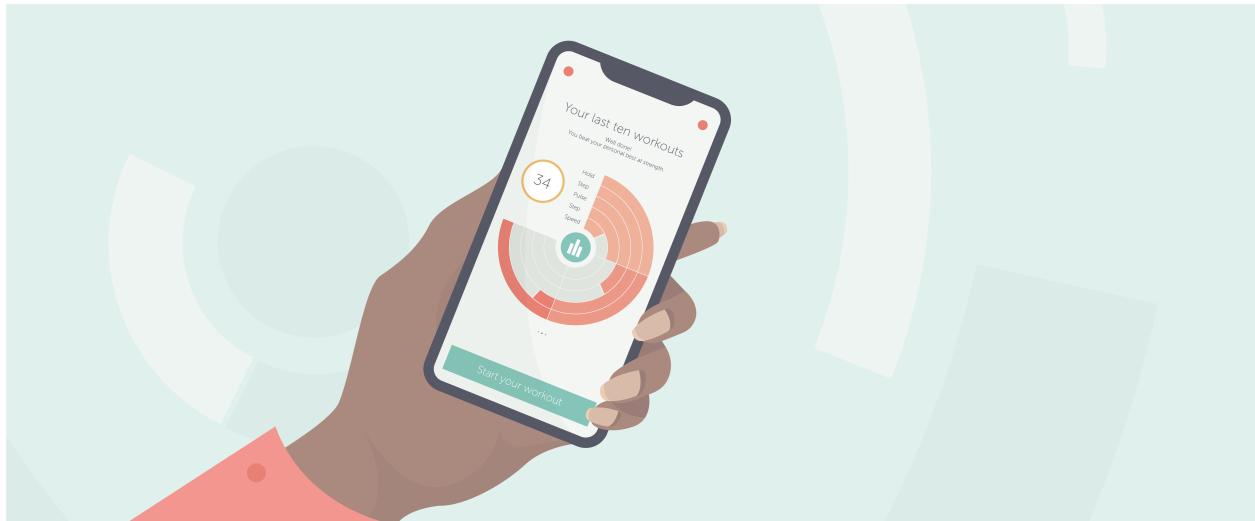


تطبيقات صحة المرأة.. سوق يتّنام مستغلاً معلومات النساء

كتبه غيداء أبو خيران | 30 مايو, 2019



لطالما كانت المواضيع المتعلقة بالمرأة وصحتها الجسدية والنفسية والجنسية من المحظيات والمحظورات التي يجب تجنبها والامتناع عن الخوض فيها أو مناقشتها على الملاً. لكن لو نظرنا حولنا الآن لوجدنا أنّ المشهد الثقافي قد تغيّر كثيراً في السنوات الأخيرة في ظلّ العالم التكنولوجي والرقمي الذي نحيا فيه.

واستجابةً لتلك التغييرات الثقافية، أصبحت "صحة المرأة" جزءاً من السوق التكنولوجي الآخذ بالنموّ والاتساع أكثر فأكثر مع الوقت. يُطلق عليه اليوم التقنية الأنثوية أو Female femtech أو technology، وُشير إلى مجموعة واسعة من التطبيقات والأدوات التكنولوجية التي يُروج لها بكونها صمّمت خصّيصاً لمساعدة المرأة في مراقبة صحتها وخلق أنماط حياة صحّية ومستدامة.

يمكن للمرأة الآن استخدام تطبيقات وأدوات تمكّنها من تتبع دورتها الشهرية وأوقات خصوبتها ومعرفة إمكانية حملها من عدمه ومواعيد ولادتها المتوقّعة. ولا يتوقف الأمر عند هذا. فمن خلال الخوارزميات العقدة التي تتبعها تقدّم هذه التطبيقات، غالباً ما يكون مبدأ عملها مبنيًّا في إطارٍ تثقيفيٍّ وتعلميٍّ يقدم المعلومات والنصائح التي تدعّي أنها تتفّق المرأة حول جسدها وما يتعلّق به من جوانب نفسية وجنسية بطريقةٍ تُعطي وهماً بالشعور بالسيطرة ومعرفة كلّ شيء.

صعوّد هائل

اليوم، هناك أكثر من 200 شركة ناشئة في جميع أنحاء العالم متخصصة بالصحة الرقمية للمرأة، جزء منها تم تأسيسها على يد نساء فيما جزء آخر لا يزال يخضع للهيمنة الذكورية. وبلغة الأرقام

والحسابات، يقدر رأس المال الخصص لهذا السوق في هذا العام فقط أكثر من 241 مليون دولار، رقم لم يكن من المتخيّل تحقيقه قبل عقدٍ من الزمان على سبيل المثال. أما بحلول عام 2025، فمن المتوقّع أن يصل الرقم إلى أكثر من 50 مليار دولار.



