



منظمة المرأة العربية
Arab Women Organization

واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة فى الجمهورية التونسية

أ.ناجية محلة

مدير البرامج التثقيفية بإدارة الاتصال
وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين

1. مقدمة :

تدرج هذه الدراسة ضمن مشروع بحث مسحي تقوم به "منظمة المرأة العربية" في أربع مجالات وهي التعليم والصحة والاقتصاد والاتصال. والهدف من هذا البحث المسحي هو التعرف على الأوضاع الحالية للمرأة العربية في هذه المجالات حتى يتسنى لها وضع خطة عمل للفترة من 2004-2008 للنهوض بأوضاع المرأة العربية والرفع من كفاءة المشاريع المستقبلية التي تعتمزم أن تتبناها المنظمة . ويتعلق موضوع هذا البحث بمجال الاتصال الذي وضعته المنظمة ضمن الأولويات لأهمية دوره في مكافحة الصورة النمطية السلبية للمرأة و ضرورة استبدالها بصورة متوازنة تسهم في تمكين المرأة من تنمية قدراتها والرفع من فرص التعبير. ولقد حظي هذا المجال بالاهتمام من حيث الدراسات التي تناولته من بعض الجوانب التي تتعلق بواقع المرأة الصحفية وبتعداد النساء الصحفيات و جمع المعلومات حول صورة المرأة في وسائل الإعلام على مستوى بعض الدول العربية من ضمنها البلاد التونسية غير أن هذا المجال بحاجة إلى المزيد من البحث و التحليل العلمي لاستنتاج المظاهر التي تشكل صعوبات في تغيير الصور النمطية ومواجهة التحديات. وهو ما يدعونا إلى دراسة النشاط الاتصالي و الإعلام المخصص للمرأة على مستوى البلاد التونسية . إن دعم مكانة المرأة التونسية يتميز بأنه مقترن بالإرادة السياسية في بناء المشروع المجتمعي الجديد. وإن تم تجاوز مرحلة الدفاع على الحقوق الأساسية من خلال الآليات والتشريعات التي تم إرساؤها فالمرأة التونسية في حاجة إلى الارتقاء بصورتها و إلى تعزيز دورها وتنمية قدراتها بما يمكنها من المشاركة الفاعلة في أخذ القرار. لقد ارتقت اليوم معالجة موضوع المرأة من الجانب القانوني إلى مستوى التنمية والتمكين الذي يركز على عدة عناصر متكاملة من ضمنها مجال الاتصال فهو فاعل للتأثير على العقليات وعلى السلوكيات و تغييرها في اتجاه التوعية والتثقيف بضرورة تمكين المرأة .

2. أهداف البحث

تتمحور أهداف البحث المسحي حول الكشف عن واقع الأنشطة الاتصالية المخصصة للمرأة التونسية و التعرف على طبيعتها وخصوصية أهدافها و مضامينها بغرض إنشاء قاعدة بيانات خاصة بالمرأة العربية في مجال الاتصال و تصور لمشروع عمل لمزيد تطوير و تفاعل أداء هذه الأنشطة مع الأهداف المرسومة في استراتيجيات النهوض بالمرأة في المجال المعني بالدراسة سواء على المستوى الوطني أو العربي .

3. مخطط البحث

يحتوي هذا البحث المسحي على ثلاثة أجزاء ، يتضمن الجزء الأول العناصر الممهدة لمجالات البحث والمتمكونة من المرجعيات الدولية والعربية و الوطنية للنهوض بالمرأة في مجال الاتصال ، ثم تقديم عام للبحث بما فيه المكونات والمصادر وعينة البحث المسحي . ويتعلق الجزء الثاني بالسياسات و الاستراتيجيات الاتصال و الإعلام المخصصة للمرأة ويحتوي على أدوات التنفيذ و البرامج والأنشطة الإعلامية والاتصالية المنفذة من أطراف متعددة ولاسيما وزارة شؤون المرأة والأسرة و الطفولة والمسنين و الخاصة بالإعلام سواء لفائدة المرأة أو الأسرة . و يخصص الجزء الثالث لتقديم الدراسة الميدانية وتحليل نتائج الاستبيان بالإضافة إلى الاستنتاجات و الأفاق.

4. مجالات البحث 4.1.1. المستندات للنهوض بالمرأة و الإعلام في البحث

4.1.1.1. المؤتمرات الدولية

أخذت قضية النهوض بالمرأة و كسب رهان مقاومة أشكال التمييز بين الجنسين عدة مظاهر على المستويات الوطنية و الدولية. لقد ساهمت المجموعة الدولية بفضل المؤتمرات الخاصة بالمرأة في وضع إطار للعمل على تطوير أوضاع المرأة أينما كانت . و كما عملت على تحديد المفاهيم و حث الدول للمصادقة على الاتفاقيات الدولية و وضع الآليات لتحقيق الأهداف المرسومة. هذه أولى المحطات التي أرسيتها المؤتمرات الدولية و نذكر منها : أول مؤتمر دولي وقع تنظيمه سنة 1975 بمكسيكو ثم مؤتمر كوبنهاغن سنة 1980 و يليه مؤتمر نيروبي سنة 1985 .

وقد ركزت أعمال هذه المؤتمرات على حقوق المرأة الأساسية المتمثلة في التعليم و التشغيل و الصحة و التشريعات و كانت الإشارة نادرة إلى النساء و الإعلام. وبالنظر إلى ضرورة مساهمة وسائل الإعلام في النهوض بأوضاع المرأة عملت منظمة اليونسكو منذ 1994 على تنظيم ندوات تحضيرية خاصة بموضوع "النساء و الإعلام: النفاذ إلى مراكز صنع القرار و فرص التعبير" و تم عقد المنتدى الدولي بطورنطو بكندا في شهر مارس 1995 و ندوة "المرأة و الإعلام في العالم" بكالمار بالسويد في جوان 1995.

و قد أفرزت هذه الندوات توصيات تم اعتمادها في مؤتمر بيجين فيما يتعلق بالمرأة و الإعلام.

و جاءت ضمنها جملة من الإجراءات من بينها توجيه التوصيات إلى أصحاب صناعات الإعلام و إلى المنظمات المهنية للصحافيين و إلى مؤسسات التكوين و إلى الحكومات و إلى المنظمات غير الحكومية و إلى مراكز البحث و إلى المنظمات الدولية.

و سعيا لتشكيل صورة متوازنة تم التنصيص على أهمية دور وسائط الإعلام خلال المؤتمر العالمي الرابع حول المرأة بـ " بيجين" في شهر سبتمبر 1995(1). وكان ذلك يتضمن وثيقة هذا المؤتمر قسما بعنوان " وسائل الإعلام" ، وهو يعتبر أهم مرجع دولي خاص بحقوق المرأة حيث أنه تم تحديد الظواهر السلبية و لاسيما المتمثلة في النقاط التالية :

- لا تزال وسائل الإعلام في عديد من الدول تقوم بترويج صورة سلبية عن المرأة وهي لا تبرز مساهمتها في المجتمع.

- عدد قليل من النساء العاملات في قطاع الاتصال وصلن إلى مناصب القرارات رغم العدد المتزايد للنساء في هذا المجال .

و جاء التأكيد على معالجة هذه الظواهر و السعي إلى تقديم صورة متوازنة و غير نمطية للمرأة في وسائط الإعلام.

كما صدرت ضمن التوصيات في هذا المؤتمر الدعوة إلى "إحداث آلية متابعة لصورة المرأة في الإعلام".

تعكس هذه المؤتمرات تطور في التمشي لتمكين المرأة باستغلال تقنيات الاتصال التي يسمح بتبليغ القيم و المبادئ الحضارية إلى كل الفئات الجماهيرية.

4.1.1.2. المؤتمرات العربية

تعددت المبادرات على المستوى العربي لرصد صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام و تأكدت ضرورة صياغة أساليب جديدة مع أصحاب القرار الإعلامي لتطوير الرأي العام تجاه قضايا المرأة. وفي هذا الصدد تم تنظيم منتدى " المرأة و الإعلام " الذي

احتضنته إمارة أبو ظبي من 1 الى 3 فيفري 2002 تحت شعار "يوم المرأة العربية" (2) و تضمن دعوة إلى إحداث جائزة عربية لأحسن إنتاج إعلامي يقدم للمرأة صورة أكثر توازنا وواقعية وهو المقترح الذي تقدمت به السيدة ليلي بن علي حرم رئيس الجمهورية في جلسة افتتاح المؤتمر الاستثنائي لقمة المرأة العربية المنعقدة بالقاهرة في شهر نوفمبر 2001 . وكل هذه الخطوات جاءت لتكثيف العمل على مستوى الإنتاج الإعلامي و لتذليل العقبات التي تواجه النساء الصحفيات علاوة على التأكيد على حاجة هذا المجال إلى البحوث العربية النظرية التي تمثل قلفتها عائقا أمام تطور الإعلام و مواكبته لمتطلبات العصر و احتياجات الجمهور و التصدي إلى الدافع للبحث عن مصادر أخرى لتلقي المعلومات و الأخبار.

4.1.3. الآليات الوطنية

يتجسم مبدأ المساواة في الحقوق بين المرأة والرجل في الأنظمة التشريعية والقانونية التونسية سواء في الدستور (1 جوان 1959) أوفي مجلة الأحوال الشخصية (13 أوت 1956) التي تنظم للمرأة مكانتها في الحياة الزوجية والعائلية، ويفضل تنقيح 13 أوت 1992 تطورت الأحكام المنظمة للحياة و العلاقات الزوجية باتجاه أكثر مساواة واعتماد مبادئ الاحترام المتبادل و الشراكة و التضامن في تسيير شؤون العائلة .

وتمثل الآلية المؤسسية الإطار الأساسي لتحقيق أهداف استراتيجية شاملة للنهوض بالمرأة ، يجسم ذلك في إحداث الهيكل الوزاري الخاص بشؤون المرأة و الأسرة الذي يضطلع بعدة مهام على المستوى الوطني والدولي، فهو آلية تصور و تنفيذ ومتابعة وتقييم وتنسيق برامج التدخل للنهوض بالمرأة بالإضافة إلى الحرس على تطوير برامج الاتصال المخصص للمرأة.

و تدل شارة الوزارة على البعد الحضاري و التاريخي لمكانة المرأة التونسية و يجسم الاهتمام بالجانب الاتصالي.

وإن التطور الهيكلي والتنظيمي من كتابة دولة للمرأة والأسرة في سنة 1992 إلى هيكل وزاري في سنة 1999 و توسيع مهامها ومجال التدخل بضم قطاع الطفولة في سنة 2003 ثم إضافة قطاع المسنين سنة 2004 يعد من عوامل تعزيز التمشي في تطوير أوضاع المرأة ومواجهة التحديات . كما أن الغاية من كل هذه الآليات تتمثل في استهداف كل أفراد الأسرة والعائلة الموسعة والحرص على انخراطهم في تحقيق تكافؤ الفرص و تغيير العقلية بما يتماشى مع المحافظة على القيم التقليدية التضامنية و قيم الحدائة و مبدأ المساواة بين الجنسين .

و إن موضوع النهوض بالمرأة أصبح ضروريا لمشاركتها الفاعلة في عملية التأهيل الشامل لمختلف القطاعات ، سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية هذا من ناحية و يرتبط هذا التطور من ناحية أخرى بالممارسات في الحياة اليومية تلك التي لا تزال تتصف بالتضارب نتيجة الرواسب التقليدية الموروثة و المخزونة في اللاوعي الجماعي لدى النساء والرجال.

وانطلاقا من الإرادة السياسية للدولة التونسية وعملا بالتوصيات والاتفاقيات الدولية تم إدراج موضوع الإعلام والنهوض بالمرأة ضمن المخططات التنموية في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ولاسيما في القطاعات التي تقدم خدمات للمرأة أو للأسرة و المتعلقة أساسا بالصحة و الشؤون الاجتماعية و الفلاحة و شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين(3).

و تتوافق هذه الخيارات مع التوصيات المنبثقة عن المؤتمرات الدولية للمرأة التي صادقت عليها الدولة التونسية و المؤتمرات العربية التي تؤكد على دور الإعلام في تغيير الصور النمطية التقليدية للمرأة و إبراز دورها ومكانتها في مجتمعها.

4.2. تقديم عام للبحث

4.2.1. مكونات البحث

تنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية كما تدرج ضمن الدراسات المسماة " وضع حالة " فهي تسمح بوصف أوضاع و مظاهر الإنتاج الاتصالي المخصص للمرأة التونسية . وذلك بجمع البيانات و المعلومات من خلال:
أولا : دراسة الآليات المؤسسية واللجان الإعلامية والاستراتيجيات والبرامج التي تعمل على تطوير الإعلام وتحسين أدائه بما يضمن النهوض بالمرأة و يعكس مساهمتها الفاعلة في تنمية مجتمعها
ثانيا : دراسة ميدانية عن طريق الاستبيان الذي يتم إجراؤه في عينة من الممارسات في مجالات الاتصال بما فيها الإعلام الجماهيري والاتصال المباشر والاتصال الحديث .

4.2.2. مصادر البحث

تم جرد المصادر المنتجة للأنشطة الاتصالية و الإعلامية و حصر المنتجة منها للأنشطة الخاصة بالمرأة و المنتجة للأنشطة الجامعة و تتميز بكونها تفرد المرأة والأسرة بجزء من إنتاجها أو بركن من أركانها، و تم تصنيف المصادر إلى:
• المؤسسات والقطاعات الحكومية الخاصة بالمرأة
• المؤسسات الحكومية التي تتدخل لفائدة المرأة ضمن الجمهور المستهدف
• مؤسسات الإعلام و الاتصال الجماهيري الحكومية والخاصة
• المنظمات غير الحكومية النسائية و العامة

4.2.2.1. المصادر المتكونة من المؤسسات و القطاعات الحكومية الخاصة بالمرأة

تشمل هذه المصادر القطاعات التالية:
• وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين
• مركز البحوث و الدراسات و التوثيق والإعلام حول المرأة
• اللجنة الإعلامية الخاصة بالمرأة " لجنة متابعة صورة المرأة في وسائل الإعلام"

4.2.2.2. المصادر المتكونة من المؤسسات الحكومية

تشمل هذه المصادر الهياكل التي ترجع بالنظر إلى وزارة الصحة و تتميز بكونها تقوم بالأنشطة الاتصالية
و الإعلامية في نطاق برامجها الصحية و مستهدفة بالخصوص المرأة و الأسرة و الفتاة المراهقة وهذه الهياكل هي التالية:

- الديوان الوطني للأسرة والعمران البشري
- إدارة رعاية الصحة الأساسية
- المعهد الوطني للتغذية

4.2.2.3 المصادر المكونة للمشهد الإعلامي و الاتصال الجماهيري

تتكون من الصحافة المكتوبة و المرئية السمعية و المسموعة التي تشمل الوسائل التالية:

- الصحافة المكتوبة المتكونة من :
 - الصحافة اليومية التي حافظت على الانتظام في الصدور و الاستقرار في معدل سحبها
 - و يبلغ عددها 9 عناوين من بينها 4 باللغة الفرنسية و 5 باللغة العربية .
 - و الصحافة الأسبوعية وهي تشمل 17 عنوانا من بينها 2 باللغتين العربية و الفرنسية و 1 باللغة الفرنسية و 14 باللغة العربية .
 - و الصحافة الجهوية التي تشمل 8 عناوين ولكن البعض لم يحافظ على الانتظام في الصدور و من بينها واحدة تصدر باللغتين الفرنسية و العربية.
 - و الصحافة النسائية التي تتكون من 5 عناوين تصدر 3 منها باللغتين العربية و الفرنسية و واحدة باللغة الفرنسية و واحدة باللغة العربية.
- الوسائط المرئية السمعية:
 - وهما القناتين التلفزيونيتين " قناة تونس 7 " و " قناة 21 " بالإضافة إلى " حنبعل " وهي قناة خاصة و حديثة العهد.

- الوسائط المسموعة تتكون من:

- الإذاعات الوطنية البثية في العاصمة وعددها ثلاثة محطات
- والإذاعات الجهوية و عددها تسعة
- و "موزيك" وهي إذاعة خاصة.

