

استثناءات نمطية

عن تمثيل الأدوار الجندرية في قصص النجاح في الإعلام



شبكة الصحفيات السوريات
Syrian Female Journalists Network



فريق التحليل
رولا عثمان، لما راجح، مايا البوطي

تحليل وكتابة
هبة محرز

مراجعة
رند صباغ و رولا أسد

تصميم
يارا النجم



من منشورات شبكة الصحفيات السوريات
Vossenstraat 6.6811 JL, Arnhem. Netherlands, www.sfjn.org

جميع الحقوق محفوظة. يجوز استخدام محتويات هذا المنشور ونسخها بحرية لأغراض تعليمية غير تجارية، على أن تتلزم كل عملية نسخ مع إشارة إلى مصدر المنشورات، مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات



www.sfjn.org

تحضر أخبار المجتمع السوري في الإعلام مصبوغة بشكل حزين بالمأساة الكبيرة التي يعيشها السوريين والسوريين في كل مكان بالعالم، إلى جانب حضورها كحامل أساسي للشتات والعنف الذي يمارس علينا بشكل ممنهج، إلا أنه وخلال السنوات الماضية أيضاً؛ ظهر نوع جديد من المقاومة في وسائل الإعلام السورية البديلة/ الناشئة، والذي تتمثل في محاولة تتبع أخبار نجاح السوريين والسوريين، وتقديم نماذج إيجابية في مقاومة الظروف الحياتية السيئة وتقديم إنجازات متنوعة، هذه القصص التي يلقي الإعلام الضوء عليها تقول الكثير، ليس فقط عن الشخصيات الرئيسة التي تظهر فيها، ولكن أيضاً عن حيوية مختلفة للناس وإعادة تمثيلهم/م في الإعلام.

ومن خلال هذه القصص تم أيضاً تصوير تنوع واختلاف الإنجازات والأهداف والأسباب من ورائها، وتنوع مكانها الجغرافي وطيف أثرها، بالتالي العمل على تقديم صورة مختلفة للسوري/ة وتبني نجاحاتهم/ن الفردية على أنها نجاحات مجتمعية، وهذا ما بدا واضحاً من كثافة هذه الأخبار في السنوات الأخيرة، وتخصيص بعض المنصات الإعلامية أبواب أساسية للحديث عنها، ثم تم تقديم هذه القصص كمساحة مفتوحة وعامة للحديث حول هذه الإنجازات، وبالتالي يغدو أصحاب وصاحبات هذه الإنجازات جزءاً من الحديث العام، مع الاحتفاظ بخصوصيتهم/ن.

لذا وانطلاقاً من إيماننا بقوة حامل التغيير الذي يقدمه الإعلام والحساسية العالية التي يمكنه فيها إعادة تمثيل الواقع أو تغييره، بدأ أن التفكير في هذه القصص «قصص النجاح» بشكل مدخلاً مناسباً للحديث عن التحيزات الجندرية في بعض التغطيات الإعلامية، حيث إن التمسك الإيجابي لهذا المفهوم وحساسيته الفردانية تسمح لنا بقياس التمثيل الجندري في الإعلام ومتابعة تطورات العملية الإعلامية لإنتاج القصة ذات الطابع الإيجابي والمحفزة خصوصاً مع سنوات الثورة والحرب واللجوء على المجتمع السوري المتناثر.

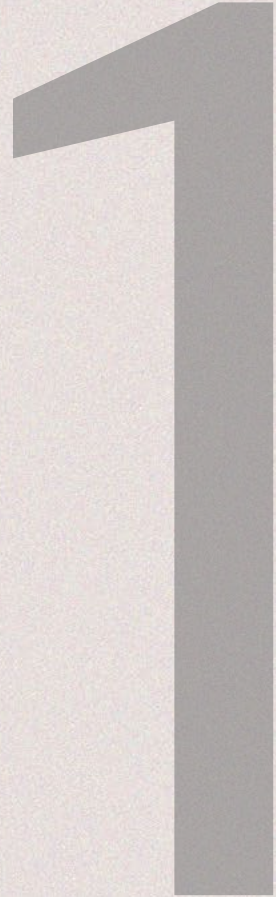
بالتالي كانت الفكرة الأولى هي دراسة وملاحظة الأنماط والأساليب الإعلامية التي يتم فيها تناول تمثيل الأدوار الجندرية في «قصص النجاح» من قبل عينة عنقودية من المؤسسات الإعلامية السورية البديلة/ الناشئة، وإبراز دورها في تعزيز حضور أو غياب تمثيل واضح ومتكامل للنساء والرجال في «قصص النجاح»، وبالتالي المساهمة في تعزيز العدالة الجندرية في الإعلام، وذلك لأن النقاش الأساسي حول الأدوار الجندرية وإعادة تمثيلها، هو ذو طابع إيجابي قادم من إيجابية هذه القصص، ولكن أيضاً ضمن سياقات مختلفة بدأ أنه من المفيد إعادة النظر في أنواع هذا التمثيل وكيفيته والتفكير فيه.

بقي أن نذكر أن مفهوم «قصص النجاح» يخضع لحساسية عالية من قبلنا من ناحية احترامنا لخصوصية وفردانية هذه العبارة وتنوع معاني ومعايير النجاح بشكل عام، إلا أننا نفكر بها ونستخدمها هنا لتمييز المواد الصحفية التي تخوض في تجربة ذاتية لتحويلات خاصتها شخصيات معينة، لأن توضيح النمط المشترك في هذه المواد هو الجامع الأساسي في نقاشنا والذي يختلف حسب رأينا عن سرد القصص الذاتية الصرفة فهذه القصص هنا في العينة تناقش حدثاً أو فعلاً مميزاً تمت تغطيته وإلقاء الضوء عليه من قبل الإعلام.

بناءً على ما سبق، حاول البحث الخوض في هذه الأفكار وتتبع القصص، خاصة مع تزايد حضور النساء ضمنها. حيث انطلقنا بشكل أساسي من نظرتنا النسوية التقاطعية التي تسمح لنا نقاش الأمور حول تمثيل هذه الأدوار الجندرية والأهم منه كيفية حضور هذا التمثيل.

المصطلحات

قصة النجاح
التمثيل في الإعلام
الأدوار الجندرية
الإعلام السوري البديل/الناشئ
النسوية التقاطعية



قصص النجاح

بعد النظر إلى عدد من التعريفات التي تناولت مفهوم قصص النجاح، وإبان عملية المسح والمناقشة، توصلنا إلى تعريفنا الخاص الذي يمكن استخلاصه بالعلاقة مع العينة المطروحة ضمن هذا البحث، التي ترى قصص النجاح على أنها سرد وقصّ لفعل، بشكل حكاية أو حدث أو عمل أو غيره، هذا الفعل استطاع تحقيق أثر أو تغيير في واقع ما نحو الأفضل والأحسن.

وفي حين تتمتع قصص النجاح بأنها ملهمة، لأنها تهدف على حثّ شريحة واسعة من الناس على الفعل، كما أنها تناقش أفكاراً تم تطبيقها بشكل يحمل طابعاً إيجابياً، بالتالي تركز على ذاتية الشخصية الرئيسة.

التفكير في المعنى الواسع والفردى أيضاً للنجاح يجعله عبارة عن مفهوم ذو طيف واسع، إلا أن المقصود به هنا؛ هو رضا عن الذات أو تحقيق لهدف ما أو تغيير واضح في وضع ما أو أثر مستدام.

التمثيل في الإعلام

يتم تعريف التمثيل بشكل عام على أنه إنتاج معنى المفاهيم في أذهاننا من خلال اللغة. إنها الصلة بين المفاهيم واللغة التي تمكننا من الإشارة إما إلى العالم «الحقيقي» للأشياء أو الأشخاص أو الأحداث، أو في الواقع إلى عوالم خيالية للأشياء الخيالية والأشخاص والأحداث¹.

أما التمثيل في الإعلام فهو كيفية تعامل النصوص الإعلامية مع الجنس والعمر والعرق والهوية الوطنية والإقليمية والقضايا الاجتماعية والأحداث وتقديمها للجمهور.

تتمتع النصوص الإعلامية بالقدرة على تشكيل معرفة الجمهور وفهمه لهذه الموضوعات المهمة. ما يجعل هذه النصوص قوية للغاية من حيث التأثير على الأفكار والمواقف.

