

# قراءة سيميولوجية عن صورة النساء في لغة الشارع المكتوبة

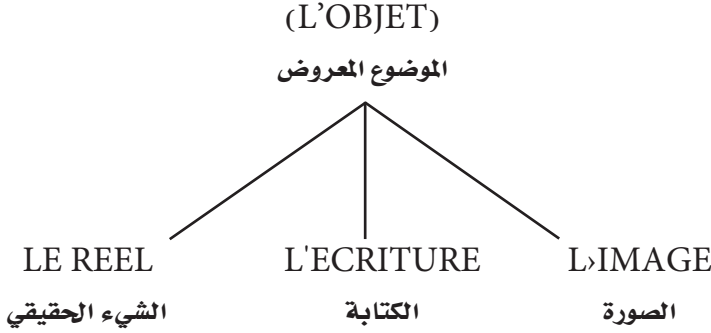
د. محمد محمد محمد الخريبي

## الملخص

هذه الدراسة تشمل على ثلاثة أطراف دلالية تشكل كلية الموضوع، وترسم غاياته وأهدافه وأبعاده المختلفة وهي:

(1) صورة النساء(1): وهو جوهر الموضوع، وتتنزل هذه القضية في إطار الدراسات الجندرية التي ترنو جاهدة إلى إيجاد معايير وملامح موضوعية تحدد بدقة وجلاء مدى مشاركة المرأة ومساهمتها وحضورها الفعلي في هياكل المجتمع ومؤسساته، ولاريب " أن النظرية النسوية الحديثة تسعى جاهدة إلى تقسيم الأدوار وتضييدها في كل القطاعات التنموية بصورة متوازية مع الرجل، وتعتبرالجنود بعداً أساسياً في كل تنظيم اجتماعي، إذ نقول إن الأمر لا ينحصر على البحث عن موقع النساء في وسط العمل والعائلة والمدرسة، لكنه يتعدى كل هذا ليضم كافة الدوائر الاقتصادية والسياسية والثقافية مع ضرورة تفعيل هذه الأدوار بما يتلاءم مع نمطية العلاقات بين الجنسين(2).

(2) أما موضوع الصورة علامياً فيحيلنا إلى شبكة من الدلالات الثلاثية التي درسها رولان بارت، وميز فيها وجود نموذج من التراكم المعرفي بين ما يعرض كصورة وبين ما يستقر في الذهن كفكرة، فعلم العلامات يقدم جدلية الصورة كما يأتي(3):



والتفاعل بين الأطراف الثلاثة يؤدي إلى ما تحدث عنه فرديناند دي سوسير (FIRDINAND DE SAUSSURE)، أي العلامة اللغوية التي تتركب من مكونين علاميين: (4)

(SIGNIFIANT) (الدال العلامي) + المدلول (SIGNIFIE)

وهذا التلازم (CORRELATION) بين الدال والمدلول هو الذي يرسم آخر المطاف حقيقة الدلالة العلامية التي تفرض على شبكة التواصل نوعاً جديداً من السيميولوجيا (SEMIOLGIE)؛

1. مركبات الصورة الثلاثية التي سبق التطرق إليها في أول البحث.
2. الدلالة العلامية في طرفيها الرئيسين حسب المفهوم الألسني السوسيري.
3. ذهن المفكك العلامي (DECODEURSEMIOTIQUE) للرسالة واحتمال وجود ترشيح دلالي فيما يسمى في علم اللغة بالاستعارة أو الخيال الأسطوري (LIMAGINATION MYTHIQUE) (5).

(3) فهناك إذا رسالة يسعى الصانع العلامي من خلالها إلى نقل صورة معينة عن النساء في المجتمع اليمني، ولا شك أن حيادية الرؤية أمر مستبعد، لأن الجمهور المستهدف تختلف أذواقه وتباين طباعه وتتلون غاياته من رسم الصورة النسائية لدى كلا الجنسين .

وهذا الترابط بين البث (EMETTEUR) والمستقبل (RECEPTEUR) في دائرة التواصل العلامي يحدث ضمن هدف كبير، وهو ما يسمى بالرسالة (MESSAGE) أو النص (TEXTE) أو الاتصال (6) (COMMUNICATION). فالشارع إذا ما هو إلا حقل واحد من حقول عديدة لإنجاز الرسالة العلامية، إلا أنه يلعب دوراً مهماً، لأنه يشكل وسيطاً علامياً مباشراً بين صانع الرسالة ومتقبلها.

فصورة النساء تحلينا إلى مجالات وفضاءات واسعة تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل شارع وخصائصه، ولذلك فقد اخترنا في بحثنا الميداني ثلاث عينات رئيسية:

1. عينة خاصة: ترتبط بالأحياء الراقية وتسكنها فئات اجتماعية غنية، وتسودها علاقات ذات منحنى متميز عما يعرفه عموم المجتمع اليمني مثل شارع حدة.

2. عينة عامة: تقطنها فئات اجتماعية فقيرة من ذوي الدخل المحدود، وهي الأكثر قرباً إلى سمات المجتمع وأعرافه وتقاليد المتوارثة مثل باب السلام وباب اليمن.

3. عينة مشتركة: هي مواطن تجمع بين الغنى والفقر، وقد ركزنا عليها اهتمامنا بصورة خاصة، لأنها النموذج التمثيلي الأكثر تشخيصاً وسبراً لصورة النساء في المجتمع اليمني مثل شارع جمال وشارع عبدالمعني والقصر.

أما المحلات التي كانت أكثر أهمية في دراسة هذه الصورة وتبين مستوى المرأة الاجتماعي وتعكس إلى حد ما نوعية الجندر (7) إيجاباً وسلباً فكانت الآتي:

- محلات بيع الملابس.
- محلات العطور والإكسسوارات وأدوات التجميل.
- محلات الذهب والمجوهرات.
- المراكز التجارية الكبرى في العاصمة.
- محلات الشرائط الغنائية والتمثيلية.
- المكتبات والأكشاك والقرطاسيات.
- الصيدليات والمقاهي والإلكترونيات.
- لافتات الإشهار الدعائية في الطرقات وعلى الحوايط وفوق المباني.

ثم قمنا بدراسة العينات بأسلوب سيميولوجي مباشر عن طريق تقسيم البحث إلى شقين

كبيرين هما: (8)

- قسم الدال ( البنية وخصائصها).
  - قسم المدلول ( الدلالة وأبعادها).
- أما إشكالية هذا البحث فإنها تتوزع بين أطرافه الثلاثة:
- الصورة النسائية.
  - لغة الشارع المكتوبة.
  - مفهوم العلامة سيميولوجياً.

وإذ أعدنا ترتيب ما سبق وجدنا أن إشكالية البحث تتلخص في الأسئلة التالية:

- س-1 كيف يعكس الشارع صورة النساء في المجتمع اليمني شكلاً ومضموناً؟
- س-2 ماهي أهم المعاني والدلالات التي يركز عليها الصانع العلامي، في إبراز مكانة المرأة عند قيامه "بالصناعة الشوارعية" إن صح لنا القول؟
- س-3 إلى أي مدى تنطبق لغة الشارع المكتوبة حول النساء على مكانتها في المشاركة الاجتماعية الحقيقية؟
- س-4 كيف يمكن الاستفادة من لغة الشارع المكتوبة سلباً أو إيجاباً لتقويم المفاهيم الجندرية وخلق نموذج حضاري راسخ يعكس تميز النساء ويخدم مكانتهن في المجتمع؟

س-5 وأخيراً ماهي البنية العلامية العميقة (9) التي تقف خلف صناعة لغة الشارع المكتوبة للنساء اليمنيات؟ وما هو دور وسائل الإعلام في ترسيخ أو دحض هذا النمط الدلالي؟ ولعل هذه الإشكالية قد طرحت في متناولنا عدة قضايا بالغة الدقة والحساسية، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار عدة مسائل تشكل صعوبات تعيق من إنجاز هذا البحث في إطار ما يطمح إليه من معالجات دقيقة مثل:

- البنية الاجتماعية التقليدية المهنية والقائمة على الأعراف والتقاليد.
- الفهم الخاطئ لتعاليم الدين الإسلامي ونبذ مفهوم الاجتهاد.
- الانغلاق على الذات ورفض الآخر مما يعني ذلك نبذ المعاصرة والحدثة بكل ما تحمله من حلول جوهرية لأوضاع النساء عموماً ومشاكل المرأة على وجه الخصوص.
- غياب أي رؤية (Vision) أو خطة (Plan) لدى الدولة والحكومة لتنمية دور المرأة مستقبلياً نظراً لتفشي السلبيات مثل الاختلالات الأمنية وغياب الشفافية والفساد الإداري والمالي وهدر عوائد البلاد على مشاريع وأهداف آنية تزيد من ضبابية المراجعات الجندرية وتقويمها.
- التباين بين دور النساء المتميز في تاريخ اليمن القديم ودورهن المهمش في تاريخه الحديث، وهو يخالف تماماً رؤية علم العلامات الثقافى الذي يرى أن "كل ثقافة تاريخية إنما تنتج نمطاً ثقافياً خاصاً بها (10).

