

دور وسائل الاتصال اليمنى فى تناول قضايا المرأة والتعليمات القانونية / المشاركة السياسية (

إعداد
د/ أمية جبران المقبل

لمحة

في ظل عالم متغير تنامي فيه التقدم العلمي والتكنولوجي محدثاً ثورة في مجال الإعلام والمعلومات من خلال البث الفضائي والأقمار الصناعية ، وفي ظل مناخ يسوده الدفاع عن حرية الرأي والحق في التعبير الحر ، ومناصرة قضايا حقوق الإنسان ومناصرة مفاهيم العدالة والمساواة والحرية ، تجدنا نتساءل : هل استفادت المرأة من ذلك التقدم غير المسبوق ، وهل ساعد المناخ المواتي على تحسين أوضاعها أو على الأقل هل ظهرت بوادر تبشر بيزوغ ذلك التغيير ، أم أن الظروف المجتمعية ما زالت تكرر البعد النوعي لجوانب التمييز بين المرأة والرجل ، معبرة عن وجود فجوة عميقة بين التقدم العلمي والتكنولوجي والواقع الاجتماعي المعاش ، ولأن قضية المرأة هي جزء لا يتجزأ من قضية المجتمع ككل ووطنه ، كما أنها قضية تنموية بالمعنى الواسع لهذا المفهوم الذي يضع في اعتباره المشاركة في اتخاذ القرار في القيام بالمسؤولية وتحملها .. ومن هنا كانت قضية المرأة واجبة التحرك لمعرفة مدى الدعم والمناصرة المقدمين لها في مجال الإعلام ليتناسب ذلك مع كل الجهود المبذولة من أجل الدفع بقضايا المرأة .

الاستراتيجيات الإعلامية المخصصة للمرأة وقضاياها في إطار الاهتمام بقضية ((المرأة و وسائل الاتصال)) يشير منهاج عمل بكين إلى أن الإمكانية متوافرة لكي تقدم وسائل الاتصال مساهمة أكثر فاعلية في مجال النهوض بالمرأة (الفقرة 234) كما يعترف منهاج العمل بإمكانيات وسائل الاتصال في مجال التأثير على السياسة العامة و المواقف والسلوكيات الخاصة ، ويدعو إلى التخلص من الصور السلبية والمهينة للمرأة في وسائل الاتصال من أجل (خلق صورة متوازنة عن تنوع حياة المرأة ومساهماتها في المجتمع في عالم متغير) (الفقرة 236) .. كما يشير منهاج العمل أيضا إلى أن ما تقدمه وسائل الاتصال من أعمال وبرامج تكرر الأدوار التقليدية ، تؤثر سلباً على مشاركة

المرأة في المجتمع .. ويدعو منهاج العمل إلى خلق ظروف مواتية لها من خلال تحسين مهاراتها ومعارفها وفرص وصولها إلى تكنولوجيا المعلومات ، من اجل تعزيز قدرتها على مكافحة السلبية والقضاء على كافة أشكال التمييز .. واستنادا" إلى التقدم المحرز في هذا الصدد على الصعيد الوطني ، تستطيع الوسائل الاتصالية أن تلعب دورا" جوهريا" في مجال النهوض بدعم ومناصرة مفهوم (القضاء على كافة أنواع التمييز ضد المرأة) ، وذلك بتشجيع السياسات والاستراتيجيات إلى تدفع بالرقى إلى الاستخدام الأمثل لوسائل الاتصال ، من هذه السياسات والاستراتيجيات الآتي : -

أولاً : السياسة الإعلامية :-

جاء في الفقرة الثالثة من السياسة الإعلامية (الرسالة الإعلامية حق من حقوق الإنسان والمجتمع ، والإعلام بأجهزته المسموعة والمقروءة والمرئية ملك للجميع ، ووظيفته الرئيسية في جميع الأحوال غايات مشروعة للجماهير ، لتحقيق الطمأنينة والرخاء الاجتماعي .

كما جاء في الفقرة (عاشرًا) التوسع في المساحة التي تبرز قضايا المجتمع وهمومه ومشكلاته وعرض الأفكار التحليلية حولها والمعالجات الممكنة والمقترحة لها بكافة الوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية .

