

الصورة النمطية للمرأة

في الإشهار المغربي

منير بن رحال

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير الجديدة

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في التأثير على مواقف الناس ومعارفهم وآرائهم وتصوراتهم واتجاهاتهم. حيث تجعلهم يقومون بتنظيم معرفتهم عن العالم بفرز ما يتلقونه من البيانات والمعلومات والصور التي يستقبلونها. ثم يقومون بتبسيطها بحيث تتلاءم مع مدركاتهم لترسم لهم منظوماتهم المعرفية. التي تعتبر هي المسؤولة عن تحديد ما سيتصورونه عن الآخرين، ومسؤولة عما يمثل رؤيتهم للعالم، ولها تأثير كبير على مسار الحياة اليومية، وما يمكن أن يتحقق من الإدراك والفهم والتفاهم والعاطفة والتوقع، ومراقبة الموقف.

وتمثل الصور النمطية أهم أنواع المنظومات المعرفية التي تستخدم في مخاطبة البيئة الاجتماعية. إذ إنها تمثل آراء مشتركة بين أعضاء جماعة معينة تجاه غيرها من الجماعات. والصور النمطية تنغرس في ذواتنا منذ نعومة أظفارنا من خلال التنشئة الاجتماعية. ومن هنا تأتي إشكالية هذه الورقة : كيف تقدم صورة المرأة المغربية في الوصلات الإشهارية التلفزية على القنوات المغربية ؟ لماذا يتم ترويج صور نمطية بعينها للمرأة المغربية (المرأة التقليدية المقيدة ضد المرأة العصرية المتحررة)؟ هل يستهدف صناع الإشهار صنع مجتمع على ذوقهم ؟

الصورة النمطية للمرأة في الخطاب الإشهاري المغربي

نميز هنا بين نوعين من الإشهار: إشهار أنتج لفائدة السوق المغربية خصوصاً، وإشهار "عالمي"، يبيث في عدة قنوات، وقد يترجم إلى اللهجة المغربية.

تتبدى صورة المرأة المغربية في الإشهار في إطار عدة ثنائيات نذكر منها: ثنائية المرأة العصرية/ المرأة التقليدية، ثنائية المرأة الشابة/ المرأة المسنة، وثنائية المرأة الأم/ المرأة الفتاة.

-صورة المرأة الضعيفة

- المرأة المغربية : ربة بيت في انتظار الزوج

لعل هذه الاشهارات لا تحتاج إلى توضيح، نقطة واحدة : وظيفة المرأة العصرية وكذا المرأة التقليدية(1)، تتلخص في مساعدة الرجل، ففي الإشهار الذي يعدو إلى سبعينيات القرن 20 كانت المرأة تنظف ملابس زوجها لتفاجأ به يصرخ في وجهها، وتتدخل الحماة لحل النزاع، بتكريس نمطية المرأة المقهورة، نفس الصورة نجدها في إشهار الضحى 2016، حيث تبدو المرأة مثل الرجل لكن هو من يملك المفاتيح (إشهار الضحى 2016).

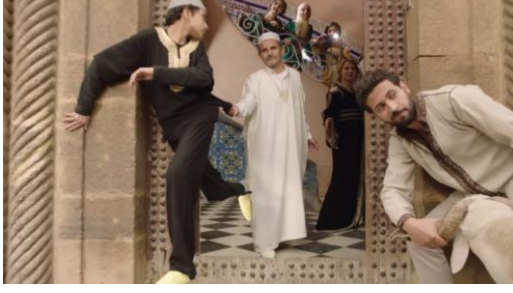


المفتاح هو السلطة، إذن فلا شيء تغير مع مرور عقود من الزمن، في الحقيقة الصورة الإشهارية لا تفعل شيئاً سوى تكرس الواقع، اذا افترضنا هذا، جاز لنا القول ان المجتمع المغربي، لا يتطور، البنى مازالت ثابتة. المرأة في البيت، والرجل خارجه.



احتجاج الزوج على سوء التنظيف قميصه، تدخل الحماة (شفت الحالة مغيرة فهذه الدار) إعجاب الرجل بعد تحسن زوجته باستعمال تيد.