فما هي إذا نوعية الدلالات الشكلية للبنى العلامية لصورة النساء في لغة الشارع المكتوبة، (11) وكيف نستفيد منها شكلاً ومضموناً في دراسة الدلالة وأبعادها في سبيل تقويم العلاقات الجندرية في المجتمع اليمني؟

#### أولاً: قسم الدال (البنية وخصائصها)

إن اهتمامنا في هذا القسم سينصب منهجياً على تصنيف ما قمنا بتجميعه في عينات البحث الميداني تصنيفاً بنوياً، ثم ندرس خصائصها الشكلية دلاليًا، ونحن هنا نرنو إلى بلوغ نتائج دقيقة وموضوعية في القسم الثاني من البحث تكون منطلقاً لنا في معالجة صورة النساء مع رسم حلول ومعالجات وتوصيات فعالة ومتطورة.

ولذلك فقد أسندنا إلى الجزء الأول من الجدول عبارة: البنية العلامية ونقصد بها إدراج جميع العينات الاسمية والتعامل معها كمحددات دلالية لاغنى لنا عنها في فهم صورة النساء ومعالجتها (12).

أما الجزء الثاني من الجدول فقد وسمناه بالخصائص الشكلية، وهنا نسعى إلى الضغط دلاليًا على معاني البنى العلامية تمهيداً لفهمها فهماً عميقاً ومدى ارتباطها بالوعي المجتمعي، وكيف تسهم سلباً وإيجاباً في مواقف الأفراد من صورة النساء ومكانتهن عموماً.

فالذال العلامى يتيح لنا تدريجياً تنزيل العلامات في إطارها الموضوعي من الحقول الجندرية

في المجتمع اليمني، كما يقدم لنا نموذجاً متكاملًا عن طبيعية العلامات والوظائف التي تتحكم في ذهن الصانع العلامي والمؤسسات التنموية ذات الصلة، ويضع المفاهيم الكبرى في مكانها الأمثل عند دراسة دلالات المدلول وأبعادها المختلفة.

### أولاً: شارع عبدالمعني:

البنية العلامية	خصائصها الشكلية
صيادية بلقيس	دلالة تمييزية تقتبس أهميتها من السياق التاريخي.
بيت الجمال	علامة معنوية إثارية.
فندق سبأ	دلالة إيجابية توحى باسم الملكة بلقيس وعظمتها.
عبير الزهور	إيحاء بالفضاء الأنثوي.
أحلام العصر للعطورات	إثارة وتشويق.
محلات الرويشان	أوضاع إثارية وجنسية في أقسام الملابس الداخلية للنساء.
محلات الشرائط للأغاني والأفلام	تركيز شديد على النماذج والشخصيات الفنية الكبرى.
المتجر العربي لبيع الأدوات الرياضية	أوضاع رياضية شديدة الإثارة مع اتخاذ النموذج الغربي المثالي في عرض صور النساء الجميلات القويات.

### ثانياً: ميدان التحرير:

يخلو ميدان التحرير من أساليب عرض صورة النساء على متاجره ومحلاته ما عدا بعض محلات الشرائط الفغائية، كما نلاحظ الأسلوب الإثاري في عرض أفلام اليوم لدور السينما اليمنية. وهنا يتشكل تساؤل: هل هذا الأسلوب الموجه إلى الرجل يعكس فكرة المرأة السلعة أم المجتمع المكبوت أم الاثنين معاً؟ وما مدى وعي الرجل بقيمة المرأة كشريكة فاعلة؟

### ثالثاً: شارع القصر:

البنية العلامية	خصائصها الشكلية
محلات الحسناء	الجمال الأنثوي.
محلات الأميرة	التميز والفرادة.
محلات عبدالمجيد الخرباش	موجه للفئات البرجوازية ويعتمد على الأساليب الإثارية في تقديم النساء إلى جمهوره خاصة الملابس الداخلية.
محلات الرويشان	يستخدم الأسلوب نفسه.
محلات الأرواب والشراشف	إحالة قوية إلى المرأة التقليدية ذات الدلالة الشعبية "الحرمة".
محلات الإكسوارات وأدوات التجميل والعطور	وهي تجمع في طبقاتها بين إحياءات عديدة مثل الجمال الأنثوي والنموذج الغربي المثالي والإثارة الدعائية.

## رابعاً شارع جمال :

البنية العلامة	خصائصها الشكلية
أحذية الأمير	(أنوثة / ذكورة) خاصة أنها تصدر بـ "رجالي-نسائي".
سيدتي للمجوهرات	الأنوثة الناضجة.
محل شهرزاد	إيحاء بقصص ألف ليلة التي تجمع بين الأسطورة والواقع.
شهر العسل للتجارة	يركز على بيع القطع التي تربط بين الرجل والمرأة، والاسم هنا يجذب انتباه الجنسين ويرتبط بمعان جمالية مميزة عندهما.
عباءات شرقية	التداخل الحضاري في مفهوم الأنثى وما تشترك مع غيرها في اللباس.
أحذية العروسين	ليلة الزفاف.
بن ويهارات سمراء اليمن	ترابط علامي بين سمرية البهارولون الأنثى ويثير شيئاً من اللذة في النفس.
دار العرايس	أجواء الزفاف وتنوعه.
هيفاء للملابس	اسم الأنثى مرتبط بنموذج جمالي في صفاتها الشكلية "الحنافة والرشاقة".
معرض فاتن	اسم ودلالة جمالية إثارية "الحسن والفتنة".
ركن الأحلام	دلالة معنوية خاصة أن المحل لبيع مستحضرات التجميل النسائية.
معرض زيارة للأزياء	يتم وظيف الإثارة الجنسية عن طرق عرض الملابس الداخلية وترتيبها نساء جميلات في أوضاع خاصة.
السعيد للعطورات	يركز على إبراز الجمالي الأنثوي الغربي.
بيت اليمن للحجاب الإسلامي	دلالة منغلقة مقيدة في حقول الحجاب والحرام.
شهرزاد للأقمشة الإسلامية	دلالة متناقضة بين إباحية قصص ألف ليلة وصرامة الدين الإسلامي.
الأحلام للأزياء	دلالة انفتاحيه تتبدى في إبراز مفاظن المرأة الداخلية.
مشغل البرنسيسة	دلالة ترادفية انحيازية بين مفهوم الأميرة في المجتمع العربي مقارنة بالمجتمع الغربي.

## خامساً : شارع حدة

البنية العلامة	خصائصها الشكلية
لؤلؤة اليمن	دلالة تطابقية بين مفهوم اللؤلؤة وما يتم بيعه من اكسوارات جمالية.
أزياء النصف الآخر	دلالة إحالية إلى الأنثى والحياة الزوجية.
أحلى ليالي العمر	دلالة جمالية إثارية وتعكس مراسم الزواج خاصة الزفاف الذي ينطبق مع ما يتم بيعه من لوازم في المحل.
خياط الأفراح	دلالة إحالية إلى يوم العرس.
ملبوسات سارة	اسم الأنثى سارة وهو مشترك بين كل الحضارات، ويدل على مفاهيم أنثوية خاصة.
بلقيس اليمن	ملكة سبأوفيه إحالة واقعية حضارية إلى تفوق المرأة وقوتها الجندرية التاريخية، وهذا الاسم يتكرر بقوة في كل الشوارع.