4.2.2.4 المصادر المتكونة من منظمات غير حكومية نسائية وعامة

تم جرد المنظمات النسائية و المنظمات المهنية و المنظمات التنموية التي تستهدف المرأة بصفة خاصة . والجمعيات العامة التي تستهدف المرأة و الرجل و تقوم بأنشطة اتصالية للمرأة وهي:

- الأمانة القارة لشؤون المرأة بالتجمع الدستوري الديمقراطي التي تم إحداثها سنة 1992
- الاتحاد الوطني للمرأة التونسية
- الاتحاد التونسي للصناعة والتجارة و الصناعات التقليدية (العرفة الوطنية لصاحبات المؤسسات المحدثه سنة 1990)
- الاتحاد التونسي للفلاحة و الصيد البحري (الجامعة الوطنية للفلاحات التي بعثت سنة 1990)
- الاتحاد العام التونسي للشغل (اللجنة الوطنية للمرأة العاملة التي أحدثت سنة 1991)
- الجمعية التونسية لأمهات تونس
- منظمة الدفاع عن المستهلك

4.2.3 عينة البحث

أثر القيام بهذا الجرد تم تكوين عينتين:

- عينة أولى لجمع المعلومات المتعلقة بالجانب الأول من البحث والتي تشمل السياسات الاستراتيجية و الآليات والبرامج و الأنشطة الموازية بما فيها الدراسات .
- وعينة ثانية تخص الدراسة الميدانية لجمع المعلومات عن طريق الاستبيان المتعلق بالأنشطة الاتصالية الموجهة بالأساس إلى المرأة و إلى الأسرة من أطراف متعددة .

4.2.3.1. عينة البحث الوثائقي

تم اختيار التقارير التي تخص الخطط والآليات والاستراتيجيات والبرامج الخاصة بالمرأة والإعلام التي تعدها وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين و مركز البحوث والدراسات والإعلام والتوثيق حول المرأة (الكريديف) وهي كالآتي:

- التقرير حول المخطط العاشر للتنمية 2002-2006 الخاص باللجنة القطاعية " المرأة و الأسرة"
- التقرير الذي يتعلق بلجنة صورة المرأة في الإعلام
- التقرير الوطني حول متابعة صورة المرأة في الإعلام
- وثائق يصدرها مركز البحوث والدراسات والإعلام والتوثيق حول المرأة (الكريديف) .
- وثائق من كتابة الدولة للإعلام.

4.2.3.2. عينة الدراسة الميدانية

وتم اختيار عينة لإجراء الاستبيان حول الممارسات الإعلامية الجماهيرية الخاصة بالمرأة والأسرة للفترة 2003-2004 في مجال الصحافة المكتوبة والبرامج التلفزيونية و الإذاعية.

وشملت أنشطة الإتصال المباشر و التي تخص ندوات التدريب الخاصة بالإعلام بالإضافة إلى نشاط " اتصال تكنولوجي حديث" .

4.2.3.2.1. في الصحافة المكتوبة :

شمل البحث 6 جرائد يومية الأكثر ترويج من مجموع 7 جرائد كلها باللغة العربية باستثناء واحدة "لابراس" باللغة الفرنسية بالإضافة إلى كل الجرائد الأسبوعية وعددها 10 حسب ما جاء بالقائمة التي وصلتنا من كتابة الدولة للإعلام ، وتجدر الإشارة إلى وجود عناوين أخرى لم تتضمنها القائمة وهي قليلة العدد وغير منتظمة في صدورها .

- و شمل الاستبيان جريدتين جهويتين من مجموع 6 جرائد .
 - و5 مجلات نسائية ، اثنتين منها من إنتاج جمعيتين نسائيتين و واحدة من إنتاج مؤسسة حكومية نسائية و إثنين من إنتاج خاص .
- و تم استثناء الأنشطة الإعلانية (الإشهار).

4.2.3.2.2. في الإعلام السمعي البصري والمسموع شمل البحث:

- القنوات التلفزيونية "قناة7" و "قناة 21" ولم تشمل القناة "حنبل الخاصة نظرا لعدم وجود إنتاج خلال السنتين المعنيتين بالبحث ولأنها حديثة العهد.
- و الإذاعة الوطنية و إذاعة الشباب الناطقتين بالعربية و الإذاعة الدولية الناطقة باللغة الفرنسية باستثناء البرامج الأخرى الناطقة باللغات الأخرى التي تستقطب جمهورا محدودا
- و الإذاعات الجهوية الخمسة (الكاف و المنستير و صفاقس و قفصة و تطاوين).
- و تم استثناء الإذاعة الخاصة "موزاييك" من العينة لكونها حديثة العهد في البث .

4.3. السياسات و الاستراتيجيات في مجال الاتصال والإعلام المخصصة للمرأة

يتضمن هذا الجزء تقديم البيانات المتعلقة بالآليات والاستراتيجيات الخاصة بالمرأة المتعلقة بمجال الاتصال. و يضم مجال الاتصال عدة أنشطة و على مستويات مختلفة، وهو مجال واسع ويستند إلى مقاربات نظرية تسهم فيها علوم إنسانية واجتماعية وصحفية و علوم معلوماتية و تقنية وفنية. وإن في مجال الاتصال كما يقول "ريجيس دوبري" في كتابه "مدخل إلى ميديولوجيا" (مصطلح الوساطة) " تقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط بين مختلف صانعي و مروجي الأحداث والأفكار والقيم و الثوابت والهواجس والرموز التي يتغذى منها أي مجتمع من جهة وبين الجمهور الذي يتوجه إليه هذا الخطاب من جهة أخرى. وهي تؤثر على محيطها كما تؤثر فيها جملة القيم والمثل التي تحكم المجتمع"(4). و معالجة قضية المرأة و الأوضاع المتعلقة بها مرتبطة بالقيم و الضوابط الاجتماعية وللوسائل الإعلامية مسؤولية ناتجة عن دور الوساطة التي تتميز بها . فتمثل وسائل الإعلام حلقة في مجال الاتصال مرتبطة بتدخل عدة أطراف لوضع القيم الحضارية و صنع المفاهيم و المضامين. تشمل هذه الأطراف مستويات مختلفة من ضمنها مستوى الآيات المؤسسية الاستشارية و التنفيذية والاستراتيجيات والإجراءات التي تطور مضمون الرسالة الاتصالية و لاسيما المخصصة للمرأة .

4.3.1. أدوات تنفيذ سياسات واستراتيجيات الاتصال

إن الصيغة الأفقية في تدخل وزارة شؤون المرأة والأسرة بينت ضرورة بعث " المجلس الوطني للمرأة والأسرة" في سنة 1992. وهو جهاز استشاري للتنسيق بين عمل مختلف القطاعات الحكومية و المؤسسات الخاصة و المنظمات والجمعيات . ومن خلال أعمال هذا المجلس تأكدت ضرورة تكوين لجنة خاصة لمتابعة صورة المرأة في وسائل الإعلام التي تم إحداثها بقرار رئاسي في سبتمبر 1997 .

4.3.1.1. لجنة متابعة صورة المرأة في وسائل الاعلام

توصلت هذه اللجنة إلى تحديد ملامح صورة المرأة المرجو ترويجها عبر القنوات التلفزية والإذاعية مؤكدة على الجوانب الإنسانية و الحرص على التخلص من القوالب المستنقصة للمرأة. وتمكنت من وضع خطة عمل و برامج تعهدت الأطراف المعنية بتنفيذها.

تشمل الخطة وضع إطار قانوني لتحديد أخلاقيات المهنة الصحفية و جعل فقرة تنص على "الالتزام بمبدأ المساواة وتجنب كل ما من شأنه أن يمس بحقها في الكرامة الإنسانية "

وتوصلت إلى تدعيم تمثيلية المرأة في الهيئات المهنية الخاصة بالإعلام و مواصلة تحسين صورة المرأة في الكتاب المدرسي و قصص الأطفال.

و بالنظر إلى توصيات لجنة صورة المرأة في الإعلام ، عملت وزارة التربية على مزيد إدراج الإنتاج النسائي في النصوص المعتمدة و على مراجعة الصور النمطية المتضمنة في الكتب المدرسية لأدوار المرأة و الرجل حتى تكون متناعمة مع التطورات المرجوة. و نسجل من خلال التقارير السنوية للجنة متابعة صورة المرأة في وسائل الإعلام (5) أن عدة إنجازات تم تحقيقها سواء على المستوى الوطني أو القطاعي أو من طرف الوزارة نفسها

أو مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة (الكريديف). كما يمثل إحداث " الجوائز الرئاسية " من بين الإنجازات التي تحث على تنفيذ القرارات السياسية و الخيارات المجتمعية و في هذا الصدد نذكر:

. **جائزة " الطاهر الحداد "** التي أوصت بها هذه اللجنة، لجنة متابعة صورة المرأة في الإعلام

و التي تم إحداثها على المستوى الوطني لأحسن إنتاج إعلامي يعكس صورة متوازنة للمرأة

(الأمر عدد 1037 بتاريخ 17 ماي 1999) .

و قد أسندت في دورتها الأولى إلى السيدة فاطمة إسكندراني ، مخرجة تلفزية، و في دورتها الثانية إلى السيدة مفيدة الثلاثلي، مخرجة سينمائية ، و في دورتها الثالثة إلى السيد علي اللواتي كاتب سيناريو لمسلسلات تلفزية تم بثها خلال شهر رمضان .

4.3.1.2 الجوائز الرئاسية في مجالات تخص النهوض بالمرأة

نذكر منها:

• **الجائزة الرئاسية للمرأة الريفية** التي تسند لأفضل برنامج أو مشروع أو مبادرة للنهوض بالمرأة الريفية يوم 15 أكتوبر من كل سنة و ذلك منذ 1998

• **جائزة الأسرة** التي تم إحداثها في 13 جويلية 1992 للنهوض بالأسرة. و تسند إلى شخص مادي أو مؤسسة ساهمت بصفة مباشرة في النهوض بالأسرة التونسية لتنمية قدراتها على القيام بوظائفها في أحسن ظروف سواء بالبلاد التونسية أو بالخارج و ذلك بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني للأسرة الموافق ليوم 11 ديسمبر من كل سنة.

4.3.1.3 اتفاقية " القضاء على كل أشكال التمييز ضد المرأة ":

الوطني حول متابعة تنفيذ خطتي عمل بيجين و داكار 1995-2000 بعض المؤشرات حول الصحفيات في قطاع الإعلام التي تبرز التزايد في نسبة النساء الصحفيات من 22.4 سنة 1994 و 25.15 سنة 1998 إلى 34.38 سنة 2002

و نسبة كبيرة منهن متواجدات بالقطاع السمعي البصري حيث أنه في سنة 2002 نجد 45.8 منهن تشتغلن في مؤسسة الإذاعة والتلفزة التونسية و41.9 في وكالة تونس إفريقيا للأنباء و12.7 في الصحافة المكتوبة(6).

4.3.3 برامج الإعلام و الاتصال بوزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة و المسنين

4.3.3.1 مكتب الإعلام والاستقبال والعلاقات العامة

يعمل هذا المكتب على إعداد الملفات الإعلامية و تقديم الخدمات الإعلامية للصحافيين بمؤسسات الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية و التنسيق معها لتغطية الأحداث و أنشطة الوزارة.

4.3.3.2 استراتيجية اتصال وإعلام والتثقيف

تدرج البرامج الاتصالية والإعلامية في نطاق تنفيذ الخطط الوطنية التي تعتمد على استراتيجية اتصال وإعلام وتثقيف و ذلك ضمن برامج عمل متكاملة تستوجبها تحقيق الأهداف التي تخص المرأة والأسرة وهي التالية:

- الخطة الوطنية للأسرة

- والخطة الوطنية للمرأة

- و الخطة الوطنية للمرأة الريفية.

وتتمحور كل خطة حول مواضيع تم إفرادها و كشفها من خلال الدراسات(7) لتحديد أولويات التدخل . تعلقت هذه الدراسات بأوضاع المرأة والأسرة في الميادين الخاصة بالصحة والعلاقات بين الأزواج داخل الأسرة و تنشئة الأطفال و الأجيال و توزيع الأدوار

و الممارسات الاتصالية في الأسرة و في مجال الاقتصاد العائلي .

و يتم إعداد استراتيجية الاتصال و الإعلام و التثقيف وتنفيذها بالاعتماد على أنشطة في

نطاق عمل سواء تخص المرأة بصفة عامة و المرأة الريفية أو الحرفية أو الأسرة و عن طريق وسائل مختلفة تتماشى مع أهداف محاور الخطة المعنية .

4.3.3.2.1 المعارض

تشمل برامج استراتيجية الإعلام والاتصال والتثقيف تنظيم معارض وهي نوعان:
* المعارض الوثائقية بمناسبة الاحتفال بالعيد الوطني للمرأة يوم 13 أوت من كل سنة منذ 1957 تشارك فيها كل الأطراف التي تقدم خدمات للمرأة سواء الجمعيات أو المنظمات النسائية والتنموية وهو نشاط يدوم عدة أيام و بصفة دورية . و يقع عرض لوحات بيانية تحتوي على المؤشرات حول الإنجازات في كل الميادين.

* المعارض الاقتصادية تنظم لفائدة فئتين من النساء المرأة الحرفية والمرأة الريفية، وذلك لعرض و بيع منتوجهن.

فبالنسبة للحرفيات يقع تنظيمها بمناسبة الاحتفال باليوم العالمي للمرأة (8 ماس) و بالنسبة للمرأة الريفية يقع تنظيمها بمناسبة الاحتفال باليوم العالمي للمرأة الريفية (15 أكتوبر) . هذا بالإضافة إلى الأنشطة الإعلامية والأشغال الصحفية التي تقوم بها وسائل الإعلام لتغطية الحدث و التعريف بهؤلاء النساء و إسهامهن في التنمية و فرض مكانتهن.

4.3.3.2.2 إنتاج المطويات و المعلقات

يتم إصدار مطويات ومعلقات بصفة مناسباتية عند تنظيم التظاهرات للتعريف بموضوعها وبأهدافها والإعلان عنها وترويج المعلومة الخاصة بها .
وتصدر مطويات أخرى محورية لترويج الإجراءات المحدثة وتبسيطها و جعلها في متناول الجمهور العريض. فهي تخص الجوائز الرئاسية التي تسندها الوزارة و البرامج والخطط الوطنية التي تقوم بإعدادها الوزارة ويتم تحيينها بصفة دورية.
كما يعتمد فيها الأسلوب الفكاهي بتضمينها صور كاريكاتورية تترجم أفكار النصوص المصاحبة و تناولت هذه المطويات عدة مواضيع كمجلة الأحوال الشخصية أو صندوق ضمان جراحة الطلاق و النفقة .
هذا بالإضافة إلى إصدار " دليل بالمرأة الريفية"(8) في أوت 2000 يستهدف المرأة الريفية والجمعيات التنموية و المتدخلين الميدانيين و يرمي للتعريف بالخدمات و بالإجراءات والآليات الهادفة إلى تفعيل دور المرأة الريفية في التنمية . ويتمثل في تبسيط المعلومات وتقريبها من المرأة الريفية من ناحية ومن ناحية أخرى من تمكين المتدخلين الميدانيين من توجيهها لأفضل استفادة من البرامج التنموية.

4.3.3.2.3 إنتاج نشرية ثلاثية

ولمزيد تدعيم الجانب الإخباري حول البرامج والأنشطة الوزارية و الجهات التي تعاضدها في التنفيذ تعمد الوزارة إلى إنتاج نشرية ثلاثية(9).

4.3.3.3 ورشات التدريب في مجال الإعلام

أ. بادر مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة بتنظيم أنشطة توعية و تدريب لفائدة الصحفيين نساء و رجالا حول النوع الاجتماعي والإعلام وكان ذلك منذ سنة 1995 و بمعدل 3 دورات تدريب سنويا.