وفي الأهداف العامة للعمل الإعلامي جاء في الفقرة الثانية عشر تعزيز التوعية بالقوانين والتشريعات النافذة والتأكيد على أهمية الالتزام بها وتنفيذها على كافة المستويات الرسمية والشعبية ..

وجاء تحت نفس العنوان في الفقرة التاسعة والعشرون : تخصيص برامج تتوجه بالعناية الخاصة نحو القضايا الاجتماعية والاهتمام بالمرأة والشباب والأمومة والطفولة والمغتربين وصحة البيئة والتوعية الصحية والتنمية الزراعية بالتنسيق مع كافة الوزارات ذات العلاقة . وبناء" على ما تقدم من استعراض لعدد من الفقرات التي تضمنتها السياسة الإعلامية بالجمهورية

اليمنية يتضح أنها غطت العديد من حقول التنمية ، كمعارف مختلفة ، والتي يجب على معدي ومقدمي البرامج وكل من له صلة بالإعلام الاطلاع عليها ، واعتبارها الإطار الذي من خلاله يمكن توعية الجمهور بقضايا المجتمع ، والتي قطعاً من بينها قضايا النساء .

ثانياً : الاستراتيجيات الوطنية الداعمة لمناصرة قضايا المرأة فى الإعلام :

يتركز العمل فى مجال الإعلام والذي يتعلق بقضايا المرأة من خلال تنفيذ بعض الاستراتيجيات الوطنية ، وذلك بإتاحة مساحة لتناول بعض القضايا المنصوص عليها فى تلك الاستراتيجيات ، وذلك نجده واضحاً فى : مشروع التوعية الإعلامية للسكان فى الإذاعة والتلفزيون : و هو مشروع بدأ العمل به منذ 1998م ومازال مستمر ، وتقدم فيه برامج فى كل من الإذاعتين البرنامج العام والثاني ، والإذاعات المحلية فى كل من (تعز - الحديدة - المكلا - سيئون - أبين - لحج - حجة - صعده - أب) . بالإضافة إلى القناة الفضائية والقناة الثانية . وعند الاطلاع على ما يقدم فى كل من الإذاعات والقنوات التلفزيونية للفترة من شهر يونيو - ديسمبر 2007م لحصر المقدم فى تلك الفترة ولمعرفة ما تضمنته من قضايا تخص النساء اتضح الآتى : - هناك برامج يومية توجه للتوعية بقضايا السكان منها : -

ن القضايا الصحية : تغطى ما نسبته 30% من البرنامج اليومي فى

الإذاعات الرئيسية وكذا الإذاعات المحلية السابق ذكرها .

بالإضافة إلى الفقرات التمثيلية التوعوية فى المجال الصحي التي تمثل نسبته

5% من البث اليومي فى الإذاعات ..

أما الجانب الصحي فى التلفزيون يقدم بشكل اسبوعى من خلال برنامج الصحة والمجتمع بالإضافة إلى بعض الفقرات التمثيلية التوعوية اليومية .

ن القضايا القانونية : فقد قدمت في الإذاعة من خلال بعض البرامج الأسبوعية وتناولت موضوعات التعديلات القانونية الخاصة بالمرأة ، بالإضافة إلى التوعية ببعض القوانين وكانت نسبة ذلك حوالي (10%) في الدورة البرمجية بالإضافة إلى التغطيات الخبرية للفعاليات . وكذلك الحال في البرامج التلفزيونية الأسبوعية .

أما بالنسبة لقضايا المشاركة السياسية للمرأة فإن الإذاعة ناقشت هذا الموضوع في أكثر فقراتها اليومية في شكل تغطية خبرية ، بالإضافة إلى تناوله في أكثر من برنامج اسبوعي اي ما بنسبته (10%) في الدورة البرمجية .. كما أن هذه القضية تم ناولها في البرامج الأسبوعية والتلفزيونية في أكثر من برنامج وتم عرض أفلام تسجيلية لمشاركة المرأة في الانتخابات كناخبة ومشاركة في أداة العملية الانتخابية .

وعند التتبع لما تم حصره لتلك البرامج والتي تتناول قضايا المرأة ، نتوصل إلى الآتي :

هناك تركيز على القضايا لصحية كجانب توعوي شمل جوانب كثيرة . الجانب القانوني لم يحظى بالتوعية الكافية رغم أهمية ذلك بنسبة لكل فرد والمرأة على وجه الخصوص .

