

المملكة المغربية
ROYAUME DU MAROC



المساهمة في محاربة الصور النمطية المبنية على النوع والنهوض بثقافة المساواة بين الرجال والنساء من خلال وسائل الإعلام السمعية البصرية

اقتراح منهجية لتتبع البرامج التلفزية

أكتوبر 2014

مقدمة

تُجمع الدراسات المنجزة في عدة مناطق من العالم على تشخيص مزدوج¹:

- إن وسائل الإعلام، خصوصاً السمعية البصرية منها، لا تحدد آراءنا ومواقفنا، لكنها تساهم بشكل كبير في تشكيل تصوراتنا للعالم وللناس، مما يجعلها «أحد الوسائل الأكثر مساهمة في التنشئة الاجتماعية في المجتمع الحديث»؛
- إن الأشخاص المعرضين للتمييز في الواقع، من ضمنهم النساء بالخصوص، هم الأكثر عرضة لأشكال اللامساواة في الولوج إلى وسائل الإعلام ولتمثل نمطي سلبي اتجاههم، من خلال مضامينها.

يبد أنه فيما يتعلق بوسائل الإعلام² بالأساس، من المفروض أن تُزاوج بين ممارسة حرية التعبير، باعتبارها أساس الحريات الديمقراطية، والحق في عدم التمييز، وهو مبدأ مهيكّل لحقوق الإنسان، كما كرس ذلك دستور 2011.

لقد عزز دستور بلادنا حقوق النساء في ما لا يقل عن 18 مقتضى من مقتضياته. إذ نص، إضافة إلى منع التمييز المبني على الجنس، على المساواة في الحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فضلاً عن مبدأ المناصفة (الفصل 19). كما رسخ حرية الصحافة (الفصل 28) وحريات الفكر، والرأي، والتعبير (الفصل 25) وكذا حق الولوج إلى المعلومة (الفصل 27). كما تم تكريس وضع الهيئة العليا للاتصال السمعي كمؤسسة دستورية، مع تقوية اختصاصاتها (الفصل 165) خدمة للممارسة الحرة للاتصال السمعي البصري مع احترام الكرامة الإنسانية³ والتعددية والتنوع.

استناداً إلى هذه المرجعية، ولمهامها، ولما راكمته منذ تأسيسها سنة 2002، تعمل الهيئة العليا على دعم مساهمتها كهيئة تقنين، في ورش تفعيل تلك الحقوق والحريات من خلال دينامية إيجابية أخذت ثلاثة توجهات:

- **على المستوى الوطني:** عبر المشاركة في مختلف المبادرات المتعلقة بالمساواة بين الرجال والنساء في وسائل الإعلام، بما في ذلك المشاركة في صياغة «الميثاق الوطني لتحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام» (مارس 2005) وفي «برنامج مأسسة المساواة بين الجنسين في مجال الاتصال» (يوليو 2006).

على المستوى الداخلي:

- عبر بناء رؤيا وممارسة ممنهجة انطلاقاً من اختصاصاتها؛
- معالجة الخروقات المتعلقة باحترام الكرامة الإنسانية للنساء⁴ في البرامج السمعية البصرية الوطنية في القطاعين العمومي والخاص سواء إثر تلقيها شكاوى أو في إطار التصدي التلقائي وإصدار قرارات في شأنها؛
- إطلاق ورش تفكير منذ 2010، بمشاركة شخصيات عمومية ومدنية، حول تحديد الصور النمطية المرتبطة بالنوع في المضامين السمعية البصرية الوطنية⁵، توج بإصدار ونشر «التقرير التركيبي حول صورة المرأة في الإعلام السمعي البصري 2010-2011»؛

1. انظر خصوصاً «وسائل الإعلام والتنوع، من الظهور إلى المضامين، حالة فرنسا، ألمانيا، المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية» كتاب مشترك نشره معهد بانوس، بإشراف كلير فراشون وفريجيني ساسون، منشورات كارتالا، 2008.

<http://www.generiques.org/medias-et-diversite-de-la-visibilite-aux-contenus-un-etat-des-lieux-en-france-en-allemanie-au-royaume-uni-et-aux-etats-unis#/sthash.wgbTDjHr.dpuf>

انظر كذلك باروميتر قياس التنوع أو المساواة لهيئات التقنين الفرنسية والبلجيكية والمنطقتي الأندلس وكاتالان.

2. يؤكد خبراء العلوم الاجتماعية أن هذا التأثير لا يحصل بصفة صريحة، لكن الأمر يتعلق «بعنف غير مرئي يمارس عبر السبل الرمزية المحضة للاتصال والمعرفة» ويتغلغل «في خطابات وبرامج التلفزة أو الإشهار» ويُطبع «لاشعورياً في الأذهان»، معززاً مقاومة العقلية.

3. الإحالة القانونية الوحيدة في النصوص المؤطرة: الديباجة والمادتان 3 و 7 من قانون رقم 77-03. وتجدر الإشارة إلى مسلسل جاري لتعديل المادتين 4 و 9 في علاقة بالموضوع.

4. المقتضى القانوني الوحيد الذي يتضمنه القانون 77-03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري (2005) إلى اليوم (الديباجة والمواد 3 و 7). وتجدر الإشارة إلى مسلسل جاري لتعديل وتتميم المادتين 4 و 9) إضافة نوعية في الموضوع.

5. تفكير دشنته مجموعة من أطر المديرية العامة للهيئة العليا بإشراف السيد صلاح الوديع عضو المجلس الأعلى للاتصال السمعي البصري سابقاً، عممت نتائجه في 8 مارس 2012.

1. العُدّة المنهجية

اعتماداً على صلاحياتها المؤسسية، وعلى المرجعية المعيارية والمفاهيمية الحقوقية، تم اعتبار ثلاثة عناصر أساسية لهذا التتبع:

1.1 الحقل التلفزيوني، كفضاء للملاحظة: بالنظر إلى الرهان الحيوي الذي تشكله التلفزة في العادات الاستهلاكية للمجتمع وتأثيرها على البنيات الاجتماعية ووزنها في سوق الإشهار، وضماناً لانسجام مجال الاشتغال، في إطار المشروع، تم اختيار ثلاث قنوات تلفزيونية وطنية عمومية¹⁰ ذات برمجة عامة.

الأولى	2M القناة الثانية	ميدي 1 تي في

بهذا الخصوص، تجدر الإشارة إلى المسؤولية المنوطة بالخدمة العمومية في الإذاعة والتلفزة، والتي تقوم على مبدأي المساواة والكونية في الولوج إلى هذه الخدمة ويتجسدان في التنوع والتعدد، سواء تعلق الأمر بالبرامج والمواضيع المعالجة، أو بتلبية مختلف اهتمامات الجمهور، أو بمصادر المعلومة والرأي¹¹.

2.1 مؤشرات قياس تسمح بمقاربة واقع التباين المحتمل في المعالجة بين الرجال والنساء في وسائل الإعلام موضوع الدراسة. وقد استلهمت الهيئة العليا شبكة الملاحظة المعتمدة، وبصفة نقدية، من الأرضيات التي تم وضعها بطريقة توافقية على الصعيد الدولي، خصوصاً:

- مؤشرات «مشروع الرصد الإعلامي العالمي» (GMMP - Global Média Monitoring Project)¹² التي يعمل بها في التتبع العالمي للمضامين الإعلامية والإخبارية منذ 1995¹³؛
- «مؤشرات المساواة بين الجنسين في وسائل الإعلام»¹⁴ (GISM) التي أعدتها اليونسكو بتعاون مع الفدرالية الدولية للصحافيين في دجنبر 2012. وقد نظمت أول ورشة تحسيسية بخصوصها في المغرب في يناير 2013، من طرف اليونسكو والشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة (القطب السمعي البصري العمومي).

إدراج الموضوع في إستراتيجية الهيئة العليا للفترة 2013-2017 كمحور إستراتيجي وعرضاني ثلاثي الأبعاد : قانوني ومنهجي ومشاركاتي؛

إصدار المجلس الأعلى للاتصال السمعي (طبقاً للمادة 3 من الظهير المحدث للهيئة العليا للاتصال السمعي البصري) رأياً لرئيس الحكومة (غشت 2013) في شأن مراجعة المادتين 4 و9 من القانون رقم 77.03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري، حيث اقترح مقتضيات قانونية تنص على التزامات المتعهدين بخصوص:

- منع «الحث المباشر أو غير المباشر على التمييز ضد النساء وعلى المس بكرامتهن»؛
- العمل على «محرابة الصور النمطية المبنية على النوع» وكذا «النهوض بثقافة المساواة بين الرجال والنساء».