ب. هذا بالإضافة إلى ورشات التوعية التي تنظمها الإدارة العامة للإعلام والاتصال بالوزارة لفائدة المهنيين في قطاع الإعلام و الاتصال قصد مزيد إشعارهم بدورهم في التأثير على العقلية وفي صياغة الأنماط السلوكية ويستهدف هذا النشاط أصناف المهنيين التالية :

- منشطين ومنشطات ومنتجين ومنتجات و مخرجين و مخرجات البرامج الإذاعية و التلفزيونية
 - و كتاب وكاتبات السيناريوهات ومنتجي و منتجات الدراما و المسلسلات التلفزيونية والإذاعية
 - ورؤساء تحرير الصحافة المكتوبة،
- كما يتم دعوة معهد الصحافة و علوم الأخبار إلى توجيه الطلبة للتناول بالدرس المواضيع التي تخص المرأة والإعلام . و نسجل في هذا الصدد عدة رسائل نهائية دروس التعليم العالي في الصحافة كان موضوعها يتعلق بالمرأة والإعلام.

4.3.3.4 الندوة الأوروبية المتوسطة

تم تنظيم ندوة الأوروبية المتوسطة "المرأة و وسائل الإعلام: من أجل صورة متوازنة" من طرف وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين بالتعاون مع المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين و الاتصاليين و لجنة الاتحاد الأوروبي بتونس خلال الفترة من 2 إلى 4 ديسمبر 1999. وهي تندرج ضمن تطبيق توصيات مؤتمر بيجين 1995 (10).

4.3.4 الأنشطة الاتصالية لفائدة الأسرة بالوزارة

حرصت الوزارة على وضع وتنفيذ عدة أنشطة اتصالية وإعلامية ضمن استراتيجية الاتصال والإعلام تواكب خطتي العمل الوطنية الأولى والثانية لفائدة الأسرة . والهدف منها هو تمكين الأسرة من التكيف مع تطورات المجتمع والمتطلبات الجديدة للاندماج الاقتصادي. وتضمنت البرامج عدة أنشطة اتصالية للتوعية و التثقيف الجماهيري بهدف ترسيخ ثقافة أسرية و سلوكيات منسجمة مع تطور المجتمع و الاختيارات الحضارية. ونذكر من أهمها التالية:

4.3.4.1 الومضات التلفزية و الإذاعية

في هذا السياق تم إنجاز الومضات التلفزية و الإذاعية(11) التي حملت شعار "السلوك الحضاري يبدأ داخل الأسرة " و تتعلق مضامينها بمواضيع محاور الخطة الوطنية الأولى لفائدة الأسرة وكانت مواضيع الومضات كالتالي : الحوار بين الأزواج و بين الأطفال و المراهق والأولياء، و تقاسم الأدوار بين الأزواج في القيام بالشؤون المنزلية، و فوائد الكمبيوتر لكل أفراد العائلة ، و أهمية قيم الإتيقان في العمل ، و المبادرة لبعث مشروع صغير، و المحافظة على التجهيزات العمومية . كما قامت الوزارة بدراسة (12) سبر الآراء لتقييم أثر الومضات بعد بث 6 منها للتعرف على موقف الجمهور من الرسائل التي تمررها الومضات، وكانت النتائج إيجابية حيث وردت اقتراحات لمزيد تناول موضوع الحوار بين الوالدين والأطفال وخاصة المراهقين و على إثر ذلك تم تناول المواضيع المقترحة في الومضات اللاحقة .

4.3.4.2 الندوات الجهوية

شملت البرامج الاتصالية تنظيم ندوات جهوية تثقيفية تحت شعار "الحوار يبدأ داخل الأسرة" واستهدفت هذه الندوات المتدخلين في مجال الأسرة من العاملين في القطاع الحكومي المعني بالعمل الاجتماعي والقطاع الجمعياتي. و مثلت هذه الندوات فرصا للتعريف باستراتيجية الاتصال والإعلام الخاصة بالمرأة وبالأسرة و التعرف على مدى تلاءم الأنشطة الاتصالية مع الخصوصيات الجهوية.

4.3.4.3 البرنامج التلفزي "مجلة الأسرة"

وهذا النشاط يتمثل في إنتاج برنامج تلفزي "مجلة الأسرة" (13) بالتعاون مع مؤسسة الإذاعة والتلفزة التونسية وهو يتكون من سلسلة من الحصص تعتزم الوزارة من خلالها معالجة المواضيع التي تتمحور حول التنشئة والعلاقات الزوجية و إحكام التصرف في الميزانية العائلية حسب مقاربة علمية نفسانية واجتماعية وقانونية واقتصادية بهدف تطوير قدرات الأسرة لأداء لوظائفها على أحسن وجه.

4.3.5 آليات وأنشطة موازية

نجد عدة أنشطة في مجال الاتصال تواكب استراتيجية الإعلام والاتصال والتثقيف لفائدة المرأة والأسرة. و تقوم بإنجازها الوزارة أو الهياكل الحكومية التي تشرف عليها أو التي تتعاون معها لتحقيق الأهداف الوطنية للنهوض بالمرأة، ومن بينها الآتي ذكرها:

4.3.5.1 خلايا الإنصات والتوجيه

يعد مكتب العلاقات مع المواطن بوزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين "خلية الإنصات" في خدمة المرأة والأسرة. تتولى منذ سنة 1992 التدخل في حالة وجود خلاف بين الزوجين أو على المستوى العائلي. وتم تدعيم هذه الخلية بإحداث موزع صوتي آلي يحتوي على مسلكين الأول تحت رقم (1840) 1380 يتضمن بنك معلومات في مجال الصحة والتنظيم العائلي و حقوق المرأة والأسرة و المسلك الثاني تحت رقم 1392 يتقبل العرائض ويعالجها بمساعدة فريق من الخبراء متعدد الاختصاصات.

و قامت بعض الجمعيات غير الحكومية بدورها بإحداث خلايا إنصات وتوجيه قانوني والتكفل بالنساء وتقديم خدمات واستشارات وعلاج نفساني مجاني. وتندرج هذه الأنشطة ضمن الأنشطة الاتصالية المباشرة.

4.3.5.2 المرصد

نسجل في نطاق جمع البيانات حول الإعلام والمرأة تقدما في تنفيذ توصيات لجنة متابعة صورة المرأة في الإعلام من خلال إحداث صلب مركز البحوث و الدراسات و التوثيق والإعلام حول المرأة (الكريديف) آية خاصة ، تتمثل في وحدة الرصد الإعلامي للمرأة.

و هي تعمل على توفير المؤشرات الكمية و النوعية حول مدى حضور المرأة ومساهمتها في أخذ القرار في وسائل الإعلام بجميع أنواعها من ناحية، ومن ناحية أخرى هي أداة تقييم للخدمات التي تنفذ للنهوض بها . و يسعى هذا التمشي إلى إيجاد المنهجيات و الوسائل الكفيلة بتفعيل الوسائل الاتصالية و تطوير أدائها. و تحتوي منوعافية للبرامج التلفزية و الإذاعية تم إنجازها خلال سنة 1997

4.3.5.3 شبكتنا المعلومات حول المرأة

أحدثت شبكتنا معلومات حول المرأة (ريف) و (ريم) سنة 1997 بمركز البحوث و الدراسات و التوثيق والإعلام حول المرأة. وكان ذلك بعد تركيز قاعدة معلومات ببيولوجرافية حول المرأة ومكتبة مجهزة بالإعلامية تمكن الوصول إلى قواعد المعلومات و إلى مختلف المؤسسات التي تعد مصادر أخبار و بيانات حول المرأة في تونس وفي البلدان المغاربية والبلدان الناطقة باللغة الفرنسية.

4.3.5.4 الدراسات في مجال الإعلام والاتصال

إن **الدراسات** التي اهتمت بموضوع المرأة والإعلام محدودة العدد وتتعلق بصورة المرأة من خلال تحليل المضامين سواء للبرامج التلفزية أو لمقالات صحفية مكتوبة و نذكر منها التي أنجزها مركز الدراسات والبحوث والتوثيق والإعلام حول المرأة (الكريديف) والتي تم إعدادها في معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس .

- *دراسة حول صورة المرأة في وسائل الإعلام المكتوبة*. الكريديف. 1999 . تناولت دراسة مضامين 7 جرائد يومية خلال فترات زمنية لمدة 4 أشهر من ضمنها الفترة الموافقة للاحتفالات بيومي 8 مارس 1997 و 13 أوت 1997 . وتبين هذه الدراسة أن الصحف على تعكس حضور المرأة المتزايد في الحياة العمومية و يرجع ذلك إلى أن المضامين يقع تصميمها من طرف الرجال وتتوجه إلى جمهور متكون من الرجال الجمهور . وهي تقتصر على تغطية الأحداث والأنشطة التي تقوم بها المؤسسات العمومية و الجمعيات غير حكومية. كما يلاحظ تفضيل الأحداث المثيرة و الوضعيات الاجتماعية التي لا تظهر المرأة في صورة إيجابية تثمن تطورها.

- *دراسة حول صورة المرأة في المضامين التلفزية* . الكريديف. 1999 تناولت هذه الدراسة شريط الأنباء و الومضات التلفزية خلال فترة الاحتفال باليوم العالمي للمرأة وهي فترة تسبق وتعقب يومي 8 مارس و 13 أوت . وتم وضع معطيات تبرز التمييز ، و تتمثل بعض جوانبه في أن أغلبية مقدمي الأخبار من النساء وأن عملية الصياغة والأداء في مختلف المواد الإعلامية المتطرق لها في الأخبار تقوم الصحفيات بأغلبيتها. ويظهر عدم المساواة في اختيار شهادات الرجال والنساء و في فرص ظهور المرأة بمفردها وفي ضعف تواجد المرأة في الفضاءات العامة.

أما دراسة الومضات الإشهارية تبين أن حضور المرأة بالصورة والصوت وهو حضور مكثف مقارنة بالرجل و يرتبط حضورها بالبيت والأطفال و بالسلع المنزلية وبالاستهلاك في حين وقع تغييب الأدوار الأخرى للمرأة عكس الرجل الذي يظهر في الومضات المتعلقة بالتكنولوجيات وبالعالم المال والأعمال . وتظهر المرأة بكثرة في صورة نمطية معبرة عن الجمال والرقرة و كل ما يتصل بالعواطف.

- دراسة حول وقع الومضات التلفزيونية . 2000 .

أنجزتها وزارة شؤون المرأة والأسرة لتقييم الومضات التلفزيونية و الإذاعية التي تم بثها في الفترة 1996-1998 ويندرج هذا الإنتاج في نطاق استراتيجية الاتصال والإعلام المتضمنة لحملة اتصالية تحت شعار "السلوك الحضاري يبدأ داخل الأسرة". وقد تم من خلالها تناول مواضيع تتعلق بالحوار بين الأزواج و بين الوالدين و الأطفال و مواضيع تتعلق بالشراكة في توزيع الأدوار بين الأزواج و مواضيع أخرى تعلق بالتحكم في الاستهلاك. وأفرزت هذه الدراسة اقتراح مواضيع أخرى تتصل أساسا بالمراهقين وطرق التعامل معهم.

- مجموع الدراسات والبحوث و رسائل ختم الدروس المتعلقة بالمرأة والإعلام يبلغ عدده قرابة 40 عنوان و ذلك خلال التسعينات بدون اعتبار العناوين التي تخص تتعلق بالمرأة في مجالات أخرى و نستعرض بعض منها :

- صورة المرأة في "الصباح" و "لابرلس" -1980/1950- الاتحاد الوطني للمرأة التونسية- معهد لعموري 1981.
- صورة المرأة في المجتمع التونسي - الاتحاد الوطني للمرأة التونسية- 1995 .
- الدراسات حول صورة المرأة في الصحافة المكتوبة والإنتاج السمعي البصري و الإشهار.
- مجلة الأحوال الشخصية و الصحافة التونسية 1956- 1993 تحليل مضمون لما نشر بصحيفتي الصباح والحرية . الزايري نهلة
- الإعلام والاتصال بمركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة. تحليل مضمون. مجلة الكريديف . 1997. سلام نجاة و الصابري هدى.
- الكتابات النسائي في الصحافة اليومية من خلال دراسة بعض المقالات الواردة في الحرية و الصباح و الشروق . 1995. الماجري سنية
- المادة الإعلامية المخصصة للمرأة في الصحف اليومية التونسية . 1998. المقراني نجاة و الريحاني سميرة
- الاتصال الاجتماعي و بمركز البحوث والدراسات والتوثيق و الإعلام حول المرأة. 1997. المجبري اعتدال.
- الإعلام والاتصال بمركز البحوث والدراسات والتوثيق و الإعلام حول المرأة. تحليل مضمون مجلة الكريديف 1997. سلام نجاة
- المادة الإعلامية المخصصة للمرأة في الصحف اليومية التونسية. 1998 . المقراني نجاة.
- السياسة الإعلامية للاتحاد الوطني للمرأة التونسية : مجلة المرأة . 1999. أمال صمود
- موقف الصحف التونسية من صدور مجلة الأحوال الشخصية من 14 أوت إلى 14 سبتمبر 1956. 2004. الجبري أحلام.

4.4 تقديم البحث الميداني

4.4.1 تقديم الاستبيان

يعتمد الجانب الميداني للبحث على الاستبيان الموجه إلى عينة من الأنشطة الاتصالية المخصصة للمرأة بدون استثناء الأسرة. ومفهوم الأنشطة الاتصالية يقصد به الأنشطة الإعلامية وأنشطة التدريب والاتصال المباشر.

4.4.2 الهدف العام

الكشف عن الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة من خلال المعلومات التي سيوفرها الاستبيان .

4.4.3 الأهداف الخصوصية

- معرفة نوع الأنشطة و مضامينها
- معرفة الأهداف التي من أجلها يقع إنجاز الأنشطة
- معرفة رأي المسؤولين عن الأنشطة
- التعرف على التحديات و الصعوبات
- معرفة مدى مشاركة المرأة في الإنتاج و في تطوره

4.4.4 مادة الاستبيان

تناولت الدراسة الميدانية الأنشطة الاتصالية مهما كان شكلها أو حجمها سواء كانت مقالات أو تحقيقات أو صفحة أو ركن أو ملحق صحفي أو برنامج أو جزء منه كما شملت أمثلة من الأنشطة الاتصالية المتمثلة في ندوة تدريب في " الإعلام والمرأة " و الاتصال المباشر المتمثل في الزيارات الميدانية و كل اتصال حديث كموقع واب مثلا.

4.4.5 أداة الدراسة و إعدادها

لقيام بهذه الدراسة الميدانية تم إعداد استبيان في ورشة العمل المنعقدة بالقاهرة يومي من 28 و 29 نوفمبر 2004 . وهو يتكون من 7 محاور و 24 عنصر ويتضمن أسئلة مغلقة و أخرى مفتوحة تتعلق بالنقاط التالية: اسم النشاط ، اسم الجهة المنفذة ، الجمهور المستهدف ، الأهداف ، نوع النشاط و مضمون النشاط ، التقييم و معايير التقييم و الجهة التي تقوم به ، نتائجه ، الانجازات المحققة ، و الأسباب نهاية النشاط ، و التحديات .

4.4.6 تعميم الاستمارة

تمت مراسلة مديري المؤسسات أولا ثم تعميم الاستبيانات أثناء مقابلة مع المسؤول عن المؤسسة وفي بعض الحالات أوكل هذا الأخير إلى أحد أعضاء فريق العمل الذي يسهر على النشاط مهمة تقديم المعلومات. و قد يطلب ذلك أحيانا وقتا كبيرا نظرا لكثرة مشاغل المسؤول الذي كان في بعض الحالات يعود إلى الوثائق للبحث عن المعلومات التي لا يستحضرها. و تولى تعميم الاستبيانات صحافية بإحدى الجرائد و أستاذة جامعية في معهد الصحافة بتونس و الخبيرة المشرفة على البحث المسحي.

4.5 عرض و تحليل النتائج

نستعرض في ما يلي البيانات الخاصة بالأنشطة الاتصالية خلال سنتي 2003 و2004 الواردة في 69 استبيان، وكما نستعرض تحليل النتائج و ذلك حسب تسلسل المحاور التي يتضمنها الاستبيان.

4.5.1 البيانات العامة عن الأنشطة

تمثل الأنشطة الاتصالية عنصرا هاما في تحليل نوعية معالجة المجتمع لقضايا المرأة بما فيه الأدوار والتمكين .

