرغم من التزام الدولة التونسية بالعمل على تطوير حقوق النساء ومصادقتها على العهود والاتفاقيات الدولية وعلى أرضية عمل بيجين فإن مكافحة التمثلات الاجتماعية والتصدي للنظم الاجتماعية التي تتحكم في التصرفات والسلوكيات البشرية بقي دون المؤمل. فالتمييز كسلوك وكمظاهر للتصرفات البشرية مترسب في المتخيل الجمعي ومكافحته تتطلب جهودا جبارة وسياسات عمومية تستهدف منظومة التعليم والثقافة والإعلام. ولئن كنّا نستطيع أن نتحدث عن سياسات عمومية في مجال الإعلام قبل 2010 فإنه بعد ثورة 14-17 جانفي 2011 شهد الإعلام حالة من التشتت وغياب كّلّ للسياسات العمومية التي هي من اختصاص الحكومات بصفتها الجهة الرسمية الوحيدة الموكول لها وضع السياسات العمومية في أي مجال، ذلك، أو وضع السياسة العمومية يتطلب التزامات من الدولة وإمكانيات تضعها على ذمة التنفيذ.

¹⁸ تم إرساء آلية متابعة صورة المرأة في الإعلام بمركز الكريديف بدعم من صندوق الأمم المتحدة للتنمية استجابة لتبني توجهات ندوة طنوطو ولأرضية عمل بيجين 1995. فقد أدرج مركز الكريديف سنة 1995 موضوع المرأة ووسائل الإعلام ضمن برنامج عملها، واتجه البرنامج إلى تكوين الصحفيين والصحفيات من أجل إدماج مقاربة النوع الاجتماعي.

وسط المشهد الإعلامي الذي ترك لحاله ولجهود بناته وأبنائه حاولت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري إرساء آليات التعديل الذاتي ووضعت وحدة رصد للإعلام. كما نظمت ملتقيات وندوات حول متابعة صورة المرأة في الإعلام، منها ندوة دولية بالاشتراك مع المجلس الأعلى للاتصال السمعي والبصري لفدرالية ولونيا-بروكسيل وبدعم من مجلس أوروبا حول: **صورة النساء وموقعهن في وسائل الإعلام السمعي والبصري**¹⁹. وقد تمّ خلال هذه الندوة تقديم نتائج دراسة حول "موقع وصورة النساء في الأعمال الدرامية التلفزيونية" في كل من تونس وفدرالية ولونيا-بروكسل. وقد تضمن تقرير الدراسة معطيات وبيانات وجملة من المؤشرات التي تضبط الملمح العام لصورة النساء في الإنتاج الدرامي التلفزيوني التونسي، من خلال دراسة خمسة مسلسلات تلفزيونية تونسية عرضت خلال شهر رمضان على أربع قنوات تلفزيونية تونسية. وقد

وفرت هذه الدراسة صورة دالة مرتبطة بالتمثيلات الاجتماعية المرتبطة بالنساء في الأعمال الدرامية التونسية من خلال دراسة كمية لمجموعة من المتغيرات المتصلة بالأدوار الموكلة للمرأة في الإنتاج الدرامي، يعيدنا عن الخوض في تقييمات أخلاقية يمكن أنتمس من حرية الفن والابداع. وقد كان تقديم الدراسة فرصة للتحسيس بقضايا النساء وبالصور النمطية التي يمكن أن تمس من كرامتهن، كما مثّلت تشجيعاً ضمناً للمنتجات والمنتجين وصناع المسلسلات للتوجه إلى إنتاج أعمال درامية يمكن من خلالها نشر ثقافة المساواة المناهضة للتمييز على أساس النوع الاجتماعي.

لئن غابت السياسات العمومية الإعلامية التي تستهدف تحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام فإن التشريعات التونسية الخصوصية ذات العلاقة بهذا الموضوع غير موجودة، عدا ما جاء في الفصل من القانون عدد 58-2017 المناهض للعنف المسلط على النساء فقد جاء في الفصل 11 منه في الفقرة الثانية ما يلي:

¹⁹نظمت الندوة الدولية حول صورة النساء وموقعهن في وسائل الإعلام السمعي والبصري بالعاصمة تونس، يومي الخميس 7 والجمعة 8 ديسمبر 2017.

- (...) ويمنع الإشهار وبث المواد الإعلامية التي تحتوي على صور نمطية أو مشاهد أو أقوال أو أفعال مسيئة لصورة المرأة أو المكرّسة للعنف المسلط عليها أو المقلّدة من خطورته، وذلك بكل الوسائل والوسائط الإعلامية. وعلى هيئة الاتصال السمعي البصري اتخاذ التدابير والعقوبات المستوجبة حسب القانون للتصدي للتجاوزات المنصوص عليها بالفقرة السابقة من هذا الفصل".

هذا بالإضافة إلى دعوة صريحة للتوعية بمخاطر العنف المسلط على النساء. وعلى الرغم من وجود هذا الفصل القانوني المهم ومن وجود وجوب احترام حقوق النساء في كراسات الشروط الخاصة بالتلفزات والإذاعات إلا أن الالتزام بتطبيق ما جاء في النصوص ظل ضعيفا لأسباب متعددة، منها غياب الرصد الشامل لكافة المضامين الإعلامية وضعف التعديل الذاتي واستئطان القيم والمبادئ الكونية لحقوق الإنسان. فما يمكن معاينته بالعين المجردة هو ترسيخ للصور النمطية وللثقافة السائدة رغم الدور المهم الذي لعبته الهايكا²⁰ كمؤسسة تعديلية للقطاع السمعي-البصري. وتجدر الملاحظة، أنه بمقتضى الفصل 11 من القانون عدد 58-2017 أصبح يحق للجمعيات المدنية الناشطة في مجال حقوق النساء خاصة وحقوق الإنسان وغيرها من الجمعيات إشعار الهايكا بأي تجاوز يخص صورة المرأة أو حقوقها. وقد وضعت الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري استثمارا للغرض وتلقت بموجب ذلك العدد من الإشعارات التي تولت على إثرها القيام بمهامها في مجال التعديل الذاتي للإعلام.

بين الواقع التشريعي في علاقة بصورة المرأة-النساء في وسائل الإعلام والقانون الدولي وما جاء في إعلان وأرضية عمل بيجين بون شاسع. فالتدابير التي تمّ اتّخاذها تظل غير كافية رغم جهود مركز الكريديف والهايكا في هذا المجال، ورغم ان مبدأ المساواة بين الجنسين يمثل إحدى القواعد الأساسية في التشريع التونسي خاصة إثر الثورة. فقد نص دستور 2014 على مبدأ المساواة بين المواطنين والمواطنات دون تمييز في الفصل 21 كما أن دستور 2022 قد حافظ على نفس هذا المبدأ في الفصل 23.

²⁰ مع دستور 2022 تمّ حذف الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري التي اعتبرت أحد المكاسب الأساسية في دستور 2014 الذي تمّ تعليقه في مرحلة أولى إثر إعلان حالة الاستثناء ليلة 25 جويلية 2021 ثم تعديله والاستغناء عنه بموجب استفتاء 25 جويلية 2022 حول دستور جديد وضع دون مداولة وبشكل انفرادي من رئيس الجمهورية قيس سعيد الذي ركز كل السلطات بين يديه لتدخل تونس في مرحلة سياسية جديدة.