إدراج هذه المقتضيات في دفتر تحملات «ميدي 1 تي في» بمناسبة انتقالها من القطاع العمومي إلى القطاع الخاص (يوليو 2014)¹⁵.

• على المستوى الدولي: ساهمت الهيئة العليا في الدفع، إلى جانب هيئات تقنين أخرى، بقضية المساواة بين الجنسين في شبكات التقنين الإقليمية وتفعيل دور الشبكات في إطار تنسيق يتسم بالنجاعة:

في شتنبر 2011، صادقت الشبكة الفرنكوفونية على «الإعلان حول المساواة بين الرجال والنساء في وسائل الإعلام السمعية البصرية»¹⁶، وهو ما أعقبه بتاريخ أكتوبر 2012، إطلاق طلب مشاريع من أجل إعمال هذا الإعلان. حيث تم وبالإجماع، اختيار المشروع الذي اقترحه الهيئة العليا من طرف لجنة تحكيم دولية¹⁷، قبل أن يصدر بلاغ رسمي بهذا الخصوص يوم 8 مارس 2013 بمناسبة اليوم العالمي للمرأة؛

في نونبر 2012، صادقت الشبكة المتوسطية في لشبونة على الإعلان المتعلق «بمحرابة الصور النمطية المبنية على النوع والنهوض بثقافة المساواة بين الرجال والنساء من خلال وسائل الإعلام السمعية البصرية» المقترح بشكل مشترك من طرف الهيئة العليا المغربية ونظيرتها الأندلسية على إثر دراسة مقارنة قامت بها حول آليات ونظم التقنين في المنطقة المتوسطية وعرضت على الجمعية العامة للشبكة بهذا التاريخ¹⁸؛

في مخطتها 2014-2015 أدرجت الشبكة الإفريقية موضوع المساواة بين الرجال والنساء كمحور استراتيجي رقم 4.

ضمن هذا المسلسل، يندرج مشروع «تطوير منهجية لتتبع البرامج بهدف محاربة الصور النمطية المبنية على النوع والنهوض بثقافة المساواة بين الرجال والنساء من خلال وسائل الإعلام»، المنجز في إطار «الشبكة الفرنكوفونية لهيئات تقنين الاتصال»، كما سبقت الإشارة، والذي يحمل بعداً مزدوجاً:

- البعد الأول ذو طابع منهجي ويتمثل في وضع عُدّة تراعي المقاربة الحقوقية (كإطار معياري)، بما في ذلك مقارنة النوع الاجتماعي (كأداة للتحليل) وتعتمد تقنية المعالجة شبه الأوتوماتيكية التي يتيحها نظام التتبع المعلوماتي؛
- البعد الثاني، ذو طابع عملي/ إجرائي ويتجسد في تطبيق هذه العُدّة على البرامج التلفزيونية، كمرحلة تجريبية.

6. للإشارة بالنسبة للمتعهدين الآخرين، تتوفر الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة على ميثاق أخلاقي ينص على أخذ مقاربة النوع بعين الاعتبار وصورياً دوزيم على ميثاق لتثمين صورة المرأة منذ مارس 2014.

7. تمت المصادقة على الإعلان بمساهمة الهيئة العليا الممثلة في الجمعية العامة للشبكة ببروكسيل من طرف الرئيس السابق أحمد الغزالي والسيدة رابحة زدكي عضو المجلس التي قدمت مداخلة بهذا الخصوص.

8. ضمت لجنة التحكيم المجتمعة بمقر المجلس الأعلى للسمعي البصري لفيدرالية والنوينا- بروكسيل، كلا من دينيس إيويدي مديرة قناة «تي في 5» بإفريقيا وماري سولاي فريير مسؤولة البحث بالجامعة الحرة لبروكسيل والمتخصصة في تطوير وسائل الإعلام بإفريقيا جنوب الصحراء وشوشو ناميغاي منسقة جمعية نساء وسائل الإعلام بجنوب كينغ وميشيل ريزر الرئيسة السابقة للجنة صورة النساء في وسائل الإعلام وهيرفي باراكون متخصص مشاريع بالمنظمة الدولية للفرنكفونية.

9. Cf. communiqué sur <http://www.francophonie.org/Egalite-hommes-femmes-le-REFRAM.html> et rapport d'activité 2012-2013 du REFRAM, http://www.francophonie.org/IMG/pdf/rapport_activites_refram_2012-2013.pdf

WIPO PATENTSCOPE

Search International and National Patent Collections

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION

Search Browse Translate Options News Login Help

Home > IP Services > PATENTSCOPE

1. (MA29819) Procédé permettant le suivi et le contrôle des programmes audiovisuels par échantillonnage

National Biblio. Data Description Claims Documents

Permanent Link/Bookmark: [\[Icon\]](#)

Application Number: 29556 Application Date: 26.12.2006
 Publication Number: 29819 Publication Date: 03.10.2008
 Publication Kind : A1

IPC:

Applicants: HAUTE AUTORITE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE - HACA
 Inventors: LOTFI Fahsi
 BOUEZMARNI Najib
 BOURBATE Adil

Priority Data:
 Title: (FR) Procédé permettant le suivi et le contrôle des programmes audiovisuels par échantillonnage
 Abstract: (FR) Procédé intégré et quasi automatique d'analyse et de contrôle quantitatifs de documents audiovisuels par échantillonnage dynamique caractérisé en ce qu'il comporte une étape de subdivisions des documents audiovisuels à traiter, une étape de génération d'échantillon aléatoire, une étape de mise en concordance des médias et de l'échantillon, une étape de validation par l'utilisateur de cette concordance et enfin, une étape de génération automatique de rapports statistiques y afférents.

انطلاقاً من هذه الأدوات، تم إطلاق المشروع عبر مكونين متوازيين:

مكون المشروع	موضوع التحليل	المنهجية المطبقة	الفترة المعالجة	اختيار الفترة	البعد الرئيسي المستهدف
1	تعددية الرأي	برامج الأخبار	تتبع شمولي	سنة أشهر	الأسدس الذي يعرف نشاطا سياسيا مكثفا
2	تمثيلات الرجال/ النساء في وسائل الإعلام	مجملة البرمجة	التتبع عبر العينات العشوائية	أسبوع	ظهور النساء/ الرجال

مستخلص المؤشرات

مؤشرات اليونسكو

الصف ب B: مضمون وسائل الإعلام وتمثيلات النوع

ب 1: تمثيل الرجال والنساء في الأخبار والمستجدات

- حضور متوازن للنساء والرجال يعكس تركيبة المجتمع والتجارب الإنسانية والأعمال والآراء ومواضيع الانشغال في معالجة الأخبار والمستجدات من طرف وسائل الإعلام
- تمثيلية عادلة للنساء والرجال بفضل محاربة الصور النمطية وللجوء المتزايد إلى التمثيلات/ البورتريهات المتعددة الأبعاد
- تغطية وسائل الإعلام للمسائل المتعلقة بالمساواة والإنصاف كعامل مهم وأساسي في دور اليقظة المنوط بوسائل الإعلام في المجتمع
- إبراز التحسيس بالخصوصيات الجنسية حسب مختلف أنواع المضمون (...) مهما كان الموضوع المعالج والميدان وأقسام المضمون.

ب 2: تمثيلية الرجال والنساء في الإشهار

- تمثيلية عادلة للنساء والرجال في الخطابات التجارية التي تبثها وسائل الإعلام
- تحديد الصور النمطية التمييزية في الخطابات التجارية التي تبثها وسائل الإعلام

* الصف أ من المؤشرات يهتم الأعمال التي تشجع المساواة بين الجنسين في المجتمعات وفي قطاع الإعلام.

