

(١٣)

## الإعلام والمرأة الأفريقية

تؤكد الدراسات الانثروبولوجية والسياسية والاجتماعية ان النساء هن الفئة الوحيدة التي عانت من التمييز منذ عصر الصيد وأن جميع الثورات التي شكلت مسار البشرية من عصر إلى عصر بدءاً بثورة العصر الحجري التي نقلت البشرية من عصر الصيد إلى المرحلة الزراعية التي شهدت الحضارات القديمة ثم الثورة الصناعية التي نقلت البشرية من مرحلة الزراعة إلى الصناعة وأدت إلى ظهور الرأسمالية الأوروبية والطبقات الوسطى وانحياز النظام الاقطاعي. ثم الثورة الثالثة التي نقلت البشرية من مرحلة الصناعة إلى الثورة العلمية والتكنولوجية جميع هذه الثورات لم تغير كثيراً من جوهر التمييز بين المرأة والرجل ولعله من المفيد قبل التحدث عن دور الإعلام الأفريقي في النهوض بأوضاع المرأة الأفريقية تجدر الإشارة إلى مجموعة من الحقائق الخاصة بالنساء الأفريقيات.

١ - لا بد أن نعترف بأن هناك تحسناً ملموساً في أوضاع النساء الأفريقيات خلال النصف الأخير من القرن العشرين وصولاً إلى الألفية الثالثة. وذلك بفضل الجهود الرسمية والشعبية دولياً وإقليمياً ومحلياً وأيضاً أسهام المؤتمرات الدولية في رفع مستوى الوعي العالمي بقضية المرأة منذ مؤتمرات المكسيك ١٩٧٥ ونيروبي ١٩٨٥ وبكين ١٩٩٥ عدا صدور الاتفاقية الدولية لإلغاء التمييز بين الجنسين عام ١٩٨٢. وهذا هو الوجه المضي وعلى الجانب الآخر يأتي الوجه

المعتم إذ أن معظم الأهداف الواردة في وثائق هذه المؤتمرات لم يتحقق فلا تزال النساء الأفريقيات محرومات من كثير من حقوقهن المدنية والاقتصادية والثقافية وتفضيلاً لذلك.

٢- رغم ما تتميز به الدول الأفريقية من تقارب اجتماعي وثقافي ونضال مشترك ضد المستعمر الأوربي إلا أن ذلك لا ينفى تنوع أنظمة الحكم والتفاوت الاجتماعي والاقتصادي فضلاً عن اختلاف نمط الإنتاج ومنظومة القيم المجتمعية وينعكس ذلك بوضوح على النساء الأفريقيات فالأزمة الاقتصادية الراهنة تؤثر بصورة سلبية على الفئات الكادحة كافة وعلى النساء بصورة أكبر فالفقر له وجه امرأة كما تتأثر المرأة الأفريقية بالصراعات السياسية والحروب الأهلية والمجاعات خصوصاً في يوروندي والصومال ونيجيريا والسودان.

٣- لا يزال ٧٠٪ من البنات الأفريقيات في سن التعليم خارج المدرسة كما تعاني نظم التعليم الأفريقية من أزمة غياب التنسيق مع سوق العمل وما يترتب عليه من تخرج أفواج من العاطلين والعاطلات كما أن المناهج التعليمية والتشريعات القانونية وتفسير النصوص الدينية لا تزال تكرر الموروث الثقافي السلبي الذي يرسخ فكرة النقص الأنثوي ويعزز التمايز بين الجنسين.

٤- تشكل المرأة الأفريقية نسبة تتراوح بين ٣٥-٥٥٪ من قوة العمل الأفريقي علماً بأن هذه الإحصاءات لا تعكس الحقيقة كاملة لأن عمل المرأة المنزلي لا يدرج في قوة العمل الرسمية. ورغم ذلك فإن النساء والأفريقيات هن أول ضحايا البطالة ولا يزال أجر النساء أقل بكثير من الذكور في معظم القطاعات الخدمية والاقتصادية.

٥- تتعرض المرأة الإفريقية لأشكال متباينة من العنف البدني والنفسي أسرياً واجتماعياً.