4.5.1.1 إسم النشاط

نلاحظ أن الأنشطة تحمل عناوين متنوعة يمكن تجميعها حسب الكلمات التي تتضمنها . فنجد في بعض العناوين كلمتين تدلان على الانتماء الجنسي وهي "إمرأة " و "نساء" وجاءت في عناوين مجلات و أركان صحفية كما جاءت في عناوين برامج إذاعية و تلفزيونية وهي كالاتي:- امرأة - المرأة والمجتمع - امرأة في عنق الزجاج- نساء وحقائق- مملكة النساء - للنساء فقط- نساء متألمات - صورة نسائية -"انساء وعليهم الكلام"- مرافقة نسائية-

وتجدر الإشارة إلى أننا لا نجد في هذه الأسماء بعدا رمزيا سلبيا، بل في أغلب الحالات تكون هذه الأسماء محايدة ولا تدل على أية تحقير. ومن ناحية ثانية نجد أسماء أخرى تدل على المكانة الاجتماعية وهي مكانة تشرف المرأة جاءت في العناوين التالية: - سيدة الحدث- إليك سيدتي- أنت والحياة- و يشير عنوان واحد " صدى الأمهات" إلى دور الأمومة وهي مجلة دورية تصدرها الجمعية التونسية للأمهات.

كما جاءت كلمات في بعض عناوين برامج إذاعية ترمز إلى التصور التقليدي للمرأة وإلى دورها المرتبط بالفضاء المنزلي وهي كالاتي :- بيتك جنتك- البيت السعيد- وربني دارك انوريك أشغالي"- ديار وحوار. ونجد أ أنشطة تحمل تسمية نسائية وهي : - حواء- سوار- عليسة.

وأخرى تدل على الهوية المدنية أو تشير إليها وهي كالاتي: - للأزواج فقط - تاج الوفاء -

أما العناوين التالية - هي وهو - وهي ضمائر في صيغة مبني للمجهول ترمز إلى العلاقة الثنائية وتوحي بالمنافسة الإيجابية و إلى عدم التكافؤ بالنسبة لعنوان - هو وهن.-

ونلاحظ أن معالجة أوضاع المرأة يرتبط نسبيًا بالقضايا الاجتماعية و جاء ذلك في عناوين لأنشطة يخصص جزء منها للمرأة مثل -قضايا في المجتمع- و- مرايا المجتمع.

وتتجلى أهمية المحور الصحي من خلال العناوين المتضمنة لكلمة "الصحة " وهي: - صحة وسلامة - والصحة في كل هذا- في الصحة الإيجابية -

و تتضمن العناوين التالية كلمة "الأسرة" : التوازن الأسري- أسرة الغد - فضاء الأسرة- التماسك الأسري- ملحق الأسرة- ويدل على أهمية دور المرأة في الأسرة وهي مكانة تبرز قيمة دورها في بناء الأسرة و في تنشئة الأجيال.

وأما الأنشطة من نوع الأشكال الصحفية التي تتعلق بتغطية الأحداث الوطنية الخاصة بالمرأة تحمل عنوان "متابعات" .

4.5.1.2 الجهة المنفذة للأنشطة: تتوزع الأنشطة حسب اسم الجهة المنفذة كما يلي:

الجدول رقم (4.1) :- توزيع عدد الأنشطة حسب اسم الجهة المنفذة

عدد الأنشطة	اسم الجهة المنفذة
1	إذاعة الشباب
3	الإذاعة الجهوية بتطاوين
4	الإذاعة الجهوية بفقصة
3	الإذاعة الجهوية بالكاف
2	الإذاعة الجهوية بالمنستير
8	الإذاعة الجهوية بصفاقس
1	الإذاعة الدولية
2	الإذاعة الوطنية
3	الاتحاد الوطني للمرأة التونسية
1	الجمعية التونسية للأمهات
2	الديوان القومي للأسرة والعمران البشري
3	جريدة "لابراس"
2	جريدة أخبار الشباب
1	جريدة أخبار الجمهورية
1	جريدة الإعلان
1	جريدة الأنوار
1	جريدة البيان للاتحاد التونسي للصناعة والتجارة
1	جريدة الجزيرة
1	جريدة الحدث
1	جريدة الحرية
1	جريدة الشروق
1	جريدة الشعب الاتحاد العام التونسي للشغل
3	جريدة الصباح
3	جريدة الصحافة
1	جريدة الصريح
1	جريدة الملاحظ
1	شخص
1	شركة خاصة
1	شمس الجنوب
1	قناة ت21
6	قناة تونس 7
1	مجلة العهد
1	مجلة تونيزين ديجاست
1	مجلة حقائق
2	مركز البحوث والدراسات كريديف
2	منظمة الدفاع عن المستهلك
1	وزارة شؤون المرأة و الأسرة و الطفولة والمسنين
69	الجملة

من خلال هذا الجدول يتبين أن عدد الأنشطة يتفاوت من جهة منفذة إلى أخرى. وجاء تفاوت هام في الإنتاج الإذاعي بين الجهات الوطنية و الجهوية حيث يبلغ عدد الأنشطة الإذاعية 24 نشاط من مجموع 69 نشاط موجه للمرأة. و يبلغ عدد الأنشطة التي تنفذها الإذاعات جهوية 20 نشاط مقابل 4 أنشطة تنفذها الإذاعة الوطنية و إذاعة الشباب والإذاعة الدولية.

فمن الواضح أن تفرع الإذاعة الوطنية إلى إذاعات جهوية يتيح فضاءات للتعبير و يجعل مجال الاتصال الجماهيري يتطور في معالجة القضايا الخصوصية لفئات من المستمعين. و يندرج هذا التوجه ضمن المقاربة حسب "القرب" فكما يقول الأستاذ محمد قنطارة أن هذا المصطلح " له بعدان : البعد الأول جغرافي ويتمثل في تحديد مرجعية تتعلق بمساحة ترابية ما. والبعد الثاني نفسي حيث أن القرب يعني الاهتمام ببعض المواضيع و المشاغل التي تختلف حسب اختلاف المنطقة التي يقطن بها الجمهور" (14).

4.5.1.3 تاريخ بداية الأنشطة : توزيع الأنشطة حسب تاريخ انطلاقها

الجدول رقم (4.2) :- توزيع عدد الأنشطة حسب تاريخ انطلاقها

عدد الأنشطة	تاريخ بداية النشاط
1	1956
1	1973
1	1978
1	1981
1	1983
1	1984
1	1985
1	1989
1	1990
4	1991
2	1992
3	1993
2	1994
3	1995
1	1996
5	1997
2	2000
4	2001
8	2002
2	2003
1	2004
1	01/12/1961
1	01/06/1980
1	01/02/2000
3	01/01/2003
2	01/07/2003
2	01/09/2003
1	22/11/2003

1	29/03/2004
1	01/04/2004
1	01/07/2004
2	01/09/2004
6	غير محدد
1	20/03/1988
69	الجملة

يبين الجدول أعلاه أن بداية الأنشطة ترجع إلى الخمسينات وهو تاريخ إحداه مجلة الأحوال الشخصية في 1956 و تأسيس الاتحاد الوطني للمرأة التونسية. و في سنة 1973 تم إحداه الديوان القومي للتنظيم العائلي الذي ركز تدخله في مجالي التنظيم العائلي و الصحة الإنجابية على الأنشطة الاتصالية . ونلاحظ تزايداً في عدد الأنشطة في التسعينات بما يعكس الإجراءات الخاصة بحقوق المرأة والعمل على الارتقاء بمكانتها. وتتزامن بعض الأنشطة مع ظهور مؤسسات حكومية خاصة بالمرأة منها مركز البحوث والدراسات و الإعلام و التوثيق حول المرأة (الكريديف) الذي تأسس سنة 1990 هذا من ناحية ، و من ناحية أخرى إحداه كتابة الدولة للمرأة والأسرة في سنة 1992 . كما أنه تم تنقيح مجلة الأحوال الشخصية في سنة 1993 لتعزيز الإطار القانوني بما يضمن أكثر مساواة بين الزوجة والزوج في تسيير الشؤون العائلية ويتميز هذا التنقيح بحذف واجب الطاعة وتعوضه بمبدأ التضامن و الشراكة بين الأزواج. أما الفترة بعد التسعينات تزامنت الأنشطة مع العمل على تطبيق توصيات مؤتمر بيجين 1995 و ضرورة إعداد التقارير الوطنية للمشاركة في المؤتمرات الدولية (15).

الجدول رقم (4.3):- توزيع عدد الأنشطة حسب تاريخ انطلاقها (جدول تأليفي)

النسب	عدد الأنشطة	الفترة التاريخية
17%	12	1990 - 1956
33%	23	1991 - 2000
41%	28	2001 - 2004
9%	6	غير محدد
100%	69	الجملة

يبين الجدول التأليفي أن الفترة من 2000 إلى 2004 تتميز بارتفاع نسبة الأنشطة المنتجة حيث تبلغ 41% من مجموع الأنشطة المعنية بالبحث وتليها الفترة ما بين 1990 و 2000 التي شهدت انطلاق 33% من مجموع الأنشطة التي تناولها البحث . وتمثل الأنشطة التي بدأ تنفيذها بين 1956 و 1990 نسبة ضعيفة تبلغ 20%. و قد يرجع ذلك إلى العوامل المذكورة أعلاه بالإضافة إلى التطور الوظيفي لوسائل الإعلام الجماهيري على المستوى الجهوي.

4.5.1.4 توزيع الأنشطة حسب مكان و تاريخ بداية تنفيذها

نلاحظ من خلال الجدول التالي تفاوتاً بين الجهات المنفذة حسب التوزيع الجغرافي من ناحية عدد الأنشطة و بداية انطلاقها. فإن التنفيذ يتمركز في العاصمة حيث يبلغ عدد الأنشطة المنفذة بها 48 من مجموع 69 نشاط .
و على المستوى الجهوي نجد تفاوتاً بين الجهات و تحتل مدينة صفاقس المرتبة الأولى وهي التابعة إلى إقليم الوسط الشرقي ويرجع ذلك إلى كونها المدينة الثانية بعد العاصمة ولاسيما في مجالي الاقتصاد و العمران البشري.
ويتبين أن بداية تنفيذ الأنشطة كان كالأتي : سنة 1985 في صفاقس و 1991 في قفصة و 1997 في تطاوين.
وتكاثفت الأنشطة خلال السنوات الأخيرة خاصة بصفاقس وفي الجنوب و يعود ذلك إلى حركية نخب المنطقة و تسمية نساء في مراكز قرار بولايات الوسط والجنوب لتحمل مسؤولية معتمد شؤون اجتماعية .

الجدول رقم(4.4):- توزيع بداية الأنشطة حسب مكان التنفيذ

تاريخ بداية الأنشطة	قفصة	صفاقس	جزيرة جربة	تطاوين	المنستير	الكاف	العاصمة	عدد الأنشطة
1956							1	1
1973							1	1
1978							1	1
1981							1	1
1983							1	1
1984							1	1
1985		1					1	1
1989							1	1
1990							1	1
1991	3						1	4
1992							2	2
1993							3	3
1994					1		1	2
1995							3	3
1996							1	1
1997				1			4	5
2000	1						1	2
2001							4	4
2002				2	1		5	8
2003						1	1	2
2004							1	1
01/12/1961							1	1
01/06/1980			1					1
01/02/2000							1	1
01/01/2000		2					1	3

								3
2						2		01/07/2003
2	1	1						01/09/2003
1						1		22/11/2003
1						1		29/03/2004
1	1							01/04/2004
1						1		01/07/2004
2	1					1		01/09/2004
6	6							بدون جواب
1	1							20/03/1988
69	48	2	2	3	1	9	4	الجملة

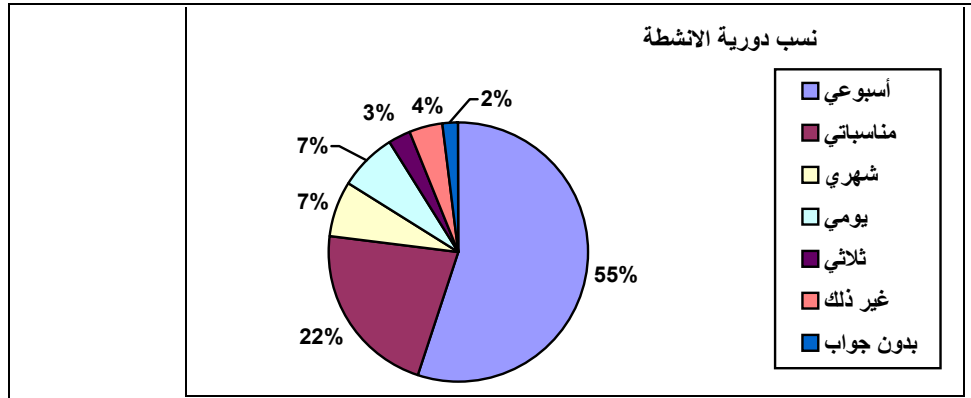
4.5.1.5 الدورية

يبين الجدول التالي أن الدورية تشمل 8 أصناف ، و يظهر تفاوت بين الأنشطة حسب هذه الأصناف فنجد أن أغلبية الأنشطة دوريتها أسبوعية بنسبة 55% من مجموعها وتأتي في المرتبة الثانية الأنشطة المناسباتية بنسبة 22%. ولا تمثل نسبة الأنشطة الشهرية سوى 7% وبالتوازي مع الأنشطة اليومية. أما الأنشطة ذات الدورية الثلاثية فهي محدودة جدا تبلغ نسبتها 3%. ويشمل صنف "غير ذلك" كل من الدوريات السنوية وكل شهرين ونصف الشهري و تمثل كل دورية لهذه الأنشطة 1 % من المجموع .

الجدول رقم (4.5):- توزيع عدد الأنشطة ونسبها حسب الدورية

النسب	عدد الأنشطة	الدورية
55 %	38	أسبوعي
22%	15	مناسباتي
7 %	5	شهري
7%	5	يومي
3%	2	ثلاثي
4%	3	غير ذلك
2 %	1	بدون جواب
100%	69	الجملة

الرسم البياني رقم (4.1):- توزيع عدد الأنشطة حسب الدورية



4.5.1.5.1 توزيع الأنشطة الأسبوعية حسب نوع النشاط

الجدول رقم (4.6):- توزيع عدد الأنشطة الأسبوعية حسب نوعها

نوع النشاط	عدد الأنشطة	النسب
إذاعي	21	30%
صحفي	15	22%
تلفزي	2	3%
الجملة	38	55%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 30 % من مجموع الأنشطة الأسبوعية تنتمي إلى النوع الإذاعي و 22 % تنتمي إلى نوع الصحافة المكتوبة ولا يمثل النشاط التلفزي إلا 3 % .

و يرجع ذلك إلى عدد الجهات المنفذة لهذه الأنواع من الأنشطة . كما تجدر الإشارة إلى أن استغلال التلفزيون يبقى ضعيفا رغم ما يتميز به من قدرة النفوذ في تغيير العقليات .

4.5.1.5.2 توزيع الأنشطة المناسبة حسب نوع النشاط

الجدول رقم (4.7):- توزيع عدد الأنشطة المناسبة حسب نوعها

نوع النشاط المناسب	عدد الأنشطة	النسب
صحفي	8	12%
تلفزي	4	3%
تدريب	2	6%
غير ذلك	1	1%
الجملة	15	22%

و في ما يتعلق بتوزيع الأنشطة حسب الدورية من صنف المناسبي نجد الأنشطة من نوع الصحافة المكتوبة تمثل 12% من مجموع الأنشطة. وأن الأنشطة التلفزية تبلغ نسبتها 3% .

و قد يرجع ذلك لارتباط هذه الأنشطة بتغطية الأحداث و بالأساس المتعلقة بالاحتفالات الخاصة بالمرأة سواء بمناسبة العيد الوطني للمرأة المقابل ليوم 13 أوت من كل سنة أو اليوم الوطني للمرأة الريفية المقابل ليوم 15 أكتوبر أو اليوم العالمي للمرأة يوم 8 مارس، هذا بالإضافة إلى تغطية الأحداث عند سن القوانين لتعزيز مكاسب المرأة أو أخذ الإجراءات لتمكين المرأة من مناصب القرار وتكليفها بوظائف جديدة.