إما جانب المشاركة السياسية فقدم في شكل برامج يومية وأسبوعية مع التركيز على الفعاليات المناسباتية مثل يوم المرأة العربي أو يوم المرأة العالمي أو بعض الفعاليات النسوية .

وتجدد الإشارة هنا إلى أننا لم نتابع الدراما التلفزيونية أو الإذاعية المقدمة في تلك الفترة ، لأنها جميعاً مستوردة من أقطار عربية ، ولم تعرض أي دراما يمنية في تلك الفترة .

ن صورة المرأة كما تقدم في بعض الصحف النسائية : -

فيما يتعلق بالمادة المقروءة ، حاولت الاطلاع على عينات من بعض الصحف الأكثر تناولا "لقضايا المرأة وهي :

ملحق الأسرة الصادر عن مؤسسة الثورة للعام 2007م وقد بلغ اجمالى الإعداد (48) نسخة بواقع أربع نسخ فى الشهر .

واخترت (20) نسخة بطريقة عشوائية وفى أشهر متباعدة اى ما نسبته (42 %) من الإصدار الكلى لعام 2007م

وقد استخدمت الموضوع كوحدة لتحليل مضمون تلك الصحف وعند رصد

الموضوعات المتناولة فى صحيفة الأسرة تبين الآتى : -

الموضوعات الصحية 30%

الموضوعات القانونية 25%.

الموضوعات التربوية 20%

موضوعات اجتماعية ونفسية 15%

موضوعات دينية 10%

وإذا تتبعنا النتائج أعلاه نجد أن الجانب الصحي اخذ النسبة الأعلى وهذا راجع إلى أن هذه الصحيفة موجهة للأسرة ، كما جاء الجانب القانوني فى المرتبة الثانية وهو جانب مهم . ولكن الموضوعات التي تناولها هي قضايا مثل الطلاق والحضانة ، والحماية القانونية للأطفال وعرض لبعض قوانين العقوبات ، وهناك عدداً تناولا التعديلات القانونية التي

تصون حقوق المرأة بالإضافة إلى التغطيات الخبرية لبعض فعاليات المرأة . إما الجانب الخاص بالمشاركة السياسية فانه لم يظهر فى العينة التي تم اختيارها ولهذا لا يمكن الجزم بان قضايا المشاركة السياسية لم تتناول ، فقد يكون تناولها قد تم فى الإعداد التي لم يتضمنها التحليل

✓ **الصحيفة الأخرى التي وقع الاختيار عليها هي صحيفة (8 مارس) وهي صحيفة شهرية مستقلة . وهذه الصحيفة في أحيان كثيرة لا تصدر شهريا" ، وقد اطلعت على أربعة أعداد منها صدرت في عام (2007) اي ما نسبته 33% من اجمالي الإعداد الصادرة .. والموضوعات التي تناولتها هذه الصحيفة فيما يخص قضايا المرأة اخذ الجانب الصحي الحيز الأكبر بنسبة 40% كما اخذ الجانب التعليمي المرتبة الثانية بنسبة 30% وأوجدت بعض التغطيات لقضايا المرأة المتفرقة سواء داخليا" أو خارجيا" ، في حين لم تتناول موضوعات التعديلات القانونية ، والمشاركة السياسية للمرأة ..**

✓ **الصحيفة الأخرى التي وقع الاختيار عليها هي صحيفة (8 مارس) وهي صحيفة شهرية مستقلة . وهذه الصحيفة في أحيان كثيرة لا تصدر شهريا" ، وقد اطلعت على أربعة أعداد منها صدرت في عام (2007) اي ما نسبته 33% من اجمالي الإعداد الصادرة .. والموضوعات التي تناولتها هذه الصحيفة فيما يخص قضايا المرأة اخذ الجانب الصحي الحيز الأكبر بنسبة 40% كما اخذ الجانب التعليمي المرتبة الثانية بنسبة 30% وأوجدت بعض التغطيات لقضايا المرأة المتفرقة سواء داخليا" أو خارجيا" ، في حين لم تتناول موضوعات التعديلات القانونية ، والمشاركة السياسية للمرأة ..**

✓ **إما الصحيفة الثالثة التي تناولتها بالتحليل هي صحيفة المرأة الصادرة عن دار المرأة للصحافة والنشر ، شهرية الصدور . وقد اطلعت على خمسة أعداد منها اي ما نسبته 41% من اجمالي الإعداد الصادرة في عام 2007م .**