مطاعم هاف مونللسياحة (جناح للعائلات بخدمة نسائية)	دلالة منغلقة تحدد وظيفة المرأة وتناقش مفهوم "الحرية" وتثير كثيراً من التساؤلات الدينية وتقصيصها جندرياً عن الجنس الآخر.
KONICA للتصوير	دلالة جمالية مطلقة يتم فيها عرض مفاتن المرأة بملابس قصيرة وعبرنساء غريبات تعكس النموذج المثالي السائد حضارياً.
محلات لامور للحلويات	دلالة إثارية غامضة إذ من المعلوم ان الكلمة فرنسية وتعني الحب، كما تباع الحلوى ذات المعنى الانطباقي على مغازي الحب وحقوله العلامية فالحب مفهوم مجرد جميل والحلوى مفهوم محسوس لذيق.
LA BEAUTE	دلالة اشتقاقية تعنى الجمال بالفرنسية وتوحى بعالم النساء وما يكتنفه من جمال وفتنة.
محلات الأناقة الفرنسية	دلالة إثارية لجذب انتباه النساء، إذ من المعلوم أن الأناقة الفرنسية هي جوهر الجمال ونمط الأنوثة النسوية.

### سادساً : شارع هائل

البنية العلامية	خصائصها الشكلية
صيدلية المشاعر	دلالة حيادية لكلا الجنسين.
محل العرائس	دلالة إثارية نسوية.
دنيا العرائس	دلالة إثارية قوية عن عالم النساء والأفراح.
الأميرة للأزياء	دلالة إثارية لعالم الصفوة الأنثوي.
خياط ملكة اليمن	دلالة حيادية دعائية لجذب انتباه النساء.
مجوهرات البرنس	دلالة إخبارية على الربط بين متطلبات النساء وطموحاتهن الأنثوية.
زهرة الخليج للخياطة	دلالة ارتباطية بين مجلة زهرة الخليج ورغبة الترويج التجاري للمحل.
خياط ملكة سبأ البرنس للخياطة مكتبة الموناليزا	دلالة نخبوية تحيل إلى عالم خاص بالنساء وطموحاتهن المختلفة مثل الملكة والأميرة كرديف للبرنس والشهرة الفنية للوحة الموناليزا.
كوافير ليالي السمير	دلالة إثارية تجمع بين ليالي النساء وجمالية السمير وهي تنطبق مع نوعية التجارة الدعائية للمحل.

### سابعاً : شارع الزبيري

البنية العلامية	خصائصها الشكلية
INTERWOOD ARENA	دلالة تقييدية تناقضية إذ يتم عرض صور النساء مع تغطية أجسادهن بحبر أسود عريض وهن يمارسن مختلف الأوضاع الرياضية.
كوافيرنانا	دلالة جمالية إثارية خاصة مع ملحوظة في أسفل الاسم (لتجميل العرائس وأناقة السيدات ونقش الحناء) وكلها حقول أنثوية تركز على جذب انتباه النساء

صيدلية زهرة الشرق	دلالة حيادية تحمل في وجه منها معاني الأنتى المميزة.
صيدلية الأميرة	دلالة تمييزية تطابقية بين مفهوم النساء الجمالي واسم المحل التجاري لكن نلاحظ أن الصيدليات بأسمائها لا تعكس صورة واضحة عن النساء بحكم دلالة المرض التي تلازم هذه العلاقات.
لوحه دعائية في وسط الشارع (بملايس تراثية)	دلالة تقليدية تطابقية بين زي المرأة اليمنية الكلاسيكي وما تلبسه صاحبة اللوحه مع وجود تباعد بينها ومفهوم المرأة العصرية

نلاحظ في الدراسة البنيوية السابقة للبنى العلامية في لغة الشارع أن صورة النساء قد احتلت مكاناً واسعاً، وغطت مختلف العينات الخاصة والعامة والمشاركة. وهناك بعض العلامات التي شكلت محور اهتمام خاص من قبل المروج أو الصانع العلامي، وأهمها: بلقيس، الأميرة، الحسناء، الجمال وحقوقه الدلالية المختلفة، شهر زاد، الأفراح وشهر العسل والعرائس، أسماء النساء المختلفة، ثم على وجه الخصوص جسد الأنتى بمختلف أوضاعه الدالة في لغة الشارع داخل المحلات التجارية الراقية. ونجد اختلافاً كبيراً في التعامل مع هذه الصورة من شارع إلى آخر، ففي المناطق الفقيرة تبدو عمليات المواقف منها أكثر غموضاً إلى درجة التغييب التام لها في لغة الشارع المكتوبة. كما تسود هذه العينة النماذج الدينية المتوارثة مثل الحجاب وعدم التطرق إليها في تسمية المحلات والمستودعات المختلفة، إذا يظن العامل الرجولي والألقاب العائلية الكبرى إلا في النزر اليسير.

ويتم تقديم المرأة من خلال كثرة الشراشف والاهتمام بالخن وستر مفاتها الداخلية والاكتفاء بصورة نسوية ملتزمة ومقيدة وصارمة. أما في المناطق الغنية والراقية فتسهم الشوارع عبر لغتها المكتوبة في إبراز مفاتن المرأة وتنظيم حملات الدعاية التجارية باستغلال مفاتها بصورة دقيقة ومتحررة، وهو ما رأيناه في كثير من المحلات الكبرى في هذه الأماكن البرجوازية. ولا تكفي بذلك ولكنها تسعى بقوة إلى خلق بديل نسوي مثالي يتجاوز طبيعة المجتمع التقليدي مقتبساً أحدث وسائل الإشهار الدعائي العالمي ليضعه في أعين الناس، وهذا يفسر حدوث نوع من الخلطة الاجتماعية والتجاوز المعهود في اليمن.

أما المناطق المشتركة فتسودها طبقة كبيرة من الفئات المتوسطة في المجتمع كما أننا نصادف مزيجاً من العادات والتقاليد التي تجمع بين ترمت البيئة الاجتماعية وانطلاق الرؤى الحضارية، وهنا نلمس شيئاً بسيطاً من ملامسة الواقع الاجتماعي للنساء، فالصورة الإشهارية تعكس ذلك الاضطراب والتنازع بين قيم تقليدية مستهلكة وقيم عصرية تتجاوز كل منطوق واتزان.

ودراسة صورة المرأة في قسم الدال تؤكد بما لا يدع للشك مجالاً أن هناك جدلاً عنيفاً بين اللغة المكتوبة الخارجية أياً لمنحصرة داخل المحلات في بيوت الأزياء الراقية مثل الرويشان والخرباش والكميم. وهذا التضاد الدلالي (13) يفسر عدة معطيات موضوعية ويشكل مؤشرات قوية على قوة الأعراف القبلية وهيمنة البنية العقائدية في رسم حدود التعامل مع المرأة كشريك لامناص منه في



المجتمع اليمني.

ومن الملاحظ أن المحلات عموماً تركز كثيراً على أمجاد الماضي النسوية مركزة على مملكة سبأ وملكتها بلقيس. كما يوضح هذا الأمر أن صورة المرأة يجب أن تدرس وتنزل ضمن أبعاد دلالية عديدة، وأن الرجل أو الصورة الرجولية- إذا ما قارناها بصورة النساء- هي الأكثر هيمنة وحضوراً في لغة الشارع المكتوبة. أما الشيء الأغرب من كل هذا أننا لا نجد البتة أي صورة حضارية عن النساء تسهم في رفع مكانة المرأة وشأنها كضد يناصف الرجل في كل مهماته الحضارية.

فأين التنسيق الإعلامي في لغة الشارع المكتوبة من أجل خدمة العملية الجندرية بأسلوب موضوعي؟ وكيف يتم التركيز على النساء كأنهن مجرد "دمى تشتهى" ونحن نعيش القرن الواحد والعشرين؟ وهل المجتمع اليمني مصاب بانفصام قيمي بين ما يعتقد من نصوص نظرية موروثية تحثه على احترام حقوق النساء وبين ما يكتبه المجتمع الرجولي من حذر يعرقل تنفيذ هذه النظريات، بل ويرجع بها دوماً إلى نقطة الصفر، فتظل المرأة "أو النساء" تراوح مكانها باحثة عن هوية مزدوجة بلا جدوى سببها جهل الرجل وضيق أفقه وسطحية معارفه الأصولية دينياً والمعاصرة حضارياً؟!