2. مدونة البحث: برامج تلفزيونية متعددة ومضامين متنوّعة

لتحليل صورة المرأة في وسائل الإعلام، اعتمدنا على عينة تضمنت أربعة برامج تلفزيونية وإذاعية لقنوات وإذاعات خاصة، توزعت كالآتي:

- برنامج "رونديو 9" تبثه قناة التاسعة الخاصة
- برنامج "الوطنية الآن" تبثه القناة الوطنية الأولى
- برنامج "إنتي الموجيرة" وهو برنامج تبثه قناة الحوار التونسي الخاصة
- برنامج "أستوديو 9" وهو برنامج تبثه قناة التاسعة الخاصة
-

العينة تضمنت تحليل مضمون ستة عشرة حصة لكل من برنامج رونديو 9 وبرنامج الوطنية الآن، وهما برنامجان يوميان يتناولان الأحداث الآنية بالتحليل ويستضيفان ضيوف لتأثير حوارات حول مواضيع مرتبط بما يجري على الساحة الاجتماعية والمدنية والسياسية. والهدف من تحليل البرنامجين هو:

✓ التعرف على حجم مشاركة النساء وعلى الزمن المخصص لهن وعن نوعية المواضيع التي يشاركن من خلالها الجمهور المتفرّج

وبما أن المشهد الإعلامي لا يقتصر على البرامج الحوارية التي تتناول الأحداث اليومية فقد اتّجهنا إلى تحليل مضامين برنامجين "ترفيهيين"، لقناتين خاصة: قناة الحوار التونسي وقناة التاسعة. فقد تمّ رصد الحصص التي تمّ بثها خلال الفترة المتراوحة بين 09ديسمبر 2022 و20 جانفي 2023، وذلك، بغاية رصد الصورة المرأة والتوقف عند دلالتها. ولقد تمّ اختيار هذه البرامج استناداً إلى معيارين أساسيين: معيار حجم المشاهدة على اليوتيوب، ومعيار تنوّع المواضيع. فالعينة أو مدونة البحث، قد ركّزت على مضامين الإعلام السمعي البصري التي تقوم بصناعتها مؤسستين إعلاميتين خاصة، وهي قناة الحوار التونسي وقناة التاسعة.

تعتبر البرامج التي تمّ اختيارها ذات مضامين متنوّعة كما أنها برامج لا تعتمد فقط، على الصحفي المقدّم أو المقدّمة للبرنامج بل تستند إلى معلّقين ومعلّقات من مشارب مختلفة ووفقا لمقاييس مرتبطة بالإثارة والفرجة. ونشير في هذا الصدد، إلى "أن الساحة الإعلامية اليوم تشهد دخول عدد من الممثلين للتنشيط التلفزيوني وعدد من المعلّقين Chroniqueurs ذوي ملامح متنوّعة، إذ نجد ممثلين وفنانين، وأشخاص لهم متابعين على أنستغرام وغيره من ملامح أخرى. واختيار هذه الملامح المتنوّعة يخبر في ذاته عن التوجّه العام الذي اتّجهت إليه بعض القنوات التلفزيونية والمتمثّل في اختيار منشطين-طات أو معلّقين-ات يمكن أن يساهموا في ارتفاع حجم المشاهد وفي اختلاق المشهديات الفرجوية، أو بلغة أخرى في إحداث ما يسمّى بالبوز. فالقنوات التلفزيونية الخاصة تعيش من الأموال المتأبّية من الإشهار وتتجه أكثر فأكثر نحو الربح المادي"²¹. ونؤكد على أن هذه الظاهرة لا تخصّ وسائل الإعلام الخاصّة بل أنها موجودة فيالإعلام العمومي ولكن مع اختلاف نوعي. فلئن اتّجه الإعلام العمومي لاعتماد معلّقين-معلّقات فهو يمنح الفرصة لوجوه صحفية أو لخبراء في مجالات متعدّدة، وذلك، لتنويع الآراء خاصّة وأن الصحفي(ة) المنشط(ة) لا يستطيع إبلاغمواقف خاصّة به بما أنّه مطالب بالحياد وباحترام أخلاقيات المهنة. وهذا ما يقيم الفارق بين ملامح الكرونيكور في القنوات الخاصّة والكرونيكور في القنوات العمومية. ثمّة حدّ أدني يحترم في الإعلام العمومي الذي لا يروّج إلى حدّ الآن لما سمّي بظاهرة الاستغراموز أو اليوتوبير.

3. أي مشاركة للنساء في البرامج الحوارية، وبأي حجم؟

إن تهميش المرأة في وسائل الإعلام وضعف حضورها مسألة قائمة الذات. فالصورة التي يبرزها الإعلام هي صورة ذكورية بامتياز. وهي صورة تكرّس فكرة أن النساء لا مكان لهن في الفضاء العام أو أنّهن دخيلات عليها، وهذا رغم دخول النساء إلى سوق الشغل ومشاركتهن في النشاط والعمل الاجتماعي والمدني والسياسي. فقد أثبتت عديد الدراسات بأن النساء أقل بروزا وحضورا في التغطية الإخبارية وفي البرامج من الرجال. وقد انطلق رصد صورة المرأة وحضورهن في وسائل الإعلام على إثر دراسة قام بها الاتحاد العالمي

²¹ انظر، فتحية السعيد، الإعلام وصورة المرأة؛ بأي أسلوب؟ وبأيّة مضامين؟، مجلّة الإذاعات العربية (مجلة فصلية)، عدد 1، 2022، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس.

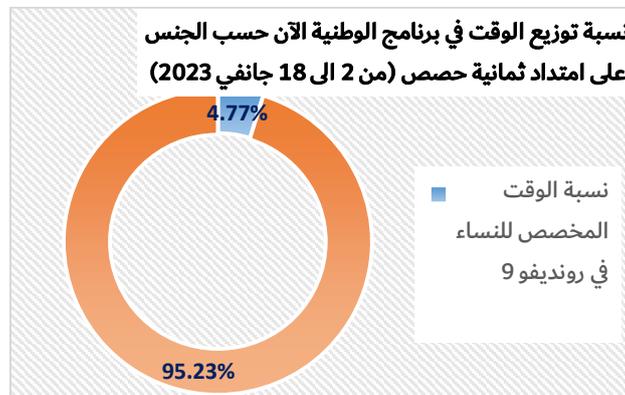
للاتصال المسيحي شملت 70 دولة حول العالم في جانفي 1995 وبعدها تتالت عمليات ومن أبرزها، الرصد الذي تمّ في 108 دولة سنة 2009 الذي اتّجه إلى دراسة تمثيلية للنساء في الأخبار. ومنذ ذلك، بدأ الاهتمام يتوسع لنشهد جهودا في هذا المجال في العالم العربي. واليوم بعد ثمانية وعشرون عام، نطرح السؤال من جديد، إلى أي مدى استطاعت وسائل الإعلام العربية والتونسية تلافى ضعف مشاركة النساء؟ وللإجابة على هذا التساؤل، اتّجنا إلى تحليل مضمون ثمانية حصص تلفزيونية لبرنامج الوطنية الآن الذي يبث على القناة الوطنية الأولى، وثمانية حصص أخرى لبرنامج رونديفو 9 الذي يبث على قناة التاسعة الخاصة. ويوضح الجدولين رقم 1 و2 نتائج هذا التحليل الكمي للمضمون.

