

المرأة العربية والإعلام في مواجهة تحديات العصر

أ.د. عواطف عبد الرحمن
جامعة القاهرة

عندما أبدع المثلث العظيم محمود مختار رائعته تمثل نهضة مصر في هيئة فلاحه تقف إلى جانب أبي الهول فإنه كان يجسد التلازم بين معان ثلاثة أساسية هي الوطن والمرأة والحضارة ، وكأنه كان بذلك يريد أن يقول: إن عزة مصر ونهضتها وحريتها تكمن في امرأة قوية منتجة مرفوعة الرأس .

وإذا كنا نتحدث عن المرأة العربية والإعلام علينا أن نؤكد مجموعة من الحقائق

أولها: أن قضية تحرير المرأة تعد جزءاً عضوياً من قضايا تحرير جميع المستضعفين من الرجال والنساء الذين ينتمون إلى الفئات المقهورة طبقياً واجتماعياً وثقافياً وسياسياً ، وفي مقدمتهم أهالي الريف والبوادي الذين يعانون أساساً من التهميش السياسي والاقتصادي ويضاف إلى ذلك التهميش الثقافي والاجتماعي بالنسبة للمرأة أي الطوق الحديدي الذي شكلته العادات والتقاليد السلفية عبر مئات السنين ، والتي رسخت فكرة النقص الأنثوي ، الهيمنة الذكورية . والوجه الآخر لهذه الحقيقة يتمثل في كون الإعلام جزءاً لا يتجزأ من النظام السياسي والثقافي العربي ، ولا يمكن أن نتناوله بمعزل عن هذا النظام .

وهذا يقودنا إلى الحقيقة الثانية التي تشير إلى بروز وجهين متناقضين للقضية، فإذا كان لا بد أن نعترف بأن هناك تحسناً ملموساً في أوضاع النساء العربيات خلال النصف الأخير من القرن العشرين خصوصاً في ظل الجهود العالمية التي بذلتها الأمم المتحدة من أجل النهوض بأوضاع النساء ومحاولة إدماج المرأة في تنمية مجتمعاتها والذي تمثل في إستراتيجية نيروبي ١٩٨٥ ، ومنهج العمل

الإعلام والمرأة في عصر المعلومات

الصادر عن مؤتمر بكين ١٩٩٥ ، وهذا هو الوجه المضني للقضية ، فإن الوجه المعتم يشير إلى أن معظم الأهداف الواردة في وثائق هذه المؤتمرات لم تتحقق فلا تزال النساء العربيات محرومات من معظم حقوقهم المدنية والثقافية والاقتصادية فإذا كانت نسبة التعليم تتراوح ما بين ٣٥٪ إلى ٥٠٪ بين النساء العربيات، فإن نسبة الأمية تتراوح ما بين ٤٠٪، ٨٨٪ ولا يزال ٧٠٪ من البنات في سن التعليم خارج المدرسة كما أن مناهج التعليم تركز التقسيم التقليدي لأدوار المرأة والموروث الثقافي الذي يعزز فكرة النقص الأنثوي، وتشكل النساء نسبة تتراوح بين ١٠٪، ٤٠٪ من قوة العمل العربية ولكنها محصورة في القطاع الزراعي والخدمي وتفتقر إلى الضمانات التأمينية في كثير من الدول العربية والنساء العربيات أول ضحايا البطالة . هذا ولا تزيد نسبة مشاركة المرأة العربية في المؤسسات التشريعية عن ٤٪ بينما تزيد في الدول النامية عن ١١٪، ورغم أن المرأة العربية شاركت في جميع معارك لتحرير الوطني والمقاومة ضد الغزو الأجنبي في مصر وسوريا والجزائر وفلسطين وعدن وجنوب لبنان .. إلا أن مشاركتها في مواقع صنع القرار لا تزال محدودة إذ لا يزيد عدد الوزيرات عن ١٠ وزيرات من ٦٠٠ وزير في الوطن العربي.

وهنا لنا وقفة .. علينا أن نتذكر دوماً أن المرأة العربية كانت سنداً ورفيقاً للثوار في ثورة المليون شهيد في الجزائر، كما كانت حارسة أمينة للثروات العربي الإسلامي على امتداد ١٣٠ عاماً في مواجهة محاولات الفرنسية وقطع اللسان العربي ومحو الذاكرة القومية .