3.1 أنظمة المعالجة الرقمية التي طورتها الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، المسجلة لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، والتي تتم برمجتها من أجل تتبع ملائم لاحتساب مدة البث والتدخل حسب مقاييس محددة سلفاً، تسمح في نفس الوقت بتخزين وتجزئة ومشاهدة البرامج (HMS ACQUISITION) وكذا بالمراقبة والتشهير وإصدار شبه أوتوماتيكي للتقارير (Haca Echant& Haca Pluralisme)¹⁵.

مؤشرات GMMP

تصنف مواضيع المستجدات والأخبار ضمن 7 أصناف من المواضيع الرئيسية:

- «سياسة وحكم»
- «اقتصاد»
- «علوم وصحة»
- «المجتمع والقانون»
- «إجرام وعنف»
- «مشاهير، فنون، وسائل الإعلام ورياضة»
- «أخرى»

صفات المتدخلين في 8 أصناف:

- لم يصرح بأي نشاط- من المشاهير - ميدان التربية والصحة - ناشط/مناضل - موظف الدولة- رياضي - مال/قانون- رجل سياسة

أدوار المتحدثين في 6 أصناف:

- رأي الجمهور- تجربة خاصة- شاهد عيان- موضوع- خبير- ناطق رسمي

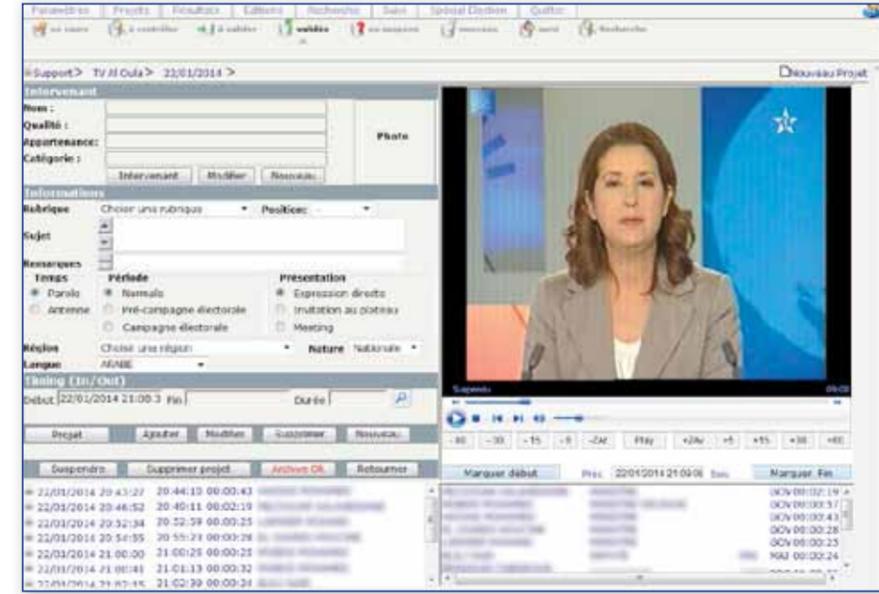
* في إطار تطوير هذه المؤشرات أضيفت في آخر تقرير موضوعة « الفتيات الصغيرات». وتجدر الإشارة الى كون كل موضوع يتكون من مجموعة من البنود التي من المفيد أخذها بعين الاعتبار أثناء التحليل. من ذلك مثلا أن موضوع الاقتصاد يشمل، حسب هذا التصنيف كلا من (الأسواق المالية، الاعانات الاجتماعية، مشاركة النساء في الحياة الاقتصادية، حماية المستهلك...).

أنظر « مشروع الرصد الإعلامي العالمي » تقرير 2010.
<http://whomakesthenews.org/about-us>

15. أنظمة معلوماتية طورت داخليا مسجلة باسم الهيئة العليا ومشغلة منذ 2007.

أ. **المكون الأول**، يركز على نظام لحساب ومعالجة مدة البث والتدخل، HACA PLURALISME، مخصص لتتبع التعددية السياسية.

صورة لنظام « HACA Pluralisme »



استغلت الدراسة المعطيات المتوفرة، إثر الرصد الممنهج والدوري للتعددية التي تقوم به مصالح الهيئة العليا على مدار السنة، طبقاً لقرار المجلس الأعلى للاتصال السمعي البصري (الجهاز التقريري للهيئة العليا) رقم 06-46 المؤطر للتعددية خارج الفترة الانتخابية¹⁶.

اختار القرار رقم 06-46 للمجلس الأعلى للاتصال السمعي البصري المتعلق بضمان التعددية في وسائل الإعلام السمعية البصرية، خارج الفترة الانتخابية، السارية المفعول منذ 27 شتنبر 2006، والمطبقة منذ الفاتح من يناير 2007، احتساب مدة البث والتدخل المتعلقة بالشخصيات العمومية لتتبع تدخلات الفاعلين المؤسسيين (الوزير الأول ورئيسي غرفتي البرلمان)، حسب الحصص الأربع (حكومة، أغلبية برلمانية، معارضة برلمانية وأحزاب غير ممثلة في البرلمان) وكذا المتدخلين النقابيين والمهنيين (نقابات ومنظمات مهنية)، وذلك في نشرات الأخبار والبرامج الحوارية والخبارية.

تم تحليل تدخلات الشخصيات السياسية والنقابية والمنظمات المهنية على ضوء نظام تصنيف «مشروع تتبع وسائل الإعلام الشامل» GMMP.

غطت الدراسة الأسس الأول 2013 (من فاتح يناير إلى 30 يونيو 2013) على القنوات العامة الثلاث، حيث تعتبر تدخلات الشخصيات السياسية والنقابية مهمة في مضامين الأخبار. وقد ركزت على الأخبار في نشرتها الزوالية والمسائية، باللغة العربية، وعلى البرامج الحوارية والإخبارية الأسبوعية القارة. ويضم مجموع ما تم تحليله 6373 تدخلات لشخصيات عمومية رجالية ونسائية، تم أخذها من البرامج، على القنوات وضمن الفترة المحددة، بما فيها 3563 من النشرات الإخبارية الست و2810 من البرامج الحوارية والإخبارية¹⁷.

16. تحسب مدة البث والتدخل بالنسبة للشخصيات العمومية المنصوص عليها في القانون الإطار فقط، باستثناء المتدخلين الآخرين (مقدمو البرامج، الملاحظون، المواطنون العاديون...).

17. تلعب وسائل الإعلام دوراً حيوياً في تكوين الرأي العام. بهذا الشأن ينبغي أن تضمن حرية التعبير والحق في المعلومة اللذين يسمحان للمواطنين والمواطنات بتكوين رأيهم الخاص على أساس وقائع حقيقية، مؤكدة وتحليل موضوعي متنوع ومعلم.

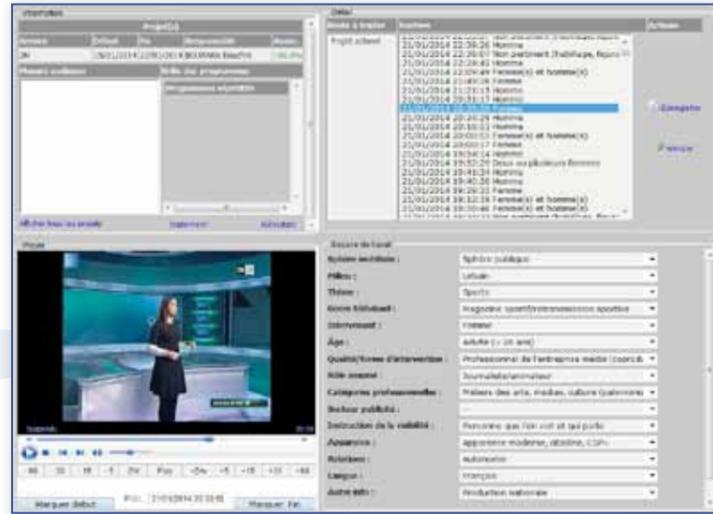
ب. **المكون الثاني** للمشروع وتم فيه الاستئناس في نفس الآن بما يلي:

- مؤشرات GMMP «مشروع تتبع وسائل الإعلام الشامل»، خصوصاً بالنسبة لتصنيف أدوار وصفات المتدخلين والفئات الكبرى للمواضيع (6 مواضع)؛
- مؤشرات اليونسكو¹⁸، استناداً إلى أهداف ومبادئ البحث المحددة من قبلها قصد تقييم مدى ظهور النساء والرجال في وسائل الإعلام، أخذاً بعين الاعتبار «احترام تنوع المجتمع من حيث التركيبة والرأي والتعبير».