الجدول رقم 1

النسبة	مدة مشاركة الضيفة	نساء-رجال	الحضور	ملمح الضيفة والموضوع	تاريخ البث	البرنامج
% 17.06	د 20.48	امرأة واحدة	منشطة و02 معلقين و05 ضيوف منهم امرأة	مديرة الاتصال بشركة نقل تونس الموضوع: إضراب قطاع النقل	02-01- 2023	البرنامج الوطنية الآن
% 11.70 % 10.82	الموضوع 1: 14.05 د الموضوع 2: 12.99 د	امراتان	منشطة و02 معلقين و03 ضيوف	مديرة عامة للتعليم الابتدائي الموضوع 1: إضراب قطاع التعليم الموضوع 2: طبية مختصة	03-01- 2023	القناة الوطنية الأولى
% 10.56	12.68	امرأة	منشطة و02 معلقين و04 ضيوف	ناشطة في المجتمع المدني الموضوع: حصول الجمعية على جائزة	04-01- 2023	مدة البث: ساعتان
09.09%	د 10.91	امرأة واحدة	منشطة و02 معلقين و04 ضيوف	متحدثة باسم عمال الحضائر الموضوع: إضراب عمال الحضائر	09-01- 2023	
% 5.24.07	د 6.29	امرأة	منشطة و02 معلقين و04 ضيوف	رئيسة الاتحاد الوطني للمرأة الموضوع: بادرة الاتحاد للحوار الوطني	10-01- 2023	
-----	-----	-----	منشطة و02 معلقين و03 ضيوف	لا وجود لضيقة امرأة	11-01- 2023	
% 5.15	د 6.18	ضيقة عبر الهاتف	منشطة و02 معلقين و03 ضيوف منهم امرأة	عضوة سابقة في هيئة الحقيقة والكرامة الموضوع: حول الهيئة	17-01- 2023	
% 10.85	13.02	امرأة واحدة	منشطة و02 معلقين و03 ضيوف منهم امرأة	مديرة مهرجان الموسيقى الموضوع: تقديم المهرجان	18-01- 2023	
% 10.06	د 96.60	مدة مشاركة النساء خلال 16 ساعة بث، ساعة وسنة وثلاثون دقيقة				الخلاصة

تم اختيار نفس الفترة الزمنية تقريبا لكلا البرنامجين التلفزيونيين، الأول يخص الإعلام العمومي والثاني يخص الإعلام الخاص، وذلك، بغرض المقارنة بين نموذجين للإعلام في بلادنا. وتوزعت الحصص المختارة من برنامج الوطنية الآن الذي يبث على القناة الوطنية الأولى، بين الفترة المتراوحة بين 02 و18 جانفي 2023، في توزعت الحصص المختارة من برنامج رونديفو 9 الذي يبث على قناة التاسعة بين 11 و19 جانفي 2023. يتميز البرنامجين بدورية منتظمة كل يوم، ويتناول كل منهما التعليق على الأحداث اليومية إلى جانب استضافة فاعلين اجتماعيين أو سياسيين للتداول حول مواقف وقضايا راهنة.

على امتداد ثمانية حصص تم استضافة 21 ضيف مقابل 08 ضيفات منهن واحدة عبر الهاتف. وينضاف إلى هذا المشهد الذي يغلب عليه الضيوف الرجال تكرار صور المنشطة التي يرافقها معلقين من الذكور، وبذلك، يصبح عدد الذكور في الحصص الثمانية 37 رجل مقابل 16 امرأة باحتساب التكرار للمنشطة وللمعلقين اللذان يؤثتان معها الحصص. هذه الأرقام على دلالتها تظل غير كافية وهو ما دفعنا لاحتساب المدة الإجمالية المخصصة للنساء للتعبير عن آرائهن في كل حصة على حدة وفي الحصص الثمانية مجتمعة. فتحليل المضمون الإعلامي، له معايير قياس واضحة، اخترنا منها: معيار قياس الزمن ومعيار الموضوع. ويبين التحليل المبني على معيار قياس الزمن أن النساء شاركن الجمهور آرائهن خلال مدة لم تتجاوز الساعتين على امتداد ثمانية أيام، أي ما يناهز 96.6 دقيقة مقابل 863.4 دقيقة لبقية المشاركين في الحصة بما في ذلك الوقت المخصص لطرح الأسئلة من المنشطة.



بتحليل ملامح النساء المشاركات في برنامج الوطنية الآن ونوعية المواضيع التي تمّ التطرّق لها، نتبين أن استضافتهن ارتبطت بمسؤوليات إدارية يتحمّلنها صلب الإدارة التونسية وعدددهن اثنتان (مديرة ومديرة عامة)، أو بارتباط بتخصصهن المهني (طبيبة)، أو بحكم نشاطهن في المجتمع المدني (ناشطة في جمعية تربوية ورئيسة الاتحاد الوطني للمرأة)، أو عضوة سابقة في هيئة وطنية (هيئة الحقيقة والكرامة) أو على رأس مهرجان ثقافي (مديرة مهرجان قرطاج للموسيقى). لئن تنوعت ملامح النساء الضيفات إلاّ أنهن عكسن صورة على تنوع مجالات مشاركة النساء في الحياة العامة. كما تبين الملامح نوع من النجاح لفئة من النساء اللواتي استطعن النفاذ إلى مراكز القرار أو تألقن في الدراسة فتخصصن في مجالات مهنية، وهذا إلى جانب ممارسة النساء للنشاط المدني -الحقوقي- أو الاجتماعي. بما يفيد أن ما يبرز هو الدور الإنتاجي المرتبط بسوق الشغل والدور المجتمعي المرتبط بالمشاركة في إدارة الشأن العام. وهذه أدوار من مجموع ثلاثة أدوار للنوع الاجتماعي تضطلع بها النساء في المجتمع.

أما المواضيع التي تمّ التطرّق لها خلال هذه الاستضافات فقد ارتبطت بأحداث يومية بارزة تخص الحياة الاجتماعية والسياسية. تنوعت بين طلب توضيح بخصوص تحركات احتجاجية واضرابات (إضراب قطاع النقل، والإضراب الإداري للتعليم واحتجاجات عمال وعاملات المناولة)، وبين التطرّق للوضع الوبائي في البلاد أو تغطية المهرجان أو حدث ثقافي بغاية الإشهار له. أما التداول والحوار عن الشأن العام السياسي، فقد تعلّق بمبادرة الاتحاد العام التونسي للشغل وبرأي أحد المنظمات النسائية حولها. بما يعني أن المشاركة والحوار الخاص بالحياة السياسية للبلاد قد حظي بتدخل يتيم لرئيس الاتحاد الوطني للمرأة بين ثمانية مواضيع تمّ التطرّق لها خلال الاستضافات التي تمت. ويعد ذلك، مؤشرا دالا في ذاته، فالتداول في الشأن السياسي ذكوري بالأساس رغم مشاركة النساء في تونس بشكل مكثّف في كل المحطات التي رافقت ثورة الحرية والكرامة والعدالة الاجتماعية (17-14 جانفي 2011). وهذا، في الواقع الأمر يعكس صورة نمطية سائدة وفي تهميش للنساء ولحقهن في التعبير عن آرائهن بخصوص الحياة السياسية وإدارة الشأن العام. كما أن صورة كهذه، تؤبّد التقسيم التقليدي للعمل وتجعل من النساء مواطنات من درجة ثانية، فالدور

الرئيس لهن هو الدور الإيجابي ويليه الدور الإنتاجي على اعتبار الاستيعاب النسبي لتشغيل النساء ولدورهن الاقتصادي. أما الدور المجتمعي المرتبط بمشاركة النساء في الجمعيات والنقابات والأحزاب فهو دور يأتي في المرتبة الأخيرة رغم ارتباطه بالحقوق السياسية والمدنية وبمفهوم المواطنة.