وفي فلسطين ظلت المرأة العربية على امتداد أجيال تزور ميادين المقاومة بآلاف الشهداء منذ هبة البراق ١٩٢٩ وانتفاضة القسام ١٩٣٥ والثورة الفلسطينية ١٩٣٥ والثورة الفلسطينية الكبرى ١٩٣٦ وحرب ١٩٤٨ .. وبعد اغتصاب الوطن الفلسطيني وإقامة الكيان الصهيوني ظلت تواصل دورها الخالد في المنافي تزود ساحة النضال بمزيد من الشهداء ، تنجب وتربي وتدفع بسخاء بفلذات أكبادها فداء للوطن.

وفي الجنوب اللبناني كانت المرأة اللبنانية نموذجاً يحتذى في مواجهة الغطرسة الصهيونية وأعطت الدرس لجميع نساء العالم صموداً وفداء واستمرارية وفي

العراق لا تزال المرأة العربية صامدة شائخة في مواجهة الحصار الظالم للوطن الشقيق على مدى عشر سنوات.. وفي السودان قاومت المرأة السودانية جنباً إلى جنب مع الرجل كافة أشكال السيطرة الأجنبية ومحاولات تمزيق الوطن إلى شمال وجنوب.. وتتوالى صور الصمود والاستبسال من جانب المرأة العربية في ليبيا واليمن وسوريا ودول الخليج تحاول أن تفك أسر التركة التاريخية من الموروثات البغيضة التي تحاصر عقلها وإرادتها تحت مسميات وحجج عديدة.

ورغم التعديلات التي طرأت على قوانين الأحوال الشخصية مما يضمن للمرأة العربية توفير حماية أكبر وحقوق أوسع إلا أنها لا تزال تعاني من بعض الزوجات وحضانة الأطفال ولا تزال محرومة من منح جنسيتها لأبنائها، وتعاني معظم النساء العربيات في الحضور والريف والبادية في شتى أشكال العنف المادي والمعنوي الذي يمارس ضدهن سواء داخل الأسرة في أماكن العمل أو في الأماكن العامة مما يعد انتهاكاً صارخاً لحقوق الإنسان.

ويضاف إلى ذلك الآثار السلبية لسياسات التكيف الاقتصادي الهيكلي من تفاقم المديونية واتساع الفجوة التكنولوجية بين العالم العربي والدول الصناعية المتقدمة في ظل غياب التعاون العربي مما أدى إلى بروز صراع الأدوار بين أعضاء الأسرة العربية إناث وذكور وتفكك العلاقات الأسرية وانتشار ظاهرة الطلاق بكل مترباتها الحادة على تنشئة الأجيال حيث توارث القيم الأخلاقية واكتسحت منظومة القيم الاستهلاكية المصاحبة للعولمة في طريقها العديد من الجوانب الإيجابية التي تميز بها التراث العربي الإسلامي مثل قيمة العمل والتضامن الأسري واحترام كبار السن وتقديس الأبوة والأمومة.

ويصبح السؤال المطروح ماذا قدمت المرأة العربية للإعلام؟

لقد كانت المشاركة النسائية في الصحافة العربية أسبق من كل الميادين فمنذ نهايات القرن التاسع عشر احتلت الصحافة النسائية موقعها على ساحة العمل الإعلامي المصري حيث برزت هند نوفل في مجلة الفتاة ١٩٨٢ ولبية هاشم في مجلة النهضة النسائية ١٩٠٦ ثم بلسم عبد الملك في (المرأة المصرية) وتقيدة علام في (أمهات المستقبل)، ومنذ عام ١٩٠٨ توالى أسماء الكاتبات والصحفيات جميلة حافظ وفاطمة نعمت راشد ومي زيادة ثم جميلة العلايلي ووداد سكاكيني

وأسماء فهمي وسهير انقلاهاوي وبنيت الشاطي وأمنية السعيد.