اعتماداً على هذين المصدرين، تم تحديد شبكة قراءة تأخذ بعين الاعتبار حاجيات المشروع والأهداف المتفرعة عنه، في ظل احترام دور هيئة التقنين ومستلزمات الدقة، مع الاستفادة من الممارسات الحميدة التي قام بها متدخلون آخرون أجنب في ميدان المساواة والتنوع¹⁹.

فيما يخص هذا المكون من المشروع، استغل التحليل نظاما معلوماتيا داخليا للمعالجة عبر العينات العشوائية (HACA Echant) يعطي تقديراً لحجم البرامج، بشكل يمكن من احتساب التباين المسجل حسب الجنس، في مختلف أنواع البرامج المكونة لمجموع مواد البحث.

صورة لنظام التتبع بالعيينة « HACA Echant »



وكما هو الشأن بالنسبة للتعددية، هم هذا المشروع كذلك القنوات العامة الوطنية الثلاث عبر عينة أسبوع عادي من البرامج²⁰، أي الأسبوع الممتد من الأربعاء 15 إلى الثلاثاء 21 يناير 2014.

تمت معاينة فترتين زمنييتين، من الحادية عشرة صباحاً إلى الثانية بعد الزوال ومن الخامسة مساء إلى الحادية عشرة ليلاً، يومياً. وقد أخذ اختيار هاتين الفترتين بعين الاعتبار أهميتهما التجارية (فترة الولوج وفترة الذروة)، التي تخضع بدورها لمعطيات قياس المشاهدة. تجلّى أحد محددات البحث²¹ في التأكد من وجود فرق أم لا في المعالجة بين الرجال والنساء بين النهار والليل (ذروة المشاهدة).

18. المؤشرات ب من الأرضية (المؤشرات أ تخصص للجوانب التي تهتم للقطاع والمهنيين في المقاولات الإعلامية).

19. خصوصاً من طرف هيئات التقنين البلجيكية والفرنسية والكاتالانية ومعاهد البحث: Institut Osservatorio Di Pavia (Italie), Geena Davies institute on gender (USA), Comunicarigualdad, Agencia con enfoque de género et CIMAC, Comunicacion e Informacion de la Mujer (Argentine), l'ONG Canadienne Media Watch et Erin Research Inc. (Canada), GImobal Media (تونس) أو المتدخلون المهنيون (الفدرالية الدولية للصحافيين ونقابات الصحافيين ووسائل إعلام مختلف الدول).

20. فترة كافية لاستخلاص الميولات والمحددات تستخدم من طرف أنظمة التتبع وبارومترات التنوع: البلجيكي، الفرنسي، الإيطالي...مع متغيرات طفيفة.

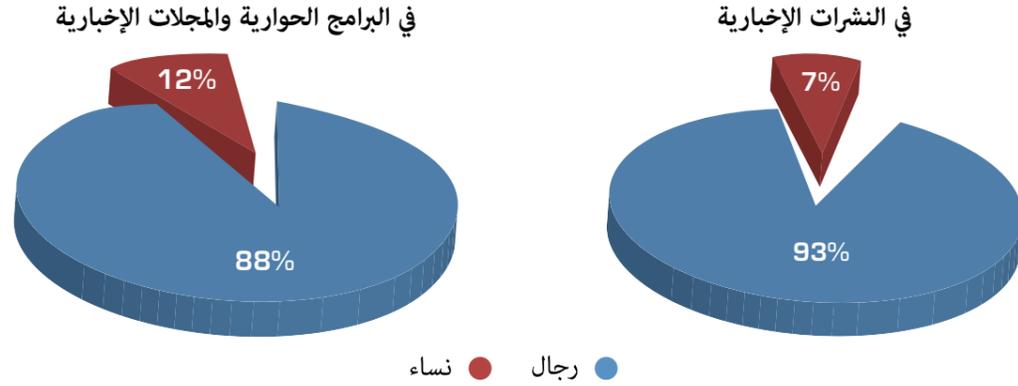
21. عادات ورغبات ونسب حضور المشاهدين.

2. أهم النتائج

1.2. المكون الأول للمشروع: تتبع البرامج الإخبارية من منظور التعددية السياسية

في البرامج التلفزيونية التي تمت دراستها، تُبرز النتائج المحصل عليها تمثيلية دنيا للنساء مقارنة بالرجال، من حيث عدد التدخلات وكذا الحجم الزمني الإجمالي.

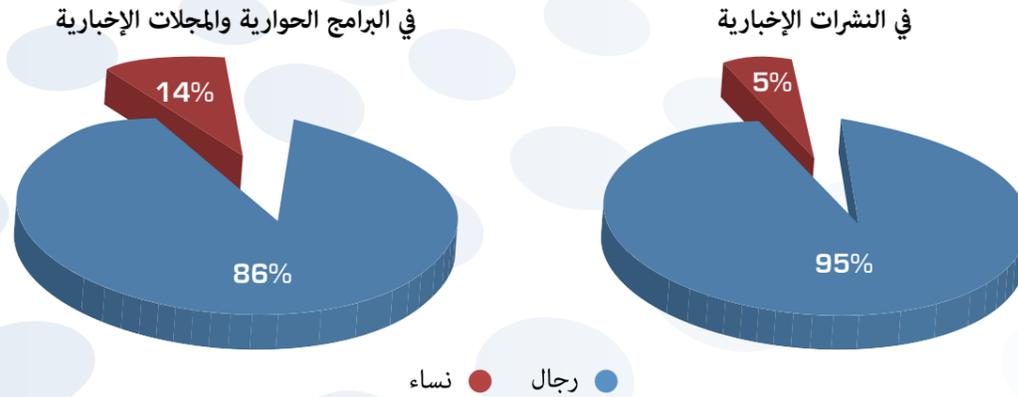
توزيع التدخلات حسب جنس المتدخلين



تقل نسبة تدخلات النساء في النشرات التلفزيونية عن 7 بالمائة²² وعن 12 بالمائة في المجلات الحوارية والإخبارية.

أما باحتساب مجموع تدخلات الشخصيات العمومية النسائية في الشهور الستة التي تمت دراستها وفي صنف البرامج الإخبارية كليهما: النشرات التلفزيونية والمجلات الإخبارية، فنجدها لا تتجاوز 9 بالمائة.

توزيع مدد التدخلات حسب جنس المتدخلين

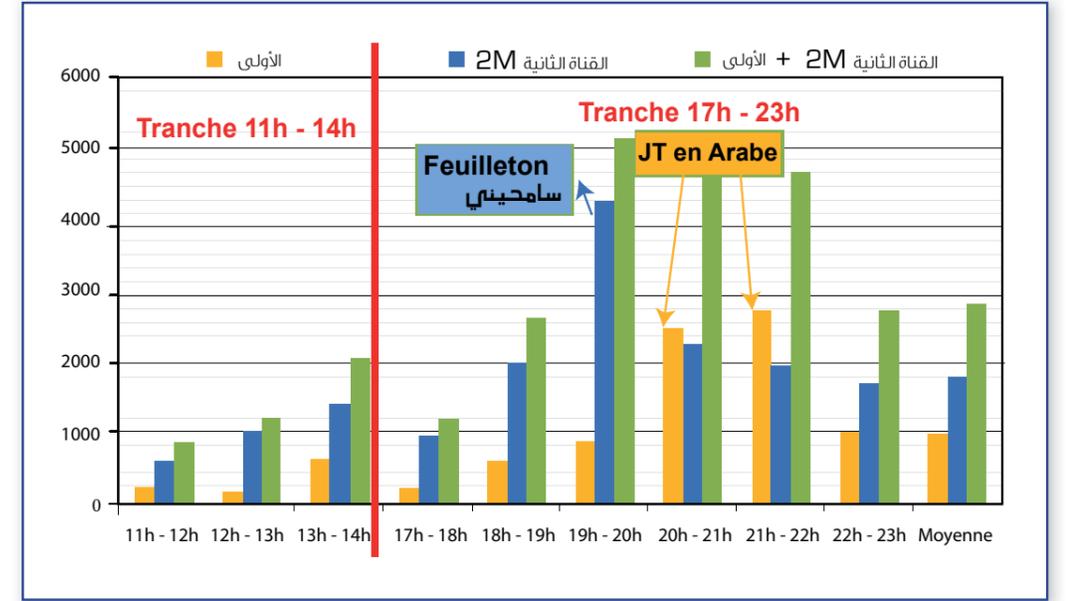


يقتصر الحجم الزمني لتناول الكلمة من طرف النساء على نسبة 5 بالمائة، في النشرات التلفزيونية، وأقل من 14 بالمائة في المجلات الإخبارية.