نحاول في هذا البحث استخدام مصطلح التمثيل في الإعلام كدلالة على «التأثير المباشر لقوة الإعلام على صعيد الأدوار الجندرية» وبالتالي نعتبر أن فكرة تشكيل التمثيل أو نقصه أو غيابه لفئة أو فئات معينة هو جوهر هذا النقاش بشكل أساسي.

وعليه تكون قصص النجاح كما عرفناها

هي حكاية ذاتية لأشخاص في الحيز العام ذات طابع إيجابي، تعتمد على فعل أو حدث أو عمل استطاع تحقيق رضا عن الذات أو هدف محدد أو تغيير في واقع الأشخاص أو كان ذو أثر مستدام.

¹Hall, Stuart, Representation Cultural Representations and Signifying Practices, SAGE Publications, 1997.

² What is Representation <https://bbc.in/3AKPCF3> 17/7/2022 تم زيارة الموقع:

الأدوار الجندرية

تعرف الأمم المتحدة الأدوار الجندرية على أنها: سلوكيات يتم تعلّمها في مجتمع معين، أو مجموعة خاصة أخرى. تضع الشروط لما يُعتبر مهاماً ومسؤوليات خاصة بالذكور أو الإناث. كما تتأثر أدوار النوع الاجتماعي بالسن، والعرق، والطبقة، والدين والبيئة والجغرافيا والاقتصاد والسياسة. غالباً ما تحدث التغييرات في أدوار النوع الاجتماعي استجابة لتغير الظروف الاقتصادية والطبيعية والسياسية، ولجهود التنمية كذلك.³

وهنا تجدر الإشارة إلى أن تبني البحث لأنواع الجندرية ضمن ثنائية رجال ونساء يأتي بالتناسب مع عينة البحث وليس إلغاء منا لوجود أنواع جندرية مختلفة.

الإعلام السوري البديل/الناشئ

يشير مصطلح وسائل الإعلام الناشئة في سوريا إلى تلك الوسائل التي ظهرت بعد الثورة السورية ٢٠١١، وهذه الوسائل تتركز في المناطق الخارجة عن سيطرة النظام، وهي وسائل غير ربحية على الأغلب، تصدر باللغة العربية أو الكردية وتوزع مجاناً.⁴

النسوية التقاطعية

النسوية التي تمثلنا في مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات متعددة الجوانب وشاملة وتقاطعية، ما يعني أنها تشمل المهجرين/ات والمهاجرين/ات واللاجئين/ات، كما تشمل المعوقين/ات وجميع الأعمار والأعراق والألوان والإثنيات والانتماءات والمناطق والشعوب الأصلية والشعوب المهمشة، والمثليات والمثليين ومزدوجي الميل الجنسي والمتحولين جنسياً وأحرار الجنس وثنائيي الجنس وغيرهم/ن، كما تشمل غير ثنائيي الجنس وغير مستقري/ات الجنس والمشتغلين/ات بالجنس واللامعياريين/ات سواءً جسدياً، أم نفسياً، أم سلوكياً.

³ دور جندري، موقع ويكي جندر، لينك: <https://bit.ly/3woEmvt>، تم زيارة الموقع: 17/7/2022

⁴ خلف، رنا، تقرير النساء في وسائل الإعلام السورية الناشئة: تحليل نقدي للخطاب، مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات، هولندا، 2016.

المنهجية

المنهجية
المؤسسات
مواد عينة التحليل



توصل مسح قامت به مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات عام ٢٠٢٠ إلى ٣٦ مؤسسة إعلامية ناشئة سورية متوزعة على مناطق مختلفة في الداخل السوري وفي الشتات. أضفنا إليها ٣٤ مؤسسة، بعد مسح جديد أجريناه في النصف الأول لعام ٢٠٢٢ لتحقيق تنوع أكبر ضمن العينة الكلية والتي وصلت إلى ٧٠ مؤسسة إعلامية. شملت عينة التحليل ٢٠ مؤسسة إعلامية تم اختيارها بناء على معايير، توفّر أكبر قدر ممكن من التنوع الجغرافي والأيدولوجي. وبالتالي، تباين نوعية الخطاب الإعلامي قيد الدراسة. نوضح هذه المعايير أدناه:

فترة التأسيس: ١٣ مؤسسة تأسست قبل عام ٢٠١٥، و٧ تم تأسيسها بعد عام ٢٠١٥.

مكان العمل (المقرّ): سوريا (شمال شرق وشمال غرب سوريا)، ودول مجاورة (أربيل وتركيا)، وأوروبا (ألمانيا وفرنسا)، وكندا، وأخرى لم تتمكن من تحديد مقرّها.

لغة الإنتاج العربية.

المواضيع: مؤسسات تقوم بإنتاج قصص نجاح أي تقوم بتقديم أخبار متنوعة عن السوريات والسوريين عبر موادها.

مواد عينة التحليل

بعد وضع تعريف واضح لقصص النجاح في الإعلام (كما سبق تقديمه في قسم المصطلحات)، بدأ البحث عن مواد إعلامية تتقاطع خصائصها مع المعايير التي حددها التعريف. وتوصل المسح ضمن الفترة الزمنية التالية: من ١ آذار/مارس ٢٠٢١ حتى ٣١ كانون الأول/ديسمبر ٢٠٢١ (١٠ أشهر) إلى ١٤٤ مادة إعلامية، وتراوحت أنواعها الصحفية بين التقارير والأخبار المكتوبة والمصورة بنسبٍ متقاربة.

يقوم البحث على سبر وفهم أشكال تمثيل الأدوار الجندرية في الإعلام؛ وتحديدًا عبر قصص النجاح، والتي تم اختيارها كموضوع بحثي لما تشكله من مساحة، وإن اتخذت بالتوسع في التغطيات الإعلامية السورية، وظهرت بها النساء بتواتر متزايد، إلا أنها تحتمل النظر إليها بعدسة نسوية تقاطعية، لا تنفي إيجابية إدراك الحاجة لمساحة أكبر من التمثيل لكنها تفتح النقاش للبحث حول كيفية حضوره. في هذا السياق حاولنا الاستفادة من النظريات الإعلامية التي تناقش وتختص بمفهوم التمثيل في الإعلام وأثره، وذلك بغية كشف مدى وكيفية حضور الأدوار الجندرية في تلك القصص، مع الاستفادة من حساسية الدراسات الجندرية لموضوعة التمثيل، وبالتالي تغطية الموضوع من عدة جوانب.

ترافق ذلك مع اهتمامنا ببنية الحكاية، فمواد عينتنا هي بالأساس قصص ذاتية حاضرة في الحيز العام، لذا كان من المهم أن ناقش مفهوم القصة (بغض النظر عن النوع الصحفي الذي اتخذته)، وأن نتبع جوهرها (شكلها، بنيتها، هدفها، أثرها)، ومن هنا أيضاً تقاطعنا مع النقاش النسوي الدائر حول أهمية السرد، وحق النساء في امتلاك أصواتهنّ وحكاياتهنّ، وكانت تلك الأفكار حاضرة في أذهاننا أثناء الكتابة، حيث أن حساسية المواد وذاتيتها فرضت أحياناً شروطها علينا في التحليل، فابتعدنا -كما كنا دائماً- عن تحليل قول المصادر، ولكننا أيضاً استفدنا من خطابهم/نّ وتشكيلاته ضمن تحليلنا. وفي النهاية شكلنا البحث كرحلة مع القصص وما خلفها، للبحث عن أشكال التمثيل بما هو إنتاج للمعنى عبر اللغة أولاً وأخيراً.