• **وتوصلت إلى أن الصحيفة تناولت موضوعات تخص قضايا المرأة في المجالات الآتية :**

- صحية : 20%
- تربوية : 15%
- تعليمية 15%

- قانونية 20%
- اجتماعية 25%
- بالإضافة إلى التغطيات الخبرية لفعاليات المرأة محليا" وخارجيا" ما نسبته 5% .
- فإذا تتبعنا هذا التحليل المبسط الذي اعتمد على الموضوع كوحدة للتحليل .
 اى (اعتماد على الأخذ بعناوين الموضوعات دون التحليل الدقيق لمحتوى الموضوعات) فإننا سنتوصل إلى أن هذه الصحف قد تناولت قضايا المرأة تمثلت فى المجال الصحي ، والقانوني ، والتعليمي ، والتربوي ، والاجتماعي بنسب متفاوتة ، حيث اخذ الجانب الصحي المرتبة الأولى فى حين جاء الجانب القانوني فى المرتبة الثانية ، ولكن الجوانب القانونية لم تتناول التعديلات القانونية بشئ من التفصيل المطلوب ، أما جانب المشاركة السياسية للمرأة وهو محور اهتمامنا فى هذه الورقة لم ينل اى اهتمام من قبل تلك الصحف

ن ما يجب أن يكون عليه وضع الإعلام فى مجال المناصرة لقضايا المرأة :

- أن يركز الإعلام فى أدائه تجاه قضايا المرأة بشكل مدروس وداعم ، لان المرأة تمثل قطاعا" بشريا" له دوره المؤثر فى المجتمع وفى عملية التنمية ، وبالتالي فان الاهتمام بقضايا المرأة هو اهتمام بالمجتمع بأسره ، وهو اهتمام بالعناصر الفاعلة فى عملية التنمية فى الحاضر والمستقبل . ومن هنا لا بد من وضع إستراتيجية إعلامية للمرأة تقوم على الأسس التالية : -
- التأكيد على الدور الايجابي الذي تقوم به المرأة فى المجتمع .
- إعادة النظر فى المادة الاتصالية التي تعمل على التفرقة النوعية بين الرجل والمرأة .
- يجب الوضع فى الاعتبار أن للثقافة مهمة وطنية تعمل على بناء المجتمع السليم .

- يجب الاهتمام بالعنصر الانساني العامل فى العملية الاتصالية ، فيما يتعلق فى التدريب والتأهيل اللائق .
- الاهتمام بزيادة مشاركة المرأة ومساعدتها على الوصول إلى مناصب اتخاذ القرار فى وسائل الإعلام المختلفة ، وحسن التدريب على تكنولوجيا الاتصال الجديدة .
- العمل على تنقية البرامج من العبارات غير الملائمة وتحسين أسلوب الخطاب المستخدم فيها .
- من الأمور المهمة دراسة الوسائل الإعلامية الأكثر فعالية بالنسبة لإمكانية النساء ودرجة استيعابهن واحتياجاتهن الحقيقية لتحديد الوسائل الإعلامية الأكثر مناسبة لهن مثل : (الاتصال الشخصي) .
- إظهار نماذج نسائية يحتذى بها من خلال عرض صورة مشرفة ايجابية تساهم فيها المرأة فى تنمية مجتمعا وتعمل على النهوض به . (مثل برامج خاصة بالرائدات من النساء اليمينيات) .
- ولتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية لا بد من وضع خطط إعلامية توزع على كافة وسائل الإعلام ليتم تضمينها فى الدورات البرمجية بعيدا عن العشوائية ، لان العمل المخطط يكون سهل التقييم والمتابعة على أن تتضمن المحاور التالية : -
- المرأة ومعوقات التعليم.
- المرأة والرعاية الصحية.
- المرأة والوعي الثقافى والقانونى.
- المرأة والمشاركة فى الحياة السياسية والاجتماعية
- الواقع الاقتصادى والمرأة.
- بالإضافة إلى ذلك يجب إلزام معدي ومقدمي البرامج بإدخال هذه الموضوعات ضمن خططهم البرمجية فى جميع الدورات البرمجية .
- الاهتمام بدراسات قياس رأى الجمهور أو المتلقين والاستفادة من نتائجها فى تحسين وتطوير برامج المرأة .