ثانياً : قسم المدلول (الدلالة وأبعادها) :

يقول رولان بارت: «إن لغة الإشهار (الدعاية والإعلان في لغة الشارع المكتوبة) هي رسالة تحمل معاني موجّهة (...). وأهم دلالة فيها هي أن الشيء المعروض هو الأحسن والأفضل على الإطلاق» (14). وهذه يعنى أن لغة الشارع المكتوبة ليست قالباً وضع لمجرد التسلية، ولا توجد أي قيود توجهه وتحده، بل إن هذه الوسيلة الإعلامية قد وجدت لتؤدي أهدافاً سامية في المجتمع الإسلامي، ولتعالج ظواهره السلبية التي يطمح الناس إلى التخلص منها.

فالشارع إذاً لم يعد ذلك الإطار الفارغ الذي يقضي فيه الإنسان فراغه أو مشاغله الاعتيادية أو يقضي بعض احتياجاته المعيشية الضرورية. ولكن في هذا العصر قد تطور كثيراً، وأصبح نواة لعلم متكامل يسمى "علم الدعاية والإعلان"، كما أنه صار يوظف من قبل الدولة لإيصال إيدلوجياتها السياسية وأطروحاتها الفكرية إلى كل الفئات الاجتماعية، لأنه يكمل وظيفة الوسائل الإعلامية الثلاث المعروفة (15). في سبيل العمل على قضية الإقناع والتواصل وضرورة التغيير والتحول والحراك الحضاري.

وموضوع النساء في المجتمع اليمني ميدان شائك تعتوره مسائل وقضايا كثيرة بحاجة إلى مواجهة ودراسة وتحليل وتبني حلول جذرية سعياً إلى إيجاد المعالجات في إطار استراتيجيات قائمة على التنسيق والتعاقد والاستدامة (16). إذاً فتكامل الأدوار هي أول الواجبات التي يجب طرحها عند دراسة صورة النساء في لغة الشارع المكتوبة. وهذا التكامل يفرض ضرورة التخطيط وأهمية توفر الرؤية الناضجة لدى ذوي الاختصاص من صناع القرار السياسي.

وبحثنا هذا هو مجرد لبنة متواضعة لتحقيق بعض المداخل الموضوعية في كيفية التفاعل مع

قضايا المرأة وتأكيد حضورها الجندري الفعال في كل بني المجتمع المدني. وقد رأينا سابقاً أن العلامات المكتوبة في لغة الشارع تفتقر تماماً إلى أي تخطيط علمي مدروس، وتأتي بأسلوب ارتجالي وعفوي، مما يعني هذا أن لغة الشارع لا تكمل دور الرسالة الإعلامية المسموعة والمرئية، رغم أنها تندرج كبنية أساسية في لغة الإعلام المرئي الذي يستند إلى الصورة في عمليات التأثير على الرأي العام وإقناعه (17).

وإذا رما فهم هذا الجانب فإننا نضع أولاً هذه التساؤلات باحثين من خلالها عن طبيعة الرسالة التي يجب أن يتبناها الشارع في اللغة المكتوبة وهي:

- ما هو دور وزارة الإعلام ومساهمتها في تنمية الجندر النسوي؟
- وهل يعي التجار أهمية الرسالة الدعائية والإشهارية في رفع مكانة المرأة أو خفضها؟
- وما جدية الدولة والحكومة في فرض رؤية شاملة تحدد ثوابت التعامل مع صورة النساء سيميائياً في بلادنا مع إلزام المؤسسات السابقة باحترامها وتنميتها؟
- وما مدى مساهمة رجال الفكر والثقافة في بناء هذه الصورة داخل الوعي الجمعي للأفراد الاجتماعيين؟

• وأخيراً إلى أي مدى تتعاقد لغة الشارع علامياً ودلائياً مع مختلف وسائل الاتصال ببلادنا في تشريع حقوق المرأة وتنفيذها عملياً وتطبيقها داخل كل مؤسسات المجتمع وهيكله؟ (18).

إذ من المعروف أن حقوق المرأة جزء لا يتجزأ من حقوق الإنسان وهو ما أكدته المشروع سبحانه وتعالى قائلاً: فاستجاب لهم ربهم أنى لأضيق عمل عامل منكم من ذكر أو أنثى بعضهم من بعض... (19)، كما ترسخ السنة النبوية هذه الفكرة ايديولوجياً بقول رسول الله صلى الله عليه وسلم طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة (20). فكيف نفسر ذلك الطغيان الجنسي الذي يسيطر على لغة الشارع المكتوبة مقارنة بهذه التعاليم السامية حول المرأة ومكانتها المتكافئة من الرجال سواء بسواء؟ إن دراستنا الإعلامية للغة الشارع قد بينت تماماً دونية صورة النساء في المجتمع اليمني، كما لمست بعض المظاهر العنصرية الإيجابية في التعامل مع صورة النساء. وسنبداً باستعراض أهم المواطن السلبية في لغة الشارع عن صورة النساء، ثم نعقب ببعض المظاهر الإيجابية التي تحتاج إلى دعم وتوجيه وتقويم حتى تؤدي رسالتها المطلوبة على أحسن وجه.

#### دلالات الصورة السلبية :

- إن أول ما يصدم الدارس للعلامات حول النساء في لغة الشارع هو انحصار هذه الوسيلة الإعلامية على الترويج الجسدي والجنسي للمرأة، فلا يخلو شارع في مدينة صنعاء من دلالات صارخة عن جمال المرأة وفتنتها. وهذا الأمر يشكل مؤشراً خطيراً في معالجة الجندر النسائي، لأنه يقدم المرأة عموماً كسلعة تجارية، كما يرسخ في ذهن الرأي العام فكرة المتعة واللذة الأنثوية، وهذا من شأنه أن يهمل ويغيب دور المرأة سياسياً وثقافياً

واقتمادياً في لغة الشارع المكتوبة، فتصبح هذه الوسيلة عاطلة عن العمل وغير قادرة على أداء واجباتها كرسالة اعلامية وظيفية ذات أبعاد اجتماعية، بل ويرغم المرأة على تقمص أدوار خارج حاجات المجتمع ذاته (21). نلاحظ أيضاً أن لغة الشارع المكتوبة على أربعة أوجه :

الوجه الأول: إباحي ماجن ويسود في المناطق الراقية والمتوسطة ويترك في اللغة الداخلية للمحلات، فمثلاً قد نجد محلاً تحت اسم الرويشان، أو عبدالمجيد الخرباش، فإذا دخلنا وجدنا أقساماً خاصة بملابس النساء لا تتورع عن عرض النساء في أوضاع تكرر النزعة الشهوانية وبأسلوب مستفز مقارنة بالمنظومة القيمية المجتمعية التقليدية. وهذا بعيد تماماً عما نريد كمشرعين لرسالة الشارع أن تكون، لأنه لا يدل على فكر أو تمييز ثقافي أو مطلب نسائي أو غاية حضارية تخدم المرأة وحققها في الجندر الاجتماعي.

الوجه الثاني: متحفظ يلغي وجود المرأة كلية في لغة الشارع الخارجية، ويقصي من علاماته كل ما يدل عليها، وهذا الوجه لا يقل خطراً عن سابقه، لأنه يعطل تماماً وظيفته كنصير للمرأة وراع لحقوقها المشروعة، إذ يصير مجرد عضو مشلول إذا ما قارناه بالدور الحضاري المنوط بلغة الشارع تجاه مطالب النساء في الحرية والحياة الكريمة والمساواة المطلقة مع شريكها الرجل.

الوجه الثالث: متذبذب ويراع بين الوجهين السابقين، وكأن هذا الموقف التوفيقى تحكمه بعض الاعتقادات الخاطئة عن المرأة، يدفع إليه أصحابه دفعا بسبب الريح التجاري. فمثلاً وجدنا بعض المحلات تستخدم صورة النساء في ترويج معروضاتها التجارية، لأننا أذنا ذهلنا عندما قام صاحب المحل بنشر صورهن، وهن يلبسن ملابس فاضحة، ثم قام بتغطية صدورهن وسيقانهن بالمداد الأسود العريض. فالمعروف أن المحل ليس بحاجة إلى عرض هذه الصور أصلاً على مثل هذه السلع، فكيف إذا فسر مثل هذا التصرف الشاذ تجاه صور النساء، وما هي دلالاته العميقة في نفسية أصحابه؟

لعلنا لا نبالغ إذا قلنا إن أمثال هؤلاء بهذا الأسلوب يسعون إلى جذب انتباه الزبائن، حتى يدخلوا المحل وقد أعطى صاحبه صورة عن الحياة، المؤدج، في نفوسهم، فالمجتمع اليميني مجتمع بسيط وعضوي والمواطنون لا يقرؤون ما وراء السطور، ولذلك يعتقدون أن هؤلاء من الملتزمين هم الأفضل والأحسن في سوق البيع والشراء، ولا لئامهم بالقيم والأخلاق الرفيعة. فالمرأة إذاً في هذا السياق قد سخرت تسخيراً لبلوغ أهداف ريعية لا تخدم حقوق المرأة وقضاياها المشروعة، ولا تلبى سوى حاجات سطحية لبعض فئات المجتمع.