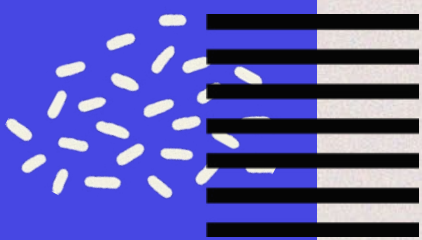
بناءً على ما سبق، قدمنا تحليلنا عبر تتبع إطار جمّع أغلب المواد الصحفية من العينة المختارة (عينة عشوائية)، وهو البحث في أسئلة أساسية عن مدى وكيفية تمثيل الأدوار الجندرية، وقد قادتنا الأسئلة أدناه إلى مجموعة من النقاط شكلت بدورها جوهر البحث:

- كيف تم تصوير الشخصية الرئيسية؟
- ما هي مجالات الشخصية الرئيسية؟
- كيف حضرت الأدوار الجندرية في الحيزين الخاص والعام؟
- ما هو أثر أو رسالة الحكاية؟ وكيف تتحول الحكاية لعبرة؟ ولماذا؟

نتائج التحليل

عن تمثيل الأدوار
الجنسانية في الإعلام

عن كيفية تمثيل
الأدوار الجنسانية في
الإعلام

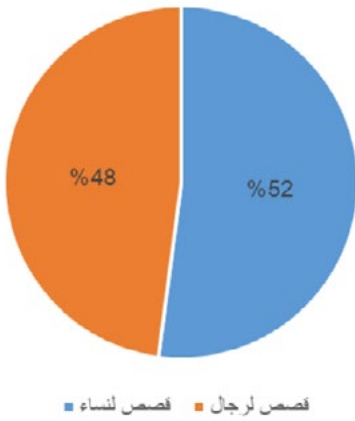


3

1 نسبة الشخصيات الرئيسية الموجودة في العينة، من ناحية الجندر { نسبة قصص النساء والرجال}:

اهتمنا في المقام الأول برصد أنواع القصص التي احتوتها العينة، وفرزها من ناحية الشخصية الرئيسية التي تناقشها المادة، كرجال أو نساء، وخلصنا إلى النتيجة التالية في الشكل الأول:

توزيع القصص في العينة



يتضح من الشكل تقارب عدد القصص حول النساء والرجال ضمن العينة؛ رغم تفوق عدد قصص النساء بنسبة بسيطة. مما يشير إلى إيلاء الإعلام السوري البديل/ الناشئ اهتماماً متزايداً بقصص وتجارب النساء.

أولاً: عن مدى تمثيل الأدوار الجندرية في الإعلام

يناقش البحث تمثيل الأدوار الجندرية في الإعلام بشقيه الكمي والكيفي، بحيث يتم بناء النقاش الكيفي على القسم الكمي، الذي سيقوم بتقديم خريطة لفهم مدى حضور أو غياب التمثيل الذي نتحدث عنه، ومن خلاله يمكننا الحديث عن النقاط التي يبدو أن المواد الإعلامية تركز عليها، وتلك التي تغيب في قصص النجاح.

تتوزع الأرقام التي تهتمنا في هذا البحث على عدة مستويات:

أولاً: نسبة الشخصيات الرئيسية الموجودة في العينة، من ناحية الجندر.

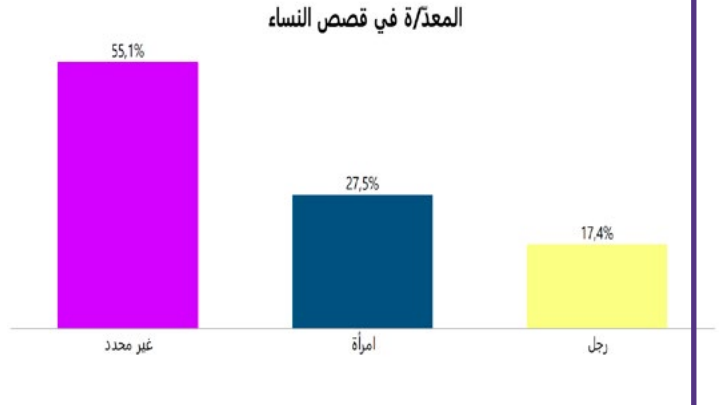
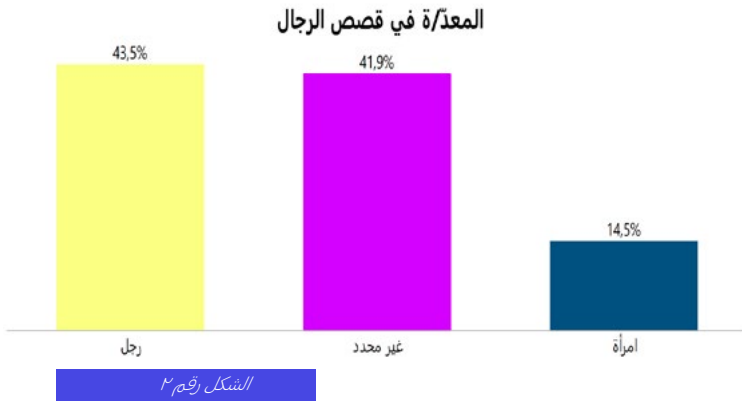
ثانياً: نسبة المعدين والمعدات لمواد عينة التحليل.

ثالثاً: نسبة مصادر كل مواد العينة من ناحية الجندر.

رابعاً: نسبة مساحة الشخصية الرئيسية في مواد العينة.

وأخيراً التأكيد على أن هذه الأرقام هنا ستتيح لنا رسم مخطط مبدئي لتوجه مواد العينة واهتمامات المؤسسات الإعلامية السورية البديلة/ الناشئة، إلا أنها أرقام غير قابلة للتعميم، ولا تمثل كل الإنتاج الإعلامي السوري المشار إليه وإنما عينة البحث فقط. مع ذلك وكما أسلفنا فهي ركيزة للنقاش والتفكير في موضوع وأسئلة البحث.

2 نسبة المعدين والمعدات في العينة



حتى في مواد عن الجندر الآخر حيث (17.4% من مواد عن النساء كانت لمعدين، بالمقابل فقط 14.5% من مواد عن الرجال كانت لمعدات)

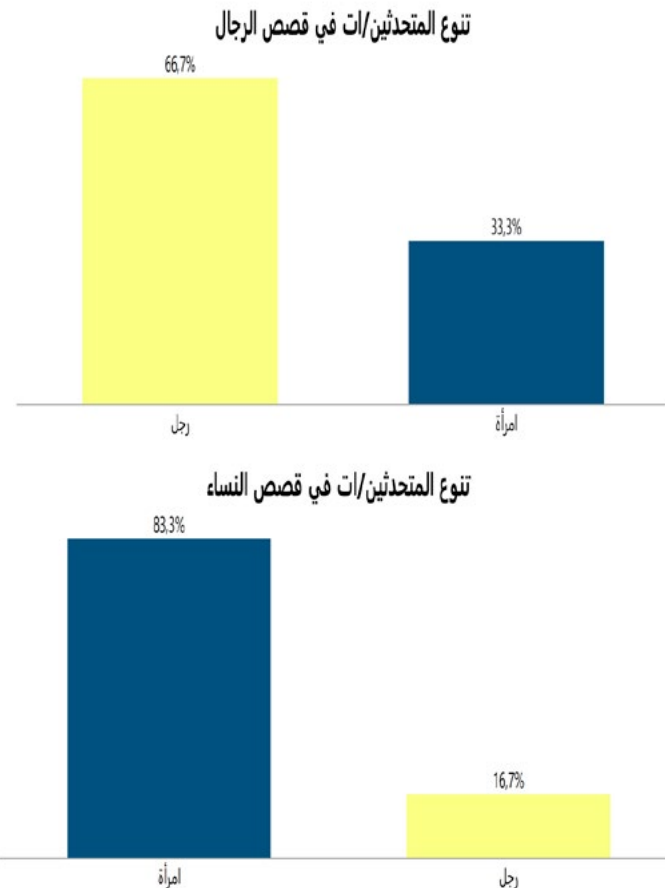
بعد رصد أعداد المعدّين والمعدّات لمواد العينة، ظهرت معنا النسبة الموجودة في الشكل رقم 2، وقد بدا واضحاً أن:

● حضر في قسيمي العينة عدد كبير من المواد دون ذكر للمعدّين أو المعدات رغم أنها كانت أعلى في مواد عن النساء حيث تجاوزت نصف المواد بقليل.