4.5.1.5.3 توزيع الأنشطة اليومية حسب نوع النشاط

الجدول رقم (4.8) : توزيع عدد الأنشطة اليومية حسب نوعها

النسبة	عدد الأنشطة	نوع النشاط اليومي
1 %	1	صحفي
1 %	1	تلفزي
5 %	3	إذاعي
7 %	5	الجملة

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة الأنشطة اليومية محدودة لا تتعدى 7 % من مجموع الأنشطة ، وأغلبيتها من النوع الإذاعي ويعتبر هذا نقصا فادحا في الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في حين أن هذا الصنف من دورية النشاط يضمن ترسيخ الأفكار وتبسيط المعلومات بما يسهم في تطوير العقليات والسلوكيات في اتجاه المساواة والتمكين.

4.5.1.6 تاريخ نهاية النشاط

4.5.1.6.1 توزيع الأنشطة حسب تاريخ نهايتها

الجدول رقم (4.9) :- توزيع عدد الأنشطة حسب تاريخ نهايتها

النسبة	عدد الأنشطة	تاريخ نهاية النشاط
90%	62	متواصل
1%	1	2004
		جوان 2003
1%	1	
1%	1	01/01/04
1%	1	01/06/04
1%	1	30/06/04
1%	1	15/09/04
1%	1	30/12/04
100%	69	الجملة

يبين الجدول أن 90% من الأنشطة يتواصل تنفيذها ، وهذا مؤشر إيجابي يدل على الاعتناء بأوضاع المرأة والحرص على تقديم الخدمات لها والعمل على تنقيفها . وقد يتم تغيير محتوى بعض الأنشطة حسب الشبكات البرمجية الفصلية لضمان ملاءمتها مع حاجيات الجمهور ويتعلق ذلك بالأساس بالأنشطة الإذاعية والتلفزية.

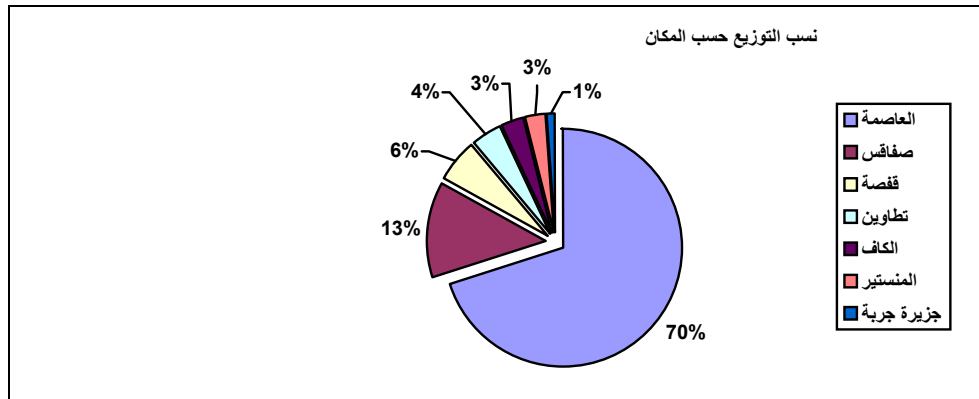
4.5.1.7 مكان التنفيذ

يبين الجدول التالي أن أغلبية الأنشطة يتم تنفيذها في العاصمة وبنسبة 70% . بينما لا تمثل مجموع نسب الأنشطة التي يتم تنفيذها على المستوى الجهوي سوى 30% . وتختلف هذه النسب من مدينة مركز ولاية إلى أخرى فهي تبلغ نسبة 13 % في صفاقس و 6 % في قفصة و 4 % في تطاوين و ترتفع هذه النسبة إلى 11% إذا تمت إضافة النشاط المنفذ بجزيرة جربة. ورغم كون هذه النسبة ضعيفة بالمقارنة بما ينتج بالعاصمة لكنها تدل على تطور البرامج الجهوية التنموية والمحلية بالجنوب التي تستهدف المرأة وأنه يتم ادراج الأنشطة الاتصالية ضمن مكوناتها. وتعتبر نسبة 3 % في كل من المنستير والكاف نسب ضعيفة في حين أن المسؤولين عن بعض الجهات يعلل ذلك بأن كل البرامج موجهة بدون تمييز للمرأة و الرجل.

الجدول رقم(4.10):- توزيع الأنشطة حسب مكان التنفيذ

مكان التنفيذ	عدد الأنشطة	النسب
العاصمة	48	70%
صفاقس	9	13%
قفصة	4	6%
تطاوين	3	4%
الكاف	2	3%
المنستير	2	3%
جزيرة جربة	1	1%
الجملة	69	100%

الرسم البياني رقم (4.2):- توزيع عدد الأنشطة حسب مكان التنفيذ



الجدول رقم (4.11):- توزيع عدد الأنشطة حسب نوعها ومكان تنفيذها

نوع النشاط	مكان تنفيذ الأنشطة						
	قفصة	صفاقس	جزيرة جربة	تطاوين	المنستير	الكاف	العاصمة
صحفي		1	1				03
إذاعي	4	8		3	2	2	5
تدريب							2
تلفزي							8
اتصال مباشر							1
اتصال حديث							1
غير ذلك							1
الجملة	4	9	1	3	2	2	48

يمثل النوع الصحفي أغلبية الأنشطة المنفذة بالعاصمة حيث تبلغ عددها 30 نشاط من جملة 32 نشاط صحفي. و تتميز الأنشطة الإذاعية بانتشارها لتغطية جل الأقاليم باستثناء إقليم الشمال.

4.5.1.8 التغطية الجغرافية للأنشطة

4.5.1.8.1 توزيع الأنشطة حسب التغطية الجغرافية حسب تصريح المسؤولين

الجدول رقم (4.12):- توزيع عدد الأنشطة حسب التغطية الجغرافية

النسب	عدد الأنشطة	التغطية الجغرافية
1%	1	كامل الوطن و الجنوب
1%	1	إقليم الجنوب الشرقي
1%	1	العاصمة
3%	2	إقليم الوسط
3%	2	إقليم الشمال الغربي
4%	3	إقليم الجنوب الشرقي و ليبيا
6%	4	إقليم الجنوب الغربي
7%	5	كامل الوطن و الخارج
12%	8	إقليم الوسط الشرقي و الغربي
61%	42	كامل الوطن
100%	69	الجملة

تتميز هذه الأنشطة بكونها تحقق التغطية الجغرافية لكامل الوطن بنسبة 61 % و يلاحظ أن الأقاليم الجهوية تنتفع بالبرامج الوطنية و الجهوية من نوع الإنتاج التلفزي و الإذاعي بصفة خصوصية . كما أن الأنشطة تتوجه إلى المرأة في الخارج بنسبة 7% وهي نسبة تدل على الاعتناء بالمرأة المهاجرة .

4.5.1.9 عدد العاملين :

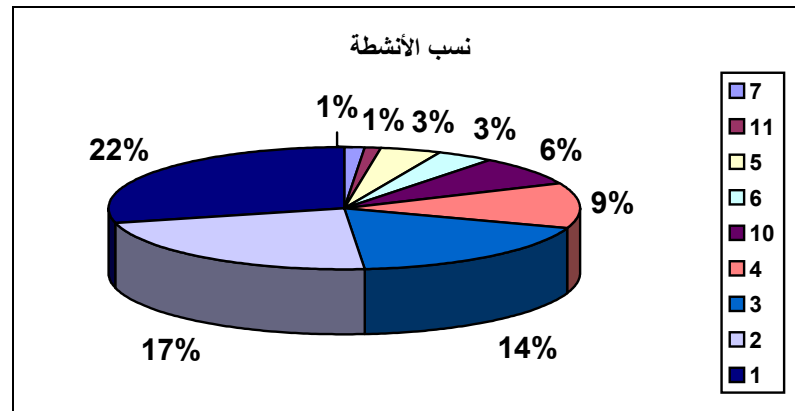
يبين الجدول التالي أن العدد الجملي للعاملين يقدر بـ173 عون وهولا يتضمن كل الأعوان الذين يساهمون في إنجاز الأنشطة ، بما أنه في بعض الحالات حسب تصريح المسؤول نفسه يصعب تحديد عدد مضبوط للعاملين ، و في حالات أخرى يقتصر العدد المذكور على المنتج أو المنتجة للبرنامج أو المنشط و قد ينتج عن هذا الوضع أننا نجد من ناحية في قرابة نصف الأنشطة لا يتعدى عدد العاملين أربعة أعوان ومن ناحية أخرى نجد أن العدد "غير محدد" بالنسبة لـ 16 نشاط .

الجدول رقم (4.13):- توزيع عدد الأنشطة حسب عدد

العاملين

عدد نشطة	عدد عاملين	مجموع العاملين
14	1	14
14	2	28
9	3	27
6	4	24
2	5	10
2	6	12
1	7	7
4	10	40
1	11	11
16	غير محدد	0
69	الجملة	173

الرسم البياني رقم (4.3):- توزيع عدد الأنشطة حسب عدد العاملين



4.5.1.9.1 توزيع الأنشطة حسب جنس العاملين

الجدول رقم (4.14):- توزيع عدد الأنشطة حسب العاملين الذكور

عدد الأنشطة	عدد العاملين	مجموع الذكور
14	1	1
14	2	9
9	3	9
6	4	6
2	5	5
2	6	6
1	7	6
4	10	3
1	11	2
16	غير محدد	0
69	الجملة	47

الجدول رقم (4.15):- توزيع العاملات الإناث

عدد الأنشطة	عدد العاملات	مجموع الإناث
14	1	3
14	2	19
9	3	18
6	4	18
2	5	5
2	6	6
1	7	1
4	10	37
1	11	9
16	غير محدد	0
69	الجملة	126

ويتبين من الجدولين أن عدد النساء يفوق عدد الرجال حيث يبلغ 126 امرأة عاملة مقابل 47 رجل . وهذا يزيد تأكيدا و دلالة على الأنماط التقليدية الراسية و التي تؤثر على توزيع العمل وخاصة لما يتعلق بموضوع المرأة، فلقد جاء في تحليل مسؤول عن إحدى الجهات لانقطاع النشاط الخاص للمرأة لمدة طويلة وذلك بسبب توقف الصحفية عن العمل من أجل مرض و لم يتم استئناف هذا النشاط إلا عند عودتها علما أن هذا المسؤول لم يوكل هذا العمل إلى غيرها لاعتقاده أنه لا يمكن أن تقوم به سوى امرأة .

4.5.1.10 الجمهور المستهدف

4.5.1.10.1 توزيع الأنشطة حسب الجمهور المستهدف

الجدول رقم (4.16):- توزيع عدد الأنشطة حسب الجمهور المستهدف (جدول تأليفي)

النسب	عدد الأنشطة	الجمهور المستهدف
38%	62	المرأة
20%	41	الجمهور العريض
14%	10	المرأة و الأسرة
12%	8	الأسرة
9%	6	المرأة الريفية
3%	2	الصحافيين و الصحافيات
3%	2	المرأة العاملة
1%	1	المرأة في البيت
100%	69	الجملة

يلاحظ من خلال هذا الجدول التأليفي أن الأنشطة بنسبة 38 % تستهدف المرأة وتحتوي هذه الفئة الأجوبة التي تتضمن "كل النساء" و "المرأة" وبدل ذلك على أن المرأة تمثل فئة ذات حاجيات خصوصية . و تأتي فئة الجمهور العريض في المرتبة الثانية بنسبة 20 % وتمت إضافة إلى هذه الفئة الأجوبة " المرأة و الجمهور العريض". وبين الجدول وجود فئات مختلفة من النساء المستهدفات منها المرأة العاملة والمرأة في البيت والمرأة الريفية ولو جاء ذلك بنسب ضعيفة . غير أن المرأة الريفية نجدها مستهدفة بنسبة 9% وهذه الفئة تجمع في نفس الفئة كل من الأجوبة " الجمهور العريض والمرأة الريفية" و الأجوبة "المرأة الريفية".

وتعكس هذه النسبة تبعات البرامج التي تتضمنها الخطة الوطنية للمرأة الريفية منذ إحدائها سنة 1998 و المنفذة على المستويين الوطني و الجهوي . و لكن تجدر الإشارة إلى أن هذه النسبة تبقى ضعيفة .

ثم نلاحظ أن نسبة 1% من الأنشطة تستهدف المرأة في البيت وهي نسبة ضعيفة جدا . نجدها ضمن الأنشطة الإذاعية الجهوية بالجنوب، وهذا يدل على الاستجابة إلى الحاجيات الخصوصية في المنطقة المعنية بالنشاط .

و قد يدل ضعف هذه النسبة من ناحية أخرى على التطور في تصور الدور و المكانة الاجتماعية للمرأة في البيت حيث أنها لا تكون فئة خصوصية من النساء بل تعد ضمن الجمهور النسائي المستهدف.

وتجدر الإشارة إلى أن نسبة استهداف الصحافيين والصحفيات لا تزال ضعيفة رغم التوصيات التي جاءت في تقارير اللجنة الوطنية لمتابعة صورة المرأة و رغم أهمية دور المهنيين في مجال الاتصال والإعلام لتمكين المرأة.

4.5.2 أهداف النشاط

الجدول رقم (4.17):- الأهداف و تكرارها (جدول تأليفي)

النسب	التكرار	أهداف الأنشطة
22 %	37	التعريف بتطور المرأة
21%	35	التثقيف
17%	28	تقديم الخدمات
14%	24	التوعية
7 %	12	الإعلام والإخبار
5%	8	الترفيه
4 %	6	فرص للتعبير للمرأة
3 %	5	الوقاية
2 %	4	تغيير السلوك
5 %	8	غير ذلك
100%	167	الجملة

- نلاحظ أنه جاء في كل الاستبيانات أكثر من هدف واحد لكل نشاط . وأغلبية الأنشطة أسند لها هدفان و ثلاثة أهداف.
- وجاءت الأهداف متعددة ومتنوعة بما يعكس تعهدا صريحا من قبل المسؤولين والتزامهم بالإسهام في تحقيق أهداف البرامج الوطنية الخاصة بالمرأة.
- ولتحليل البيانات الخاصة بالأهداف قمنا بتجميع البعض منها ضمن الفئات التالية:
- فئة التعريف بتطور المرأة التي تشمل التعريف بالإنجازات و البرامج و إبراز مكاسب المرأة والنجاحات و الأنشطة النسائية و والتعريف بالنساء في مراكز القرار و بسياسة الدولة للنهوض للمرأة.
 - فئة التثقيف التي تتضمن الأجوبة التالية : التثقيف والتربية، التثقيف وبعدها تكراري مرتفع ، التكوين ، تطوير الكفاءات
 - فئة الإعلام والإخبار بالتظاهرات
 - فئة تقديم الإرشاد و النصائح و التوجيه
 - فئة فرص التعبير للمرأة التي تشمل الأجوبة التالية :استغلال وسائل الإعلام ، توسيع النشاط الإعلامي حول المرأة ، حث النساء على ممارسة الكتابة ، مساعدة النساء على التعبير ، كسب قراء جدد
 - هدف الترفيه
 - هدف التوعية
 - هدف الوقاية
 - هدف تغيير السلوك
- وجاءت أهداف أخرى متفرقة بدون تكرار تم تضمينها في فئة غير ذلك وهي كالآتي :
- تدعيم اللحمة العائلية، نشر قيم التضامن، الإعانة على تربية الأطفال

كما يتبين من خلال الجدول التأليفي أن الأصناف الأربعة الأولى من الأهداف جاءت بنسب تواتر هامة وقد تدل على الارتقاء بقيمة المرأة وبهويتها المدنية و بمكانتها على المستوى السياسي والاجتماعي.

وتجدر الإشارة إلى أن مرتبة الترفيه جاءت بعد التوعية وتقديم الخدمات في حين أنها كانت تنال الأولوية في البرامج الاتصالية الجماهيرية . وهذا التغيير في ترتيب الأهداف يعتبر تطورا هاما بالنسبة للمرأة لأن الدراسات السابقة أظهرت أن

الأنشطة الاتصالية المتعلقة بالمرأة سواء كانت صحفية أو إذاعية أو تلفزيونية يغلب عليها الجانب الترفيهي. كما أنه برز هدف "الإعلام كفضاء للمرأة للتعبير" وهو توجه جديد يدل على الوعي بأهمية مشاركة المرأة في الأنشطة الاتصالية ولو جاء ذلك بنسبة ضعيفة . ثم إننا نلاحظ ضعف نسبة هدف "تغيير السلوك" وقد يرجع هذا إلى أن أغلبية الأنشطة من صنف الاتصال الجماهيري .