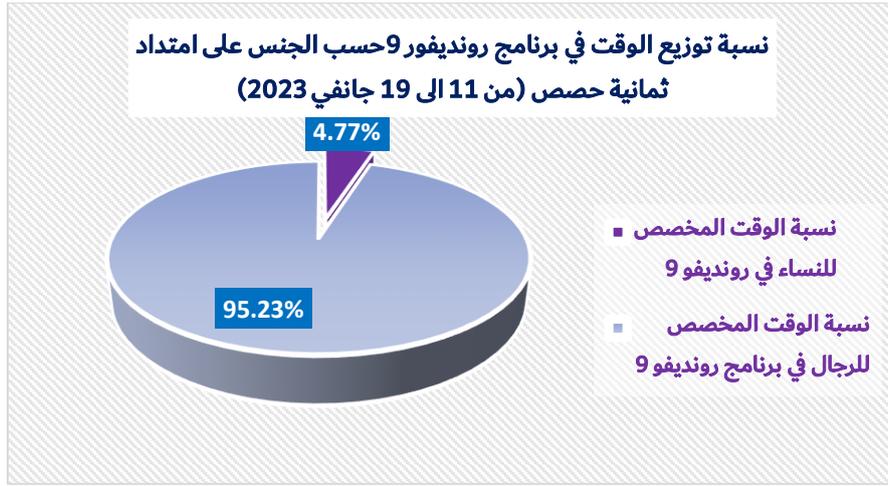
لئن كان عدد مشاركة النساء في بلاتوهات الإعلام العمومي ضعيف فإن هذه المشاركة أضعف في الإعلام الخاص. وهو ما يبيّنه الجدول رقم المتعلق ببرنامج رونديفو 9:

الجدول رقم 2

النسبة	مدة مشاركة الضيفة	ملاحظات	هوية الضيفة	الحضور	رقم الحصة	البرنامج
00%	-----	مشهد ذكوري بامتياز	-----	منشطة + 03 معلقين + ضيفان 05 مشاركات رجالية	86	رונديو 9 قناة التاسعة الخاصة
11.26%	09 دقائق للضييفة + 1.14 د للمعلقة= 10.14 د	الموضوع: التعبير على مواقف الجمعية من الشأن العام	رئيسة الجمعية التونسية للنساء الديمقراطيات	منشطة + 02 معلقين + 01 معلقة + 02 ضيوف، امرأة	87	
06.8%	6.12 د	02 ريبورتاج فيها 03 رجال	الأمينة العامة المساعدة لاتحاد عمال تونس عبر الهاتف	منشطة + 04 معلقين رجال + 01 ضيف + 01 ضيفة عبر الهاتف	88	مدة البث: ساعة ونصف
06.18%	5.57 د	لا وجود لضيفات والمرأة هي معلقة	-----	منشطة + 03 معلقين + 01 معلقة + 02 ضيوف	89	
14.75%	13.28	الموضوع: تحركات الغرفة ونقدم	رئيسة غرفة المهندسين المعماريين	منشطة + 03 معلقين + 01 معلقة + 1 ضيف + 01 ضيفة	90	
00%	-----	-----	-----	منشطة + 03 معلقين + 02 ضيوف	91	
5.3%	4.77 د	لا وجود لضيفات والمرأة هي معلقة	-----	منشطة + 02 معلقين + 01 معلقة + 02 ضيوف + ضيف عبر الهاتف	92	
00%	-----	مشهد ذكوري	-----	منشطة + 03 معلقين + 01 ضيف + 01 ضيف اخر عبر الهاتف	93	
5.57%	40.14 د	تم بث الحصة من 11 جانفي إلى 20 جانفي 2023 مدة مشاركة النساء خلال 9 ساعات وخمسون دقيقة بث، ساعة وستة وثلاثون دقيقة		الخلاصة		

ثلاثة نساء فقط، تمت استضافتها خلال ثمانية حصص من برنامج رونديو 9
منهن واحدة كانت عبر الهاتف. أما نسبة الزمن المخصص لهن باحتساب تدخلات المعلقة-
كرونيكور التي تشارك بين فينة وأخرى، فهو لم يتجاوز الخمسة بالمئة (4.77%). وهي

نسبة أقل من نصف الزمن المخصص للنساء في الإعلام العمومي. فعلى الرغم من اضطلاع امرأة بالتنشيط في كلا البرنامجين إلا أنه يبدو أن دورهن ضعيف أو غائب تمام في الإعداد للحصص، بما يعني أن دورهما قد اقتصر على التنشيط وتيسير الحوار دون طرح أسئلة إشكالية حول المواضيع المطروحة للنقاش.



هذا إلى جانب، التصور العام للبرنامج القائم على مجموعة من المعلقين من بينهم امرأة واحدة. وبالاستناد إلى ذلك التصور، تؤثت الحصة الأخيرة لنهاية كل أسبوع بأربعة معلقين- كرونيكور وتقتصر على استضافات وجيزة لضيوف عبر الهاتف، بالإضافة إلى ريبورتاج أو اثنين يلخص أبرز أحداث الأسبوع. وإنه خلال الحصة عدد 88 التي تم بثها يوم 13 جانفي تم بث ريبورتاج اعتمد على تصريح واحد لرجل، وريبورتاج ثاني، اعتمد تصريحين لرجلين. وتناولت التصريحات قضايا مرتبطة بإدارة الشأن العام. والجدير بالملاحظة أن من قام بهذا العمل الصحفية صحفية امرأة لم يتبادر إلى ذهنها تشريك نساء في القضايا المطروحة. وهذا مؤشر دال إلى جانب مؤشرات أخرى على ضعف استبطان ثقافة حقوق النساء ومقاربة النوع الاجتماعي. وعليه، فإنه "لا يختلف باحثان اثنان في مجال المرأة والإعلام في أن صورة المرأة العربية (بشكل عام) في وسائل الإعلام هي صورة نمطية،

وفي أن وسائل الإعلام قد أساءت إلى المرأة إمّا بتغييبها عن مشاهد الحياة العامة، أو بنقل صورة مغلوبة أو متجزأة عن أوضاعها وواقع مشاركتها في الحياة العامة²².