● التوجه التقليدي في التغطيات تبعاً لجندر المعدّة كان حاضراً بنسبة كبيرة لرجال معدّين لمواد عن الرجال ونساء معدات لمواد عن النساء (43.5% من مواد الرجال كانت لمعدّين، و27.5% من مواد النساء كانت لمعدات)

● فاق عدد المعدّين بشكل عام عدد المعدات وحضر ذلك

3 نسبة الشخصيات الثانوية كل مواد العينة من ناحية الجندر



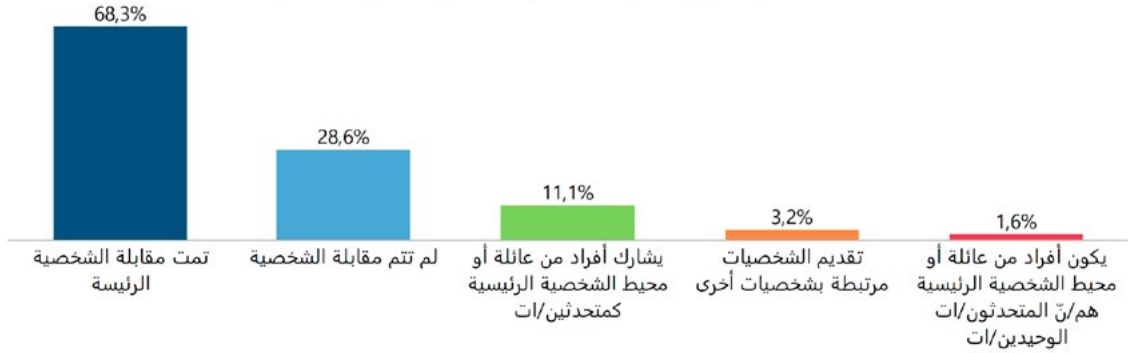
بالانتقال إلى البحث عن نسبة التنوع الجندري للشخصيات الثانوية التي حضرت في القصص، أي الأشخاص الذين/ اللواتي قامت المواد بالحديث معهم/نّ على هامش القصة الرئيسية ليحتوا/ن ويشجعوا/ن ويناقشوا/ن هذه القصة، خرجنا بالنسب الموضحة في الشكل رقم 3:

ويمكن القول أن هذه النسب تُظهر أيضاً نمطاً تقليدياً في حديث الرجال عن الرجال والنساء عن النساء، رغم ارتفاع نسبة النساء المتحدثات عن الرجال بما يقارب ضعف عدد الرجال المتحدثين عن النساء. مما يشكل دلالة إلى إعطاء الإعلام مساحات للنساء حتى فيما يتعلق بالحديث عن مواضيع تتعلق بالرجال.

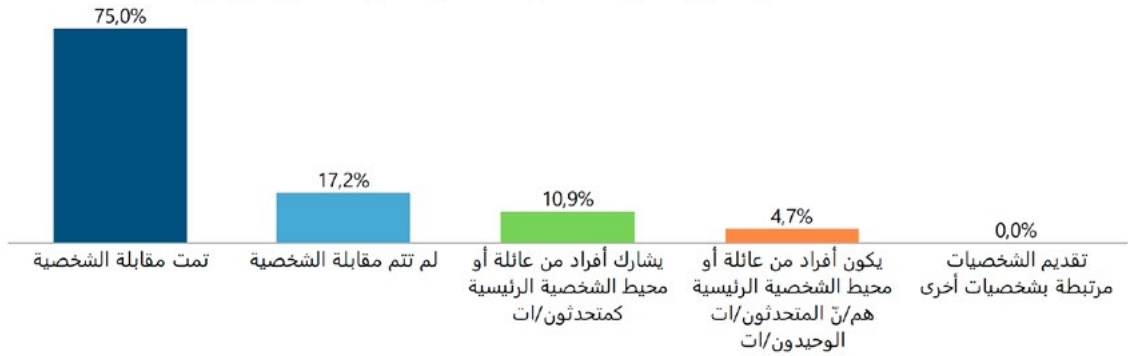
4 نسبة مساحة الشخصية الرئيسية في مواد العينة

كان من المهم قياس مساحة الشخصية الرئيسة والشخصيات الثانوية في القصص وفهم تشكيل مواد عينتنا فيما يتعلق بالحديث معهم/نّ.

مساحة الشخصية الرئيسة والشخصيات الأخرى في قصص النساء



مساحة الشخصية الرئيسة والشخصيات الأخرى في قصص الرجال



في حين أن النسبة الثانية العالية في المواد التي تتحدث عن الرجال كانت نسبة «المتحدث/ة الرئيسي/ة» عن الشخصية هو أحد أفراد محيطها».

لم يظهر أبداً نمط «ربط للشخصيات الرئيسة بشخصيات أخرى» في مواد تتحدث الرجال بينما وجد هذا النمط ولو بشكل قليل جداً في المواد التي تتحدث عن النساء، وهنا نقصد أن تكون الشخصية الرئيسية معرفة بوجود شخصية أخرى والحديث عنها يتطرق دوماً لهذه الشخصية.

ويظهر من الشكل المرافق بعض التفاصيل التي يمكننا إلقاء الضوء عليها:

بشكل أساسي كانت النسبة الكبيرة من مواد العينة هي قصص قابلت الشخصية الرئيسة وتحدثت معها وتقاربت هذه النسبة في المواد التي تتكلم عن الرجال و النساء على حد سواء، بما يشكل ثلاثة أرباع مواد العينة.

من جهة أخرى في المواد التي تتحدث عن النساء كانت النسبة الثانية العالية هي نسبة المواد التي «لم تقابل النساء في الحديث عنهن».

ثانياً: عن كيفية تمثيل الأدوار الجندرية في الإعلام

1.1 عدم مقابلة الشخصية الرئيسة ضمن المادة الصحفية التي تتحدث عن قصة نجاحها

بدا واضحاً لدينا أن أغلب المواد التي لم يتم فيها مقابلة الشخصية الرئيسة كانت بشكل أساسي مواداً منقولة عن صحفي ووكالات عالمية، حيث جاءت هذه المواد عن سوريين/ات خارج سوريا، ويمكن عزو عدم المقابلة للبعد الجغرافي وقلة موارد المؤسسات وأماكن توزيعها، وهي أمور مفهومة من قبلنا ولا تحتاج للشرح، لكن ما ظهر في نمط هذه المواد أنها تبنّت سياق المواد الأصلية، فهي رغم ترجمتها أو إعادة تحريرها للقصة أبقّت على بعض التعريفات الأساسية لتقديم الشخصيات الرئيسة، فكانت كلمة لاجئة ولاجئ تتكرر بتواتر كبير فيها.

كما رأينا فقد أظهر القسم الأول من بحثنا مجموعة من المعلومات الإحصائية التي تم الحصول عليها من العينة التي قمنا بتحليلها، حيث تُظهر هذه المعلومات بشكل أولي نتائج تميل نحو الإيجابية من الناحية الكميّة، إذ تقاربت أعداد قصص النساء والرجال، كما تقاربت أعداد المعدّين والمعدّات للمواد الصحفية، وبالتالي فإن النقاش ضمن هذا القسم وأكثر تفصيلاً فهو يدور بشكل أساسي حول بنية القصص وهيكلية المواد، أي عن كيفية تمثيل الأدوار الجندرية في الإعلام، وانقسم تحليل هيكلية المادة الصحفية على اختلافها إلى عدة مستويات، فقد وجدنا أن معظم موادنا تتبع شكل معين في نقاش قصص النجاح ومن هذا المؤشر جاءت نتائج التحليل عن شكل ومضمون وهدف ورسالة المادة الصحفية.

أمثلة:

» تمكنت لاجئة سورية من تحقيق حلمها بأن تصبح طيارة في بريطانيا»

» لاجئة سورية تتفوق على زملائها وتحصل على منحة دراسية»

ونعقد أن أهم الإشكاليات في تبني سردية نجاح اللاجئ/ات أنها قادمة من اتجاه معين تطور ضمن الإعلام الغربي بعد ما دُعي بـ«أزمة اللاجئ» في عام ٢٠١٥ وما بعدها، وبالتالي فإن نقاش الشارع التركي والأوروبي أو الأمريكي بدرجة أقل حول هذه القصص هو صلب موضوعة واسعة عن الخوف من الغريب⁵ والعنصرية⁶ التي يواجهها وتواجهها اللاجئ/ات، ويجدر التنويه أن اللاجئ/ات الرجال يصبحون في هذه السردية أيضاً فئات مهمشة، وبالتالي تتغيّر السردية النمطية في مركزية موازين القوى، ويتعرضون للتمييز.

1- كيف تم تقديم/ تصوير الشخصية الرئيسية؟

تندرج قصص النجاح كما أسلفنا تحت بند القصص الإنسانية والتي يعد الأفراد قوامها الأساسي، وبالتالي يكون هدفها الأول هو إظهار حكاية الشخصيات الرئيسة والتركيز عليها، لذلك كانت واحدة من أولى النقاط التي تشكل القصة هي كيف يتحدد شكل المادة؟ أي كيف تظهر المادة؟ وللإجابة عن هذا السؤال قررنا البحث في نقطتين أساسيتين هما:

1- مقابلة/ عدم مقابلة الشخصية الرئيسة ضمن المادة الصحفية التي تتحدث عن قصة نجاحها.