أسبقية تكرسها وصلات الاتصالات التي من المفروض أن تتجاوز الصور النمطية، لكن شركة ORANGE 2017 تبدأ أولى وصلاتها بالرجال والأطفال الذكور ثم النساء، النساء اللواتي يظهرن في الأعلى، في مكان ثانوي.



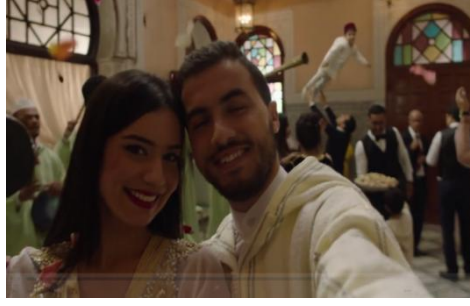
نفس التكريس نجده في المواد الغذائية، حيث يبرز هذا الإشهار درجة تكرار صورة المرأة العصرية، مقابل المرأة التقليدية، النساء بملابس تقليدية داخل المنزل / الطبخ (موني 2015/ 2016) ولعل الصورة النمطية الأكثر رواجاً في الإشهار المغربي المرتبطة بالمرأة هي ضرورة الزواج، بغية الحفاظ على الاستمرارية، 2017 ORANGE تؤكد هذا الافتراض، وتذهب أبعد لتلخص حكاية أسرة بكاملها (الأجداد، الأولاد الأحفاد)، انه المجتمع الثابت الذي لا يتغير. نعم هذه الصورة لها من الايجابية الشيء الكثير، لكنها تحصر النساء في البيت.

وذلك لضمان قيامهن بالوظائف الاجتماعية في تربية الأطفال، الشيء الذي تؤكد وصلة دلح 2016، حيث تتلخص وظيفة المرأة الأم في التنظيف ورعاية الطفل، في حين الزوج يقوم بالتمتع بالمشهد، هل هو توزيع للأدوار متفق عليه؟ أم مجرد نمطية اجتماعية مفروضة؟



-نموذج سعادة المرأة المغربية / الزواج

يعتبر الزواج اكبر انجاز يمكن أن يحققه امرأة، هذا م يقوله الإشهار، لا نجد في اشهاراتنا امرأة مغربية شابة تصبح دكتورة طبية، عالمة، أقصى حلم تحلم به امرأة في الإشهار، زوج يغير حياتها. نمطية سلبية تكرر الفشل الشخصي للمرأة مقابل نجاح المجتمع.



مقابل ذلك، تبقى المرأة التقليدية ممثلة لنموذج التخلف والعمل المنهك الدائم، الذي لا يبرز أنوثتها وفتنتها، في حين نجد نظيرتها الغربية، المرأة العصرية من خلال لباسها العصري. تظهر في الإشهارات وهي تقدم حلولاً سهلة لبعض الممارسات اليومية، فتفصح هذه الأخيرة في تحضير طعام لذيذ مثلاً بالاستعانة بـ "كنور" .. دائماً وهي في أحسن حلة. ولعل المقصود هنا هو ترسيخ صور نمطية عن المرأة العصرية، لتكريس ثنائية المظهر/القيمة: المرأة العصرية نموذج المرأة الناجحة، فهي تدير بيتها وفق قيم جديدة(2).

-المرأة (العقوبة)

من أسوء الصور النمطية التي روجها الخطاب الإشهاري المغربي خلال هذه الألفية، ربط صورة المرأة (بالعقوبة) وكأننا أمام صورة جاهلية / من العصور المظلمة، حين كانت المرأة تعتبر عاراً، ملخص الإشهار أن الأب (البشير السكيرج) يعرض بناته الأربعة للزواج دفعة واحدة لرجل واحد مقابل شقة.(منع من العرض بعد بثه لأول مرة). تكرر الوصلات الإشهارية قيماً انحرافية في نفسية المرأة التي تتشربها مع التكرار من جهة، كما تكرس قيم الاستعلاء والتحكم في نفسية الرجل من جهة ثانية. حيث تصبح المرأة في اللاوعي الاجتماعي رمزا للضعف والخوف(3) والانفعالية، وهي الأكثر عرضة للألم نتيجة لضعفها مقارنة بالرجل(4).