الوجه الرابع: غافل وجاهل على حد سواء إلى درجة أنه لا يظن تماماً إلى أهمية الدور الإعلامي للغة الشارع في ترويج تجارته فكيف وتنميتها، فكيفه أن يفقه أهمية هذا الجانب في خدمة قضايا المرأة. فنلاحظ أن أصحاب هذه المحلات لا يسمونها بأي اسم، ويكتفون بإيجاد مواقعهم في السوق والتجارة، وهو ما وجدناه في كثير من المناطق الفقيرة والمتوسطة، رغم أن هذه المحلات تباع إكسوارات وعلطوراً وأدوات تجميل وخن النساء وملابسهن، إلا أننا نجد في كثير منها تعيباً تاماً وغير مقصود

لحضور النساء بأي حال من الأحوال، وإن وجدنا صوراً لوجوه بعض النساء فذلك غير مقصود أو مقنن. وهذا الجانب تعمه الفوضىء التجارية وينعدم الوعي الحضاري بقيمة المرأة ولا يشعر بشيء مما يدور من مخاض اجتماعي حول تحولات الواقع الحضاري وجندرية النساء وضرورة التفاعل مع مشاكل العصر وقضاياه المختلفة. وهو بذلك يضر مثل سابقه برسالة الشارع الإعلامية، لأنه بعيد كل البعد عن معاناة النساء وجهودهن العديدة في سبيل إيجاد مكانة تليق بمستوياتهن في المجتمع اليمني. إذا الخلاصة في هذا النسق العام أن كل الوجوه الأربعة غير فاعلة، ولا توظف إمكاناتها في إعانة المرأة لتحقيق ذاتيتها ومكانتها الجندرية جنباً إلى جنب مع الرجل.

فالترويج الجنسي للمرأة يجهض جهودها، كما أن التغافل عن دورها الصحيح في المجتمع يشل كل إمكاناتها في الوصول إلى كل فئات المجتمع للتفاعل مع مطالبها. كما أن محاربتها الواعية أو إهمالها سيعطل كل برامج الدولة وخطتها من أجل التنمية النسوية المستدامة في المجتمع اليمني، وبدلاً من النهوض بها في أقصر الأجل فإن هذه الوسيلة المضادة ستؤدي إلى إضعاف دور الدولة وعرقلة أهدافها الاستراتيجية إلى آجال بعيدة (22).

• وهناك أمر عجيب في هذه الدراسة، وهو وجود بعض المحلات التي تعتبر في ثنايا خطابها عن دونية المرأة وتجذر ضعف المرأة وقصورها. مثلما نجد ذلك في تكريس محلات معينة لبيع الملابس الإسلامية، أو تخصيص خدمات نسائية، أو تجذير فكرة عزل المرأة عن الرجل في مقصورات تعيد إلى الذهن حرمة المرأة وضعفها كجنس بشري متكافئ مع الرجل، بل ويتفنن بعض الناس في كيفية إبراز خصوصية المرأة أو النساء كحريم قاصرات، بدلاً من دفعهن قدماً للمشاركة والاعتراف بهنفي صنع التحولات الحضارية عن طريق الشراكة الواقعية والفعالة.

وإذا بحثنا عن دوافع مثل هذه الظواهر رأيناها تساقق دلائياً إيديولوجيات معينة في نفوس أصحابها، كما أنها تسعى بذلك إلى تحقيق أرباح تجارية بخلق نماذج تعاملية تميزها عن غيرها، وتجذر في نفوس الجمهور نزاهتها ومثالياتها. مع أن الأمر بعيد عن المصادقية إذ لا يخدم المرأة في شيء، ويعيد إلى الذهن دونية المرأة، كما يجهض في جانب كبير مبدأ الثقة في النفس وهيبة المرأة ككادر اجتماعي متميز ومساو للذكور في كل الحقوق والواجبات، لأن هذه الخلوات "التجارية" أو العزلات الإيديولوجية تجعل من المرأة مجرد متعة "سلطانية" أو قينة مستلبة الحقوق.

كما يشوه هذا الأسلوب حقيقة الدين الإسلامي وتعاليمه ويؤدي إلى تناقض في عقلية المجتمع المنفتح حضارياً على الآخر، عن طريق خلق بنية ملتزمة بالشرع، فتكون البنية الأخرى متحررة ومنغلقة عن تعاليم الإسلام، وهذا هو مضمون كل أسلوب يجند أشكال الدين تجنيداً تجارياً بدرجة أولى وحزبياً بدرجة ثانية.

• ونستخلص مما سبق أن الدولة بكل وسائلها الإعلامية المتطورة أو المتواضعة غير موجودة في لغة الشارع المكتوبة، وهذا ما يؤكد الاضطراب في العرض التجاري وتغييب حقيقة المرأة كشريك للرجل. فالأمر إذا بحاجة إلى تدخل الدولة لسن قوانين وقائية تحمي حقوق المرأة اليمنية

في أوساط الإشارات التجارية داخلياً وخارجياً، مع توظيف كل هذا توظيفاً يزيد من إحساس الرأي العام بقيمة النساء في المجتمع، وأنهن لسنمتعاً جنسياً أو حرمة دينية لا أهمية لها في صنع الحراك الحضاري الشامل.

### دلالات الصورة الإيجابية :

إن دراسة البنى العلامية عند تحليل البنية وخصائصها أبرزت أهمية اللغة المكتوبة في رسم صورة النساء في عقلية المجتمع البشري عموماً، ولا يمكن لنا أن نحقق أهدافنا المنشودة من أجل المرأة إلا عبر توظيف هذه الوسيلة الإعلامية بأسلوب موضوعي وعلمي مدروس، " فاللغة في مخزوننا الثقافي هي قيمة (Valeur) في حد ذاتها من حيث تجلياتها النصية (أي دلالاتها الوظيفية) (...) وهي إذاً «اللغة الرسالة» لأنها أداة التواصل بين طرفين، وهي كذلك «اللغة الترجمان» لأنها في جوهرها آلية لتحويل الدلالة بين قطبين منتج لها ومؤول" (23).

غير أننا لاحظنا أن تقديم صورة النساء قد شابته وجوه عديدة ذات أبعاد سلبية تسيء إلى قضية المرأة الجوهرية المتمثلة في تحقيق العدل والمساواة مع شريكها الرجل من خلال تحديد التقاسم الجندي سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً. وهذا الخلل يوضح برغسون (Bergson) أن المستقبل كفيل بمعالجته وإصلاحه قائلاً: " يجب أن يبقى المستقبل مفتوحاً أمام كل تقدم، إذ تستجد ظروف جديدة تمهد لبروز أشكال المساواة والحرية نفتقدها اليوم، بل ولا يمكننا حتى أن نتصورها" (24).

وقد رأينا في بحثنا هذا أن أسلوب عرض صورة النساء في لغة الشارع المكتوبة له عدة إيجابيات على المستوى القريب والبعيد، وأهم هذه المكاسب الدلالية مايلي:

- إذا ما قارنا الإباحية الصارخة في بعض الشوارع عند عرض صورة النساء بطبيعة التركيبة الاجتماعية والنفسية للأفراد اليمينيين، أدركنا أن هذا الأسلوب يحدث صدمة قوية لهذه الهوية المتحجرة المغلقة على نفسها، ويجعلها تطرح عدة استفسارات حول حقيقة التطور والحرية وموقع المرأة منها، أي يثير إشكالية المرأة كقضية. كما يحقق للمرأة مكسباً تلقائياً في الشارع، إذ عادة ما يبدر إلى ذهن الرجل عمليات المقارنة بين الظلم والإجحاف الواقع على المرأة اليمينية إزاء ما يراه من إباحية متحررة لا حدود لها لدى الآخر. ويصبح هذا الرجل أكثر فهماً لقضايا المرأة، وإدراكاً وتبصراً لأبعادها، فيناقش ويشارك بإخلاص في رسم خطط ورؤى يحاول من خلالها تلافي هذه الإباحية المفرطة نتيجة الكبت والظلم الاجتماعي في دراسة حقوقها وواجباتها بشكل موضوعي ومنصف.