2- تنوع ومساحة المصادر (المتحدثين/ات عن الشخصية الرئيسة)،

حيث نعتقد بشكل أساسي أن هاتين النقطتين تشكلان لنا فهماً واضحاً لأنماط تقديم هوية الشخصية الرئيسة.

⁵ الخوف من الغريب: هو حكم مسبق يتعلق بفكرة خاطئة أن الناس من بلدان أخرى أو مجموعات أو ثقافات أو يتحدثون/ن لغات أخرى يشكلون/ن تهديداً.

⁶ العنصرية: هي نظرية وممارسة تبرز التفاوت الاجتماعي والاستغلال والحروب بحجة انتماء الشعوب لأجناس مختلفة، وهي ترد الطابع الاجتماعي الانسانية إلى سماتها البيولوجية العنصرية، وتقسّم الأجناس بطريقة تعسفية إلى أجناس عليا وأجناس دنيا.

مرتبطة بشكل أساسي بشخصيات أخرى ثانوية فقد ورد في تعريف إحدى الشخصيات أنها «زوجة شهيد»، وفي مكان آخر عرفت الشخصية الرئيسة على أنها «والدة شهيد»، ورغم أهمية هذه المعلومات وحساسيتها للمعنيات أولاً وللسياق العام ثانياً، إلا أن الاكتفاء بحضورها في تعريف الشخصية تُوَظَر وتحدّد هذه الشخصية وتعيد التفكير فيها دوماً من تلك الزاوية فقط، لذا يبدو من المفيد عدم حصر الشخصية بهذا النوع من التقديم، إلا في حال كانت تلك رغبة الشخصيات نفسها.

ثانياً: حضور الشخصيات الثانوية في القصة تباينت مشاركات الشخصيات الثانوية في القصة، حيث ظهرت مشاركة النساء كمستفيدات من الخدمات (في قصص نجاح الرجال والنساء على حدٍ سواء) في المقابل أتت مشاركة الرجال (في قصص الرجال والنساء على حدٍ سواء) كخبراء يقدمون آراء علمية حول القضية. وهو أمر لا يمكن حصره بتفاصيل أو أمثلة بعينها، بل بما يشكله من نمط متكرر ومتتابع لشكل تمثيل حضور للشخصيات الثانوية، والذي بدوره يؤثر بشكل واضح على حضور الشخصيات الرئيسة.

أن تحليل هذين التفصيلين يمكن له أن يرسم جواباً على سؤالنا عن تعريف وتقديم الشخصية الرئيسة، فقد رأينا كيف شكلت التعريفات الاجتماعية المنتقصة وغير الشاملة مساحة لا بأس بها لرسم الشخصية، ثم كيف قدمت الشخصيات الثانوية إضافة تنميطية للنساء والرجال على حدٍ سواء، وسنقوم تباعاً في تنفيذ هذه التصورات النمطية والتشكيلات الإقصائية للقصة.

لكن وبمنظرة تقاطعية تبدو المرأة اللاجئة تحت عدة عوامل وطبقات مختلفة من التهميش والاستضعاف، لتأتي قصص النجاح كرد أساسي على هذه السردية، وهكذا يُبنى نجاح وتفوق اللاجئين/ات كحجر ركن في خطاب الاندماج مع المجتمعات المستضيفة والنظرة الإيجابية عنهم/ن، وضمن هذه السردية وضدها يبقى هذا الموضوع نقاش محتدم في البلاد المستضيفة للاجئين/ات.

وعليه يبدو لنا أن تبني هذه السردية من قبل الإعلام السوري البديل/ الناشئ هو نقطة ضعف أساسية توحى للوهلة الأولى أنها غير واعية لسياق اللجوء والهجرة التي تعرض ويتعرض لها السوريين/ات حول العالم، وغير أخذة بالحسبان أبعاد استعمال هذه المصطلحات، فتصبح مواد إعلامنا عامل إضافي في نزع التعريفات الفردانية عن الشخصيات الرئيسة والاكتفاء على صفة اللجوء بكل ما تحمله من ثقل سياسي واجتماعي على أصحابها وصاحباتها.

من جهة أخرى حضرت أيضاً ولأسباب مختلفة كلمات مثل نازح ونازحة للحديث عن قصص في الداخل السوري، وهي وإن كانت موجودة لأسباب مختلفة عن موضوعة اللجوء؛ نعتقد أنها تحتاج إلى بحث مفصّل لكنها أيضاً تطغى على تعريفات الأشخاص وتحول دون امتلاك الشخصيات الرئيسة لمساحتها في تعريف واضح ومفصل وغير إقصائي عنها.

2.1 مساحة الشخصيات الثانوية في القصة

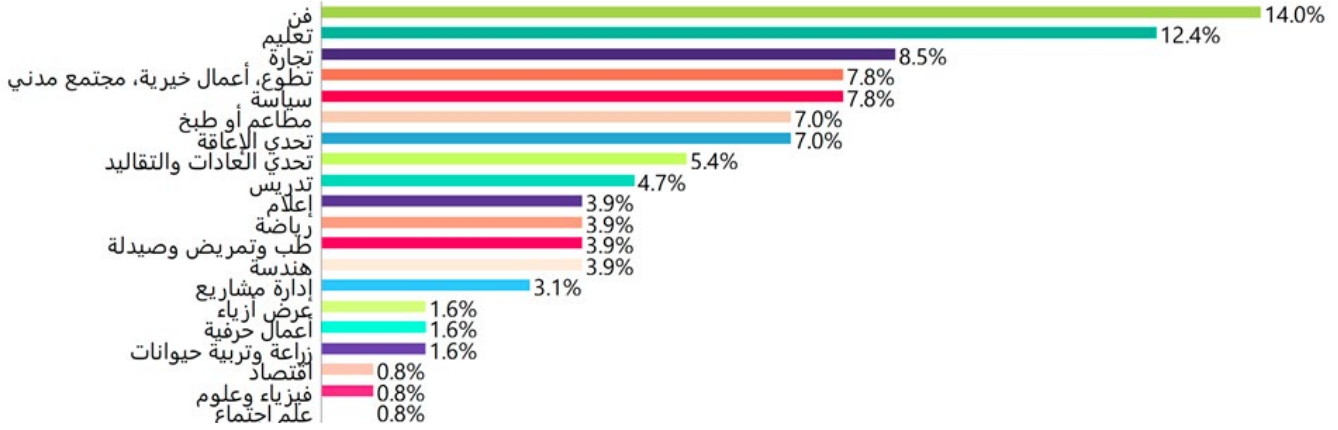
يساهم حضور الشخصيات الثانوية في القصة بشكل أساسي في تقديم والتعريف بالشخصية الرئيسة ودعمها، ويمكن القول أنه ضمن حيز عينتنا كانت النتائج نمطية جنديراً، فجاءت أغلب مصادر قصص النساء من الرجال، وجاءت أغلب مصادر قصص الرجال من الرجال، ورغم أننا لم نتمكن من تنفيذ هذه الشخصيات الثانوية التي تراوحت بين أن تكون عائلة، أصدقاء، محيط سكني، أو خبيرات وخبراء في العمل إلا أننا حاولنا أن ننظر إلى مشاركة هذه الشخصيات الثانوية في القصة. وقد لفت انتباهنا تفصيلان محوريان بما يخص هذه النقطة، أولاً: تقديم بعض الشخصيات الرئيسة في قصص النساء