في ضوء هذه الحقائق تطرح هذه الندوة من خلال العديد من الأوراق (الصور المتبادلة بين المرأة الأفريقية والإعلام) وهنا يبرز السؤال المحوري: هل يسعى الإعلام الأفريقي لحث المجتمع على سد الفجوة النوعية والحقوقية بين المرأة والرجل أم يسعى إلى الإبقاء على الأوضاع التقليدية للمرأة رغم ما تحمله من ظلم اجتماعي وإنساني، وهل يسعى الإعلام الأفريقي إلى تفعيل ما تشير إليه الدساتير المحلية والعالمية من تأكيد قيم المساواة القانونية والتشريعية بين المرأة والرجل أم أنه يعمل على تكريس الواقع الراهن للمرأة بكل ما تحويه من قصورات وفجوات حقوقية ساعياً إلى استثمار المرأة من خلال الإعلانات لترويج القيم الاستهلاكية لصالح السوق العالمية؟

كي نستطيع الإجابة عن هذه التساؤلات لابد من الإحاطة بثلاثة محاور أساسية:

**المحور الأول:** يتناول السياسات الإعلامية تجاه المرأة وتتضمن صورة المرأة الأفريقية في وسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع والفضائيات والإعلام الإلكتروني وموقف القيادات الإعلامية من قضايا المرأة الأفريقية.

ويركز المحوران الآخران على العنصر البشري أي الإعلاميات الأفريقيات ووعيهن بقضايا النوع الاجتماعي وهمومهم المهنية والأسرية والاجتماعية والجمهور النسائي وعلاقته بوسائل الإعلام الأفريقية سواء من حيث الاستخدمات أو التفضيلات علاوة على مدى اهتمام وسائل الإعلام الأفريقية بإشراك الجمهور النسائي وتلبية احتياجاته الاتصالية.

يشير المشهد الإعلامي الأفريقي الراهن إلى وجود أربعة تيارات فكرية تتحكم في اتجاهات ومواقف الإعلام الأفريقي تجاه قضايا المرأة وحقوقها.

### ١- التيار التقليدي:

الذي يستمد مشروعيته واستمراريته من الموروثات الثقافية والتفسير الذكوري السلفي للأديان والخضوع النسائي للموروثات ويكرس فكرة النقص الأنثوي ودونية المرأة وعدم احتساب العمل المنزلي للمرأة اقتصادياً واجتماعياً كما يستفيد من الظروف المتراجعة في الدول الأفريقية والتي تتمثل في تفكك المنظومة القيمية وتخلي الدولة عن مسؤولياتها الاقتصادية والاجتماعية وغياب الديمقراطية والتبعية الاقتصادية للسوق العالمية. ويعبر هذا التيار عن نفسه بكثافة في معظم وسائل الإعلام الأفريقية المقروءة والمرئية والمسموعة والفضائيات من خلال الصور التي تحصر المرأة في أدوارها المنزلية واهتماماتها الأنثوية وخضوعها المطلق للسلطة الذكورية في الأسرة الأفريقية سواء الأب أو الأخ أو الزوج.

### ٢- التيار الاجتماعي التحرري:

ويرجع هذا التيار إلى دعوات الرواد المستنيرين الذين طالبوا بتحرير المرأة في إطار حركة الأحياء القومي وحركات التحرر الوطني الأفريقية وقد تلقى هذا التيار قدراً كبيراً من الزخم والاستمرارية منذ سبعينيات القرن العشرين بفضل جهود الأمم المتحدة وسعيها الدؤوب من أجل تحقيق المساواة الحقوقية بين المرأة والرجل وإدماج المرأة في المجالات التنموية والأنشطة المجتمعية كافة.

### ٣- التيار النسوي الوافد من الغرب:

ويحصر نضال المرأة في أطر معزولة عن السياق المجتمعي ويدعو إلى تحطيم النظام الأبوي الذي يميز نمط العلاقات القبلية والأسرية في المجتمعات الأفريقية ويعبر عن نفسه في بعض الكتابات النسوية ويتجسد في كثير من المنظمات النسائية الأفريقية التي كرسست هامشية النضال لنسائي في معظم الدول الأفريقية.

#### ٤- التيار العولمي:

يستفيد من فلسفة وأفكار التيار التقليدي وتستمر مقولاته وقناعاته في التركيز على أنوثة المرأة واستخدامها كمادة جاذبة في الإعلانات كما يركز على النساء الأفريقيات الفقيرات كقوة عمل رخيصة غير مؤمنة على نساء الطبقة الوسطى كعنصر استهلاكي لصالح السوق العالمية والمحلية. لقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام الأفريقي من قضايا المرأة. وتبلورت في مجموعة من الحقائق نظرها على النحو التالي:

١- انحياز الإعلام الأفريقي طبقياً لنساء المدن على حساب نساء الريف والطبقات الشعبية.