وقد تزايدت المشاركة النسائية في الإعلام العربي على امتداد العقود الثلاثة الماضية وأصبحت نسبة الإعلاميات العربيات تتراوح ما بين ٢٤٪ في اليمن و٣٠٪ في مصر و١٧٪ في البحرين و٢٥٪ في كل من سوريا وتونس كما تبوأَت المرأة العربية العديد من المواقع القيادية في الإعلام المرئي والمسموع وفي رئاسة تحرير الصحف في كل من مصر والعراق والجزائر والمغرب وتونس وسوريا والسودان والكويت وليبيا واليمن. هذا علاوة على العديد من الأسماء التي برزت في مجال الإعداد والإخراج والدراما الإذاعية والتلفزيونية مثل أنعام محمد علي وملك إسماعيل وآمال فهمي وفتحية العسال يضاف إليهم الكثيرات في الصحافة المكتوبة أمثال بهيرة مختار وسناء البيسي وإقبال بركة وسكينة فؤاد.

في ضوء هذا الواقع العربي الزاخر بالإنجازات والتحديات والمتناقضات والذي يشهد تصاعد ثقافة الصورة وفقدان مؤسستي الأسرة والمدرسة لوظائفها في ظل العولمة التي تسعى من خلال الفضائيات وشبكات المعلومات إلى توحيد العالم من خلال تنميط الأذواق وبرمجة البشر في منظومة ثقافية ترسخ النزعة الاستهلاكية وتنشر قيم الفردية والروح النفعية لصالح السوق العالمية والأسواق المحلية.

في ضوء كل ذلك تبرز الإشكالية الخاصة بموقف الإعلام العربي من قضايا المرأة ويصبح السؤال المطروح ماذا قدم الإعلام للمرأة العربية وهل يسعى إلى تغيير أوضاعها المتردية أم يكتفي برصد الواقع النسائي بسلبياته وإيجابياته أم يسعى متعمداً إلى الترويج لمنظومة القيم الاستهلاكية من خلال استغلال المرأة في الإعلانات والدراما على حساب التراث القيمي والثقافي العربي؟

يشير المشهد الراهن إلى وجود أربع تيارات فكرية تتحكم في السياسات الإعلامية العربية تجاه المرأة وقضاياها وهي التيار السلفي التقليدي الذي يستمد مشروعيته من الموروثات الثقافية والتفسير الذكوري للأديان الذي يرفع من شأن الرجل على حساب المرأة والتيار الاجتماعي التحرري الذي يرجع إلى دعوات الرواد أمثال: رفاعة الطهطاوي، وقاسم أمين، والطاهر حداد، وخير الدين التونسي، وعبد الرحمن الكواكبي، الذين طالبوا بتحرير المرأة

ضمن حركة الإحياء القومي والتيار النسوي الوافد من الغرب الذي يحرص نضال المرأة في أطر معزولة عن حركة المجتمع ويدعو إلى تخطيط النظام الأبوي ثم التيار العولمي الذي يستفيد من المرأة كعنصر استهلاكي ومادة إعلانية جذابة وكقوة عمل رخيصة غير مؤمنة.

لقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام العربي من المرأة ولا تزال الغلبة للتيار السلفي التقليدي ويستثمر مقولاته ويكرسه التيار العولمي أما التيار الاجتماعي التحرري الذي يعبر عن نفسه في التيارات المعاصرة التي تنادي بضرورة تمكين المرأة من الحصول على حقوقها المجتمعية من خلال إدماجها في كافة الأنشطة السياسية والاقتصادية والثقافية لا يزال هذا التيار يجاهد كي ينتزع لنفسه موقعا لا ثقافي في الإعلام المقروء والمرئي والمسموع.

قضايا المرأة العربية في الإعلام:

عندما نتأمل حصاد الدراسات التي أجريت عن مواقف الإعلام المقروء والمرئي والمسموع من قضايا المرأة العربية تطالعنا هذه الحقائق:

١- تركز وسائل الإعلام على مجموعة من القيم التراثية التي تؤكد على مشروعية التمايز الاجتماعي والثقافي بين الجنسين باعتباره من الأمور الطبيعية التي لا تقبل الجدل ويؤكد ذلك العديد من الشواهد التي تتمثل في ترسيخ الصور السلبية عن المرأة ككائن جنسي يتسم بالأنانية والتردد والسلبية بالإضافة إلى استخدامها كأداة وكرمز للجنس في الإعلانات حتى وإن لم تكن لها علاقة بالسلع المعلن عنها.

٢- ينحاز الإعلام العربي للصور والأدوار التقليدية للمرأة ويحاول أن يحددها في ثلاث صور متكررة: الأم المعطاءة، والزوجة الخاضعة، والابنة المطيعة، كما لا يكف عن تحريضها على تقليد النماذج النسائية الأمريكية والأوروبية.