المرأة في نظر الرجل لا تمتلك حرية الإرادة لن تربي شباباً يتمتعون بعزة النفس وحرية المبادرة، خصوصاً إذا كانت هي نفسها تفتقر إلى الاستقلالية والثقة بالنفس. الأب يعرض بناته الأربعة للزواج على رشيد والأخير يهرب.



ثم يبدأ في المزايدة ثلاثة، اثنتين، واحدة. قمة الاهانة والازدراء.

-المرأة/النموذج المسكوكات

تحدد المرأة/ النموذج في الموصفات التالية: شابة، جميلة، أنيقة وعصرية في كل الظروف، بيضاء البشرة، ممشوقة القوام مع ميل إلى النحافة..



وتجهد الفتيات أنفسهن في محاولة تغيير مظهرهن، ليوافق النموذج. فيستترف الوقت والجهد لتحصيل شروط شكلية خارجية، ويغيب جانب الشخصية والفكر والثقافة. وتحرص المراهقات على تتبع آخر صيحات الموضة، ومواد التجميل، وينشغلن بالتوافه من الأمور، وهن

أمهات المستقبل اللواتي تنتظر منهن تربية الأجيال. وقد تمثل الفتاة الغربية المثال الأوضح على "هوس الجمال" عند المراهقات، إذ تحاول المسكينات تنحيف أجسامهن بكل طريقة، حتى يصبن بأمراض عجيبة/جديدة كمرض انعدام الشهية مثلاً(5).

تستغل المرأة بشكل لافت في غواية الرجل، فتحرّكه نزواته الجنسية لشراء المنتج. وبالموازاة مع ذلك، يتشرب المجتمع قيم منحلة و تبذل علاقة الرجل بالمرأة، وتختفي أشكال الحب العاطفي الى حب مادي شبيقي، ولا تبقى إلا التزوات الحيوانية المنحطة. فالمرأة " تختزل كذات معقدة ذات أبعاد حضارية وثقافية ونفسية إلى موضوع جنس ولذة"(6).

-**المرأة الغاوية:** لقد تم توظيف صورة المرأة(7) بشكل مكثف طيلة الوصلة الإشهارية، حيث توجه هذه الصورة النمطية لشابة / تلعب دور الأنثى، دور موجه للمتلقي، وهي تربط بين مقاطع النسق الايقوني الذي يظهر فيه شخص الرجل / الشاب بصورة أقل، (هو المنتظر المتأثر والمنفعل).

الصورة النمطية التي يتم ترويجها في هذا الإشهار، تعكس المرأة / الأنثى، في أوضاع جد حميمة، يتضح ذلك من الفستان المكشوف، والألوان اللافتة للانتباه، إضافة إلى حركات الإغراء التي تكررت طيلة ثواني الإشهار.

يتضح من هذه الإشارات الأيقونية أن صورة المرأة / الأنثى طاغية على كل الأنساق البصرية الأخرى، فهي تحضر لتأثير المشهد أكثر من حضورها الإنساني كفاعل اجتماعي.



لقطة عامة : تركز على الجسد دون إبراز هوية المرأة، ثم لقطة أمريكية تحمل نفس المعنى.

إن لهذا الاختيار ما يبرره، فالجسد هو الواجهة الأولى للذات ولانفعالاتها، وهو أيضا مفتاح الأفعال ومصدرها، إنه الموجه الدلالي الذي تؤسس عبره بديهية العلاقة مع العالم، أي ما

يعود إلى النشاط المحسوس والتعبير عن المشاعر، والكشف عن طقوس التفاعل، واللغة الإيمائية والاحتفاء بالذات، ولعبة الإغراء. ذلك أن الوجود هو قبل كل شيء وجود جسدي(8). فلا يمكن صياغة أي فعل، ولا تشكيل أية إيماءة خارج الممكنات التعبيرية التي يوفرها الجسد وخارج الدلالات المنبثقة عنها. فالجسد يقوم، من موقع الرائي أو المرئي، بإدماج الإنسان داخل فضاء اجتماعي وثقافي معين(9).