ففي هذا المشهد الذكوري بامتياز في برنامج رونديفو 9 الذي يكاد يغيب فيه صوت الفاعلة السياسية أو الفاعلة في المجال المدني، ذلك، أن ناشط واحدة تمّت استضافتها خلال 720 دقيقة بث خصّص لها 10.14 دقيقة للتعبير عن رأيها، يضاف ضياع لصوت المعلّقة- الكرونيكوز كلّما حضرت وهي تتوسّط زميلها بما يوحي من خلال قراءة سيميائية للصورة أنها محاصرة من الجانبين بالرجال، أو بالسلطة والهيمنة الذكورية بمعنى آخر، وهو ما يدل عليه أيضاً، الزمن المخصص لها للتعليق وطرح الأسئلة. وينضاف إلى هذه المشهدية فاصل إشهاري لإحدى المساحات التجارية الكبرى يروّج للمنتجات الغذائية، تظهر من خلاله امرأة وهي تقتني المواد الغذائية وتروج للسلع. وهذه صورة أخرى نمطية تنضاف إلى المشهد الفرجوي التلفزي تحيل النساء على الفضاء الخاص وعلى الدور الانجابي بما لا يدع مجالاً للشك. إنها صورة مترسبة في المتخيل الجمعي تتضمن تقسيماً تقليدياً للأدوار قائم على النوع الاجتماعي وعلى تمثيلات الدور بين الجنسانية.

²² انظر، تقرير الرصد الإعلامي للشبكة العربية لرصد وتغيير صورة المرأة والرجل في الإعلام لسنة 2011، صادر عن الشبكة العربية لرصد وتغيير صورة المرأة والرجل في الإعلام بالتعاون مع مركز وسائل الاتصال الملائمة للتنمية- ACT، ص 9.

ثالثاً: صور نمطية متعدّدة وعدم وعي بالحقوق الإنسانية للنساء

1. مشهد إعلامي باهت ومضامين فرجوية Buzz

عرف الإعلام التونسي تحوّلاً ملحوظاً إثر ثورة 17-14 جانفي 2011، فقد قام ببعض المراجعات وارتفع حجم الدفاع عن استقلالية المؤسسات الإعلام وحرية الإعلام والصحافة. كما أنّ ارتفاع حجم المؤسسات الإعلامية سواء الخاصة أو الجمعياتية. فقد أتاح تركيز الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري وسهرها على التعديل الذاتي استناداً للمرسوم 116 الذي تمّ وضعه بعد الثورة إلى جانب المرسوم 115 لتنظيم الإعلام والدفاع عن حرية التعبير والصحافة واحترام استقلالية المؤسسات الإعلامية وعدم معاقبة الصحفيين على معنى المجلّة الجزائرية كما سائدا زمن الديكتاتورية.

لم يمرّ هذا التحوّل في المشهد الإعلامي دون ظواهر سلبية أو جديدة، ومن بينها ظاهرة البحث عن الإثارة والبوز لغاية الحصول على نسب مشاهدة مرتفعة يمكن من خلال جلب المستشهرين. ونشير إلى عملية الإشهار قد كانت قبل الثورة تحت السيطرة الكاملة للدولة. فهي المتحكمة في توزيعها على القنوات وحجبها بقصد المعاقبة والسيطرة. وبعد الثورة أصبح سوق الإشهار، بشكل من الأشكال، مرتبط بإرادة المستشهرين دون رقيب أو حسيب وخاصة دون تنظيم محكم. كما غالب تدريجياً الدعم العمومي مما جعل القنوات والإذاعات الخاصة تحت رحمة المستشهر الذي تجاوز مهمته إلى التدخّل في بعض الحالات في الخط التحريري للبرامج. هذا المعطى فجّر ظاهرة البوز أو الإثارة وشجّع على إنتاج مضامين إعلامية باهتة أو قائمة على التسطيح وعلى الترفيه غير المفيد. وضاع تدريجياً، دور الإعلام كشريك في التنمية كما تنص على ذلك المواثيق والاتفاقيات الدولية ليحلّ معه ما يسمّى "بتلفازات الزبالة Télé Poubelle". والأسئلة المحورية التي تطرح، هي:

- ألا يمكن لبرامج هادف ولصحافة الجودة أن تتحقق نسب مشاهدة عالية؟
- ولماذا هذا الاستسهال وهذا التوجّه إلى برامج ترفيهية باهتة وفارغة أو إلى برامج اجتماعية تستثمر في مآسي الناس دون معالجات حقيقية؟

- وما هي الصور التي تمّ تمريرها حول المرأة-النساء في مثل هذه البرامج؟ وكيف كان التناول الإعلامي؟

مما لا شك فيه، أن القنوات التليفزيونية الخاصة تستند إلى "توجه تجاري بحث تضعف فيه المسؤولية الاجتماعية التي يضطلع بها الإعلام. وهو ما جعل هذه البرامج محلّ انتقادات كثيرة. وفي كل الحالات، لقد ساهمت هذه النوعية من البرامج في نشر ثقافة "التسطيح" و"الاستسهال" و"الضحك المفرط" و"التهريج" و"الصخب" الذي أصبح يؤثّر حيوات المشاهدات والمشاهدين. ونشير إلى هذه النوعية من البرامج التي تتجه إلى شدّ المشاهد(ة)، عادة ما تختار عناويننا مرّكبة أو عناويننا تستعمل فيها اللغة العامية التي لا تكتفي بذاتها فيتمّ إضافة كلمة بالفرنسية لها أو يكون العنوان كاملاً بالفرنسية وكان اللغة العربية غير قادرة على التعبير وعلى إنتاج المعنى"²³.

لا تقتصر فقط، صناعة المحتوى الإعلامي الذي يتضمّن الإثارة على اختيار أسماء البرامج باستعمال عبارات غريبة أو مرّكبة أو مرتبطة بالحس العام المشترك ومثيراته أو بعبارات فيها ترويح وترسيخ لاسم القناة أو صاحبها، بل أنها تخلق أجواء فرجوية من خلال استضافة جمهور مهمّته التصفيق وخلق حالة من الأجواء التي توحى للمتفرج بأنه بصدد مشاهدة مسرحية أو مقابلة لكرة القدم. تتجه هذه البرامج إذن، إلى خلق مشهدية فرجوية متكامل. ويبين الجدول التالي التصرّح Le Concept العام الذي تستند إليه هذه النوعية من البرنامج التي اتجهنا إلى متابعة برنامجين منها بهدف تحليل صورة المرأة في الإعلام بصفتها موضوع:

²³ فتحية السعيد، مرجع سابق، ص 56.