يتحدث الرجال خلال مدة أطول من النساء، بمعدل تدخل يصل إلى 30 ثانية مقابل 20 ثانية للنساء في النشرات الإخبارية، بينما في المجلات، تتحدث النساء أكثر نسبياً بمعدل دقيقة و30 ثانية مقابل دقيقة و15 ثانية للرجال.

22. تساوي النسبة 6.9 بالمائة. (تم حذف الفواصل من الأرقام لتسهيل قراءتها).

العدد المتوسط للمشاهدين والمشاهدات (بالآلاف) حسب كل حصة زمنية (الأولى والقناة الثانية) خلال الفترة موضوع الدراسة



كان مجموع « البرمجة الأم » مكوناً من 9 ساعات من البرامج يومياً، وفي كل قناة على حدة، أي 189 ساعة إجمالية.

أما حجم كل عينة معالجة، فيتمثل في 400 ثانية لكل قناة، محددة ومستخلصة بشكل عشوائي من طرف نظام HMS، على أساس عتبة وثوقية نظرية تبلغ 95 بالمائة وبفاصل وثوقية نظري يبلغ 5 بالمائة؛ أي في المعدل مقطوع (أو ثانية) تعالج كل 9 دقائق و27 ثانية من البرامج.

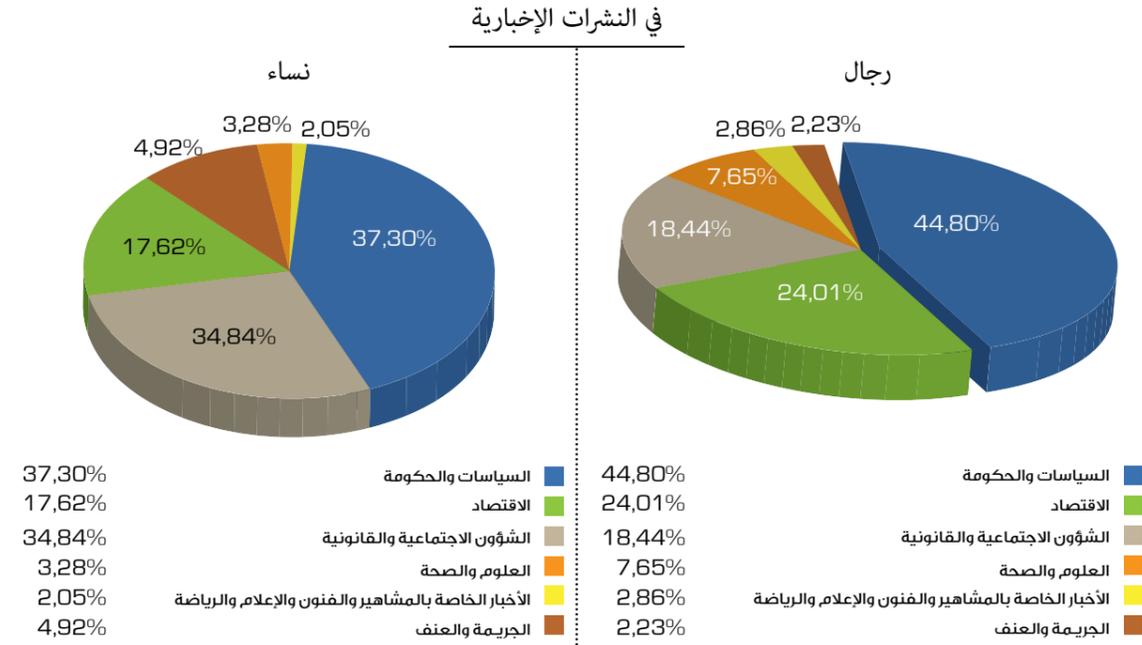
تمت معالجة كل أصناف البرامج وفقاً لحضورها في هذه العينة، سواء كانت برامج إخبارية، برامج الخيال، مجلات اجتماعية أو غيرها، إضافة إلى البرمجة التجارية، مع اعتبار تحديد متغيرات وشبكة تحليل خصوصيات كل برنامج على حدة (نوع الإنتاج، الصنف، مصدر ولغة البرنامج، جنس وعدد وسن المتدخلين الظاهرين، الموضوع المعالج إلخ).

وقد تمثل التحليل في تحديد الوجود المحتمل لبرمجة نمطية على مستوى:

- مدى ظهور النساء مقارنة بالرجال (مساواة بين الجنسين، تمثيلية أقل أو أكثر لأحد الجنسين، اعتماداً على معدل نسبة الحضور)؛
- تمثيلية الرجال والنساء، وفقاً للحضور وللتنوع حسب الجنس، نسبة إلى أصناف البرامج (الخيال، الترفيه، الأخبار، الإشهار)، الموضوع، دور/ أدوار لمتدخلين/المتدخلات، اللغة المستعملة، توقيت البث، بحيث يتم استنباط وجود تقسيم نمطي لمراكز الاهتمام حسب الجنس أو عدمه؛
- تركيبة داخلية لمجموعة النساء، تفصيلاً لمدى عكس التنوع الداخلي لدى النصف النسائي للمجتمع، على أساس ما يتبادر إلى ذهن المشاهد(ة)، كتمثل، وليس مبدأ الواقع كما هو.

حسب صنف المواضيع، يبرز التحليل هيمنة واضحة للتدخلات الرجالية في ثلاث مواضيع في صنف البرامج التي تمت دراستها من أصل الستة المحددة، طبقاً لتصنيف «مشروع تتبع وسائل الإعلام الشامل» السالف الذكر: «سياسة وحكومة»، «اقتصاد» و«مجتمع وقانون».

توزيع التدخلات حسب صنف المواضيع



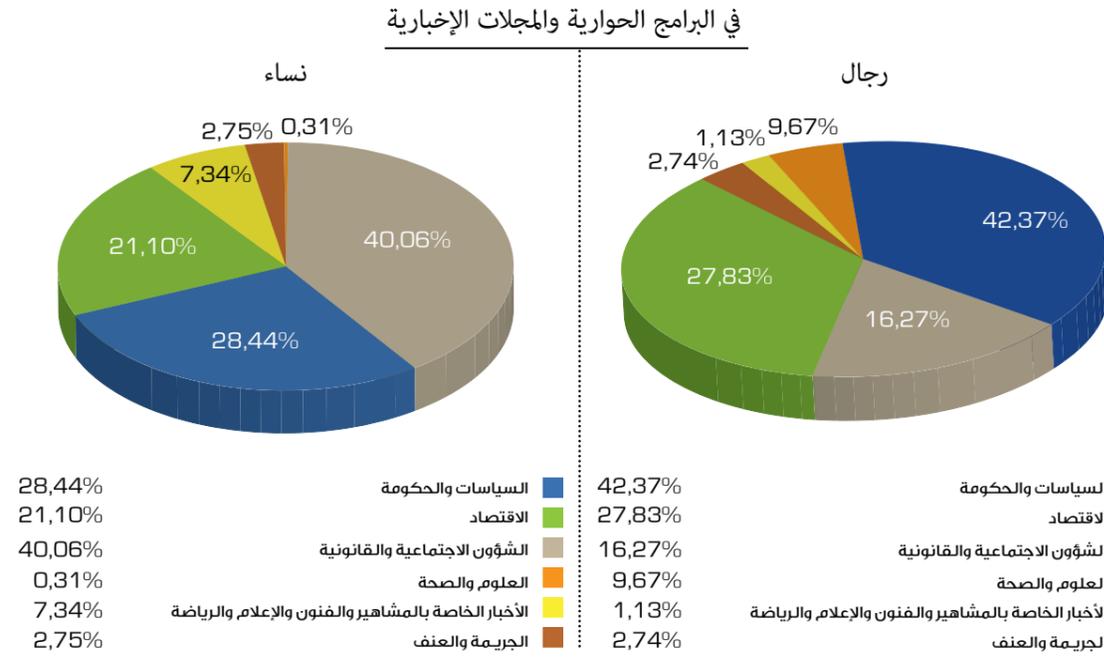
أخذنا بعين الاعتبار تدخلات كل جنس على حدة في النشرات الإخبارية، تتمحور النسب العليا للرجال حول:

- «سياسة وحكومة»: حوالي 45 بالمائة؛
- «اقتصاد»: حوالي 24 بالمائة؛
- «مجتمع وقانون»: حوالي 18 بالمائة.