٣- ينحاز الإعلام العربي للأسر الغنية والشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن ويتجاهل نساء الريف والبوادي إلا في الجرائم وأزمة الشغالات.

الإعلام والمرأة في عصر المعلومات

٤- تركز وسائل الإعلام العربية على مراحل معينة في حياة المرأة (من سن ٢٠ - ٤٠ عامًا) أي من الخصوبة فتولى عناية فائقة للمرأة كزوجة وكأم أما أدوارها وحقوقها في مرحلة الطفولة والمراهقة والشيخوخة فلا تكاد ما تستحقه من اهتمام.

٥- يركز الإعلام العربي على نجوم المجتمع من الفنانات والرياضيات والدبلوماسيات ونساء الحكم ويتجاهل هموم ومشكلات آلاف النساء من المحاميات والطبيبات والموظفات وربات البيوت والباحثات والفلاحات والعاملات.

٦- لا يطرح الإعلام رؤية متوازنة لأدوار وظائف ومسؤوليات وحقوق المرأة والطفل والرجل داخل الأسرة العربية بل يتجاهل الإشارة إلى واجبات ومسؤوليات الرجل ويركز على المسؤوليات والواجبات التقليدية للمرأة ويتعامل مع الطفل باعتباره حلية كمالية داخل الأسرة وليس باعتباره مشروعًا مستقبليًا للمواطن العربي.

٧- تتميز السياسات الإعلامية بالانتقائية والتحيز ضد الإناث ويبرز هذا بوضوح في أسلوب الحوار سواء في الأعمال الدرامية أو برامج المنوعات عبر شاشات التلفزيون حيث يتم توظيف تراث الحكم والأمثال والقصص الشعبي في إعادة إنتاج الصور التقليدية للعلاقات بين الرجل والمرأة وبينهم وبين أطفالهم.

٨- تستضيف التلفزيونات العربية سواء في القنوات الفضائية أو الأرضية مجموعة من الشخصيات غير المتخصصة في قضايا المرأة والأسرة ولكن تجيزها الرقابة وتسمح بها علاقات المصالح مما يؤدي إلى استبعاد وتهميش الكفاءات الجادة والقادرة على طرح رؤى نقدية للواقع النسائي السائد وإمكانية تغييره إلى الأفضل والأكثر عدالة واستثارة علاوة على الملل والإحباط الذي يصيب جمهور المشاهدين والمستمعين نتيجة تكرار هذه الوجوه وإفلاسها الفكري والثقافي.

٩- تتجاهل وسائل الإعلام العربية الاحتياجات الثقافية والاتصالية للجماهير النسائية في الريف والحضر ولبوادي فلا تخصص إلا نادرًا بريد

للمقارئات أو برامج للمستمعات والمشاهدات، كما لا تنظم بصورة كافية حملات إعلامية للتوعية الصحية والبيئية أو الثقافية الأسرية للقطاعات النسائية المحرومة من هذه الخدمة.

١٠- يركز الإعلام على الأدوار الاستهلاكية للمرأة والطفل مستخدماً الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الاستهلاك والفردية والإثراء السريع والقيم الريعية سواء في أعياد الميلاد أو الزواج أو الوفاة مما يغرس أنماطاً من السلوك الاستفزازي لدى الجمهور المتلقي.

هذا وتشير الدراسات إلى افتقار معظم الإعلاميات العربيات إلى الوعي الثقافي والمجتمعي مما أدى إلى إسهامهن بوعي أو بدون وعي في إعادة إنتاج القيم المعوقة للتطور. وقد لوحظ أن السياسات الإعلامية الخاصة بالمرأة والأسرة لم يطرأ عليها أية تغييرات إيجابية من خلال القيادات النسائية في حقل الإعلام، كما لوحظ أن القيادات الإعلامية الذكورية لا تملك تصوراً محدداً لإزاء قضايا المرأة إذ يتأرجحون بين الاتجاهات التقليدية السلفية التي تؤمن بالموثوثات التاريخية وفكرة النقص الأنثوي وسيطرة النمط الأبوي الذكوري وبين الاتجاهات المتغربة الوافدة وقليل منهم يتبنى الاتجاه الاجتماعي المستنير، وينعكس هذا الخليط الفكري في صورة تناقضات يعاني منها الإعلام الخاص بالمرأة والأسرة العربية.