2- تقديم مجالات الشخصيات الرئيسة في القمص

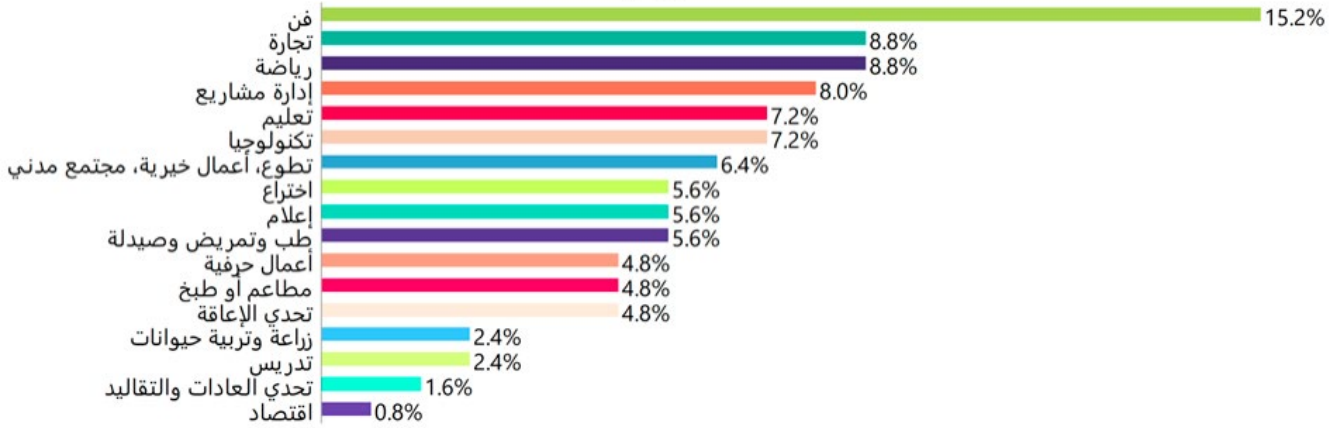
جوهر القصة هنا هو الفعل أو الحدث «المتميّز» حسب رأي المعدة، وعليه فإن تحليل مجالات عمل ونطاق تخصص الشخصيات الرئيسة يقودنا بلا شك إلى المميز في هذه القصص، وقد حاولنا تقديم نظرة عن مجالات العمل التي حصرتها العينة في الشكل رقم 4.

رغم الاختلافات الكثيرة لتعريف النجاح أو مفهوم «قصة نجاح شخصية ما» فإن ما يجمع خروج هذه القصص من الحيز الخاص والذاتي لأصحابها إلى الإعلام هو تميز فردي وشخصي تلاحقه المادة الصحفية، وبالتالي فإن نقاش

النساء



الرجال



قادمة من قدرته على إعادة تمثيل قضايا التوازن والعدالة الجندرية أو كما يؤكد الاتحاد الدولي للصحفيين/ات في بحثه «getting the balance right» إعادة التوازن الصحيح:

وكما يوضح الشكل المرفق تنوعت المجالات التي غطتها قصص العينة بالنسبة للرجال وللنساء، وفي حين تقاربت النسب في مواضيع مثل الفن والتجارة وبشكل ما في التعليم، فإننا نرى تفوق واضح للرجال في المجالات الرياضية وإدارة المشاريع، بينما كانت النساء موجودة أكثر في قصص المطاعم أو الطبخ.

﴿ يجب أن تفتح وسائل الإعلام هذا النقاش وتسلط الضوء على هذه القضية في منابر الإعلام، لإيصال الصوت للمجتمع بشكل أفضل والتغلب على الصور النمطية للجنسين⁷. ﴾

وبالتالي فإنها مسؤولة الإعلام أولاً وأخيراً في صياغة قصص ومواد حساسة جندرياً، وقد أظهرت العينة بعض النقاط:

وفي حين تؤكد لنا العينة أن هذه الاختلافات التي ناقشناها هي تحيزات غير مقصودة وترتكز بشكل كبير على تنميط اجتماعي وسياقي مثل مقولة «عمل النساء في الطبخ مقبول اجتماعياً أكثر من عملها في السياسة مثلاً»، لكن ودون أن يكون هذا السياق موضع نقاشنا؛ لا يمكن قبول تغطيات صحفية تعيد تمثيل هذا التنميط، حيث نؤمن أن قوة الإعلام

⁷ إعادة التوازن للصحيح، من منشورات الاتحاد الدولي للصحفيين/ات، 2020

2.1 تعزيز الأدوار النمطية

النجاح الكمي في تصوير الأدوار الجندرية بطريقة متوازنة وعادلة هو نصف خطوة نحو تمثيل عادل، ولذا فلا يمكن التعويل عليها بشكل نهائي لأنها خطوة قلقلة وليست مستقرة، أما التمثيل الحساس والمتوازن فهو تمثيل متكامل نوعياً وكمياً.

» مازال أمامنا 67 عاماً على الأقل لردم الهوة المتوسطة بين الجنسين في وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية. «

هذا ما أعلنه فريق "Who makes the news?" "من يصنع الأخبار؟" الذي يقوم بسبر وتفنيذ الحساسية الجندرية في الإعلام التقليدي حول العالم منذ عام 1995 في تقريره السادس في 2020.⁸

وقد قدمت العينة مزيحاً من الأدوار النمطية التي تعزز هذه الهوة، أمثلة على ذلك:

ويمكننا قياس أثر هذه التصورات التي تتبناها القصص هنا في إعادة تمثيل تنميطي للأدوار الجندرية، فرغم أن القصص مستمدة من تجارب ذاتية فردانية وخاصة، لكن التصور النمطي للأدوار الجندرية تسلسل بسهولة لمتن الحكاية وأصبح فجأة عاملاً أساسياً.

من هنا نعتبر أنه لا بد لروي قصص النساء والرجال (على حد سواء) من التمتع بحساسية عالية جداً في نوعية الخطاب، خاصة في الابتعاد عن التنميط، والذي يحضر أحياناً بشكل مباشر كما مر معنا في الأمثلة أعلاه، وأحياناً أخرى بشكل غير مباشر كأن يغيب عن العينة أي تسليط للضوء على قصص لرجال تحدوا الصور النمطية المرتبطة بهم.

وترافق ذلك طبعاً مع مجموعة من الاستخدامات اللغوية لتعبيرات نمطية وغير حساسة جندرياً في توصيف الشخصية الرئيسة وأفعالها، وأحياناً شكلها مثل:

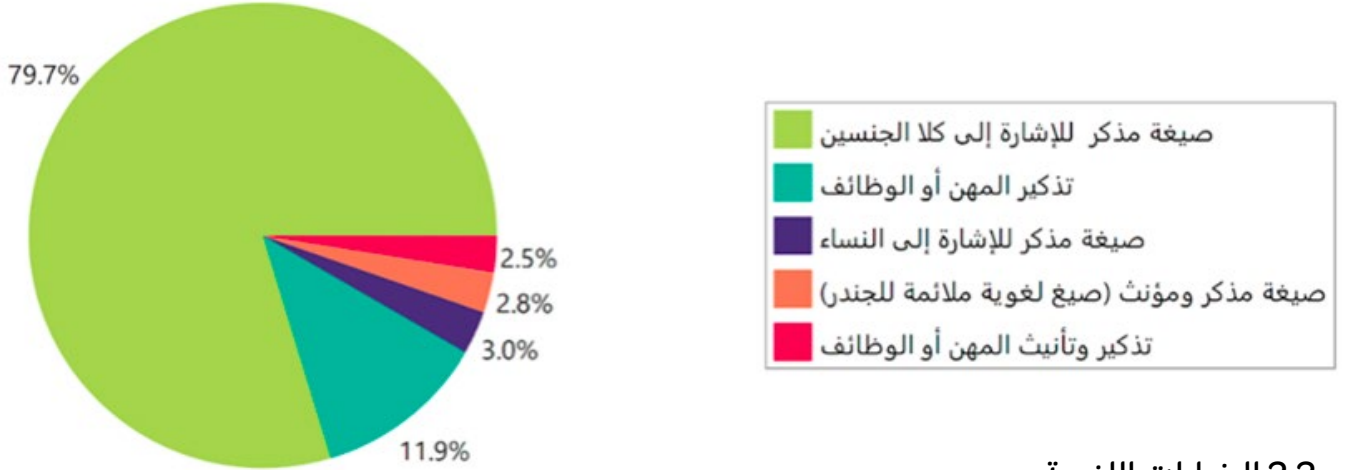
صاعدةً ومحبوته، أفكارها تفوق سنها الشاب

الجميلة ذات الصوت العذب

"ورغم حداثة المشروع، إلا أن مروة استطاعت جذب متابعات لها وراغبات في تعلم فنون الطهي، فبعضهن مقبلات على الزواج، وأخريات يرغبن في تحسين مستوى طهوهن، حسب ما قالته مروة"

"النساء عدوات للنساء، ومن أكثر الأشياء إبلاماً أن تجد من يعاديك من نفس جنسك" وذلك في سؤال موجه لشاعرة.