4.5.3 طبيعة النشاط

يشمل هذا المحور البيانات حول نوع الأنشطة و مضامينها

4.5.3.1 توزيع الأنشطة حسب نوعها

الجدول رقم (4.18):- توزيع عدد الأنشطة حسب نوعها

نوع النشاط	عدد الأنشطة	النسب
صحفي	32	46 %
إذاعي	24	35 %
تلفزي	8	12 %
تدريب	2	4 %
غير ذلك	1	1 %
اتصال مباشر	1	1 %
اتصال حديث	1	1 %
الجملة	69	100 %

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن النوع الصحفي المكتوب الذي تبلغ نسبته 46% يمثل الأغلبية ويرجع هذا إلى تفاوت عدد الجهات المنفذة لمختلف أنواع الأنشطة. فالنشاط الصحفي المكتوب تنجزه قرابة 22 جهة . ولكن إذا جمعنا النوعين الإذاعي والتلفزي تصبح النسبة تقدر بـ 47 % .

وينتظر أن يعزز بالإنتاج السمعي البصري حيث أن الإذاعة الخاصة "موزيك" شرعت في البث خلال السنة 2004 و تلتها القناة التلفزيونية "حنبل" أثناء هذه السنة 2005 .

ونلاحظ أن الأنشطة شملت نشاط اتصالي حديث متمثل في "موقع واب" يقوم بتنفيذه الاتحاد الوطني للمرأة و قد علمنا أثناء البحث الميداني أن الجمعية التونسية للأمهات انتهت من إحداث "موقع الواب" خلال السنة الجارية 2005 . وكذلك مركز الكريديف الذي أحدث "موقع واب" في نطاق برامجه الاتصالية وهو بصدد تحيينه. و نجد ضمن هذه الأنشطة نشاطا أوردناه في فئة "غير ذلك" وهو يعتبر حسب تصريح المسؤول نوع اتصالي مبتكر لكونه يأتي في صيغة تمثيلية "وان مان شو" اعتمدها الديوان القومي للعمران البشري و الأسرة لتمرير معلومات تخص التثقيف الجنسي و الأمراض المنقولة جنسيا وهي طريقة يعتبرها الديوان تفاعلية تسمح بتجاوز المحظور والمحرم في عاداتنا الثقافية. و جل الأنشطة هي أنشطة اتصال جماهيري .

4.5.3.2 الأنشطة حسب نوعها بالتفصيل

الجدول رقم (4.19):- توزيع عدد الأنشطة حسب نوعها بالتفصيل
(جدول تآليفي)

نوع النشاط	عدد الأنشطة	النسب
مقالات في صحفية	26	%38
إذاعي	24	%35
تلفزي	8	%12
مجلة صحفية نسائية	5	%7
تدريب	2	%4
ملحق صحفي خاص بالمرأة	1	% 1
اتصال مباشر	1	%1
اتصال حديث	1	% 1
غير ذلك	1	% 1
الجملة		%100

كما يبين الجدول التآليفي أعلاه أن نسبة الأنشطة ضمن فئة "مقالات في صحفية" و مجلة صحفية نسائية و ملحق صحفي تمثل أغلبية الأنشطة بنسبة 46%، و قد يرجع ذلك إلى أن الصحف اليومية والدورية تلتزم بمواكبة الأحداث التي تسهم فيها وكالة تونس إفريقيا للأنباء. ونلاحظ أن النشاط الإذاعي يحتل المرتبة الثانية بنسبة 35%. و يتبن غياب وجود صفحة قارة أو ركن قار للمرأة وخاصة في الجرائد اليومية . ثم إن النشاط الصحفي النسائي يحتل المرتبة الرابعة و لا يمثل إلا 7% من مجموع الأنشطة ويعتبر نوع من الخمود.

4.5.3.3 مضمون النشاط

الجدول رقم (4.20):- توزيع المضامين حسب تواترها

المضامين	التواتر
صحة عامة ونفسانية وإنجابية	39
اجتماعي و شغل	27
تغطية أحداث وطنية	16
ثقافي ترفيه و فني	16
تجميل و أناقة	16
أنشطة اقتصادية و تنمية	13
طبخ وشؤون منزلية	12
أحداث جهوية والمرأة ريفية	12

7	تربية الأطفال
7	علمي
6	تغذية
5	قانوني
4	سياسي
4	رياضة نسائية
1	رعاية المعاقين
1	الفتاة
1	البيئة
177	الجملة

يتضمن هذا الجدول التأليفي المواضيع المتنوعة والمتصلة بعدة ميادين و تم تصنيفها إلى فئات مع المحافظة على البعض منها ولو جاء مرة واحدة ضمن البيانات . و نلاحظ أن موضوع الصحة يأتي في المرتبة الأولى بعدد تكراري يبلغ 39 من جملة 177 موضوع وهي تتصل بالصحة الإنجابية والصحة النفسية وبمواضيع صحية جسدية تخص المرأة أو الأسرة وفي بعض الأحيان تتصل بصحة الأطفال . وقد تعكس نسبة التواتر هذه العناية التي نالها ميدان الصحة من ناحية ومن ناحية ثانية تبين أن الأنشطة الاتصالية اندرجت ضمن مكونات تنفيذ البرامج الوطنية المتعلقة أساسا بصحة الأم والطفل وذلك منذ السبعينات.

وتجدر الإشارة إلى المنهج الذي اعتمده الديوان القومي للعمران البشري والأسرة المتمثل في إبرام اتفاقيات مع الإذاعات الجهوية مما حافظ على استمرارية و انتظام النشاط الاتصالي حول الصحة الإنجابية.

وتمثل المؤشرات الصحية الخاصة بالمرأة(16) أكبر دليل على دور وفاعلية النشاط الاتصالي في تغيير وتحسين السلوك الصحي لدى المرأة و الأسرة.

و تأتي في المرتبة الثانية المواضيع الاجتماعية التي تشمل القضايا المتعلقة بطروف الشغل وتتميز معالجة هذه المواضيع بالتفاعل مع المستهدفين واستجابة إلى تطلعات الجمهور النسائي علاوة على أن نسبة انتشار الراديو والتلفزة في الأسر التونسية يعد من المؤشرات التي تساهم في تناول هذا الصنف من المضامين بكثافة(17).

وفي المرتبة الثالثة تأتي تغطية الأحداث الوطنية الرسمية التي تلتزم بها الصحف اليومية والقناتين التلفزيونيتين . ثم إن هذا النوع من المواضيع التي تستهدف الجمهور العريض بالأساس الرجالي بالأساس يزيد في الانخراط مع توجهات الدولة بهدف تمكين المرأة .

ونلاحظ أن المواضيع التي تنتمي إلى الشؤون النسائية وهي التجميل والأناقة جاءت في المرتبة الخامسة بالتوازي مع المواضيع الثقافية والترفيهية والفنية.

كما أن الأنشطة الاقتصادية والمواضيع المتعلقة بالنجاحات النسائية ولاسيما في بعث وتسيير مشاريع تنمية جاءت قبل مواضيع تتعلق بالطبخ والشؤون المنزلية هذا رغم ما سجله الدراسات (18) حول ارتباط المرأة بالشؤون المنزلية و بالطبخ وتربية الأطفال.

و لا تزال المواضيع المتعلقة بالمرأة الريفية في حاجة إلى تدعيم وخاصة بالأنشطة الإذاعية لأن بنسبة أمية لا تزال مرتفعة في صفوف النساء (19).

وتبقى المواضيع القانونية والسياسية والعلمية ضئيلة وهذا النقص نلاحظه كذلك في ما يتعلق بالرياضة النسائية . ورغم هذه الظواهر الأخيرة التي نعتبرها سلبية نستنتج أن الأنشطة الاتصالية كانت في أغلبيتها مركزة على أدوار حديثة و تعكس تطورا على المستوى التثقيف والتنوعية في المجال الصحي والاجتماعي و هذا من شأنه أن يدعم مساهمتها في تنمية مجتمعها.

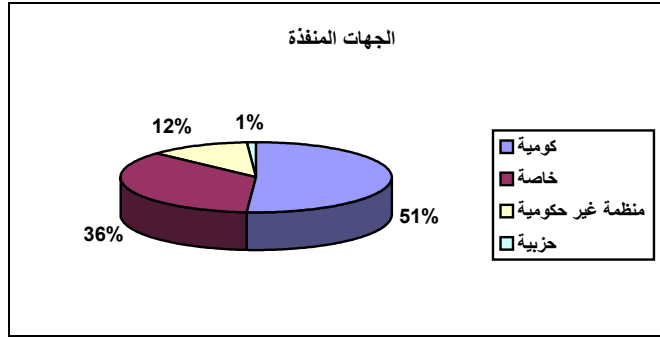
4.5.4 طبيعة الجهة المنفذة و الممولة

4.5.4.1 توزيع الأنشطة حسب طبيعة الجهة المنفذة

الجدول رقم (4.21):- توزيع النشاط حسب طبيعة الجهة المنفذة

النسب	عدد النشاط	طبيعة الجهة المنفذة
51 %	35	حكومية
36 %	25	خاصة
12 %	8	منظمة غير حكومية
1 %	1	حزبية
100 %	69	الجملة

الرسم البياني رقم (4.4):- توزيع طبيعة الجهة المنفذة



تصدر الجهة الحكومية في المرتبة الأولى بنسبة 51% والخواص في المرتبة الثانية بنسبة 36% وهو توجه استراتيجي لضمان خدمة قضايا المرأة التي لا تمثل مصدر ربح بالنسبة للخواص. ونلاحظ أن بعض الجرائد تفضل على المقالات الموجهة للمرأة متابعات الأنشطة الرياضية، فالمرأة لا تمثل الأولوية بالنسبة لبعض الصحف، وتجدر الإشارة إلى بداية الخواص في الاستثمار في القطاعي المسموع و السمعي البصري. كما نلاحظ وعي الجمعيات غير الحكومية وخاصة النسائية بدور الأنشطة الاتصالية التي شرعت في تنفيذ جل أنواعها منذ انبعاثها بدون استثناء الاتصال الحديث المتمثل في موقع واب . وهي في كل ذلك تعتمد على العمل التطوعي الذي تؤديه أعضائها ن وهذا يتطلب بذل جهدا كبيرا للمحافظة على الاستمرارية.

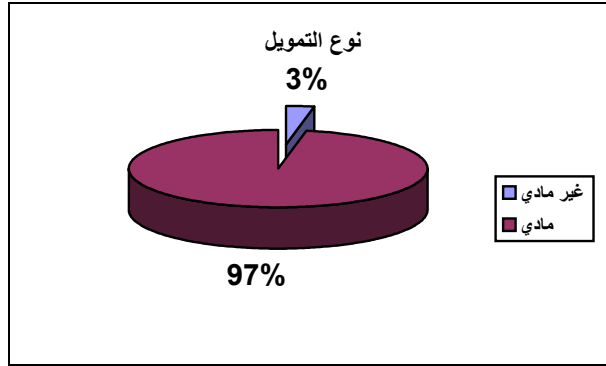
4.5.5 تمويل الأنشطة

4.5.5.1 نوع التمويل

الجدول رقم (4.22):- توزيع الأنشطة حسب نوع التمويل

نوع التمويل	عدد الأنشطة	النسب
مادي	67	97 %
مادي وعيني	2	3 %
الجملة	69	100 %

الرسم البياني رقم (4.5):- حول نوع التمويل



إن الأنشطة ذات التمويل المادي تبلغ نسبة 97 % من مجموع الأنشطة مقابل نسبة ضئيلة من الأنشطة التي تعتمد على التمويل المادي والعيني والمتمثل في العمل التطوعي وذلك بالنسبة للجمعيتين النسائيتين .
وقد أكد المسؤولون عن الصحافة المكتوبة أن النشاط الصحفي يركز بالأساس على الإعلانات وهو عامل يؤثر على استمرارية النشاط وبالتالي على الأولوية في معالجة الأنشطة ومن الواضح أن الأنشطة المخصصة للمرأة لا تمثل الأولوية في الإنتاج الاتصالي.

4.5.5.2 توزيع الأنشطة حسب نوع التمويل وطبيعة الجهة المنفذة

الجدول رقم (4.23):- نوع التمويل حسب طبيعة الجهة المنفذة

نوع التمويل	طبيعة الجهة المنفذة			
	حزبية	حكومية	خاصة	منظمة غير حكومية
مادي	1	35	52	6
مادي وعيني				2
الجملة	1	35	25	8

يبين الجدول أن الأنشطة ذات التمويل المادي تتوزع على الجهات الأربع المنفذة للأنشطة الاتصالية، ومن الواضح أن الجهة الحكومية تأتي في المرتبة الأولى بـ35 نشاط فهي قرابة نصف الأنشطة وتليها الجهة المتكونة من الخواص ويبلغ عددها 25 نشاط وهو ثلث الأنشطة .

4.5.6 التقييم و نوعه

4.5.6.1 تقييم النشاط

يتبين حسب الجدول التالي أن أغلبية الأنشطة يتم تقييمها وذلك بنسبة 71% من مجموع الأنشطة وتبلغ نسبة 29% الأنشطة التي لا يتم تقييمها وهي نسبة مرتفعة نسبياً.

الجدول رقم (4.24):- توزيع الأنشطة حسب التقييم

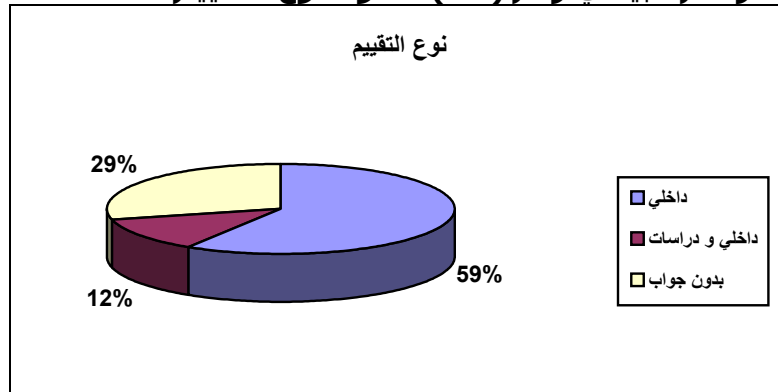
التقييم	عدد الأنشطة	النسب
نعم	49	71 %
لا	20	29%
الجملة	69	100 %

وأما حسب ما يتبين من الجدول الموالي في خصوص نوع التقييم جاء النوع " داخلي" بنسبة 59% نشاط من مجموع الأنشطة ونجد نسبة ضعيفة تبلغ 12% من النوع الذي يعتمد على الدراسات إضافة إلى تقييم " داخلي" ويأتي "الصف بدون جواب" بنسبة 29% من مجموع الأنشطة وهي نسبة هامة حيث أنه لا يتم تقييمها .