ملح المنشط	انتظارات-استعدادات نفسية	الحقل الدلالي لموسيقى الجينيريك والصورة الصاحبة	الحقل الدلالي للألفاظ
نضال السعدي-ممثل	بعد الاستماع لموسيقى الجينيريك وللمشهدية المصاحبة مع التحفيز على المشاركة من خلال عرض سيارة لمن سيربح يمكن أن ينخرط المتفرج لا شعورية في البرنامج ويمكن أن يقوم بإرسال الإرساليات القصيرة لعلّ الحظ يحالفه ويربح. هذا بالإضافة، للأجواء الصاخبة للجمهور الحاضر التي توحى بأجواء مفرحة	إيقاع يشد الانتباه، موسيقى احتفالية مع صورة مصاحبة للمنشط وهو يلقي بأوراق لعبة الكارطة وكأنه يصدد توزيعها على المشاهدين. وهذا يعكس تصوّر مدروس يشد انتباه المتفرج	اسم البرنامج: إنتي والموجيرة/ قناة الحوار التونسي إنتي: اسم فيه دعوة للمشاركة والتقاسم المجيرة: ورقة مؤنثة لعبة "الكارطة" وهي لعبة شعبية منتشرة الدلالة الرمزية تحيل على صورة المؤنث كموضوع للعب
رفيق بوشناق 08 + كرونيكور بملاح متنوعة	بعد الاستماع لموسيقى الجينيريك وللصورة المصاحبة ثمّة رغبة في التعرف على هذا الفيلق وعلى ما يمكن أن يتضمّنه الحوار فيما بينهم وفي كل الحالات مضمون أغنية الجيريك تحيل على أجواء خفيفة ومرحة	أغنية معدة للبرنامج وصورة مصاحبة للمنشط وهو وسط فيلق الكرونيكور وبعد يتمّ الدخول للأستوديو حيث يتحلّق فريق المعلقين-ات ويتوسطهم المنشط	اسم البرنامج: Raf Mag / إذاعة إي أف أم كلمة مركبة من جزئين راف Raf: هي الثلاثة حروف الأولى من اسم المنشط ماغ Mag: هي الثلاثة حروف الأولى من المغنسيوم. هو واحد من المعادن الستة الأساسية التي تشكل 99% من المحتوى المعدني للجسم. وهو ضروري لإنتاج الطاقة من الغذاء وحرق الدهون...
ملح المنشط	انتظارات-استعدادات نفسية	الحقل الدلالي لموسيقى الجينيريك والصورة الصاحبة	الحقل الدلالي للألفاظ
الهادي زعيم	لا شيء يمكن أن يشد الانتباه غير الدخول الصاخب للمنشط المنشط يستقل ضيوفه وهو يتحرك في اتجاههم وهذا يضفي حركية على البرنامج وهذا عامل محفز للمشاهد	إيقاع موسيقي بسيط وصورة متحركة عليها اسم البرنامج وإحالة على بلاتو منقسم إلى قسم يتمّ من خلاله الحديث مع الضيوف وقسم ثاني يحتله فريق موسيقي وقسم ثالث، فيه الجمهور	اسم البرنامج: فكرة سامي الفهري / قناة الحوار التونسي فكرة: تحيل الكلمة على الملكية الفكرية لصاحب الضمون إعلامي. فهي مرتبط باسمه هو أيضا، ترويج وإشهار لشخص صاحب القناة خاصة وأن اسم قد ارتبط بقضايا إعلامية شكّلت جدلا واسعا. وقد يكون ربط البرنامج باسمه لغاية الترويج صورة المنتج لمضامين بدل المتهم
سوسن معالج-مثلة 08 + كرونيكور بملاح متنوعة	بعد الاستماع لموسيقى الجينيريك وللصور المصاحبة ثمّ استعدادات نفسية تتكوّن لأن الصور مرتبطة بحاجات أساسية وحيوية للإنسان (الأكل + إقامة الإفراح)	إيقاع موسيقي صاخب وصور لمنتج أو خدمات المستشهرين الذين يمولون البرنامج ثم دخول صاخب للأستوديو.	اسم البرنامج: أستوديو 9/ قناة التاسعة استوديو 9: اسم يحيل على استوديوهات قناة التاسعة وفي ذلك، ترسيخ لاسم القناة لدى المشاهد وترويج لها

تحليل مختلف الحقول الدلالية التي تضمّنها الجدول، على مثيرات نفسية اجتماعية وعلى مضامين أريد إبلاغها للمتلقّي. فهي تخلق استعدادات ودوافع نفسية للتقبّل، بمعنى آخر، تحفّز رغبات كامنة لدى الإنسان وتلبّي حاجة المشاركة وتقاسم أجواء مرحة أو صاخبة. وهو ما يفيد أن فكرة كل برنامج مبنية على تصوّر متكامل ومدروس بهدف خلق مناخ فرجوي أو ترفيهي جاذب للجمهور.

2. بناء فرجوي وصور نمطية تعكس تمثلات اجتماعية مترسخة

2.1. المرأة-زوجة المستقبل والحاضر ؛ قصص وتمثلات

بني المشهد الفرجوي لبرنامج "انتي الموجيرة" على عناصر فرجوية متعدّدة تنطلق من الصور المصاحبة لجينريك البرنامج المتضمّنة للمنشط-الممثل وهو يستقبل أوراق لعبة الورق (الكارطة) في مشهد فرجوي قائم على الحركة وعلى إلقاء الأوراق وتنظيمها وبعثرتها لتنتهي هذه المشاهد باستقبال صاحب للجمهور يليه مباشرة استقبال ضيوف الحصة الذين قدموا للبرنامج من أجل المشاركة في مسابقة قصد ربح جائزة تتمثل في سيارة. ينقسم الضيوف إلى أزواج تدخل للبلاتو في مشهد صاحب هو الآخر. فكل زوج يدخل وهو يرقص على أنغام موسيقية أو أغاني صاخبة وفي إطار أجواء تحيل بشكل من الأشكال على رمزيات مختلفة، منها التقليدية ومنها العصرية. فقد استقبلت الحصة²⁴ عدد 09 أربعة أزواج، قدّم زوج نفسه بطريقة خاصة به. فقد قدّم الزوج أول نفسه بشكل كانت تلتحف فيه الزوجة بغطاء نسوي تونسي تقليدي معروف باسم "الفسفاري". فالزوجة تلبس لباسا عصريا (سروال وقميص في حدود الركبتين) ولكنها تغطّي رأسها والزوج قد حلق شعره بطريقة عصرية شبابية. أما صورة الزوج الثاني فهي تحيل على شخصين يبرز بينهما فارق السن وتفاوت في الطول ملحوظ. يلي ذلك، زوج ثالث، ظهرت فيها الزوجة وهي تلبس لباسا عصريا مع تغطية للشعر. وتتقارب مواصفات هذا الزوج مع الزوج الأول. أما الزوج الرابع، فقد أثار صخبا كثيرا وهو يرقص مبرزاً بعض الفنون الرياضية.

ترتكز تقديم الضيوف على التعرّف على الأزواج الأربعة من خلال عرض قصص التعارف قبل الزواج، مع اعتماد المنشط على التركيز على بعض جوانب عملية التعارف. وتبرز من خلال هذه القصص مجموعة من الصور والتمثلات الاجتماعية المرتبطة بسلوكيات وتصرفات يسندها المجتمع لكل من الجنسين. ففي العرف الاجتماعي، الرجل هو من يختار الزوجة وليس العكس، ولذلك، أثارت فكرة طلب المرأة الرجل للزواج ضحكا وضجيجا وتركيزا من المنشط على هذا السلوك. وإنه على الرغم من أن الضيف قد ركّزت على أن طلب زوجها من زوجها الحالي كان في قالب فذلكة عندما كانت صغيرة السن إلا أن

²⁴ بثت الحصة بتاريخ 09-12-2022 على قناة الحوار التونسي

الرواية في حدّ ذاتها تعدّ إيجابية نسبياً لأنه تساعد على تفكيك إحدى الصور النمطية التي تعطي للرجل حق الاختيار وحق التوجه للخطبة. وإن ما يعيب هذه الصورة هو كونها جاءت في سياق تقليدي تمثل في اختيار العائلة لزوجة المستقبل بعد أن ألقى الزوج زواجه من أخرى.