أما تدخلات النساء في النشرات الإخبارية دائماً، فتنوزع كالتالي:

- «سياسة وحكومة»: 37 بالمائة؛
- «مجتمع وقانون»: حوالي 35 بالمائة؛
- «اقتصاد»: حوالي 18 بالمائة.

توزيع التدخلات حسب صنف المواضيع



أخذنا بعين الاعتبار تدخلات كل جنس على حدة دائماً، يسجل تقارب بين النسب الخاصة بالرجال في البرامج الحوارية والمجلات الإخبارية مع نظيرتها في النشرات الإخبارية، على النحو التالي:

- «سياسة وحكومة»: حوالي 42 بالمائة؛
- «اقتصاد»: حوالي 28 بالمائة؛
- «مجتمع وقانون»: حوالي 16 بالمائة.

أما تدخلات النساء، فتنوزع حسب المواضيع كالتالي:

- «مجتمع وقانون»: حوالي 40 بالمائة؛
- «سياسة وحكومة»: حوالي 28 بالمائة؛
- «اقتصاد»: حوالي 21 بالمائة.

في المجلات، يهيمن صنف «مجتمع وقانون» بشكل واسع على تدخلات النساء، يليه صنف «سياسة وحكومة».

إذا جمعنا مجموع البرامج، فيلاحظ جلياً، بصفة عامة، ضعف نسب تدخلات النساء في كل المواضيع مقارنة بالرجال.

- وبالمواضيع ذات الصلة بالدين والثقافة والتقاليد، حسب تصنيف «مشروع الرصد الاعلامي العالمي».

عموماً، تظل مسألة المساواة والرهانات المتعلقة بهذا الموضوع انشغالاً نسائياً بامتياز في النشرات التلفزيونية وكذا في المجلات الحوارية. لم يسجل أي تدخل لشخصية عمومية رجالية في هذا الشأن. ولم تشكل هذه المسألة كموضوع للنقاش والتدخل سوى 2 بالمائة من الحجم الإجمالي المعين.

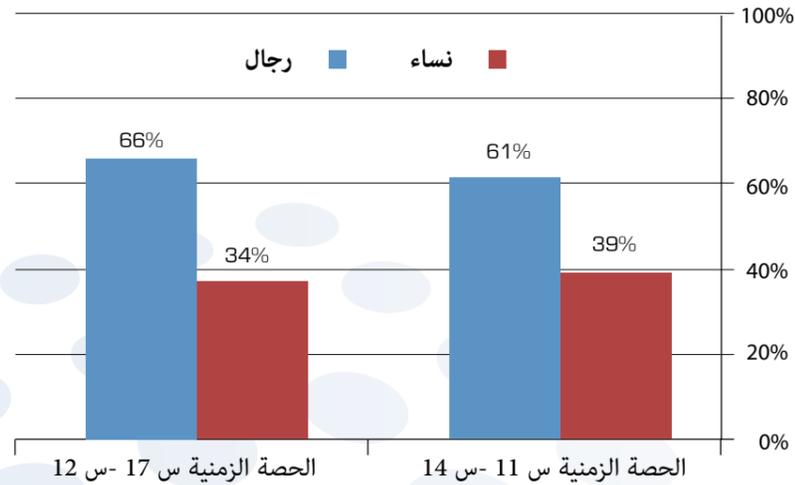
2.2: المكون الثاني للمشروع: تتبع مجموع البرمجة

ترصد نتائج تتبع البرامج عبر نظام العينات، أن معدل ظهور النساء في القنوات الثلاث يصل إلى 35 بالمائة مقابل 65 بالمائة للرجال في الفقرات التي تعبأ كل جنس على حدة. وجدري بالذكر أن قياس المشاهدة²³ يبرز النقيض تقريباً، 59 بالمائة بالنسبة للنساء مقابل 41 بالمائة بالنسبة للرجال. أي أن النساء أكثر مشاهدة للتلفزيون من الرجال.

■ تتميز البرمجة²⁴، مقيمةً طبقاً للمقاييس المحددة وبالنظر إلى تصور المتلقي، على وجه الخصوص بما يلي:

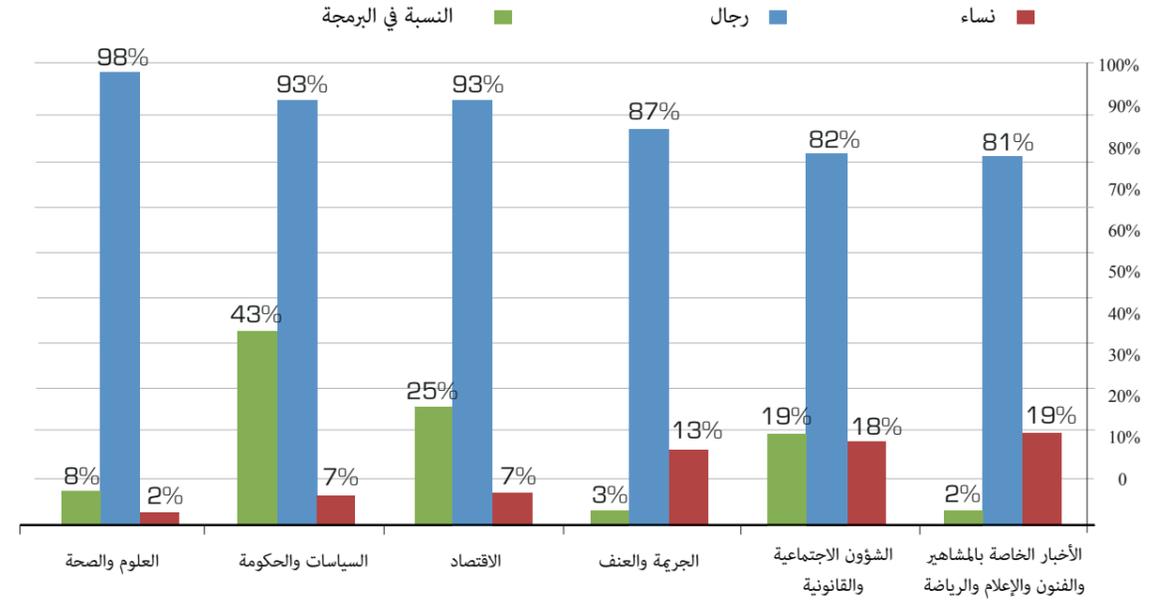
- هيمنة واضحة للرجال في الفترة المسائية والنهارية، مقابل ظهور نسائي خلال النهار أكبر نسبياً من الفترة المسائية، بنسبة 5 بالمائة.

توزيع الظهور حسب الحصص الزمنية (متوسط القنوات الثلاث)



- هيمنة النساء على برامج الخدمات بنسبة 81 بالمائة والرجال على البرمجة الإخبارية بنفس نسب الظهور (81 بالمائة). وهذه النتائج، تؤكد نتائج المكون الأول للمشروع؛
- ظهور أقوى للرجال في نوعي الإنتاج، الوطني والأجنبي، لكن بشكل أكثر جلاء في برامج الخيال ذات الإنتاج الوطني بنسبة 63 بالمائة مقابل 37 بالمائة للنساء؛
- ظهور رجالي قوي في البرمجة باللغة العربية الفصحى (80 بالمائة)، وباللغة الفرنسية (67 بالمائة)، وهما أكثر ارتباطاً بالنقاش والمعرفة. النساء، في المقابل، أكثر حضوراً في البرامج بالعربية الدارجة، المغربية والشرقية، وهي أكثر ارتباطاً بالترفيه والإشهار والخيال وبالمجلات الاجتماعية وبرامج الطبخ...؛

توزيع مجموع التدخلات (رجالاً ونساءً) في مجموع البرامج المعنية حسب صنف المواضيع (النشرات والمجلات)



يُظهر التقسيم النسب المتفاوتة للضعيفة للتدخلات النسائية. وتسجل المستويات الأدنى لتدخلات الشخصيات العمومية النسائية (السياسية والنقابية)، باستثناء العلوم والصحة، في المواضيع المركزية لهذا الصنف من البرامج، أي السياسة (7 بالمائة) والاقتصاد (7 بالمائة)، اعتباراً لجميع البرامج الإخبارية والتدخلات (رجالاً ونساءً). بينما يستحوذ الرجال على الصنفين معاً، بمعدل 93 بالمائة.