٢- انحياز الإعلام الأفريقي مهنيّاً للنخب النسائية في السياسة والفن والرياضة والاقتصاد والبيئة على حساب الجموع النسائية الكادحة في مجالات العلم والتعليم والطب والعمل الاجتماعي التطوعي وريبات البيوت والعاملات والمناضلات السياسات والسجينات والمعوقات.

٣- انحياز الإعلام الأفريقي لمرحلة الخصوبة في عمر المرأة من سن ٢٠-٤٠ عاماً (الزوجة والأم) وتجاهل الطفلة الأنثى والمراهقة والمسنّة.

٤- عدم الاقتراب من قضايا الأحوال الشخصية والأسباب الاجتماعية للجرائم النسائية.

٥- تصاعد الاهتمام بقضايا الأجندة الأجنبية على حساب الأجندة المحلية التي تركز على الفقر والأمية والبطالة والهجرة والرعاية الصحية والاجتماعية للمرأة الأفريقية وسائر هموم ومشكلات الغالبية العظمى من نساء الريف والحضر في أفريقيا.

٦- غياب الرؤية النقدية في معالجات الإعلام الأفريقي لقضايا المرأة والتركيز على الإنجازات السطحية ذات الطابع المظهرى والاحتفالى.

كما تشير هذه الدراسات أن السياسات الإعلامية تجاه المرأة الأفريقية لا تزال تدور حول التغطية الإعلامية القائمة على الإثارة والمعالجات الشكلية ذات الطابع الاحتفالى مما يؤكد عليه كل من التيارين التقليدى والعولمى. وفى مواجهة سطوة التيار التقليدى وافتحام التيار العولمى مدعوماً بقوة السوق والإعلانات يحاول التيار الاجتماعى التمدى أن يجد له موقفاً لائقاً فى الإعلام الأفريقى حيث يحرص على أن يطرح رؤية متوازنة لقضايا المرأة الأفريقية والتحديات التى تواجهها مستلهاً استنارة الرواد الأوائل وملتزمًا بالتوجهات الدولية التى تسعى إلى إنصاف نساء العالم حفاظاً على الصحة النفسية والمجتمعية والتوازن الإنسانى للمجتمعات البشرية فى ضوء كل ما طرحناه قد يحق لنا أن نتساءل كيف للمجتمعات الأفريقية التى يهيمن عليها الفكر الأبوى والانبهار بالرؤى الغربية وغلبة المصالح الفردية وغيبة الرؤية الاجتماعية كيف يتسنى لها أن تأمل فى تحقيق أى تقدم سياسى أو اجتماعى أو ثقافى دون أن تتبنى وتطبق فعلياً قيمة العدالة النوعية التى تعد شرطاً أساسياً لإرساء العدالة المجتمعية بمعناها الشامل سياسياً واقتصادياً وثقافياً فقبل أن نطالب بتحرير المرأة الأفريقية وتغيير صورتها الإعلامية علينا أن نهى المناخ العام لتحقيق ذلك من خلال اشراك جميع المؤسسات السياسية والاجتماعية والتعليمية والدينية والثقافية لإرساء سياسات للتنوع المجتمعية لكل من الرجال والنساء معاً والسعى بجدية لتصفية التشريعات الجائرة التى تقوم على أساس التمييز النوعى فى مجالات التعليم والعمل والمشاركة السياسية والمجتمعية والإعلام. إن الإعلام البديل الذى نتطلع إليه هو الذى يحرص على طرح رؤى نقدية تصمد أمام الإعلام التجارى وتكشف مساوئه ودوره فى تزيف وعى الجمهور بوضعية المرأة الأفريقية وأدوارها وطموحاتها وحقوقها المشروعة ويتشكل من كوادر إعلامية تتبنى الفكر

العقلاني المستنير وتكون قادرة على إرساء استراتيجية إعلامية تشارك المرأة في إعدادها وتفعيلها وتنتج خطاباً إعلامياً منصفاً ومتوازناً وقادراً على تصحيح رؤية المجتمع الأفريقي للمرأة ليس فقط لأنها نصف المجتمع بل لأنها أيضاً نصف الحقيقة.