الجدول رقم (4.25):- توزيع عدد النشطة حسب نوع تقييمها

نوع التقييم	عدد الأنشطة	النسب
داخلي	41	59 %
داخلي و دراسات	8	12 %
بدون جواب	20	29 %
الجملة	69	100 %

الرسم البياني رقم (4.6):- حول نوع التقييم

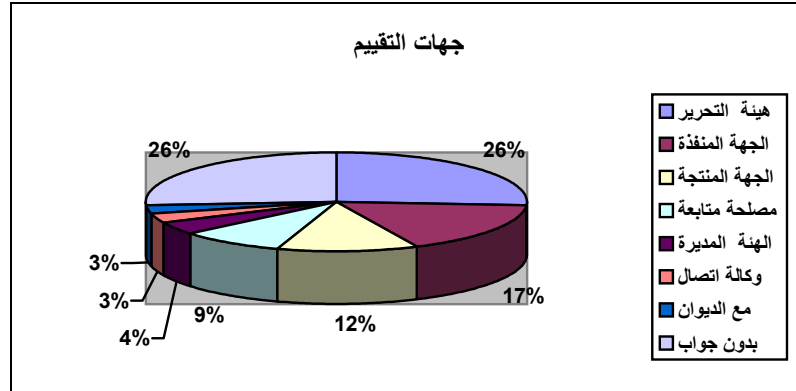


4.5.6.2 توزيع الأنشطة حسب الجهة التي تقوم به

الجدول رقم (4.26):- توزيع الأنشطة حسب الجهة التي قامت بتقييمها (جدل تأليفي)

الجهة التي قامت به	عدد الأنشطة	النسب
هيئة التحرير	18	26 %
الجهة المنفذة	12	17 %
الجهة المنتجة	8	12 %
مصلحة المتابعة	6	9 %
الهيئة المديرة	3	4 %
الجهة المنتجة مع الديوان	2	3 %
هيئة التحرير/ وكالات اتصال	2	3 %
بدون جواب	18	26 %
الجملة	69	100 %

الرسم البياني رقم (4.7):- حول الجهة التي تقوم بالتقييم



جاءت في البيانات عدة أطراف تقوم بتقييم الأنشطة . وفي الجدول التأليفي أعلاه يتبين أن في المرتبة الأولى تأتي "هيئة التحرير" بالنسبة لـ 26% من مجموع الأنشطة و تليها الهيئة المنفذة في المرتبة الثانية بالنسبة لـ 17% من مجموع الأنشطة وهي تشمل الأجوبة التي تتعلق بالتقييم من قبل المنتج أو هيئة التحرير ومدير المؤسسة ، و في المرتبة الثالثة نجد الجهة المنتجة بالنسبة لـ 12 % من الأنشطة . و نلاحظ أن في بعض الجهات توجد مصلحة إدارية لمتابعة الإنتاج بما فيه إجراء التقييم و يخص ذلك 9 % من الأنشطة وهو مؤشر يوحى باعتناء الإدارة بقيمة و نوعية الإنتاج . ولا نجد إلا نسبة 3 % من مجموع الأنشطة التي يتم تقييمها من قبل وكالات اتصال وهو تقييم يخضع إلى معايير علمية و إحصائية أكثر موضوعية ، ولكن تبقى هذه الطريقة قليلة الاستعمال لأنها حسب تصريح البعض تتطلب كلفة مالية.

4.5.6.3 توزيع حسب تاريخ إجراء التقييم

الجدول رقم (4.27):- توزيع عدد الأنشطة حسب تاريخ التقييم

النسب	عدد الأنشطة	تاريخ التقييم
38 %	26	دوري
9 %	6	بعد البث
6 %	4	دوري ، بعد6 أشهر
4 %	3	بعد الصدور بأكثر من 3سنوات
4 %	3	بعد الصدور
4 %	3	بعد و قبل البث
3 %	2	سنوي
1 %	1	في منتصف المشروع
1 %	1	من وقت إلى آخر
1 %	1	منذ عامين
1 %	1	بعد العرض
26 %	18	بدون جواب
100 %	69	الجملة

نلاحظ في الجدول أعلاه أن نسبة الأنشطة التي يقع تقييمها بصفة دورية جاءت في المرتبة الأولى و تقدر بـ 38 % و إذا أدرجنا ضمن هذا الصنف التقييم الذي يقع بعد البث أو بعد الصدور لأنه ضمنا دوري فتصبح النسبة تقدر بـ 55% وهي نسبة هامة. وتنوع الأجوبة يؤكد على غياب منهجية واضحة للتقييم في المجال الاتصال بصفة عامة.

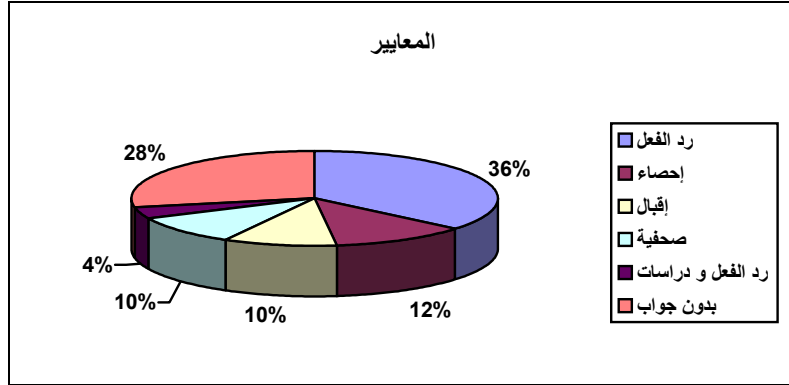
4.5.6.4 المعايير المستخدمة

يبين الجدول التأليفي التالي تنوع المعايير، و نجد أن أغليتها تعتمد على رد الفعل من قبل الجمهور سواء من خلال المراسلات أو المكالمات الهاتفية لتقديم اقتراحات وهذا يدل على الصفة التفاعلية لأغلب الأنشطة ولكن تبقى هذه المعايير تنقصها الصفة الموضوعية.

الجدول رقم (4.28):- توزيع الأنشطة حسب معايير التقييم (جدول تأليفي)

النسب	عدد الأنشطة	المعايير
36 %	25	رد الفعل
12 %	8	إحصائية ونوعية
10 %	7	إقبال
10 %	7	صحفية/ رد الفعل
4 %	3	رد الفعل و دراسات
28 %	19	بدون جواب
100 %	69	الجملة

الرسم البياني رقم (4.8):- حول معايير التقييم



4.5.6.5 نتائج التقييم

نلاحظ من خلال البيانات أن النتائج أغلبيتها إيجابية يدل على ذلك تنوع وتعدد العبارات التي أدرجناها في الجدول التأليفي الموالي . جاءت إدخال التحسينات في المرتبة الأولى بنسبة تكرار 41% و مثال عن ذلك مجلة "نويونس" التي غيرت إخراج المادة والصور و الألوان المستعملة من أجل أكثر جمالية في مظهرها من ناحية وفي نوع المضمون من ناحية أخرى لتلبية حاجيات جمهورها . ويتبين أن التفاعل مع الجمهور جاء في المرتبة الثانية بنسبة تكرار 31% وهو يعتبر مؤشرا يدل على نجاح النشاط. و تتبع النتائج الأخرى التي جاءت موضحة في الجدول التأليفي التالي.

الجدول رقم (4.29):- نتائج التقييم (جدول تأليفي)

النسب	عدد التكرار	النتائج
41 %	21	إدخال تحسينات
31 %	16	تفاعل الجمهور
12 %	6	إيجابي
6 %	3	معرفة حاجيات الجمهور
6 %	3	ممتاز في أغلب الحالات
2 %	1	دفع إلى إنجاز ملحق عائلي
2 %	1	التخطيط على ضوءها
100 %	51	الجملة

4.5.7 نتائج وإنجازات النشاط 4.5.4.7.1 استمرار الأنشطة

الجدول رقم (4.30):- توزيع الأنشطة حسب استمرار النشاط

عدد الأنشطة	النشاط مستمر
6	لا
63	نعم
69	الجملة

4.5.4.7.2 الإنجازات المحققة

الجدول رقم (4.31):- توزيع الأنشطة حسب الإنجازات المحققة

النسب	عدد الأنشطة	الإنجازات المحققة
50%	27	الاستفادة بالخدمات
35%	19	نشر أخبار تخص المرأة
9%	5	تكونت شبكة مع الصحفيين
4%	2	الإقبال المتزايد
2%	1	إقناع المرأة بضرورة مسايرة الحياة
100%	54	الجملة

يتبين من الجدولين أن أغلبية الأنشطة مستمرة و أن من ضمن الإنجازات المحققة تأتي الاستفادة بالخدمات في المرتبة الأولى بالنسبة لـ 39% من الأنشطة وتليها نشر الأخبار بالنسبة لـ 28% من الأنشطة ويدل هذا على الوعي بأهمية وسائل الإعلام الجماهيري وحسن استغلاله في التعريف بتطور المرأة علاوة على الاتجاه نحو استهداف الصحفيين وتكوين شبكة معهم.

• أسباب انقطاع النشاط

يتبين من الجدول التالي أن الأسباب إما تقنية أو مادية أو مستوى غير مرضي أو تغيير في الشكل والمضمون وإنها لا تخص إلا ستة أنشطة مقابل استمرار نسبة عالية من الأنشطة وإذ توقف إنتاجها فهو لمدة محدودة وفي نطاق الشبكة البرمجية علاوة على أن البرنامج في بعض الأحيان يأخذ تسمية جديدة ليتناول مواضيع أكثر تلاءماً مع فصل الصيف أو الشبكة الرمضانية و يبقى متوجهاً للمرأة.

الجدول رقم (4.32):- توزيع الأنشطة حسب أسباب الانقطاع

عدد الأنشطة	أسباب توقف النشاط
1	تغيير المحتوى والشكل
1	أصبح مجلة إذاعية بأركان قارة
1	أمور تقنية
1	مادية وتوزيع وقلة الإعلانات
1	مستوى غير مرضي
2	نشاط لفترة محددة
60	بدون جواب
69	الجملة

• التحديات

الجدول رقم (4.33):- تواتر نوع التحديات حسب الأنشطة (جدول تأليفي)

النسب	التواتر	نوع التحدي
43%	27	تحسين نوعية
13%	8	المحافظة على الإقبال
8%	5	التمويل
8%	5	إيجاد معادلة بين القيم والعادات و التفتح

التعرض إلى مواضيع محرجة	4	7 %
بشرية	3	5 %
مادية	3	5 %
إقناع المنتجين بأهمية هذه المواضيع	2	3 %
بعث ملحق نسائي	1	2 %
منافسة الصحف النسائية الأجنبية والعربية	1	2 %
إنجاز مشروع بعث خلية لدراسة رد فعل المشاهدين	1	2 %
تخصص في الجندر. وتدعيم رسكلة الصحافيين	1	2 %
الجملة	66	100 %

يتصدر التحدي المتمثل في تحسين الأنشطة بنسبة تواتر تبلغ 43% من مجموع التحديات الواردة في البيانات وهي تشمل مزيد التحسين بتغطية أي نشاط كان و في أي مكان أو بالتكثيف من الأنشطة و مواصلة تحسين تقديم الخدمات لتكون أكثر استجابة إلى تطلعات المرأة . و تأتي المحافظة على الإقبال في المرتبة الثانية بنسبة تواتر تبلغ 13%.

أما المسائل المالية تمثل نسبتها 8 % و يأتي في المرتبة الثالثة بالتوازي مع التحدي المتمثل في "إيجاد معادلة بين القيم والعادات والتفتح" ، وهو يوحى بالغزو والمنافسة من طرف الوسائل الاتصالية الأجنبية و تأتي الموارد البشرية بنسبة 5% . وتجدر الإشارة إلى التحدي الذي جاء في المرتبة الموالية بنسبة 7% وهو ذو بعد ثقافي. و رغم ضعف تواتر التحديات الأخرى فإنها تدل نسبياً على طموحات . و نلاحظ أن التعبير عن التحديات أخذ صيغة إيجابية فلم يتم التعرض إلى صعوبات أو مشاكل يعترزم المسؤول تحديها.

4.6 استنتاجات والآفاق

4.6.1 الصعوبات

4.6.1.1 من الناحية الإجرائية

يجدر القول أننا لم نتعرض لصعوبات من شأنها أن تعطل العمل . ففي بعض الأحيان لم يكن المسؤول يتوقع أن تعمير الاستبيان يتطلب استحضار معلومات دقيقة حول النشاط في مجال الاتصال مما يجعله يعود إلى الأرشيف للحصول على المعلومة.

كما تعرضنا إلى عدم الالتزام بالمواعيد خاصة من قبل بعض المسؤولين على الصحف المكتوبة و قلة الاستعداد للإجابة لكثرة مشاغلهم و بتكرار المحاولات والاتصالات تم الحصول على موعد لإجراء الاستبيان و هي حالات ضئيلة .

و البعض كان يتهرب من الإجابة عن بعض الأسئلة خاصة التي تعلق بالتحقيق .

وفي حالات نادرة بدا لنا أن المسؤول يحاول تلميع صورة الصحيفة التي يعمل بها أو يديرها.

وقد وجد البعض صعوبة للحصول على المعلومة التي تتعلق بتاريخ بداية بعض الأنشطة بسبب غياب وثائق يعتمدها و/ أو لتوليه المسؤولية منذ مدة قليلة .

أما في خصوص البيانات المتعلقة بعدد العاملين كانت الصعوبة تتمثل في تحديد عددهم بصفة مضبوطة لانتمائهم إلى أصناف مختلفة من المهن من ناحية ولكون عملهم لا يقتصر على الأنشطة الموجهة للنساء .

4.6.2 الاستنتاجات

اهتم هذا البحث بموضوع " المرأة في مجال الاتصال " بواسطة دراسة مسحية تضمنت جزأين ، تعلق الجزء الأول بالآليات و استراتيجيات الاتصال والإعلام والجزء الثاني بالبحث الميداني عن طريق استبيانات لجمع وتحليل بيانات تتصل بالأنشطة والبرامج في مجال الاتصال التي تم تنفيذها خلال سنتي 2003-2004 .

4.6.2.1 نتائج البحث حول الآليات و الاستراتيجيات في مجال الاتصال المخصصة للمرأة.

مكن البحث من التعرف على الأنشطة و البرامج الخاصة بالمرأة التونسية و بالميادين المتصلة بالإعلام و الاتصال التي حرصت الدولة التونسية على وضعها للنهوض بالمرأة وبالأسرة باعتبار تلازم وظيفي بين العناية بأوضاع المرأة و الاهتمام بشؤون الأسرة .

وتبينت المكانة الهامة التي أوكلت إلى استراتيجية الاتصال و الإعلام و التثقيف ضمن برامج خطط العمل الوطنية لفائدة المرأة و الأسرة التي سهرت على تنفيذها وزارة شؤون المرأة والأسرة و الطفولة و المسنين منذ إحداثها.

كما تميزت هذه الاستراتيجية باعتمادها على المعطيات العلمية من خلال الدراسات المنجزة في الغرض لتحديد أولويات التدخل في تنفيذ الأنشطة الإعلامية و التثقيفية قصد ترسيخ القيم الحديثة و تطوير العقليات .

وتم الاعتماد في تنفيذ برامج الاتصال و الإعلام على تشريك كل الأطراف المعنية بالنهوض بالمرأة سواء كانت حكومية أو غير حكومية وذلك في مختلف المراحل سواء الإعداد أو التنفيذ.

كما تبين التكامل بين مجالات التدخل لفائدة المرأة والأسرة سواء تعلق بالتعليم أو الصحة

أو القانون و التشريع حيث حظي مجال الاتصال بأهمية فائقة واضطلع بدور جديد في تغيير العقليات والسلوكيات الاجتماعية للفرد؛ و تجدر الإشارة إلى أن تونس لها تجربة هامة في استغلال وسائل الإعلام و الاتصال في ميدان صحة المرأة و خاصة الصحة الإنجابية.

و تجسم هذه الأنشطة الإجراءات الوطنية لتنفيذ توصيات "لجنة متابعة صورة المرأة في الإعلام " لتمكين المرأة التونسية. وبتجلى توافق هذه الإجراءات مع التوصيات الدولية بخصوص العمل على إنتاج إعلامي يعكس صورة متوازنة للمرأة .

4.6.2.2 نتائج البحث الميداني المتعلق بأنشطة الاتصال والإعلام.

مكن البحث الميداني من التعرف على الظواهر المميزة للأنشطة الخاصة بالمرأة في مجال الاتصال و تتمثل أهم مميزات أدائها في النقاط التالية :

- من خلال الأسماء التي تحملها الأنشطة تتبين تصورات و مواقف مثممة لمكانة المرأة ولأدوارها .

- أغلبية الجهات المنفذة للأنشطة تتواجد بالعاصمة مقابل تواجد عدد ضئيل منها في جل الأقاليم الجهوية باستثناء إقليم الشمال الشرقي ؛ في حين أن كامل أنحاء الجمهورية التونسية تتمتع بتغطية إعلامية تتمثل في ترويج الصحف اليومية والأسبوعية و في البث التلفزيوني والإذاعي .

- نسبة هامة من الأنشطة تتوجه إلى المرأة بصفة خصوصية و بدرجة أولى ، وإلى الأسرة والمرأة بدرجة ثانية، و إلى الجمهور العريض بدرجة ثالثة. هذا الترتيب يدل على

تمشي منطقي وله دلالة واضحة من حيث مكانة المرأة كفرد و كعنصر في الأسرة و في المجتمع.