رواية الزوج الأول الذي تزوجا عن طريق الصدفة وبناءً على رغبة العائلة واختيارها تزوّج للزوج التقليدي ولتدخل العائلة في الحياة الحميمة للزوج. وهي صورة دالة على الثقافة الجماعية Communautariste التي يرتبط فيها الفرد بالجماعة (الأسرة) التي يمكن أن تتدخل في أدق خصوصياته. وهي تنشئة تقليدية لا تربّي الأبناء على الاستقلالية والاستقلال الذاتي بل تربيهم على التبعية وعلى التوجيه وعلى الولاية، حتى أن الزواج لا يصبح مشروعاً اجتماعياً يخص المعنى بقدر ما هو مشروع العائلة الموسعة وفق تصوّر نمطي للعلاقات الاجتماعية السائدة، واستناداً على "رضاء الوالدين" بمضمونه الديني التقليدي. كما ظهرت صورة نمطية أخرى، وهو صورة تشبّه العلاقة بين الزوجين النساء "باللباس من خلال عبارة لبستني"، أي التصقت به مثلها مثل لباس. عكس التعرّف على اللقاء الأول بالزوج أو الزوجة صوراً اجتماعية متعدّدة ومتنوّعة حول الذات الإنسانية التي تسعى إلى بناء علاقات حميمة في ظل مجتمع ما زال رهين العرف والتقاليد. فبرز صورة المرأة "التقليدية" المتمسّكة بتفصيلات العادات والتقاليد خلال الفترة التي تسبق الزواج بكل تفاصيل ما يسمى "جهاز"، لتبرز صورة المرأة التي لا ترى نفسها إلا المظاهر الاجتماعية المادية. كما قدّم الزوج كونه، ذاك الذي يقع عليه الحمل والعبء الاجتماعي بصفته "القوام" على الأسرة بالمعنى الديني والاجتماعي للكلمة.

ارتكزت أسئلة المسابقة التي توجّه بها المنشط للأزواج المتسابقين بتعلّة اختبار درجة التفاهم بين الزوجين على اختيار مواضيع لا تخرج على الحس العام المشترك، وهي مواضيع تحمل صوراً نمطية مرتبطة بتصوّرات سائدة عن المرأة وعن الرجل. وتتخلّص في مجموعة من الثنائيات هي:

- صورة المرأة المسرفة التي تحب المظاهر الاجتماعية في مقابل صورة الرجل الذي يتحمّل المصاريف الزائدة نتيجة ذلك السلوك،
 - صورة المرأة الغيورة مقابل صورة الزوج الذي يعاقب جرّاء الشك
 - صورة المرأة لا تقدّر قدرات الزوج وتطلب منه ما يفوق طاقته
 - صورة المرأة "الانفعالية" التي لا تثق بالرجل وترد الفعل بسرعة
 - صورة المرأة "المتملّكة" التي تخنق الزوج مقابل وتتصرّف بعدوانية
- تتجذر هذه الصّور في المخيال الجمعي وهي صور ترسبت على مرّ السنين وأصبحت تمثّل أنساقا ثقافية تتداول من جيل إلى آخر عبر عملية التنشئة الاجتماعية ومن خلال وسائل الإعلام التي تعمل بشكل واعي أو غير واعي على نشر مجموعة منالصور نمطية بما تتضمنه من معاني تحيل على ما هو ثابت ومترسخ ثقافيا.

2.2. صورة المرأة الموضوع أو المرأة كشيء للزينة

تخضع صناعة المحتوى الإعلامي الترفيهي القائم على الإثارة على خصائص محدّدة، منها اختيار وجوه نسائية ورجالية تثير الجدل وتمثّل مشاهد فرجوية في بلاطو تلفزي يفترض أن عدد من المعلقين-ات لهم-هن دور التعليق على مواضيع واضحة وتمثّل مشغلا اجتماعيا. إلا أن هذه النوعية من البرامج تركّز على مضامين باهتة وسطحية أو على مشاهد تمثيلية يكثر فيها التهريج وافتعال المواقف والمشاهد وفق سيناريو معد سلفا. فقد اتّجه مثلا، برنامج استوديو 9 إلى اختلاق مشهد يظهر أحد المعلقين وهو متأثر ويبكي كتعبير منه عن ألم فقدان الأب. برز الموقف سخيفا جدا خاصة عندما تحلّق به زملائه في محاولة لمواساته وسط أجواء "مقهى" انفعلي زبائنه لأمر ما.

من بين الخصائص الأخرى لمثل هذه النوعية من البرامج هو اختيار ممثلين وممثلات ويوتوبير وانستغراموز للعب دور المعلقين والمعلّقات أو بالأحرى دور المهرجين والمهرجات الذين واللواتي يحاولون جلب انتباه المتلقي. وينشط برنامج استديو 9 ممثلة هي في أغلب الأحيان سلبية وباهتة ومهمتها الرئيسية الربط بين ثمانية كرونيكور لكل منهم-منهن دورا محدّدا.

"الكلاش Clacsh" هو أحد أساليب الإثارة، إذ تنقلب الحصة إلى تبادل الانفعالات بين المتدخلين والمتدخلات. أما ما يسمّى مواضيع فهي تقتصر على كلمة، من نوع "الحب، الصداقة، المكتوب، الخيانة، الخ) تلقي بها المنشطة وتطلب من فيلق المعلّنين-ات التفاعل سواء بمقطع أغنية أو بأي حركة أو كلمة كانت. ويعقب ذلك، تصفيق من الجمهور. وما يشار إليه هو أن هذه النوعية من البرامج من أكثر البرامج التي تمرّر عديد الصور النمطية السائدة حول المرأة والرجل. هذا إلى جانب، صورة المرأة الموضوع-لا المرأة الذات التي تعبّر عنها الكرونيكورات من خلال لباسهن وطريق زينتهن وأسلوب كلامهن وتعاملهن في البرنامج. فهن يعبّرن عن صورة سلبية جدا للمرأة. ويرسخن صورة المرأة التي تهتم بالقضايا الشخصية، والهامشية، والسطحية، والمهتمة بجسدها بصفته موضوعا للإغراء أو سلعة معروضة في السوق. كما أن تناول المواضيع السطحية في مثل هذه البرامج لا يؤسس إلا للتسطيح والتجهيل وتكريس كل المظاهر السلوكية السلبية السائدة. هذا إلى جانب أنها برامج لا تعكس صورة متوازنة عن النساء وعن مكانتهن ودورهن الاجتماعي. كما أن لهذه الصورة الباهتة للمحتوى الإعلامياً أصبحت في ارتفاع مستمر لهاثا وراء نسبة المشاهدة على حساب مضامين جادة وعلى حساب مبادئ وقيم مهنة الإعلام المثبتة في مدونات السلوك وفي كراسات الشروط. كما أن هذه النوعية من البرامج الإعلامية التي تتركس مظاهر لتصورات وتمثلات اجتماعية ولنظرة سائدة في المجتمع، أصبحت تمثّل عائقاً حقيقياً في مجال النهوض وبأوضاع النساء والاعتراف بحقوقهن وتطوير صورهن. فهي بمثابة أحد العوامل الرئيسية التي تساهم في تعطيل التقدم والتطور، على اعتبار أن تطور الثقافة الاجتماعية واستبطان القيم الحقوقية وثقافة المساواة مرتبطة بدرجة وثيقة بتطور مكانة النساء وبالصور الإيجابية المرتبطة بمختلف أدوارهن في المجتمع وفي المجال العمومي.