لقطة صدرية : تبرزان حالة انفعال لدى شخصية الرجل في حين المرأة في مقدمة الصورة، ثابتة وكأنها في ذمول، والمرأة في الخفية في وضعية رقص و إغراء.

فالهدف ليس المنتج في حالته الغفل، بل ارتباطه بجسد ما أو رغبة ما أو لحظة ما. وهذا ما يبدو من خلال الإخراج الإشعاري ذاته. فهو يقدم لنا نساء خارج " الممنوع"، أي "أجسادا طرية" بالإمكان امتلاكها في المتخيل. فالإيرويسية (كل الرغبات الجنسية الممكنة) كانت دائما إقصاءً لكل القيود المفروضة على الجسد(10).

وبتضافر كل الجوانب الأيقونية الأنف ذكرها، يتضح أن الغرض هو إقناع رغبات دفينة أو مكبوتة أو طفولية لدى المتلقي، لا علاقة لها بالاتصال (موضوع خدمة إنوي).وهنا نقف على حقيقة الخداع الذي يقوم به الإشهار للوصول إلى أهدافه التجارية المحضة.

-المرأة العصرية:

تقدم المرأة العصرية على أنها دائمة التألق، تقوم بأعمالها المتزلية وهي في أحسن حلة، وذلك بفضل التجهيزات التقنية التي يتوفر عليها منزلها، وأيضا بفضل الأطعمة الشبه الجاهزة.. فتكرس ثقافة السريع الجاهز، وهي إذ تتأسس، تقدم معها قيما اجتماعية عريقة: قيمة التعاون في

أشغال البيت، الاجتماع حول الطعام وتبادل الحديث الأسري الهادئ، الذي وُطد روابط التواصل بين أفراد الأسرة؛ مفهوم الزمن الذي يسير بشكل طبيعي يوافق الإيقاع البشري... لكن الأسر المغربية بدأت تفاجأ بشباب وشابات بمقاييس غربية، تضاهي ما يوجد في الاشهارات الأمريكية، إلا أننا نسجل دائما تشييء المرأة، اعتبارها وسيلة لا غاية في ذاتها، إنها توظف للإمتاع لا للإقناع.



كما تحس ربة الأسرة العادية بشيء من المهانة وهي تتأمل مثلتها في التلفزة، فتנסف تلك الصورة الكاذبة ثققتها في نفسها، وتصلحها مع ذاتها. وتتأسس قيم حديثة متناقضة، حيث تجتمع قيم الغرب بقيم الشرق، لا ضير أن نؤمن بالقيم الكونية، لكن بأية طريقة، وبأي ثمن؟ الصورة الإشهارية في إشهار الضحى ملتبسة، اقرب إلى الصورة الفولكلورية الاستشرافية، منها إلى صورة المرأة المغربية اليوم، المرأة التي تعمل مثلها مثل الرجل، المرأة التي تقود طائرة، المرأة التي تقوم بعمليات جراحية دقيقة... صور لا نجدها مع كامل الأسف.

وعموما رغم ظهور النساء الشابات في الاشهارات الحديثة بلباس عصري — تظل مكانتهم دائما أقل في الصورة، كأن وظيفتهم تجميلية /استيتيقية، حيث يتم اختيار الوجوه

الفاتنة، واذوي الملامح المميزة كما نلاحظ هنا حيث تعمد المخرج وضع الشباب الذكور في الوسط و الأمام والفتيات في الهامش والخلف ؟ هل للأمر غاية ؟ بالطبع الصورة تحمل أكثر من دلالة.

-خلاصات(11):

حقيقة التلفزيون المغربي: مرآة مشوهة

-صورة النساء كما يسوقها الخطاب الإشعاري لا تعكس المكانة الحقيقية التي تحتلها المرأة بالمجتمع وتعددية الأدوار المهنية والأسرية والاجتماعية التي تضطلع بها.