أحدثت هذه التطبيقات تحوّلاً في المنظومة الاجتماعية فيما يتعلق بموضوعات مثل الحيض والخصوبة والجنس وغيرها

تقوم الفكرة الرئيسية لأشهر التطبيقات في هذا المجال على الاهتمام بالحيض والدورة الشهرية وما يرتبط بها من موضوعات الصحة الجسدية والجنسية للمرأة كالخصوبة والإباضة والحمل وانقطاع الطمث وغيرها. فيما يرگّز جزء آخر منها على تقديم المشورة والنصائح للمشكلات والمخاوف وتقديم الدعم النفسي للنساء، وهناك التطبيقات التي تروج لبعض المنتجات والمستلزمات بصفة أنها تسهل على المرأة حياتها وتعطيها قدراً من السيطرة عليها؛ كوسائل تحديد النسل وأدوية الحيض أو انقطاع الطمث على سبيل المثال. ومنها ما يتناول مواضيع خارج نطاق الصحة الجنسية والتناسلية مثل سرطان الثدي وأمراض المناعة ومشاكل الغدة الدرقية والهرمونات والاضطرابات النفسية كالقلق والاكتئاب.

وبشكل عام، يشكّل النمو السريع لهذه الصناعة أهمية كبيرة لا لأنّه يدلّ على زيادة الرغبة في الاستثمار بصحة المرأة والاهتمام بها أكثر، ولكن لأنّه أحدث تحوّلاً في المنظومة الاجتماعية والثقافية فيما يتعلق بموضوعات مثل الحيض والخصوبة وانقطاع الطمث والصحة الجنسية والتي ظلّت على مدى التاريخ محصوراً إما بين النساء أنفسهنّ أو في النقاشات الحاصلة في مكاتب أطباء النساء. ولكن كما هو الحال مع أيّ تحول في العوامل الثقافية، لا يزال هناك عددٌ من الوصمات والتحيزات التي تتحمّل في هذا المجال.

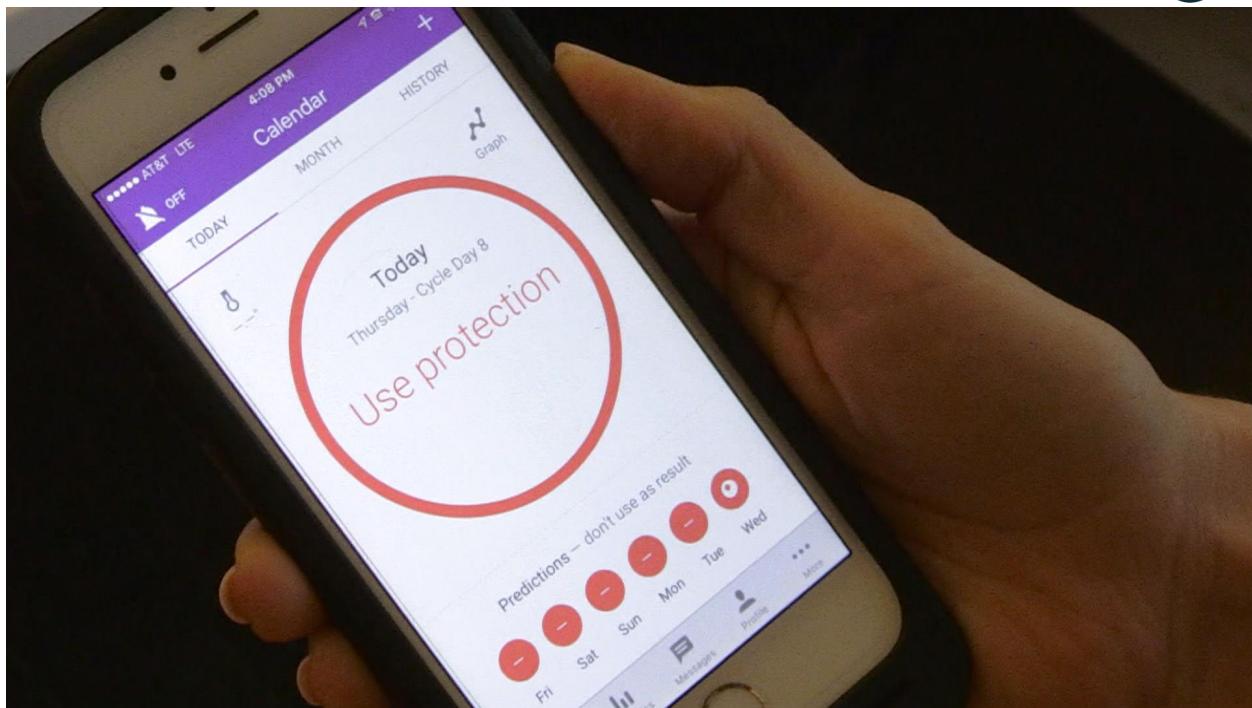
يرى البعض بالفعل بأن الرجال يهيمنون ويسططرون على المجال التكنولوجي والتقني في العالم. وبمحض إلقاء نظرة قريبة على الأرقام، سنجد أن ١٥٪ فقط من الاستثمارات العالمية تذهب إلى الشركات الناشئة التي تقودها النساء. ونظرًا لأن غالبية المستثمرين والمبتكرین ورجال الأعمال والعلماء هم من الرجال، فمن المرجح أن يقوموا بالاستثمار في الأمور التي تتعلق بهم وتقطّع مع حياتهم. وبما أن برامج الصحة الرقمية الأنثوية لا تفيد الرجال أو تواصل معهم بشكل مباشر، فلا عجب أنها لا تجذب المستثمرين الذكور نحوها ونحو الاستثمار فيها وتطويرها.