الخيارات اللغوية: التذكير والتأنيث



2.2 الخيارات اللغوية

بالانتقال إلى اللغة، يمكننا التأكيد بأن موضوع الخيارات اللغوية غير الحساسة جندياً، تعتبر فصلاً ثابتاً في جميع تقاريرنا حتى اللحظة، حيث أن الإشكالات والمعضلات اللغوية التي تستمر المواد الصحفية في التغاضي عنها على اختلاف مستوياتها، هو موضوع بحثي طويل ويحتاج لتنفيذ كل الأشكال والأنماط وأحياناً الاستسهالات اللغوية،

وفي هذا المنحى لم يتغير كثيراً ما نود أن نضيء عليه بخصوص جندرة اللغة⁹، واستخدام صيغة المذكر للإشارة لكلا الجنسين، وتذكير المهن والوظائف وغيرها مما يشمله الشكل رقم 105.

إلا أنه من المفيد الإشارة لفكرة خاصة ببحثنا هذا؛ فرغم فردية هذه القصص وذاتيتها، إلا أن صيغة المذكر مع النساء كانت لها الغلبة أحياناً، حتى ضمن مواد النساء نفسها. أمثلة على ذلك:

وبالتالي لم يظهر تأنيث اللغة رغم الحديث الواضح والفردى عن قصص ذاتية، وهو خطأ لغوي بإشادة كل اللغويين/ات، حتى وإن كان المقصود في هذه الجمل تفخيم الكلام عن الشخصية وتمييز عملها لكلا الجنسين. وبالتالي يظهر بشكل أساسي حجتنا في أن التعاطي مع جندرة اللغة هو بالأساس بوابة للتفكير في الحساسية الجنسانية في الخطاب واللغة بشكل أوسع حيث يسقط التأنيث دوماً في الخطاب العام، ولكن أيضاً في الخطاب الخاص كما هو واضح.

”وهي من ذوي الهمم العالية“

”تعتبر عالمة السوربة في الفلك والفضاء شادية حبال“ من أهم العلماء الذين أبدعوا في مجال فيزياء الشمس.“

”كانت ناشطة في المكتب الصحفي لجامعة ”دريسدن“ بعد الانتهاء من درجة البكالوريوس، وكانت أول منسق للجوء في عامي 2016 و2017.“

⁹نقصد بجندرة اللغة تقسيم اللغة إلى نمطين من الكتابة الأولى عامة ونستخدم فيها جمع المذكر السالم، والمفرد المذكر والثانية مخصصة للنساء في حالة الكتابة عنهن فقط، وبالتالي يتم إقصاء النساء في الحديث العام عن طريق اللغة أيضاً.

¹⁰يمكن الاطلاع على بحث يسقط بسهولة، من منشورات مؤسسة شبكة الصحفيات السوربات 2020، لمزيد من التفاصيل حول موضوع الخيارات اللغوية

أمثلة:

”حازت الألمانية من أصول سورية “لمياء قدور” على عضوية البرلمان الألماني عن “حزب الخضر“

”تمكنت المرشحة السورية “دبنا يعقوب “أغا” من الفوز واحتلال المرتبة الثانية بنسبة 18 في المئة بانتخابات بلدية بانجور” في ولاية ميتشغان أمريكا.”

رغم أنه يبدو للوهلة الأولى أن النساء السياسيات قد حضرن بشكل كبير في حوالي 7.8% من قصص النساء، وأن هذا دليل على انفتاح التغطيات الإعلامية للنساء في الحيز السياسي، إلا أن النظر بعمق أكبر حول ماهية القصص نفسها، وجدنا أن هذه النسبة خادعة، فلم يكن هنالك أي قصص نجاح لسياسيات سوريات يعملن في المجال السوري، وباستثناء إحدى المقالات حول هدى العبسي وزيرة التعليم السابقة في الحكومة المؤقتة التي كانت سرداً لإنجازات العبسي بعد استقالته، كانت باقي المواد عن سياسيات سوريات في برلمانات أوروبية وأمريكية، وهي مواد منقولة عن وكالات إخبارية. وتخضع للنقاط عينها التي تحدثنا عنها في موضوعة اللجوء والسياق الغربي له، بالتالي هي مواد قادمة من سياق مختلف.

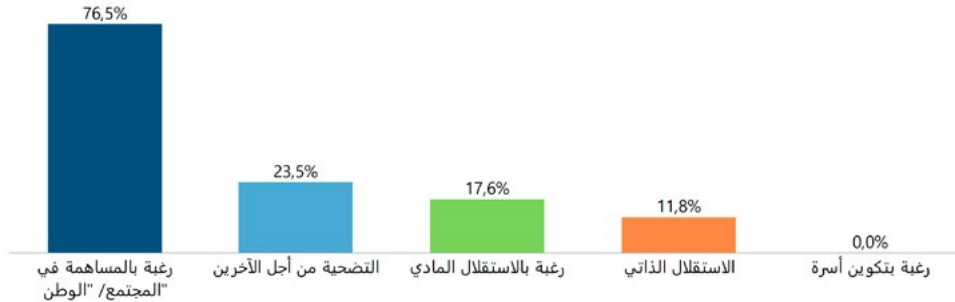
وبالتالي لم تكن هذه القصص والمواد أكثر من مواد خبرية لأحداث آنية وليست مساحة ذاتية فعلية للنساء السياسيات لروي قصصهن¹¹.

3- ما الهدف من قصص النجاح؟

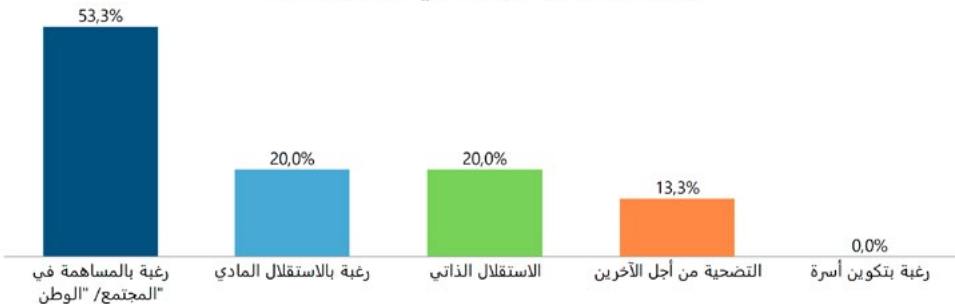
القصص أن تستعرضها، ثم جربنا أن نقسّمها إلى: ١- الرغبة بالمساهمة في المجتمع/ الوطن ٢- الرغبة بالتضحية من أجل الآخرين ٣- الاستقلال المادي، ٤- الاستقلال الذاتي، ٥- رغبة بتكوين الأسرة. وظهرت معنا النتائج في الشكل رقم 6

في هذه النقطة التركيز على هدف سرد قصص النجاح في العينة، ونقصد بالهدف هو الإجابة على سؤال لماذا؟ بمعنى لماذا من المهم طرح قصص هذه الشخصيات وكيف تم استثمارها وكيف تم تصويرها؟ وللإجابة قمنا بالتفكير برغبات الشخصية الرئيسة التي حاولت

رغبات الشخصية الرئيسة في قصص الرجال



رغبات الشخصية الرئيسة في قصص النساء



¹¹ يمكن الاطلاع على بحث ليؤخذ على محمل الجد، من منشورات مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات، 2021، لتعمقه في علاقة السياسيات السوريات والإعلام

بينما كانت أمثلة الرجال:

”ويقول خير الدين، الذي افتتح عيادته التمريضية عام ٢٠١٣، إنه بالرغم من مردودها المالي الضئيل، إلا أن رؤية الناس وهي تقصده للعلاج تجلب له السعادة، على حد تعبيره.“

”في ظل الحرب والظروف الاقتصادية الصعبة بات فريق العمل مصدر ثقة في دعم ومساعدة المجتمع عن طريقهم“

من الملاحظ أن النسبة الأعلى لدى الفئتين كانت للرمز (رغبة بالمساهمة في الوطن أو المجتمع) وإن كانت أقل لدى النساء، ما يدل على توجه واضح ضمن المواد الصحفية التي تتناول قصص النجاح بالمجمل لتحفيز القراء والقارئات، والتشجيع عن طريق عرض رغبات في توسيع أثر النجاح على المجتمع.

وبالتالي يتم توجيه القصص التي هي في الأساس قصص ذاتية في الحيز العام، نحو المصلحة الجمعية، وهو ما يمكن اعتباره الهدف الأول والأوضح لنشر قصص النجاح وتسلط الضوء عليها، لنقل التميز والنجاح للآخرين/ات.

