

المحاضرة الخامسة: واقع الصحافة النسوية اليوم .

1- مفهوم الصحافة النسوية : تتشابك المصطلحات المتعلقة بـ "النسوية"، وخاصة ما يتعلق منها بالكتابات حولها، إذ تم استعمال مصطلح "النسوية" لأول مرة في مؤتمر النساء العالمي الأول، الذي عُقد ببارس سنة 1892، وجرى الاتفاق على اعتبار أن النسوية هي الإيمان بالمرأة وتأييد حقوقها المختلفة.

أما فيما يتعلق بكتابات المرأة بما فيها الصحافة، فلم يتم الاستقرار على أي نوع من الكتابات يُطلق عليه "كتابات نسوية"، فأطلق على كتابات المرأة أحياناً "كتابات أنثوية" أو "كتابات نسائية"، أو "أدب المرأة"، وأصبح مصطلح كتابات المرأة مصطلحاً مثيراً للجدل.

ومن ثم لا يوجد تعريف مُحدّد لصحافة المرأة، إلا أن هناك اتجاهاً يرى أن الصحافة النسائية هي أحد أشكال الصحافة المتخصصة، التي تحمل ملامح الصحفيات وميولهنّ، من الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة والطفل، وبالتالي تعتبر الصحافة النسائية هو ما تكتبه المرأة عن هموم جنسها.

من جملة التعاريف المقدمة للصحافة النسائية نذكر ما يلي :

أ- الصحافة النسائية هي التي تعالج قضايا النساء وتعالج الأمور العامة" وليست هي الصحافة التي تملكها أو تعمل بها نساء وتعالج الأمور العامة"

ب- يتسع مفهوم الصحافة النسائية ليشمل مجالين رئيسيين: الأول: صفحات المرأة في الجرائد اليومية والمجلات العامة الأسبوعية أو الشهرية

ج - "صحافة الأسرة، هي امتداد للصحافة النسائية لكون المرأة هي عماد الأسرة، فهي الزوجة والأم والابنة، أي أنها الصحافة التي تعالج شؤون الأسرة سواء عمل في هذه الصحافة رجال أو نساء "

د. "تعتبر الصحافة النسائية من الصحافة المتخصصة التي ارتبطت بتطور المرأة وتقدمها الاجتماعي والثقافي. والإنساني "

ومنه يمكن القول إن الصحافة النسائية هي نوع من أنواع الصحافة المتخصصة التي تعنى بشؤون المرأة حسب الاهتمامات المتباينة للنساء

-أنواع الصحافة النسوية: يتم تقسيم أنواع الصحافة النسوية إلى قسمين:

-الصحافة النسوية العامة: وتعني النشاط الصحفي القائم على أساس إصدار الجرائد والمجلات الموجهة إلى جمهور عام، يشمل قطاع النساء إلى جانب القطاعات الأخرى، وتجمع هذه الإصدارات ما بين المضمون النسوي المتخصص المعالج لقضايا المرأة المختلفة العامة والخاصة

**الصحافة النسوية المتخصصة:** وتعني النشاط الصحافي الذي يقوم على أساس إصدار الجرائد والمجلات التي توجّه إلى جمهور النساء فقط، وتحمل مضموناً نسوياً مُتجانساً متخصصاً بقضايا المرأة.

وبالتالي يركز هذا النوع من الصحافة على ركنين أساسيين هما: المادة الصحافية المتخصصة متعلقة بالمرأة فقط، الجمهور المتخصّص من القراء، وهنّ النساء  
**ميلاد وانتشار الصحافة النسوية:**

عُرِفَت الصحافة في العالم العربي مع الحملة الفرنسية على مصر (1798-1801)، التي أصدرت صحيفتي “كوربيه دي ليجيبيت”، و”لايكاد إيجيبسيان”، ومن بعدها بدأت الصحافة في الانتشار. أما الصحافة النسائية العربية فقد ظهرت بوادرها منذ عام 1876، من خلال مجلة “المقتطف” ببيروت، حيث ساهمت فيها كاتبات أمثال مريانا مراش وسلمي طنوس وندى شاتيلا، ورُكِّز في كتاباتهن على الحداثة الأوروبية، إضافة إلى الفكر والأدب والثقافة.

ظهرت بوادر الصحافة النسائية العربية منذ عام 1876، من خلال مجلة “المقتطف” ببيروت ثم حدثت الخطوة المحورية فيما بعد، عندما بدأت النساء في إنشاء الصحافة الخاصة بهن، وتفاوتت الدول العربية في بداية نشأة الصحف النسائية.

تصدّرت مدينة الإسكندرية المصرية لتكون مهد الصحافة النسائية العربية، حيث أصدرت الصحفية اللبنانية “هند نوفل” في نوفمبر 1892 أول مجلة مخصصة للمرأة، وأطلقت عليها اسم “الفتاة”.

وسار على هذا المنوال صحفيون وصحفيات في شتى أنحاء العالم العربي، أصدروا مجلات وجرائد نسوية خاصة، وكانت على الترتيب.