- أما الأمر الآخر الذي نستشفه من وراء عرض صورة النساء أن الشارع اليميني يمثل تمثيلاً عجبياً عالمية الثقافة وإطلاقيتها، فيشكل حالة تقاطع لمختلف الحضارات العالمية، ونقصد بذلك أن صورة النساء المعروضة في شوارعنا تؤكد على لغة دلالية وعلامية واحدة وهي الجمال والفتنة

والإغراء وإبراز المحاسن الأنثوية، ولكن من خلال أرقى النماذج النسوية في الغرب، ففي محلات الملابس والشرايط والمركبات التجارية يتم تقديم المرأة الجميلة الرشيقة الشقراء زرقاء العينين، فالحضور إذاً للمرأة الأوروبية وليس المرأة اليمينية، والغاية ساذجة وضيقة وتفتقر تماماً إلى نضوج التجربة وحساسية الصراع الحضاري.

وهذا يعني أن المجتمع اليميني يعكس فناً خاصاً به يرتبط ارتباطاً حميماً بعمليات الانفتاح الحضاري على الآخر، ويأتي كرد فعل نسقي لمحاولات تطبيق الديمقراطية الناشئة في مجتمع فقير نام. فالتنوع الفكري والثقافي بين الفئات الاجتماعية ينعكس في تقديم صورة النساء عبر لغة الشارع المكتوبة، والتركيز على النموذج الإباحي يجعل من عقلية المجتمع حقلاً خصباً للغزو الفكري والاستلاب المعرفي والركود الاجتماعي. وهو ما يبشر بحدوث تحولات جذرية وانقلابات وتغيرات فعالة في العقلية المجتمعية التقليدية، ويمهد شيئاً فشيئاً لظهور جيل جديد منفتح يقبل بسهولة ويسر بحضور المرأة ومشاركتها دون تذبذب وتضعف في المواقف الأيديولوجية، فالمواجهة بين الحرمان والإباحية يهز قيم الأفراد، ويجعلهم يعيدون حساباتهم في كيفية التعايش مع أنماط الحضارة الجديدة، وهذا كله يفسره علم الدلالة بسبب تعدد حقول المعاني في إطار تشكل قيم تداولية سياقية جديدة في النسق العام للواقع (25).

كما تفسر صورة النساء وتباينها من شارع إلى آخر وجود اختلافات كبيرة في اعتقاد الناس وانتمائهم الاجتماعي، إذ من المعروف أن ظاهرة الغنى الفاحش مع الفقر المدقع تؤدي إلى ممارسات وسلوكيات غير سوية، يكون من شأنها إحداث تباين شديد في وجهات النظر من المرأة ومطالبها الحضارية، فيصبح الأغنياء ينظرون إلى المرأة كمجرد متعة أو سلعة، أما الفقراء فيعتقدون أنها عامل تخلف ومعرقل للنمو وتحسن الدخل. وهذا الاختلال يتوج بظهور فئة اجتماعية ثالثة متنورة (26) تعمل على إعادة الأمور إلى نصابها الأمثل عن طريق التوعية الثقافية والمواجهة الحضارية والكتابات المسؤولة، وهي شريحة بدأت تظهر اليوم على صفحات مختلف الوسائل الإعلامية خاصة الصحافة الرسمية والأهلية والحزبية.

• شيء آخر لا يقل أهمية عما سبق أن أسماء النساء المتنوعة على واجهات المحلات المختلفة تخلق شعوراً من المساواة النفسية مع الجنس الآخر، لأنها تثبت الحضور الأنثوي في كل مستوياته مثل:

المرأة الحكيمة : بلقيس، الأميرة.

المرأة العاملة : أروى.

المرأة الجميلة : الجميلة، الفاتنة، الحسناء.

المرأة الأدبية الذكية : شهرزاد.

المرأة العاشقة : ليلي، لامور.

المرأة الإنسانية : ديانا.

المرأة المتميزة : لؤلؤة اليمين، سارة.

## المرأة الفنانة: الموناليزا، البرنيسية.

وهذه الحقول العالمية تغطي مجالات الإبداع النسوي عموماً، وتعرض للجميع حقيقة النساء عبر العصور دون تقيد بنموذج معين، لأن قضية النساء أصبحت هماً مشتركاً بين كل المجتمعات الإنسانية، وهن (أي النسوة) يشعرن شعوراً واعياً بالأبعاد السلبية لعمليات الإقصاء والتهميش ضدهن، مما يؤدي إلى تعميق إحساسهن بالدونية الجندرية. هذا كله يجعل منهن كتلة واحدة في نطاق المنظمات الدولية الراعية لحقوق الإنسان، في كل من أوروبا وأمريكا وآسيا وأفريقيا وأستراليا، ويزيد من تلاحمهن العضوي كبنية وجودية واحدة إزاء الإهمال أو الإقصاء الرجولي.

نلاحظ مما سبق أن إيجابيات الصورة النسوية عامة وعالمية وحضارية، ولكنها في نطاقها المحلي تنعدم إلى منهجية موضوعية وتفتقر إلى تخطيط سوي ورؤية شاملة وسياسة موجهة تقوم على أسس التنمية المستدامة، وهو ما يجب التركيز عليه وإعطاؤه أولوية كبيرة. وهو ما أكدته الأنتورين قائلاً: «إن البحث عن الهوية ليس سلوكاً عضوياً، أو بحثاً عن تنسيقات اجتماعية أي هياكل وأدوار عبثية، ولكن البحث عن الهوية هو حركة اجتماعية شاملة» (27). إذا فالوعي بهوية المرأة الجندرية لا بد له أن يمتد إلى جذور التاريخ وأن يبحث عن كل الطاقات المتاحة لتجنيدها في الغاية نفسها في زمننا الحاضر، حتى يتمكن من السيطرة التامة على معطيات المستقبل لصالح قضايا المرأة المشروعة بعيداً عن المزايدات والشعارات النظرية والإملائية والكلامية.

والمجتمع الذي يتخوف من اليقظة النسائية ومشاركتها في الحياة العملية ينحت بذلك عوامل سقوطه وتدهوره وتخلفه، لأنه يكرس في واقعه الاجتماعي صراع الطبقات (28) بصورة حادة وسلبية بين الجنسين، بدلاً من البحث عن أسباب القوة في إيجاد مواقع المشاركة النسائية في أعلى هياكله الإدارية ومؤسساته الوطنية.

## نتائج وتوصيات

- لا يمكن للمرء وهو يطالع لغة الشارع المكتوبة إلا أن يندش من غياب الإرادة السياسية الوطنية في هذا المجال، فالعلوم أن الدولة الوطنية تقف موقفاً مناصراً لكل حقوق المرأة ومطالبها، وهو ما يكفله الدستور في نصوصه الصريحة، إلا أن غياب تفاعلها العملي على هذا المستوى لا بد أن تكون له دلالاته السلبية على وضع النساء ومكانتهن مستقبلياً. فالإدب إذا من إشراك صانعي القرار السياسي والقانوني والاقتصادي والإعلامي أي السلطات الثلاث الكبرى في الدولة: التنفيذية، والتشريعية، والقضائية في كل مسائل التنمية الجندرية الوطنية.
- كما نرى أهمية قيام متواصل وحثيث بين وزارتي الإعلام والثقافة من جهة وبين مؤسسات صنع القرار من جهة أخرى لبحث السبل الكفيلة بتوظيف لغة الشارع المكتوبة في خدمة قضايا المرأة وحقوقها المشروعة. ولا ينبغي الفصلين رسالة الإعلام كأداة وطنية رسمية وبين رسالة الشارع كوسيلة حضارية ثقافية، وتكمل دور الأولى، وهذا التكامل بين الدائرتين أمر مفرغ منه، ويؤكد



سيادة الدولة الشاملة على رؤاها ومعالجاتها في إطار منظومة جنرية موحدة الأهداف والأبعاد. ويروج حالياً أسلوب تقديم الاستراتيجيات والحلول النظرية مع غياب الممارسات والتطبيقات العملية لها، وهو شيء خطير ينبغي التخلص منه، لأنه يعكس انقساماً بين ما يقال كنص وبين ما ينفذ كفعل في السياق (أي الواقع) (29).

