

نحو

متوازنة

صورة

للنساء

الإعلام

في

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 مالِك 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 وتلمّس 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 تهّم 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 بجرائه 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 قذح وذمّ 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 وأنّه 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 المؤلّدة 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 الجندر يشغلّ 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 اليقين، 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 تميز 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 أزمتان 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 الحُضّ 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 هدرًا 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 الترفيهية 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 المرئيات 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 عمان: المطبعة الوطنية: عمان - 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 مغيّبة 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 متقدماً على المرأة كضيف، كمشارك، كمتصل، على الرغم من تزايد أعداد النساء كمقدّمات، ومشاركات في الإعداد وفي التقارير المرافقة. لذا بدا التمييز الجندري في البرامج الحوارية معقّداً، يرتدي أشكالاً متعددة، أحياناً يخفّ وأحياناً يقوى، أحياناً يُقسّم الأدوار والصفات والمسؤوليات علناً، وأحياناً يعتمد أسلوب التغيب للمرأة، وأحياناً أخرى يعتمد أسلوب التحييد للرجل، وأحياناً يلتف على حقوق المرأة عبر المبالغة وإعتماد أسلوب التسامي، وأحياناً يتنازل معترفاً لها بحقوقها إنّما هو إعتراّف مشروط، وأحياناً يُبرزها وهي تسبطن التمييز، 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 الكل والمرأة هي جزء من هذا الكل^{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 أُعطيت 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 الإعلانوية في المجتمعات الرأسمالية، وتقلّبت مع تقلّباتها. فقد اعتبرت دراسات الجندر لاسيّما في الولايات المتحدة تطوّر الظاهرة الإعلانوية 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، والعدائية، والديناميكية، والدائرة العامة، وللنساء الجمال والنعومة والدائرة الخاصة^{٢٢}. غير أنّه في السنوات الأخيرة أخذت البلاغة الإعلانوية 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 المذكر إلى المؤنث: لأنّه مَثَمّن 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 الإعلانوي زواج بطريقة مضطربة بين الدينامية الحالية لتطوّر الأدوار الجندرية (كما وصفها العديد من الفاعلين منذ عشرات السنين: ثبات نموذج مثال «الحياد» جعله أقرب من المذكر، 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 «الحدّثة». عاملةً 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 الحدّثة تجعلنا نفكر أنّه كلما استهلكنا كانت لدينا خيارات أكثر^{٢٦}.

واعتبرت ميشال مارتين **Michele Martin** أنّ أسطورة الحدّثة 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 الحدّثة، 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 لاشيء يوجد قبل التقدّم هذا، وبالمقابل هو أبدي^{٢٧}. ينتج عن أسطورة الحدّثة 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 ووقوفات 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 حظاً 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، لديهن 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 الإثنيين 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 الإهتمام 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 لتطبّق 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.

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: الجدّية والإثارة. وكلّما نحت نحو الأولى خسرت الثانية والعكس صحيح. وهي تعي ذلك وتعني أنّ لعبتها تقتضي السباحة بين هذين القطبين تبعاً لأيديولوجيتها 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 البيئي يُمارس نوعاً من العنف الرمزي، ومخاطره تأتي من حقيقة أنّ 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 متطرّفة مُعدّة لثُرسي 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 وأنّ أهمية الترفيه في الثقافة البصرية تنبع من أنّ المشاهدة التلفزيونية تدخل دون إحداث ضجة لاسيّما إذا كان البرنامج ترفيهياً شعبياً وغير سياسي، وهذا يضع الإنسان في إطار معادلة معرفية جديدة «ما فوق سياسية»، بمعنى أنّها 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 وللروح 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 تهميش 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 تقوّض ثقة العديد من النساء بأنفسهن^{٤٢}. وهذا ما أسماه «بورديو» بالعنف الرمزي، حيث المسيطر عليهن يُطبّقن 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 مرّة 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 المروّجة 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 اقتصر 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 تؤدّي 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 تنمّ 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 والحدّ 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 التوغل في عمق حميمياتها وخصوصياتها، وإن كان يتم إبرازه على أنه تعنيف ذاتي، من خلال التأكيد والتشديد على أنهم 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 أنك مارست الجنس مع مدير أعمالك في موقف للسيارات؟ تنفي الضيفة وبعدها يتصل المذيع بالصحفي الذي نشر الخبر ليوضح أنه بالخطأ قال في إحدى المقابلات التلفزيونية أن الفنانة هي ل.ع (ليال عبود) ولكنها في الحقيقة ف.م. نكتشف بعدها أن الخبر عار عن الصحة وأن المذيع كان يعلم بذلك، لكنه 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 القبلة ماذا تطلبين من الله؟ أن يسامحك على ذنوبك؟ وعندما تقول له أنا إنسانة مؤمنة أصلي وأصوم يقول لها مستغرباً: «إنتي ما عندك ذنوب!». وغالباً ما يسمح لنفسه باستباحة خصوصية ضيفاته في طرح الأسئلة كمحقق حتى أنه 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 التوغل 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 استقّزها المقدم 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 لأنها تشاجرت مع زميل لها في برنامج طوني خليفة، وتناولت في الكلام على كلّ من السيدتين نازك وبهية الحريري، أم لأنها كانت محامية مدافعة عن صدام حسين، أم لأنها تدافع حالياً عن بشار الأسد؟ أم لأنها ترشّحت في الانتخابات ضدّ لائحة الرئيس بري، أم لأنها 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 التدخل في السياسة التي هي بنظره شأن ذكوري بحت. 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.

ويعنّ المقدم في إهانة ضيفته وإذلالها، ويتوقّف ليُسدي النصيح والوعظ، ويُعاود الكرة، ليستدرجها للبكاء والندم. الغريب في الأمر لعبة التواطؤ بين المقدم 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 للمقدم 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 بحقّ النساء بأشكاله الجسدية والرمزية. فحملت الحلقة على طرافتها صوراً نمطية مهينة بحقّ كلّ من الرجال والنساء تردّدت على لسان المقدم كما الضيوف. وكان لافتاً الإهانة المركّبة التي تعرّضت لها المرأة عندما يصف أبو ملهب الرجل الذي يضرب زوجته بالمرأة، ولم يعترض المقدم على ذلك.

تتكرّر المشهدية عينها في الحلقة التي استضافت إحدى عارضات الأزياء، التي يمنها منذ البداية لاستضافتها ولزيادة شهرتها، ويعنّ 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 المقدّمة 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 مستهلها 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، نجدتها 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 بغالبيةهم 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 حقّقه 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 تنصدى 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 ذاك 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 موثيق 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 تختصّ 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 وتخنق 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 ونشرًا». 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 ينص على وضع المرأة تحديداً، ولا حتى على وضع الرجل أو الطفل.

■ تشجيع وإطلاق مرصد لقضايا النوع الاجتماعي تراقب وتساءل 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 تساعد 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 أوردها 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.