**الصحافة النسائية في جزائر:** كانت مجلة “الجزائرية” هي أول مجلة نسائية تصدر في البلاد، وظلت هذه المجلة تحتكر ساحة الصحافة النسائية حتى عام (1990م) عندما أباح القانون حرية إصدار الصحف، حيث صدرت مجلة “نون” عام (1990م)، ومجلة “أنوثة” الشهرية في (مارس 1991م)، لكنها لم تستمر طويلاً، وجريدة “السمره” الأسبوعية عام (1992م)، وهي ذات اتجاه ديني، وجريدة “نصف الدنيا”.

**قضايا الصحافة النسائية في الوطن العربي بين الحاضر والماضي:** نشأت الصحافة النسائية نشأت في العالم العربي بعد فترة من نشأة الصحافة، وكانت بداية نشأتها تعبيراً عن آمال المرأة ومساعيها للمطالبة بحقوقها التي هضمتها بعض التقاليد الاجتماعية التي كانت بعيدة عن

الشريعة الإسلامية. نشأت في العالم العربي بعد فترة من نشأة الصحافة، وكانت بداية نشأتها تعبيراً عن آمال المرأة ومساعيها للمطالبة بحقوقها التي هضمتها بعض التقاليد الاجتماعية. وقد حملت الصحافة النسائية في نشأتها الأولى هموم المرأة ومعاناتها، فكانت ذات هدف ورسالة ترى ضرورة تحقيقها؛ لإنقاذ المرأة من الواقع المتردي في تلك الفترة، والذي خلّفته التقاليد الجامدة والاستعمار الغربي؛ ومن ثم كانت الصحافة النسائية في تلك الفترة تحمل مشروعا للنهوض بالمرأة الشرقية وترقيتها، وإن كانت هناك رؤى مختلفة حول هذا المشروع سواء العودة إلى تعاليم الإسلام باعتبارها القادرة على النهوض بالمرأة وحقوقها مرة أخرى، أو المشروع التغريبي الذي رأى ضرورة محاكاة المرأة الشرقية للمرأة الغربية. وأياً ما كانت صفة المشروع فإن الصحافة كانت تعبر عن هموم ومشاكل الرائدات الأول في النهضة النسائية للنهوض بالمرأة والدفاع عن قضيتها. ويلاحظ في شأن الصحافة النسائية أن غالبية رائداتها الأول كن من المسيحيات الشاميات خاصة اللبانيات، وأن هؤلاء اخترن في الغالب القاهرة لتكون نقطة البداية لانطلاقهن؛ نظراً لأنها كانت الساحة الرئيسية التي تتصارع عليها مشاريع النهضة في المشرق العربي. ولكن بعد فترة من صدور الصحافة النسائية وخاصة بعد استقلال الدول العربية، حدث نوع من التغيير في اهتمامات الصحافة النسائية؛ حيث لم تعد تركز في الغالب على قضية المرأة، ولكنها انصرفت في مجملها إلى تناول اهتمامات المرأة بصفة أساسية من حيث الموضة والمكياج والطفل وغير ذلك، وربما يرجع ذلك إلى أن كثيراً من الحقوق التي كانت تنادي بها الرائدات الأول في الصحافة النسائية قد تحققت مثل: تعليم المرأة، وحققها في التصويت والخروج للعمل، وهو ما جعل تلك الصحافة تنصرف عن اهتمامات المرأة. **واقع الصحافة النسوية اليوم:**

على مدار قرن ونصف، حققت الصحافة النسائية في العالم العربي، وعبر مسيرة حافلة، العديد من النجاحات المذهلة، حيث باتت أسماء الصحف والمجلات النسائية من قبيل "أسرتي" و "سيدتي" و "زهرة الخليج"، معروفة ومشهورة في جميع الأوساط، وحققت انتشاراً واسعاً من المحيط إلى الخليج

فندما ظهرت الكتابات الصحفية النسوية، كانت منبراً لتعبّر فيه المرأة عن هموم بنات جنسها، ومشاكل الوطن وتحريره، وأسهمت كاتبات رائدات في عملية تحرير المرأة، ومن ثم العمل على دمجها في مختلف قطاعات ومجالات المجتمع.

وكانت المجالات النسوية مُتنفّساً للكاتبات للتعبير عن إرادتهن وقدراتهن، في حوض غمار المشاركة جنباً إلى جنب مع الرجل، ما أدى إلى مشاركتها في النضال ضد المستعمر، إلى أن نالت الدول العربية استقلالها.

وتشير التحليلات المتعلقة بصحافة المرأة، إلى أنها نبعت من عمق مشكلات المرأة العربية، طموحاتها وحقوقها، حيث أنها لم تتشغل قديماً بمسألة الإعلانات والأرباح، ولم يكن جُلّ تركيزها على الموضة والأزياء والنجوم، إنما اتسمت بالأصالة والجدية واحترام مبادئ الدين والتقاليد والعادات المترسخة لدى المرأة العربية.