- أما فيما يتعلق بوجود صراع مأسوي أو مواجهة جنسية بين الرجل والمرأة من أجل اكتساب الحقوق وممارستها فإن هذا الأمر لا معنى له إذا ما أخذنا بعين الاعتبار طبيعة المرحلة التاريخية والحضارية، إذ هذا رهين بدرجة أولى بعمليات التوعية الاجتماعية والسماح للنساء بالانخراط في مؤسسات التعليم حتى بلوغ المراحل العليا، وهنا سنرى تلقائياً أنهن قادرات على فرض ذاتيتهن وتطوير مستواه الجندري بل وفرض القرار السياسي.

- فعلياً أن نركز على ضرورة تجنيد لغة الشارع المكتوبة وتفعيلها من أجل تصوير وترجمة مشاكلها سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً ضمن عملية منهجية ومتناسقة، وهذا كفيلاً بأن يوفر لها نافذة سريعة على جمهور الرأي العام والتأثير عليه، والغريب أننا لا نجد أي تجربة تصب في خدمة المرأة ضمن الرسائل الإعلانية أو الحوائط والطرفات الرئيسية بالعاصمة كما هو جارٍ في دول أخرى، فلو تم الربط بين واقعية القضية الجندرية وادوار اللغة المكتوبة في الشوارع مع إشراف الجهات المعنية على مدى انسجام الرسالة الإعلامية المنجزة، فإننا عندئذ نحقق قفزة نوعية كبرى في التوعية الاجتماعية، ونحس الرأي العام إيجاباً بأهمية الجندر النسوي في النهضة التنموية الشاملة للمجتمع اليمني.

- فنوصي إذاً بإخضاع لغة الشارع المكتوبة (لغة وعلامة) لسياسيات إستراتيجية بعيدة المدى، يتدخل فيها مركز البحوث التطبيقية والدراسات النسوية بالتعاون مع مؤسسات الدولة والحكومة ذات الصلة بهذه المسألة، حتى يجري إنشاء معايير وشروط ملزمة فيصناعة الدعايات والإعلانات، بما يخدم الاستراتيجيات المتفق عليها بين المؤسسات المختصة. ومن الضرورة بمكان أن تقوم المؤسسة النسوية ببلورة مشاكل المرأة بلورة شاملة في مختلف أبعادها ودلالاتها، ثم تتم دراسة علامية لكل شوارع المدن، لتحديد مواقع الكفاءة الإعلامية والكثافة الديمغرافية، وبالتنسيق مع المؤسسات المسؤولة لكي تشرع هذه المؤسسة في نشر خططها وتعميمها.

- وهذه الوسيلة التطبيقية ذات المعايير المنهجية والموضوعية ستحول كل ركن في طرقات بلادنا إلى بنية وظيفية تخدم قضايا وطننا مستقبلاً، وسيتيح نوعاً من التواصل الجندري المتزن بين خصوصية المجتمع التقليدي وطبيعة المرحلة الحضارية المعاصرة، ومن شأنه أيضاً أن يوثق الرؤية البنائية شكلاً والبنويية مضموناً في توازن دلالات النهضة التنموية الوطنية الشاملة، دون إلغاء نصف المجتمع الممثل بالنساء ودورهن الجاد والفاعل في خدمة التنمية الوطنية الشاملة.

- وأخيراً فإن ترويج المرأة «الجسد» أصبحت في ظل المتغيرات الدولية الراهنة أمراً مقموتاً، إذا تسعى الشعوب كلها إلى الاستفادة من كل طاقاته البشرية الخلاقة فيها، واليمن هو أكثر هذه الدول



حاجة إلى الاستفادة الناجحة من أبنائه جميعاً ذكوراً وإناثاً، ولكل جيل خصائصه وظروفه، ولاينبغي لبلادنا أن تظل حبيسة الخوف من العرف والدين، لأن العرف أمر نسبي المعالم، أما الدين فإنه يقدم للواقع والمجتمع كل الإمكانيات حتى يرسم آماله وطموحاته حسب ما تقتضي الفضاءات الموضوعية والعلمية للمجتمع المسلم، ومصادق ذلك قوله تعالى (وما جعل عليكم في الدين من حرج) (30).

• إن توظيف صورة النساء اليمنيات منعدمة تماماً في لغة الشارع المكتوبة، ولا نجد معالم مشروع حضاري يحتضن طموحاتهن وآمالهن في صدر هذه الوسيلة الإعلامية سيميائياً، إن الشارع رسالة إعلامية من الدرجة الأولى، وينطبق في دلالته الإعلامية الدال على المدلول مادياً وذهنياً، مما يجعل عقل الإنسان أكثر حرية في ترجمة مضامين هذه الرسالة والتفاعل معها سلوكاً وقانوناً، إذ يقول تودوروف: « رغم أننا قد نقول الفكرة في أي لغة كانت، إلا أنها تصبح متعذرة البلوغ على الأفعال وكثيرة الأبعاد» (31).

#### الهوامش:

1. للصورة تعريفات شتى تخضع إلى الحقل الدلالي والسياقي الذي ينتظمها ، ولها جانب مادي حسي وآخر معنوي مجرد ، وبحثنا هنا يرصد سميولوجيا هذه الصورة ثم يوظفها دلالياً في سياقها الموضوعي، وتهمنا في هذا الإطار تلك الصورة الذهنية الانطباعية لدى الفرد الاجتماعي الذي يشارك صاحب الصورة ووظائفها وأبعادها ، ويعرفها سمير حجازي في «معجم مصطلحات فروع الأدب المعاصرة ونظريات الحضارة» : «تكوين خاص في ذهن الباحث أو الناقد أو الكاتب له دلالة نفسية خاصة معبرة عن اتجاه او فكرة ذات جوهر معين تقوم اللغة بدور خاص في تركيبه» ص(111)، من إصدار مكتبة جزيرة الورد، القاهرة . (د.ت).

2. DICTIONNAIRE DE LA SOCIOLOGIE ، RAYMOND BOUDON (ET AUTRES)، LAROUSSE، PARIS، 1996.P(108).

3. SYSTEME DE LA MODE ، ROLAND BARTHES، POINT ، SEUIL، PARIS ،1967.(VOIR L' INTRODUCTION).

4. COURS DE LINGUISTIQUE GENERALE ، FERDINAND DE SAUSSURE ، PAYOT ، PARIS. 1982 (VOIR L' INTRODUCTION، SUR LE SIGNE LINGUISTIQUE)

5. MYTHOLOGIE ، ROLAND BARTHES ، POINT، SEUIL، PARIS 1957. P(200).

6. انظر دائرة التواصل الدلالي لرومان جاكسون، تحليل النص السردي ، محمد القاضي ، دار الجنوب، تونس، 1997م، ص(33).