هذا ويشير المشهد الإعلامي العربي الراهن إلى أن موضوعات المرأة تأتي في ذيل القائمة الإعلامية بعد الموضوعات السياسية والرياضية والفن والأدب والجريمة، كما تقتصر المعالجات الإعلامية إلى التوازن النوعي بين الجنسين في مختلف القضايا التي يتناولها الإعلام العربي حيث لا يتم الاستعانة بأراء النساء إلا بنسبة لا تزيد عن ٧.٥٪.

هموم الإعلاميات العربيات:

تعاني الإعلاميات العربيات من الصور التقليدية السائدة لدى رؤسائهم عن المرأة العاملة في مجال الإعلام إذ يعتبرونها أقل في مستوى القدرات المهنية من زملائها الرجال؛ ولذلك يفضلون ترشيح الرجال للدورات التدريبية وللسفر

الإعلام والمرأة في عصر المعلومات

للمؤتمرات الدولية وللمناصب القيادية ، ولا شك أن كثرة الضغوط النفسية والمهنية وعدم التشجيع يصيب الإعلاميات بالإحباط والسلبية ، هذا من جانب بيئة العمل الإعلامي ، أما من جانب مؤسسة الأسرة فالعمل الإعلامي والصحفي على الأخص يتطلب قدرا من التفرغ والحركة مما يتعارض مع المسؤوليات الأسرية للإعلاميات والتي لا يزال الرجل معني منها تمامًا داخل المنزل ، أما من جانب المجتمع فلا تزال شرائح اجتماعية عديدة في المجتمعات العربية تنظر إلى عمل الإعلامية والصحفية نظرة غير لائقة مما يخلق صراعات مستمرة بين الإعلاميات ومنظومة القيم الاجتماعية السائدة مما يستلزم ضرورة تغيير أجندة المسؤوليات الاجتماعية والأسرية الملقة على عاتق النساء عموما والإعلاميات على وجه الخصوص ، ويتطلب تغيير هذه الأجندة ضرورة مشاركة كافة الأطراف المعنية ويأتي في مقدمتهم الرجل الذي يتمتع بامتيازات تاريخية متوارثة ويستحيل أن يتنازل عنها بمجرد الإقناع أو الاقتناع النظري ، بل لابد أن يرتبط ذلك بمصالحة وراحته وكيونته والطرف الثاني المجتمع بكافة مؤسساته الاجتماعية والسياسية والتعليمية والاقتصادية والثقافية فقبل أن نطالب بتحرير المرأة العربية وصورتها الإعلامية التقليدية علينا أن نهىء المناخ العام لتحقيق ذلك وأعني بذلك خلق المؤسسات القادرة على تفعيل الفكر المستنير في الأديان والثقافات المعاصرة والتراثية والكفيلة بتحقيق المهام التالية:

- ١- تغيير السياسات السائدة والتي تقوم على أساس التمييز بين الجنسين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة السياسية والإعلام.
- ٢- تعديل التشريعات القانونية في مجا الأسرة والعمل على متابعة تطبيقها فعلياً بما يكفل للمرأة فرصاً متكافئة في المسؤوليات والأجر والتدريب والترقي.
- ٣- خلق مؤسسات معاونة للإسهام في حمل مسؤولية تربية الأطفال وإدارة شؤون الأسرة مثل حضانات ودور للمسنين ومطاعم ومغاسل عامة.. الخ.
- ٤- إدخال مقررات تعليمية في التعليم النظامي والجامعي عن مؤسسات الأسرة وأدوارها وحقوق ومسؤوليات أفرادها تعمل على بث الوعي لدى الجنسين وتسعى لترسيخ قيمة المشاركة والمسؤولية الجماعية لدى كافة الأطراف داخل الأسرة وخارجها.

٥- تغيير صورة المرأة في مناهج التعليم وفي البرامج الإعلامية والكتابات الصحفية بما يحقق التوازن بين مسؤولياتها وانجازاتها الفعلية داخل المنزل وخارجه مع مراعاة تجنب المبالغة في التركيز على الأدوار التقليدية وعدم تهميش الانجازات المهنية والمجتمعية للمرأة.