ولذلك فتحت صحافة المرأة آنذاك ذراعيها للمرأة الشاعرة والمهندسة والطبيبة والأديبة، من أجل التعبير عن الآراء المختلفة، واستطاعت تلك الصحافة أن تشارك في تكوين الرأي العام وإيصال صوت المرأة للمجتمع كافة

. غير أن الصحافة النسائية المعاصرة، أصابها الكثير من الوهن، فتحولت من طرح ومعالجة هموم وقضايا المرأة، وخاصة مشكلات المرأة الفقيرة والمرأة العاملة والكادحة والمرأة في الريف، والمرأة المعيلة، إلى أن يكون جُلّ اهتمامها بقضايا خطوط الموضة وأدوات التجميل والمطبخ وهي الصورة النمطية التي أحاطت بالمرأة المعاصرة والتي ساهم وسائل الإعلام للترويج لها

إذ أظهرت نتائج دراسات تناولت صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام إلى ما يلي :

-أن معظم مضامين وسائل الإعلام العربية تعكس الاهتمامات والأدوار التقليدية للمرأة، فهي الأنثى المهتمة بالمطبخ والأزياء والتجميل والإنجاب والعلاقات الأسرية السطحية، وهي المشغولة بالمظاهر والشكليات.

-تصور هذه المضامين المرأة على أنها عاطفية شديدة الحساسية غير قادرة على التفكير السليم أو اتخاذ القرارات وأخذ زمام المبادرة.

-تفتقر هذه المضامين إلى معالجة حقيقية لأوضاع المرأة العربية وقضاياها وهمومها الجوهرية في المجتمع

-إن معظم مضامين وسائل الإعلام العربية لا تعكس أي دور للمرأة العربية أو تطلعاتها في عملية التنمية وتعجز عن مواكبة تطور المرأة العربية أو سوء حالها في الحياة المعاصرة.

-تتناول وسائل الإعلام العربية صورة المرأة بشكل مشوه بعيدا عن الواقع سواء من ناحية شخصيتها وتصرفاتها أو من ناحية القضايا والمشكلات والهموم الأساسية

-تظهر المرأة العربية في مضامين وسائل الإعلام مستهلكة غير منتجة غير مشاركة في عملية التنمية، وهي في معظم الأحيان غائبة عن ميادين الإنتاج والخدمات والنشاط الاقتصادي، كما وتظهر غير قادرة على الإبداع في أي من هذه المجالات.

-معظم وسائل الإعلام لا تزال تركز على الأدوار التقليدية للمرأة واهتماماتها على حساب الأدوار الأخرى لها، كشريحة في الإنتاج وبناء الأسرة وفي اتخاذ القرار وكمساهمة في مختلف جوانب الحياة والعمل والخلق والإبداع الفكري والفني والثقافي وكنسائة تتساوى مع الرجل في الحقوق و لمسؤوليات.

-كثيرا ما تستغل مضامين وسائل الإعلام العربية المرأة باعتبارها موزعا للجنس وأداة للجذب الجنسي ووسيلة لتشجيع وزيادة الاستهلاك وبخاصة في مجال الإعلانات.

-تعزز وسائل الإعلام الموجهة للأطفال صورة الأنثى على أنها مخلوق ناقص تابع للرجل، وعليه فإنها تعرض للأطفال فكرة التفرقة بين الجنسين وسيطرة الرجل وتبعية المرأة.

إذن فقد كانت صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام سلبية إلى حد بعيد، تتصل عموماً بمدرجاتها، وقدراتها وأخلاقها، فالمرأة في وسائل الإعلام فاسدة الأخلاق أو العقل أو الطباع، جاهلة وضيقة الأفق، ومستضعفة

### -مشكلات الصحافة النسوية:

- تحوّلت صحافة المرأة تحولاً جذرياً عما كانت عليه عند نشأتها في سبعينيات القرن قبل الماضي وتشير الأدبيات المتخصصة في الصحافة النسائية، إلى أن عجزها عن القيام بدورها جاء للأسباب التالية:

-تبعية الإعلام لما يطلبه الممولون، والبحث عن التربّح، بالإضافة إلى قلة التمويل.

-القائمون على إدارة وتحرير الإصدارات الخاصة بالمرأة من الرجال، وهناك بعض الإحصائيات تشير إلى أن نسبة النساء في المجال الصحفي تبلغ 25% فقط.

-المحتوى النسائي المقدم يتعامل مع شريحة خاصة في المجتمع، وهي الطبقة صاحبة الإمكانيات المادية العالية.

-التركيز على عملية الترجمة من الصحف والمجلات الأجنبية، فبالتالي لا توجد قيمة مضافة.

-تراجع المرأة العربية عن ممارسة العمل الصحفي باحترافية.

-الاهتمام بالجانب العاطفي والعلاقة بين المرأة والرجل مع تغافل القضايا ذات الأبعاد الإنسانية والاجتماعية.

-انحسار المضمون السياسي الجادّ، والرسائل التوعوية، فصار من النادر تناول حقوق المرأة حتى في الإصدارات المخصّصة لها.

-ضعف المادة التحريرية، وابتعادها عن الواقعية، واستعويض عن ذلك بالصور الملونة والأغلفة الجذابة، لتغطية المحتوى الضعيف.