-هذه الصورة يطغى عليها جانب الإغراء والتحقيق. ويظهر الأثر السلبي لهذه الصور النمطية في مضاعفة المسؤوليات والمهام داخل البيت وخارجه.

-**تنهض النساء** بأدوار موازية مختلفة، فهن قائمات على شؤون المنزل، وأمهات، ويحترفن مهنة خارج البيت، ومتعلقات قليلا أو كثيرا، أو تقليديات حسب أطوار حياتهن، ولكن مهما تعددت خصائصهن، فهن يعتبرن وضعية المرأة الخاضعة والمقموعة المتجاوزة.

-**النساء** يشتغلن، وقد بدأن في المساهمة في ميزانية الأسرة منذ وقت طويل، وهن متعلقات، ويتابعن تدرس أبنائهن، وهن سائقات، ويقمن بإيصال الأبناء لمدارسهم، ويتسوقن...**صور لا ندها في الإشهار المغربي إلا نادرا.**

لم يطور الإشهار صورة الرجل العصري، وظل يركز على الرجل المتسلط على المرأة. كما لم يظهر أبدا حالات تقاسم أعباء الأشغال المنزلية داخل البيوت (بين الرجل والمرأة)، بالإضافة إلى أنه يعطي الانطباع بأنه إذا ما استطاعت المرأة انتزاع الاعتراف داخل الأوساط المهنية فإنها تسقط سواء داخل البيت أو في الشارع، في الدونية، والقمع الممارس من طرف الرجل.(باستثناء إشهار لاتصالات المغرب حيث يظهر الرجل وهو يعتني بطفله في غياب الزوجة).

1-عبد الرحيم السامي، صورة المرأة المغربية في الإشهار التلفزي الوطني، دراسة شملت القناتين الأولى والثانية ما بين 24 و 30 ماي 1999، وذلك لخلو هذه الفترة من المناسبات الوطنية والدينية، ورغم قدم الدراسة نسبيا، فإن المؤشرات تبقى صالحة. عن: صورة المرأة في الخطاب الإعلامي المغربي، إعداد مجموعة من الباحثين، منشورات المعهد العالي للإعلام والاتصال، ط1، 2003، ص: 221،220،219،218.

- 2-تغازل هذه القيم المرأة الموظفة خصوصا، وتؤسس لعالم الأحلام والطموح عند غيرها.
 - 3-أحيل إلى إشهار شركة التأمين أكسا على سبيل المثال.
 - 4-أنظر مثلا إشهار دانون أكتيفا، الذي تعاني فيه فقط النساء من آلام في المعدة وعسر الهضم! أنظر أيضا: أحمد راضي، الإشهار والتمثلات الثقافية، علامات، ع 18، ص:50.
 - 5-وإذا كان الإيرانيون قد انتبهوا إلى دور دمية "باربي" في تربية الفتيات على فكرة المرأة/النموذج منذ الطفولة، فإن تعبيرهم عن الممانعة الثقافية يظل ساذجا: فدمية "فلة" التي قدموها كنموذج بديل، لا تعدو أن تكون "باربي" بلباس إيراني.
 - 6-أحمد راضي، مرجع مذكور، ص 51.
 - 7-تم بت الوصلة الإشهارية موضوع الدراسة في الموسم التلفزي 2011، وقد تم تمريرها طيلة شهور هذه السنة.
- David Le Breton :La Sociologie du corps , Que sais-je ,1992, p3-8
idem, p.4-9
- 10-سعيد بنكراد : مقال تحت عنوان : نساؤهم ونساؤنا <http://saidbengrad.free.fr/ar/art2.htm>
 - 11-أنظر مخرجات دراسة استراتيجية حول "انتظارات المرأة المغربية بخصوص تمثيلها لصورها في وسائل الإعلام السمعية البصرية" أعدتها وزارة الاتصال مع صندوق دعم المساواة بين الجنسين التابع للوكالة الكندية للتنمية الدولية (موقع وزارة الاتصال).