7. هذه الكلمة « الجندر » بالإنجليزية (GENDER)) وبالفرنسية (GENRE) ظهرت في أوروبا منذ أربع عشرة سنة تقريباً ، ويرتبط ميلادها الدلالي بتطور الوعي النسائي في المجتمع الأوروبي ، لأنها تعكس رغبة المرأة في فرض ذاتها أمام الاستلاب الحضاري للرجل عن طريق تقاسم الأدوار مناصفة بين الجنسين ، وخلق علاقات متزنة وظائفاً مع الرجل تقوم على اعتراف المجتمع بأهمية التنمية النسوية دون وضع قيود أو عراقيل مسبقة وتاريخانية ، وتكون نتائجها رسم مكانة سلبية عن المرأة وترسيخها في الوعي المجتمعي العام ، وقد أولت الأمم المتحدة هذه المسألة أهمية خاصة في برامجها الدولية ، بل إن اليونسكو جعلتها الأولوية الثانية ضمن ثلاث تحدد أهداف أعمالها في سبيل تحقيق أهداف الألفية الثالثة الإنمائية الثماني ، انظر ” الأمم المتحدة اليوم ” منشورات قطاع الاتصال بمنظمة الأمم المتحدة نيويورك ، 2008 ، ص (197 وما يليها من صفحات).
8. هذا التقسيم مستوحى من مفهوم العلاقات اللغوية في علم اللسانيات العامة : انظر :  
COURSE IN GENERAL LINGUISTICS ، FERDINAND DE -  
(15-SAUSSURE ، MCGRAW -HILL PAPERBACKS، U.S.A، 1966، P(7).
9. نقصد في هذا السياق تلك البنية ذات الأبعاد الرمزية التي من شأنها تقوية اللحمة الاجتماعية وبيان التنظيم البنوي للمجموعات وربط الحاضر بالماضي وتحديث القوى والأفراد في إطار منظومة حضارية شاملة تربط الصورة بالفكر رسماً وكتابة ، انظر :  
-L>ACTION SOCIALE ، GUY ROCHER ، POINT ، HMH ، PARIS، 1968 ، P (91102-)
10. مدخل إلى السيميوطيقا، سيزا قاسم ونصر أبو زيد ، منشورات عيون \_ الدار البيضاء ، 1986م ، ص (133) .
11. فالصورة نظام علامي يقوم على الإبداع الجمالي في جوانبه الدلالية ، ولا بد من توظيف هذه الصورة حتى تخرج من دائرة صورة \_ شكل إلى دائرة شكل \_ معنى حسب رؤية جاكبسون ، انظر مقال ” جمالية النص الأدبي ووجوه توظيفها ” لعبدالله صولة في المرجع الآتي :  
علامات في النقد ، مج / 10 ، ج/37 ، دار الفلاح \_ بيروت ، سبتمبر 2000 ، من ص (205) إلى ص (232).
12. وكّد رولان بارت ضرورة التقيد بالسمات الملائمة ومناقشة الأشياء (الصور) الموضوعية للتحليل ضمن علاقة المعنى دون اعتبار للعوامل الأخرى الناتجة عنها ، انظر كتابه :  
- مبادئ في علم الأدلة ، ترجمة / محمد البكري ، دار الحوار \_ سوريا ، ط / 2 ، 1987 ، الجزء الموسوم بـ ” البحث الدلالي ” ، من ص (141) إلى ص (145).
13. للتوسع في فهم التضاد الدلالي في الوحدات العلامية انظر :  
- LA SEMANTIQUE ، CHRISTIAN BAYLON ET PAUL FABRE ،  
NATHAN .PARIS 1978 ، P (170173-)

14. L'AVENTURE SEMIOLOGIQUE. ROLAND BARTHES. SEUIL, PARIS, 1985. P (243).

15. لأن الصورة في لغة الشارع المكتوبة إحدى وسائل الاتصال الاعلامي ، فلا شك أنه ينطبق عليها ظواهر التأثير الخمس على المتلقي ، وهي إزالة الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب الأولويات وبناء المعتقدات وأخيراً بيان منظومة القيم ، انظر للتوسع :

تأثيرات وسائل الإعلام ، رضا عكاشة ، العالمية للنشر والتوزيع - القاهرة ، ط / 1 ، 2006 ، ص (41).

16. إن هدف تكامل الأدوار يتمثل فيما يسمى في نظرية الاتصال ” بالغرس الثقافى سعياً إلى تحقيق التأثير المنشود من رسالة الصورة انظر : المرجع السابق - ص (142) .

17. تعتبر عمليات التأثير في إدارة التحولات الاجتماعية داخل الدول الناشئة من أهم المسائل التي تقودها منظمات المجتمع المدني ، كما تحتل الآن موقع الصدارة في منظمة اليونسكو ضمن برنامج عمل دولي متخصص انظر :

- KEYS TO THE 21ST CENTURY ، MANY WRITERS ، UNESCO ، PARIS ، 2001 ، P (331-).

18. أصبح هناك ما يسمى بعولمة المجتمعات البشرية ضمن مفهوم ” القرية الكونية الشاملة ” وتلعب وسائل الإعلام دوراً طاعياً في هذا الصدد ، وصارت القضية الجندرية جزءاً لا يتجزأ من أطروحة الديمقراطية في ظل الحوكمة الرشيدة لبلوغ مبادئ التنمية المستدامة ، انظر تفاصيل هذا الموضوع في الباب الاول الموسوم بـ ” التنمية والديمقراطية والسلطة السياسية في الفضاء العام العالمي “ في الكتاب الآتي :

- DEMOCRATIE ET GOVERNANCE MONDIALE. MANY WRITERS ، UNESCO ، PARIS. 2003 ، P (3566-).

19. القرآن الكريم ، آل عمران (195).

20. جمع الفوائد (كتاب العلم ) ، محمد بن سليمان المغربي ، في أربعة مجلدات ، مكتبة ابن كثير — بيروت 1998م ، المجلد الأول ص (40).

21. يشير بيير بورديو في كتابه ” إعادة الانتاج “ وهو يقترح عناصر لبناء نظرية في نظام التعليم إلى أهمية الاعتماد على الحاجة الاجتماعية في عملية التغيير المطلوبة ، وألا يكون ذلك في إطار العنف الرمزي ، ويحذر المشرع القانوني من استخدام القوة أو التجاوز الفكري لطبيعة الواقع ، ولا ريب أن لغة الشارع يجب ألا تخرج عن هذه الحدود أي حاجات المجتمع الواقعية تجاه أدوار المرأة في صنع التحولات الموضوعية ، انظر :

- LA REPRODUCTION ، PIERRE BOURDIEU (ET AUTRE). MINUIT ، PARIS ، 1970 ، P (14).

وهذه الفكرة وردت أيضاً في استشهاد نصي لـجون جاك روسو من كتابه «العقد الاجتماعي» ..

22. من المعروف في علم الدلالة التداولي أن المعنى الاجتماعي يعمل على نقل أي بنية مقامية من سياقها الضيق ليضعها في سياق حضاري أوسع أي ينتقل بها من مستوى الجزئي إلى المستوى الكلي الشامل، وهذا يفسر أهمية ربط صورة المرأة في لغة الشارع المكتوبة بأهداف وغايات أوسع وأشمل بنيوياً حتى تدمج في أسس التنمية المستدامة للدولة الوطنية، وتصير شريكاً فاعلاً في بناء الحكم الرشيد جنباً إلى جنب مع أخيها الرجل، انظر مفهوم المعنى الاجتماعي في الكتاب الآتي: علم الدلالة السمانتيكية والبراجماتية في اللغة العربية، شاهر الحسن، دار الفكر، الأردن، ط 1 / 2001، ص (115-117).

23. ما وراء اللغة، عبدالسلام المسدي، مؤسسات عبدالكريم بن عبداللّهُ، تونس، 1994، ص (113).  
24. معجم المصطلحات والشواهد الفلسفية لجلال الدين سعد، دار الجنوب للنشر، تونس، 1994، ص (424).

25. تتضافر في رسالة الصورة المكتوبة جملة من المعاني التي تساعد على إحداث التغيير المجتمعي الإيجابي بفضل توليد المعنى الإدراكي والتصوري والرمزي والإخباري "انظر أنواع المعنى" في: - علم الدلالة: إطار جديد بالمر، ترجمة / صبري السيد، دار المعرفة الجامعية - الإسكندرية، 1992، ص (58 وما بعدها).

26. هناك رأي في أوساط علماء اللغة يؤكد أن التفاوت بين طبقات المجتمع يؤثر في نوعية اللغة المستخدمة، ومعنى هذا أن استقبال الرسالة الدلالية في لغة الشارع المكتوبة عن المرأة سيكون متفاوتاً من شريحة إلى أخرى، ولكن وجود الغالبية من الطبقة الوسطى سيعمل على ضبطها في مؤشرات مجتمعية محددة وموجهة انظر:  
- المدخل الى علم اللغة، رمضان عبدالنواب، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط/3 1997، ص (25 وما بعدها).

27. ALAIN TOURAINE، POUR LA SOCIOLOGIE, POINT، SEUIL، 1985، P(185).

28. من شاء التوسع في صراع الطبقات وتأثيره في التحولات الاجتماعية فليُنظر - المرجع السابق، ص (179-195).

29. يسمى هذا في الأسلوبية الدلالية بمبدأ التضاد الناتج من التأويل في المعاني الصريحة والضمنية، انظر:

INITIATION A LA STYLISTIQUE، NICOLAS LAURENT، HACHETTE. PARIS، 2005، P (1918-).

30. القرآن الكريم، الحج (78).

31. LES THEORIES DU SYMBOLE, TODOROV، SEUIL، PARIS، (27) 1991، P(242).