٦- ضرورة إدراج الأعمال المنزلية للمرأة ضمن عائد الإنتاج القومي.

٧- ضرورة تغيير أجندة تحرير المرأة فلا تقتصر على المطالبات (مطالبة المجتمع ومطالبة الرجال) بل السعي لإرساء سياسات للتوعية المجتمعية لكل من الرجال والنساء.

والسؤال المطروح... ما العمل؟ كيف نستطيع تغيير صورة المرأة العربية في الإعلام وخلق وعي حقيقي بقضاياها ومشاكلها مرتبطاً بمشكلات الواقع العربي الراهن والتحديات التي يواجهها في حقبة العولمة؟ وكيف نتوصل إلى إرساء سياسات إعلامية منصفة ومتوازنة تجاه قضايا المرأة العربية وإشكالياتها سياسات إعلامية تأخذ في الاعتبار المسؤوليات العديدة التي تتولاها المرأة داخل وخارج المنزل ولا تغفل الإنجازات الفعلية التي حققتها المرأة في مجالات التعليم والإنتاج والإبداع الفني والثقافي العلمي وتبرز العوائق الفعلية التي تحول دون إطلاق طاقات المرأة مثل تركة الموروثات الثقافية والاجتماعية وقوانين الأحوال الشخصية والأمية والفقر والبطالة وتراعى طرح آراء المرأة في كافة القضايا المجتمعية التي يهتم بها الإعلام في السياسة والاقتصاد والفن والأدب والثقافة والإبداع.

إن الإعلام البديل الذي تتطلع إليه هو الإعلام الذي يتميز بالطابع التربوي والتعليمي ويأخذ بالمنظور النقدي ويستهدف تغيير وجهات النظر التقليدية السائدة حول قضايا المرأة العربية ويطرح رؤية نقدية تصعد أمام الإعلام التجاري وتكشف مساوئه، ودوره في تزييف وعي الجمهور بوضعية المرأة وأدوارها.. ومن أجل تحقيق هذا الهدف تبرز مجموعة من الضرورات أوجزها على النحو التالي:

١- ضرورة الوعي بوضع إستراتيجية قومية للإعلام عن المرأة والأسرة

الإعلام والمرأة في عصر المعلومات

العربية تحدد الأولويات والسياسات والبرامج التنفيذية في مجال الإعلام المقروء والمرئي والمسموع تجاه قضايا المرأة والأسرة العربية وتستهدف إزالة كافة المعوقات التي تحول دون الاستفادة من التطور العلمي والتكنولوجي في مجالي الاتصال والمعلومات من أجل ترسيخ منظومة القيم الإيجابية القادرة على تطوير الأدوار الاجتماعية والثقافية للأسرة العربية في مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تطرح حقبة العولمة.

٢- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام العربية المطبوعة والمرئية والمسموعة من ناحية ومراكز البحوث والجامعات وكافة الهيئات الرسمية والأهلية المعنية بقضايا المرأة والأسرة العربية للإسهام في تطوير البرامج الدرامية ووضع ضوابط أخلاقية للإعلانات التي تتناول القيم الأسرية.

٣- ضرورة إلزام القيادات الإعلامية العربية بمراعاة الوظيفة الاجتماعية والثقافية للإعلام وأدواره الحيوية في تشكيل الوعي الصحيح عن الواقع المجتمعي بكل ما يحويه من موروثات ثقافية وتحديات اجتماعية وطموحات إنسانية عادلة.

٤- ضرورة الاهتمام بإعداد برامج تدريبية وثنائية للإعلاميين والإعلاميات العرب للنهوض بمستويات الوعي والأداء الإعلامي في مجال المرأة والأسرة.

وفي النهاية أختتم كلمتي بالتوجه إلى جميع النساء والرجال المنتمين إلى الوطن العربي للسعي بإخلاص وجدية لإزالة كافة المعوقات التي تحول دون نهوض مجتمعاتنا إلى المستوى اللائق بها وذلك بالعمل الدؤوب لنشر الفكر العقلاني وترسيخ قيمة الانتماء للوطن العربي الكبير والسعي بإخلاص لإزالة تركة الموروثات التاريخية والقانونية التي تحاصر الجماهير العربية نساء ورجال والتي تهدر الطاقات والمواهب العربية وتسطح الوعي وتلهث وراء الأوهام الاستهلاكية.