وإذا كانت هذه البرنامج مثالا حيا عن فضاء للترويج لصور نمطية وسلبية عن النساء فإن دورها أخطر عندما يتعلّق الأمر بعملية التنشئة الاجتماعية التي تعتبر وسائل الإعلام أحد مؤسستها. فما من شك، أن وسائل الإعلام تساهم في تشكيل الصور المخيالية عند الأطفال كما أنها مجال وفضاء للتماهي عند المراهقين. ويمثّل التماهي عملية استيعاب لمسالك الآخر. ويتمّ ذلك، بصفة غير واعية وغير إرادية. و"يلقّ علماء النفس على هذه العملية أهمية

كبرى، لأنها تساهم في تأسيس الأنا وفي بلورة اتجاهات الأفراد، إذ يستعين الفرد بأولية تسام تتيح له التدرّب على اكتساب إنّيّة أو هويّة، متفاوتة من حيث الواقعية والإيهام... وذلك لحلول مقام المثالي التّمودجي في متنها"²⁵. كما أن خطاب التمييز لا يتجسّم فقط في فعل الكلام أو الكلمة بل يتجاوزه إلى الخطاب غير اللفظي. وهذا الخطاب غير اللفظي، هو الأخطر لأنه يمر بشكل سلسل وغير مرئي ليحسم بشكل كلي الهيمنة الذكورية ويكرّسها فتصبح شكلا من أشكال الممارسة المشرّعة والعادية. وهو ما يجب أن تنتبه هياكل المهنة الإعلامية وتشتغل عليه مع نظرائها من خلال نشر الوعي بالحقوق الإنسانية بشكل عام وثقافة المساواة بشكل خاص، بما يستجيب لجوهر الحرية التي تمثل العمود الفقري للشرعة الدولية ولثقافة حقوق الإنسان الكونية.

3. مقترحات وتوصيات:

يتعيّن على النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين أن تلعب دورا أكثر فاعلية في مجال التحسيس والتوعية بالحقوق الإنسانية وبمقاربة النوع الاجتماعي. وإنه انطلاقا من اعتبار الصور النمطية السلبية حول النساء شكلا من أشكال العنف الرمزي بصفته المعين والحاضنة الرئيسية لكافة أشكال العنف المسلط على النساء، وانطلاقا، من عدم توجه الدولة نحو مقاومة العنف الرمزي الممارس عبر وسائل الإعلام ولغاية تحسين صورة المرأة في الإعلام ومضاعفة العمل حول هذا الموضوع، فإنّه مطروح على النقابة:

- العمل على بلورة ميثاق وطني لتحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام بالتعاون مع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري ومجلس الصحافة والمؤسسات الإعلامية والصحفيين-ات والشركاء الدوليين واعتماده كوثيقة توجيهية من قبل العاملين والعاملات في القطاع وخاصة صناع المحتوى بكافة أصنافه
- إدراج موضوع العنف الرمزي وصورة المرأة ضمن وحدة الرصد بالنقابة والاشتغال عليه مع شركائها وإصدار المؤشرات الدالة بغاية التعديل الذاتي

²⁵ ج.ب.هوق، د. ليفيك، إ. موران، الجماعة السلطة والاتصال، ترجمة نظر جاهل، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1996، ص 35.

- خلق شبكة مع شركائها من الجمعيات الحقوقية والنسوية بغاية التحسيس بضرورة نشر صور متوازنة للنساء ومعاودة الجهود الرامية للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد النساء
- العمل على بلورة سياسات عمومية إعلامية قائمة على احترام حرية الإعلام واستقلالية المؤسسات العمومية ومكافحة نشر الصور النمطية عبر وسائل الإعلام
- العمل على إدراج التربية على وسائل الإعلام كمشروع مهم يساعد الناشئة على فهم الصورة دون أن يتأثر بها ويتماهاى معها.
- توحيد الجهود مع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري، ومجلس الصحافة من أجل مزيد دعم التعديل والتعديل الذاتي ودعم التدريب حول مقاربة النوع الاجتماعي
- تكثيف عمليات التحسيس حول آثار ترويج الصور النمطية والتمثلات السلبية على النهوض بأوضاع النساء وعلى الجهود المبذولة في مكافحة التمييز من قبل الجمعيات والمنظمات والهيئات الوطنية والدولية

○ المراجع باللغة العربية: كتب ومقالات وتقارير

✓ كتب

1. اسكندر الديك ود. محمّد مصطفى الأسعد، دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1993.
2. بيار بورديو: الهيمنة الذكورية، ترجمة: سلمان قعراني، مراجعة: ماهر تريمش، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، 2009.
3. ب.هوق، د. ليفيك، إ. موران، الجماعة السلطة والاتصال، ترجمة نظر جاهل، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1996.
4. مسلم أنيس، وسائل الإعلام بين الرأي العام والإرادة الشعبية، التعاونية للتأليف والنشر، بيروت، (تاريخ النشر غير موجود).
5. علي أفرار، صورة المرأة بين المنظور الديني والشعبي والعلماني، دار الطليعة، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى 1996

✓ مقالات

6. دليلة خنيس، سوسولوجيا الإعلام وعولمة المفاهيم، مجلة دفاتر المخبر، جامعة بسكرة الجزائر المجلد 12، العدد 02، 2017.
7. حوار "المعرفة" مع الدكتور زكي الجابر، مجلة المعرفة، عدد 8 أيار، 1979، ص 35، في دور الإعلام في دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، للدكتور اسكندر الديك والدكتور محمّد مصطفى الأسعد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1993.
8. فاطمة حافظ، صورة المرأة في وسائل الإعلام، منصّة بوابتي، رابط المقال: <https://myportail.com/actualites-news-web-2-0.php?id=2460>
9. فتحية السعيد، الإعلام وصورة المرأة؛ بأي أسلوب؟ وبأيّة مضامين؟، مجلة الإذاعات العربية (مجلة فصلية)، عدد 1، 2022، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس.

✓ دراسات وتقارير

10. صورة المرأة في الصحافة التونسية المكتوبة، دراسة مركز الكريديف بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للسكان، جانفي 2022.
11. تقرير تنمية المرأة العربية الثالث: المرأة العربية والإعلام؛ دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين 1995 و2005، صادر عن مركز المرأة العربية للبحوث والتدريب-كوثر، تونس 2006.
12. المرأة والرجل في أرقام، منشورات مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة-الكريديف، 2016.
13. تقرير الرصد الإعلامي للشبكة العربية لرصد وتغيير صورة المرأة والرجل في الإعلام لسنة 2011، صادر عن الشبكة العربية لرصد وتغيير صورة المرأة والرجل في الإعلام بالتعاون مع مركز وسائل الاتصال الملائمة للتنمية-ACT.
14. منهاج وإعلان بيجين 1995، رابط: <http://hrlibrary.umn.edu/arabic/BeijingDeclPl.html>

✓ Ouvrages

15. Balle, Francis et Padioleau, Jean, Sociologie de l'information, librairie Larousse, Paris, 1973.
16. Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Ed, Liber-Raison d'Agir, Paris, 1996.
17. Laurent TREMEL, Sociologie de la communication et des médias de, Eric Maigret, in, Education et sociétés, n°12, février 2003, pages 169-171.