تسجل أعلى النسب النسائية في مجموعة «المشاهير، الفنون ووسائل الإعلام» التي تشكل أدنى نسبة في التدخلات الرجالية. في هذا الباب تم إدراج التدخلات، التي تتضمنها عادة النشرات التلفزيونية، المتعلقة باللقاءات حول وسائل الإعلام وحقوق الصحفيين وحرية الصحافة، وتغطية معرض الكتاب والتظاهرات الرياضية واللقاءات حول السينما والفنون، علاوة على الحديث عن شخصيات عامة، عقب وفاة أو الحصول على جائزة إلخ.

من جهة أخرى، وبالنظر إلى المواضيع الفرعية المعالجة داخل كل صنف، يستحوذ الرجال عموماً على صنف «السياسة والحكومة»، وداخله على الأخص، على الموضوع الفرعي «السياسات الوطنية، التدبير العمومي (المحلي، الجهوي، الوطني) والمسلسل السياسي والانتخابي»، الذي يعبأ 88 بالمائة من التدخلات الرجالية في هذا الباب.

في المقابل، يمكن ملاحظة تأنيث واضح للمواضيع المرتبطة بما هو «اجتماعي وقانوني» (40 بالمائة من التدخلات النسائية)، خصوصاً الموضوع الفرعي «التربية والتكفل بالأطفال» بنسبة 29 بالمائة مقابل 7 بالمائة بالنسبة لكل ما يتعلق بالمجال القانوني البحت (النظام القانوني، القضائي والتشريعي).

إذا جمعنا المواضيع الفرعية التي تتدخل فيها النساء أكثر ضمن صنف «المجتمع والقانون»، نستنتج أنها ذات صلة بحقوق الإنسان بصفة عامة (43 بالمائة)، سواء تعلق الأمر بحقوق الأشخاص (النساء، الأطفال...) أو بالتشريعات المرتبطة بها.

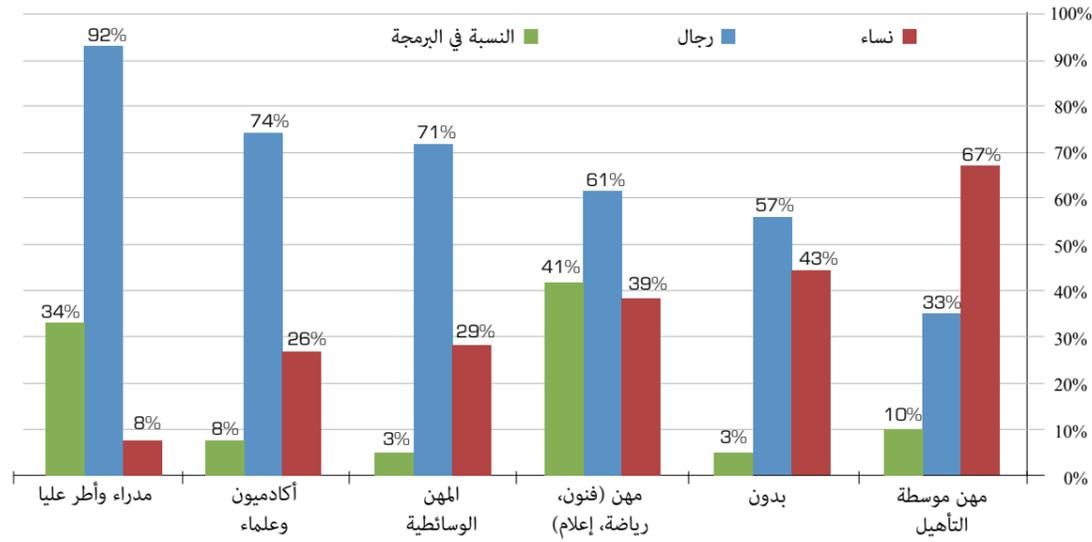
في المجال الاجتماعي والقانوني (وبنسبة 16 بالمائة من مجموع التدخلات النسائية)، يتدخل الرجال من جانبهم أكثر (36 بالمائة) في كل ما يرتبط:

- بمشاكل التنمية (بالنسبة لهذا الموضوع الفرعي تصل التدخلات النسائية إلى 5 بالمائة فقط)؛
- متبوعة بالتربية: 30 بالمائة؛

23. حسب «ماروك ميترى»، المعهد المغربي لقياس المشاهدة.
24. النتائج المعبر عنها هي متوسط القنوات الثلاث

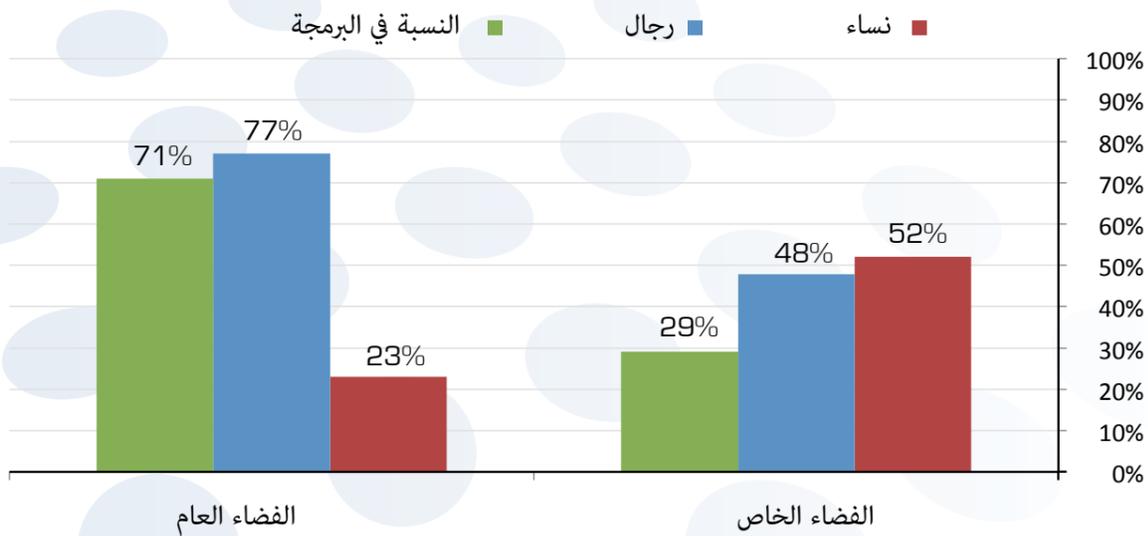
- حسب الصنف السوسيو- مهني، الذي يقدر في البرامج (باستثناء برامج الخيال والإشهار) من خلال الكتابات الظاهرة على الشاشة حول صفة الشخص المتدخل، وكذا عبر موضوع حديثه، تبرز النتائج هيمنة القادة والأطر العليا الرجال بما يناهز 92 بالمائة من نسبة الظهور، غالباً في دور الناطق الرسمي والخبير، مقابل 8 بالمائة بالنسبة للنساء. في حين أن النساء يهيمن على الصنف الوحيد للمهن الأقل تأهيلاً.