- و إن استهداف الجمهور العريض يمثل توجهها استراتيجيا للارتقاء بتمثل المجتمع للمرأة من خلال الإقناع بقدراتها على أداء أدوارها ومساندتها في تحقيق ذاتها.

- إن الأنشطة التي تستهدف الصحفيين والصحافيات والعاملين في صنع الإنتاج الإعلامي تبقى نسبيًا ضعيفة ، وكذلك الشأن بالنسبة للمرأة الريفية.

- و بخصوص نوع الأنشطة تتبين أهمية الأنشطة الإذاعية من حيث أنها تحتل المرتبة الثانية ، كما تتجلى حركية الإذاعات الجهوية من خلال عدد أنشطتها الذي يدل على وعي المسؤولين بالفاعلية الإعلامية للراديو ، و يتأكد حسن استغلاله بالنظر إلى أهميته في المناطق التي توجد نسبة أمية بها مرتفعة لدى النساء.

- و نلاحظ أن الأنشطة الحديثة المتمثل في " موقع واب" لا تزال ضئيلة بالنسبة لسنتي 2003 و 2004 علاوة على أن الجمعيات النسائية والهياكل الحكومية الخاصة بالنساء هي اليوم بصدد إحداث " موقع واب" أو "بوابة إدارة إلكترونية " أو إنهاء أشغال تحيين "الموقع واب" الذي تم بعثه منذ سنوات.

- و تعكس نتائج الدراسة تطور مكانة المرأة في عدة مجالات من حيث تناول و معالجة المواضيع المتعلقة بمختلف شؤونها وأدوارها .

فجاء تواتر المضامين المتعلقة بالصحة بما فيها الصحة الإنجابية والنفسية في المرتبة الأولى و هذا يتوافق مع المعطيات الخاصة بالصحة والإعلام التي جاءت في تقرير منظمة الصحة العالمية حول الإعلام والصحة(20)..

- و في الالتزام بتغطية الأحداث و الأنشطة الرسمية ونقل التظاهرات في نشرة الأخبار الرئيسية التلفزية تأكيد لحرص الدولة التونسية على إبراز المرأة كمواطنة و كمسؤولة، وهو تأكيد لأدوارها المعاصرة لدى الجمهور العريض بما فيه الرجال و النساء و خاصة اللاتي تتأرجح مواقفهم بين الصورة التقليدية و الصورة العصرية ، وهي مواقف ناتجة عن بعض الرواسب لصورة دونية للمرأة أو ربما عن القيم التي تروجها بعض وسائل إعلامية و هي تتناقض مع توجهات و تطلعات المرأة التونسية .

كما أن الصحف اليومية تتميز أنشطتها بتغطية الأحداث الرسمية و الجمعياتية بالمقارنة بالدوريات الأسبوعية التي تعالج مواضيع أكثر اتصال بحاجيات المرأة الصحية واجتماعية والثقافية. وهو إنتاج يتطلب تحليل معمق و جمع المعلومات والبحث عن المصادر الوثائقية والبشرية لإجراء الحوارات و منهجية تقديم تستهوي المتلقي.

- و تجدر الإشارة إلى أن المواضيع المتعلقة بالشؤون النسائية كالتجميل والأناقة جاء عدد تواترها في المرتبة الرابعة و ذلك بالتساوي مع تواتر المواضيع الترفيهية.

- و تكمن قيمة المواضيع التي تناولها الأنشطة الإذاعية في تنوعها وتكيفها مع الفصول ومع احتياجات المرأة الخصوصية بالجهة أو الإقليم . و تركز الإذاعات الجهوية أنشطتها على تقديم الخدمات وعلى التفاعل المباشر مع المستمعة من ناحية و على الأخذ بعين الاعتبار عامل المصداقية (21) في إنتاجها للبرامج من حيث استضافة الأخصائيين في برامج التثقيف أو التوعية سواء الصحية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية و الفنية من ناحية ثانية.

- وتزداد أهمية البرامج الإذاعية باستضافة نساء ناجحات في الميادين المختلفة مما يؤثر إيجابيا على النساء المستمعات و يجعلهن أكثر وعي بقدراتهن و أكثر شجاعة للمبادرة وتجاوز العقبات الذاتية و يمكنهن من التماثل مع هذه النساء الناجحات اللاتي تواجهن عديد التحديات.

- و في حالة عدم وجود أركان ثابتة و خاصة بالمرأة في الصحف اليومية فإن بعض المسؤولين يفسر ذلك بارتقاء المرأة إلى المساواة التامة مع الرجل و عدم حاجتها إلى أركان خاصة بها لأن ذلك يكرس نوعا من التمييز بين المرأة والرجل .

- و في خصوص الدورية نجد أن أغلبية الأنشطة لها دورية أسبوعية و أن الأنشطة الصحفية المكتوبة أغلبيتها مناسباتية ، و قد يحد غياب الأنشطة اليومية من دور الوسائط الإعلامية في ترسيخ المعلومة والتأثير على المتلقي.

- إن وجود نشاط تشرف عليه جهات حكومية يعتبر إيجابيا ذلك أن هذه الأنشطة لا تدر على أصحابها بالمراييح مما يجعل الخواص لا يولون الأولوية لها و يفضلون أنشطة أخرى (مثل الحدث الرياضي).

- كما كشفت الدراسة عن مظهر له أهمية يتعلق بالتقييم ، فهو بالنسبة لأغلبية الأنشطة تقييم " داخلي" ، تقوم به الهيئة المنفذة ويتم اعتماد رد فعل و إقبال الجمهور من خلال المكالمات الهاتفية والمراسلات.

بما أن الأنشطة الإعلامية تمثل مؤشرا عن توظيف وسائط الإعلام للنهوض بالمرأة التونسية فجملة النتائج بينت تمكين المرأة التونسية من فرص التعبير و هذا الاتجاه جاء في البيانات المتعلقة بالأهداف والإنجازات المحققة ، كما جسدت نتائج الدراسة اندماجها في الحياة العامة.

و لو أنه لا تزال الحاجة إلى مزيد إسهامها في كل حلقات الإنتاج وخاصة في مراكز القرار. فإن وسائل الإعلام كما بينه الأخصائيون في علوم الاتصال بقدر ما تؤثر على الجمهور بقدر ما تتأثر بالقيم السائدة في المجتمع .

4.6.3 التوصيات

نستنتج من خلال البحث المسحي التوصيات التالية :

- التشجيع على ضمان انتظام الإنتاج الإعلامي :
- ضرورة عقد اتفاقيات تعاون بين القطاعات الخاصة بالمرأة و وسائل الإعلام الأكثر استعدادا لتخصيص جزء من الإنتاج بصفة يومية للمرأة أو المحافظة على تخصيص صفحة للمرأة.
- قد تمثل الاتفاقية وسيلة لتشجيع الصحف النسائية الخاصة على المحافظة على استمرارية النشاط المخصص للمرأة.

• آلية التقييم :

- إحداث داخل الجهات المنفذة لأنشطة الإعلام و الاتصال الجماهيري هيئة قارة تقوم بتحليل الموضوعي للبيانات الواردة على المؤسسة من قبل المستمعين أو المشاهدين أو القراء عن طريق المراسلات والهاتف .
- إجراء مسح للرأي العام بصفة دورية حول الإنتاج الاتصالي والإعلامي عن طريق الاستبيانات.

• رصد الرأي العام :

- يجب تعزيز العلاقة مع الجمهور المستهدف من ناحية لمواجهة المنافسة والمحافظة على المعادلة بين القيم ومتطلبات الحداثة ، ومن ناحية أخرى لمتابعة تطورات مشاغل الجمهور
- و موافقه من قضية المرأة و مدى تلاؤم الرأي العام مع متطلبات الاندماج الاجتماعي للمرأة.
- تكوين "Panel" من فئات مختلفة من الجمهور يتكون من نساء ورجال يقومون بتقديم ملاحظات ونقد فوري لبرامج و أشغال صحفية و ذلك عبر الهاتف (الموزع الصوتي بوزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسننين) أو الأتترنت .

- مزيد تفعيل آلية خلية بنك المعلومات الخاص بالمرأة الصحفية بالكريديف و تطويرها على مستوى الإقليم العربي.
- الإعلان عن الإنتاج الصحفي الخاص بالمرأة : التعريف من خلال الإذاعة و التلفزة بإنتاج الصحف الخاص بالمرأة و الإعلان عنها لتشجيع النساء على اقتنائها .
- التدريب :
- التثقيف من دورات التكوين المستمر للصحافيين وخاصة للصحافيات لتعزيز الثقة في أنفسهن لمواجهة الصعوبات ومدتهن بالمادة التي تساعدهن في القيام بنشاطهن زيادة على تغطية الأحداث المناسباتية .
- تشجيع الطلبة في علوم الصحافة الذين يقومون بأبحاث و دراسات تتعلق بالمرأة في مجال الاتصال و تخصيص منح أو جوائز للمتميزين منهم.

4.6.4 آفاق ومشاريع مستقبلية

4.6.4.1 على مستوى الوسائل السمعية البصرية.

بينت المعطيات أن الحكومات قد اعتنت بوسائل الإعلام السمعية البصرية بينما استثمر الخواص قطاع الصحافة المكتوبة ، توزيع الأدوار هذا يمكن استثماره لفائدة قضايا المرأة خاصة و أن الحكومات في الدول العربية هي المعنية الأولى بسياسات النهوض بالمرأة .لذا تحتم وضع استراتيجية اتصال تعتمد مفاهيم منظومة التعلم الاجتماعي(22) وذلك على مستوى الدول العربية موجهة للنساء بالأساس ولبقية الفئات المجتمع تهدف إلى تثقيفهن في مجالات عديدة ولاسيما الاقتصادية والسياسية وإلى إرساء قواعد للعلاقات الاجتماعية مبنية على الاحترام والمساواة . علما بان مثل هذه البرامج من شأنها أن تكسبهن ثقة في أنفسهن وثقة بقدراتهن وهن في أمس الحاجة إلى مراجع ثقافية عربية. أما الطريقة الأفضل لتناول تلك المواضيع فتكون عن طريق مسلسلات اجتماعية ، و يكون الشكل الفني إما ترفيهيا أو روائيا دراميا. مع التأكيد على تكون كتابة جماعية للسيناريو تشارك فيها اخصائين في علم النفس والاجتماع و الاتصال.

كما يمكن تميم ذلك عبر إدراج هذه البرامج في خطط اتصالية تعتمد الحوافز والمسابقات والجوائز ، مع إدراج بعض الوجوه والشخصيات الرئيسية الروائية في إنتاجات اتصالية مختلفة الحوامل فيها الجانب الموسيقي والصور، (صور متحركة ، معلقات ، لعب ترفيهية للأطفال ..) . ويتم إنتاجها على مستوى الدول العربية مع تشريك المنظمات العربية المختصة في الإنتاج السمعي البصري.

- تطوير البرامج الحوارية التي تعالج قضايا المرأة و إدخال أكثر مصداقية و عفوية تدعيمها
- إنتاج أشرطة وثائقية حول نساء لهن مسؤوليات تعرف بمسيرتهن و كيفية معالجتهم
- للمسائل المطروحة مثل:
- قضية التوفيق بين مسؤوليات الأسرة و العمل أ و بالإنتاج في المجالات المختلفة.

4.6.4.2 على مستوى التكنولوجيات الحديثة

- إحداث موقع واب خاص بموضوع المرأة والإتصال لتقبل الملاحظات الآنية والتلقائية
- حول البرامج الموجهة للمرأة على قنوات الدول العربية واستغلاله في تدعيم المرصد في جمع المعطيات.

4.6.4.3 على مستوى الصحافة المكتوبة:
• تخصيص ركن قار في الصحافة المكتوبة اليومية

4.6.4.4 على مستوى عام:

- نشر نتائج الدراسات و التكتيف من حلقات التدريب و إدراج ضمن برامج التكوين الأساسي موضوع النوع الإجتماع
- العمل على انتهاج التقييم الموضوعي و استعمال سبر الآراء.

الهوامش

- (1) المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة بيجين ، الصين ، 4-15 سبتمبر 1995
- (2) سكيمة بوراوي . الافتتاحية ن، كوثرات العدد 12 ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث
- (3) المخطط العاشر للتنمية 2002-2006 ، المرأة في الحياة المدنية العامة - المرأة الريفية - المرأة والأسرة.(الجمهورية التونسية منشورات وزارة التنمية)
- (4) ريجيس دوبري، مدخل في الميديولوجيان، (بوف. باريس). 240 ص
- (5) منشورات وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين. تقرير لجنة متابعة صورة المرأة في وسائل الإعلام. الإنجازات. جانفي 2002
- (6) تقرير قطاعي خامس من الإدارة العامة للإعلام خاص بتطبيق الاتفاقية الأممية للقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة. تونس 2004
- (7) دراسة حول التنشئة والاتصال داخل الأسرة التونسية . (وزارة شؤون المرأة والأسرة. تونس. 2000).
- (8) منشورات وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين. دليل المرأة الريفية
- (9) منشورات وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين. مطويات و نشرية ثلاثية
- (10) منشورات وزارة شؤون المرأة والأسرة نشرية خاصة بالندوة المتوسطة حول المرأة ووسائل الإعلام (تونس ،ديسمبر. 1999)
- (11) أشرطة فيديو لومضات تثقيفية حول " السلوك الحضاري يبدأ داخل الأسرة" من إنتاج وزارة شؤون المرأة والأسرة . 1996-2002
- (12) دراسة حول وقع الومضات على الجمهور التونسي . (وزارة شؤون المرأة والأسرة. تونس. 2000).

(13) أشرطة فيديو لمجلة تلفزيونية "مجلة الأسرة" إنتاج وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين. 4 حلقات في نوفمبر 2001 و 7 حلقات في أبريل 2005 .

(14) محمد قنطرة . أساليب الوساطة في الإعلام الجهوي (.المجلة التونسية لعلوم الاتصال .إصدار معهد الصحافة وعلوم الأخبار .العدد 42 جويلية / ديسمبر 2003).

(15) منشورات وزارة شؤون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين . لتقرير الوطني حول متابعة تنفيذ خطي عمل بيجين و داكار 1995-2000 ، نيويورك، جوان 2000

(16) مؤشرات حول صحة المرأة : بلغت نسبة النساء اللاتي تقوم بعيادة طبية أثناء الحمل في

- الوسط الحضري 96.5 % و في الوسط الريفي بلغت 84.5 % (2001)
- نسبة الولادات داخل مؤسسة صحية 90.3 % (2001) مقابل 81.6 % (1997)
- نسبة الفحوصات الطبية بعد الوضع 59.3 % (2001) مقابل 53.2 % (1997)
- أمل الحياة عند المرأة 75 عاما سنة 2002 مقابل 71.9 سنة 1997
- مؤشر تاليفي للخصوبة 4.64 سنة 1984 إلى 2.05 سنة 2002
- نسبة استعمال وسائل منع الحمل 61.2 % سنة 1997 مقابل 63 % سنة 2001

(17) مؤشرات حول مستوى عيش الأسر من خلال التعداد السكاني لسنة 2004

- نسبة مئوية لامتلاك راديو - مسجلة : 68.2 سنة 1994 مقابل 76.8 سنة 2004
- نسبة مئوية لامتلاك جهاز تلفزة : 79 سنة 1994 مقابل 90.2 سنة 2004
- نسبة مئوية لامتلاك هوائي (برابول) : 2.1 سنة 1994 مقابل 46.8 سنة 2004

(18) دراسة حول التنشئة داخل الأسرة التونسية . (وزارة شؤون المرأة والأسرة . تونس 2000.

(19) عدوان نواف ، أهمية الإذاعة المحلية في التنمية ، (المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، عدد 30 / 1996).

(20) منظمة الصحة العالمية، اللجنة الإقليمية للشرق الأوسط ن الدورة السادسة و الأربعة، ورقة تقنية حول تعزيز الصحة و وسائل الإعلام.

(21) رضا مثنائي ، الإذاعة الثقافية رهان الغد ، (المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد 31 جانفي / جوان 1997).

(22) عبد الله بن مسعود الطويرفي، سوسيولوجية الإقناع ، (المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، عدد 31 جانفي / جوان 1997).