من جهة ثانية، تقوم الفكرة الأساسية لهذه التطبيقات على قيام المستخدمات لها بإدخال البيانات والعلوم الضرورية مثل بداية الحيض ونهايته وكثافة الدم وشكله، والعوامل الأخرى المرتبطة مثل الحالة المزاجية والألم البدني ودرجة حرارة الجسم والنفاس والوزن والنشاط الجنسي وغيرها.

تعمل تطبيقات الصحة الرقمية بشكل خفي ولا واعٍ على تسويق الكثير من المنتجات بحجّة إعطاء المرأة سيطرةً أفضل على حياتها وفهمًا أعمق لا يحدث معها

أي أنها تعتمد على مقدار المعلومات التي تُبدي المستخدمة استعدادًا لإعطائها والإفصاح عنها مروجًا لفكرة أنه كلما زادت البيانات المدخلة واتسعت نطاقها، أصبحت التنبؤات والقراءات أكثر دقة ومصداقية. وبالتالي، يصبح استخدام هذه التطبيقات دون إدخال معلومات مفصلة لا يقلل من فعاليتها فحسب، بل يمكن أن يؤدي إلى العديد من الأخطاء والتنبؤات غير الصحيحة التي يمكن أن تؤثر سلبًا على المرأة.

وعلى الرغم من أن تلك التطبيقات يمكن أن تؤدي بالفعل إلى نتائج صحية أفضل ومتابعة أدق للدورة الشهرية وغيرها، إلا أنها تعمل بشكل خفي ولا واعٍ على تسويق الكثير من المنتجات بحجّة إعطاء المرأة سيطرةً أفضل على حياتها وفهمًا أعمق لا يحدث معها. وبكلمات أخرى، أصبحت صحة المرأة جزءًا من نظام اقتصادي واستهلاكي يتغذّى على الإعلانات باستغلال الحالة النفسية والمزاجية المرتبطة بصحة المرأة.



قد تعزز تطبيقات الصحة الصور النمطية عن أجساد النساء وأمومتهن ونشاطهن الجنسي وغيرها

فعلى سبيل المثال، العديد من تطبيقات الصحة الأنثوية تزود موقع التواصل الاجتماعي بالعديد من البيانات والعلوم الخاصة لاستغلالها وتفعيلها في مجال الإعلانات والتسويق. فحين يعلم فيسبوك بموعد الدورة الشهرية أو الحمل، تعمل الخوارزميات على تقديم إعلانات ودعایات تتعلق بهذه الأمور، مثل المنتجات الصحية الأنثوية أو مستلزمات الحمل والولادة وغيرها الكثير.

كما تعمل تلك المعلومات على ترسيخ وفرض عددٍ من الصور والأفكار بطرق ملتوية. فحين يستمر تطبيق ما بالإعلان عن تجميد البويضات أو عن تحسين الخصوبة، يمكن لبعض النساء أن يفسرن ذلك وكأنه ضغط عليهم حق يقمن بالأمر، أو أن يصبح الموضوع امتداداً للقيم الاجتماعية التي تدعى النساء للإنجاب في سن معينة أو تعزز الصور النمطية الأخرى عن أجسادهن وأمومتهن ونشاطهن الجنسي وغيرها.

عوضاً عن أن جزءاً كبيراً من المحتوى الخاص بتلك التطبيقات يركّز أساساً على فئة معينة من النساء، في الغالب يكن في عمرٍ صغيرة ممّن يتمتعن بصحةٍ جيدة وقدرات على إنجاب الأطفال أو يمكن أن يكن يحاولن فهم أجسادهن بشكل أفضل حتى يتمكن من إنجاب أطفال في يوم من الأيام.

ما يعني أن المجال بالرغم من تقدّمه السريع إلا أنه لا يزال بحاجة للكثير من الجهد والاستثمار والتحسين بحيث يكون بالفعل قادرًا على خدمة المرأة وتيسير حياتها لا جزءاً من السوق الرأسمالي والاستهلاكي أو من المنظومة الاجتماعية التقليدية التي ترسخ الصور النمطية عن المرأة وحياتها.

رابط المقال : <https://www.noonpost.com/27973>