الأصناف السوسيو-مهنية الظاهرة باستثناء برامج الخيال والإشهار



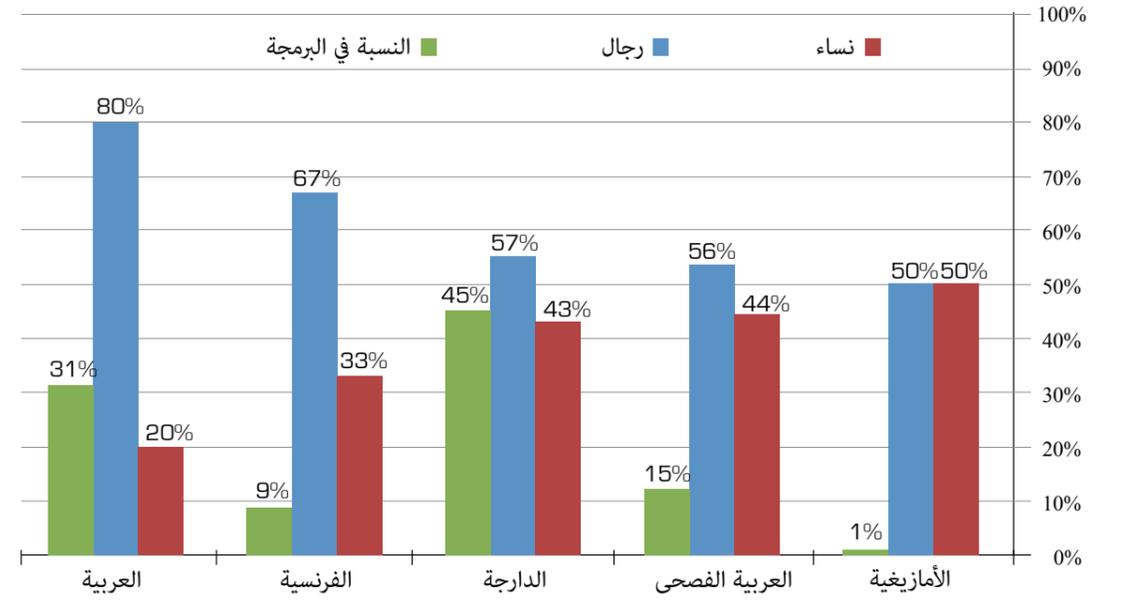
- هيمنة رجالية على الفضاء العمومي في البرامج (باستثناء برامج الخيال والإشهار) بنسبة 77 بالمائة مقابل 23 بالمائة للنساء. هذا مع العلم بأن الفضاء العمومي يمثل 71 بالمائة من مجموع سياقات المقاطع المستخرجة، مقارنة بالفضاء الخاص (29 بالمائة) الذي تحضر فيه النساء بنسبة 52 بالمائة.

ظهور الجنسين حسب الفضاء العمومي والخاص (دون احتساب برامج الخيال والإشهار)



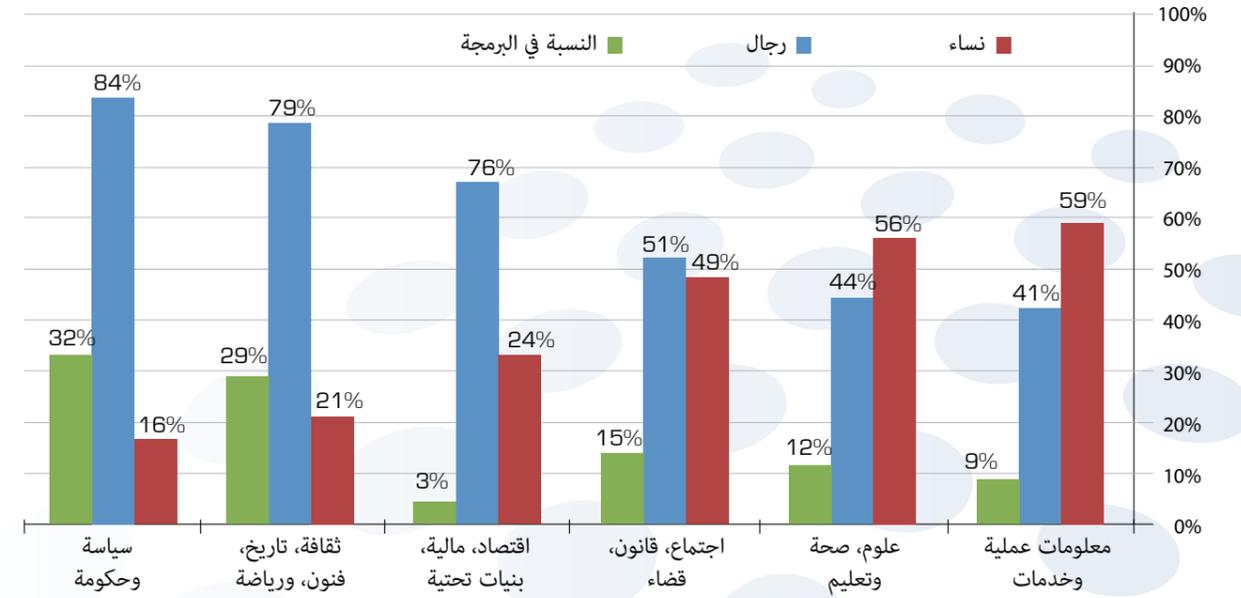
باستكشاف التنوع داخل مجموعة النساء (حسب مبادئ التباين في بعده الذاتي أكثر من الموضوعي) بالنسبة لبعض الوضعيات «الظاهرة» يتبين أن الطابع الحضري يطغى بنسبة 88 بالمائة مقابل 12 بالمائة للطابع القروي. أما الأبعاد الأخرى، ومنها البعد الجهوي، والإعاقة، على سبيل المثال، فإنها لا تحضر بنسب ذات دلالة.

التقسيم حسب اللغة (معدل القنوات الثلاث)



- تتقاطع هذه النتائج مع معطيات الأصناف الأخرى: خصوصاً تلك المتعلقة بتقسيم المواضيع ومهام وأدوار المتحدثين.
- تتدخل النساء أكثر في ما هو اجتماعي وفي المجالات العملية والخدماتية (المرتبطة ببرامج الطبخ والمجلات النسائية).

تقسيم المواضيع (باستثناء الخيال والإشهار)



- يتدخل الرجال في المواضيع المرتبطة بالحقل السياسي، بنسبة 84 بالمائة من معدل الظهور، وفي مهام الخبر (الذي يقدم وجهة نظر «عاملة») والناطق الرسمي (الممثل الرسمي للتنظيمات والمصالح والمؤسسات) مقابل 16 بالمائة بالنسبة للنساء؛

خلاصة:

جدير بالذكر أن هذا المشروع التجريبي الذي أنجز من زاوية التقنين وتتبع البرامج، انطلاقاً من إطار مفاهيمي وشبكة قراءة تراعي مقارنة النوع الاجتماعي، مع استعمال تقنيات إحصائية متعارف عليها في تحليل المضمون الإعلامي²⁵، لا يدخل ضمن تحليل الخطاب الذي يقوم على استعمال الأدوات المنهجية المختصة، بما في ذلك تلك التي تتعلق بالسيمولوجيا.

وفضلاً عن هدف التحسيس، فإن الغرض الأساسي، في هذه المرحلة، يتمثل في مقارنة عامة للبرامج التلفزية واستخراج توجهات، مع طموح مهني و«مواطن» من قبل هيئة تقنين المشهد السمعي البصري للمساهمة في الورش الكبير المتعلق بتفعيل حقوق النساء في بلادنا جنب الحرص على حرية التواصل. إن رهانات، وأبعاد التمرين، مثل حدوده، تفرز بطبيعتها العديد من فرص التطوير على المديين القريب والمتوسط.

25. انظر المؤلف التركيبي للمقاربات الإحصائية «تحليل مضامين وسائل الإعلام. من الإشكالية إلى المعالجة الإحصائية»، جون وبونفيل، منشورات «دو بويك»، 2006.

الهيئة العليا
للاتصال السمعي البصري
ⵛⵓⵎⵏ ⵉⵏⵏⵉⵙⵉ ⵉⵏⵏⵉⵙⵉ ⵉⵏⵏⵉⵙⵉ
Haute Autorité de la
Communication Audiovisuelle



العنوان: الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، فضاء النخيل،
قطعة 26 ، زاوية شارعي النخيل والمهدي بنبركة، ص.ب: 20590، حي الرياض الرباط

الهاتف: (+212) 5 37 57 96 00

الفاكس: (+212) 5 37 71 42 74

البريد الإلكتروني: info@haca.ma

الموقع الإلكتروني: www.haca.ma