أما الاختلاف الأساسي فظهر بين التركيز على (التوضيحية من أجل الآخرين) عند قصص الرجال والانتقال (للاستقلال المادي والذاتي) عند النساء.

كما في الأمثلة التالية:

ونعتقد أن لهذا الاختلاف دلالاته الكبيرة، فأولاً يتم طرح الرجال وعلاقتهم مع المجتمع بوصفهم أبناء المجتمع ونجاحهم مرهون للفائدة الكبرى للآخرين/ات والمحيط، بينما يتجه الحديث عن نجاحات النساء كحالات فردية ترتبط بأهداف شخصية بحتة. حيث تتماشى هذه المقولة مع التنميط المجتمعي الذي يقلل دوماً من كدح النساء وعملهن، فقد غاب عن نتيجتنا هذه أن العمل في النهاية هو للإعالة، أي أن خروج النساء والرجال على حد سواء للعمل؛ هو للعيش بشكل أو بآخر.

بالتالي فهو مرتبط بسياق مجتمعي، ومحاولة سحب النساء منه أو التأكيد على أن نجاحها هو نجاح فردي وحصره «بالاستقلال الذاتي» -رغم أهمية هذا المصطلح- يجعل من عمل النساء في مرتبة أقل من عمل الرجال، ويجعل النساء في خروجهن للحيز والمساحات العامة وكأنهن في بيئة غير بيئتهن الطبيعية، لذا فإن العائد بشكل أو بآخر هو عائد شخصي عليهن ولحيزهن الخاص، بينما تخرج قصص الرجال للحيز العام الذي يملكونه بشكل تلقائي فمن المتوقع أن يكون لعملهم فائدة مجتمعية تعم على الآخرين/ات.

”توضح السيدة أن رغبتها في ملء الوقت وممتعة التواصل مع الزبائن من مختلف المناطق، شكلت الدافع الأكبر لإطلاق مشروعها؛ إضافة لتحسين الوضع المعيشي.“

”الشابة التي ناضلت من أجل حقها في التعليم وتمكنت من تحقيق أحلامها“

”وفي إشارة إلى رغبتها في العمل بمجال الإعلام، قالت نايل إنها تريد تطوير خبراتها ومهاراتها أكثر من خلال العمل في إحدى المنظمات الدولية ثم فتح شركتها الخاصة.“

⁷ يمكن الاطلاع على بحث تغطيات خافتة لفهم سياق العنف الأسري على النساء وآثره على حياتهن وتضحيتهم من أجل العائلة.

⁸ يمكن العودة إلى ورقة ”الشخصي سياسي“ التي كتبها كارول هانيش في <https://al-hamish.net/13651969>

لنجاحاتهم، وكيف أنهن يفكرن في وصول عالمي لقصصهن وأغلب هذه الإضافات كانت اقتباسات حرفية منهن، ورغم أننا لا نناقش المصادر في الأساس ولا نعقب على كلامهم/ن إيماناً منا بحرية التعبير، ولكن يمكننا هنا الإشادة بهذا الأثر العام والصوت العالي التي قدمته بعض الشخصيات الرئيسية في بعض المواد، أمثلة على ذلك:

﴿ روايتي هذه، هي صرخة رفض للظلم والاضطهاد والتعصب والتخلف، صرخة المستضعفين والمهمشين ومسؤولي الحقوق " إن الكتابة التي تنتمي بدورها للواقع ما هي إلا رسالة لها دورها الفعال في المجتمع وتوعيته.﴾

﴿ ولم تكن المسابقة مجرد لقب ترغب "عمر" بالحصول عليه، وإنما اعتبرته «رسالة» تريد إيصالها للناس، رغم جميع التحديات التي مرت بها.﴾

وجديد، يستخدم هذا النمط كثيراً مع النساء، فهو يجعلهنّ أو أفعالهنّ مواضيع مؤطرة بحساسيات مجتمع أبوي، أي ينطلق التعريف من المجتمع ونظرة نحو الرجال ومقاييس النجاح أو الفشل لدى الرجال، وبالتالي فإن تحقيق النساء لنجاح هو حدث استثنائي لأن تعريف «النجاح» قادم من معايير أبوية ورأسمالية، وهكذا تكون المرأة التي ناسبت هذه المعايير استثناء، وفعلها أيضاً استثنائي، وهو ما تقوله الأكاديمية إيبي وايت (Ebony E. White) عن سياق آخر هو نجاحات الأمريكيات الأفريقيات اللاتي يتعامل معهن المجتمع الأمريكي على أنهنّ استثناء.

﴿ بالإضافة إلى ذلك، تبنى المجتمع الأمريكي وجهة نظر أمريكية بيضاء للنجاح (على سبيل المثال، الثروة والسلطة والإنجاز الفردي)، حيث يسعى أفراد المجتمع ككل إما إلى الارتقاء إلى مستوى هذا المعيار أو الحكم عليهم/ن من قبله¹⁴﴾

كل ذلك مع التأكيد على أن قصص النجاح بالعموم هي قصص فردية وتخصّ أشخاص معينين/ات، إلا أن التفرقة الواضحة في التركيز على الحيز الخاص لدى النساء والتركيز على الحيز العام لدى الرجال هو ما يتم نقاشه هنا، حيث أنه ورد معنا في بحث سابق الكثير من الأمثلة على توضحية النساء من أجل الآخرين، والعائلة بشكل أساسي، ولكن الفرق الذي يمكننا أن نفكر به هنا هو أن تلك القصص كانت في سياق المأساة والمعاناة، أي كانت قصص كفاح ترتبط بشكل أساسي بالعنف الممارس على النساء، بينما غابت هذه الصفة في قصص النجاح وبدا كأنه تم استبدالها وحصرتها بموضوعة الاستقلال الذاتي والاستقلال المادي¹².

يشكل هذا الحديث جوهر كل النقاشات الأساسية التي حاولت وتحاول النسوية الخروج فيها من ضيق الأفق الذي يعتري كل النقاشات حول «المساحة العامة كمكان للرجال والمساحة الشخصية كمكان للنساء»، ورفض هذه التقسيمات هي معركة مستمرة¹³، لذا لا بد من الإشارة أنه ومن خلال القصص عملت النساء على تقديم أثر عام

4- ما الأثر الذي تركز عليه القصة؟ ولماذا؟

كما ورد معنا في تعريف قصص النجاح، فإن ركن أساسي منها هو تحويل القصة إلى رسالة، أي تحفيز الآخرين/ات عن طريق طرح التميّز أو الرضا عن الذات أو تحقيق هدف مستدام لشخصيات القصة الرئيسية وتحويله إلى بادرة، حيث أن تقديم هذه القصص في سياقها ثم توسيع هذا السياق هو أثر تابعت مواد العينة في تقديمه، وبالتالي بشكل من الأشكال تحويل القصص في نهايتها لعبرة ما. وضمن التفكير في هذه الآلية قررنا تتبّع ما أسميناه «تشكيل الأثر» الذي ارتكزت عليه القصص في عينتنا وتفكيك هذه النقطة لفهم أي أثر هو التي تحاول هذه القصص تقديمه، ولماذا؟ وقد وجدنا أن هذا الأثر بدا واضحاً في تفصيلين هما:

1.4 القصة كحدث استثنائي

وجدنا أن أول الأنماط المستخدمة كانت هي تحويل القصة لحدث استثنائي، أي التعامل مع النجاح كأمر غير مطروق

¹² يمكن الاطلاع على بحث تغطيات خافتة، من منشورات مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات، 2022، لفهم سياق العنف الأسري على النساء وأثره على حياتهن وتضحيتهن من أجل العائلة.

¹³ يمكن العودة إلى ورقة «الشخصي ساسي» التي كتبها كارول هانيش في 1969

¹⁴ White, Ebony E, *Exceptional but not an Exception: Understanding How African American Women Make Their Way*, Montclair State University, 2017.

الحالة السورية ولهذا لم يكن هنالك قصص استثناء ضمن هذه المعايير لرجال في الداخل السوري. أمثلة على ذلك:

” هذا النجاح الباهر دفع أعرق الصحف ووسائل الإعلام التركية تتسابق لاستضافة ماهر ورواية قصة نجاحه الملفتة والمهمة في آن معا “

” يفخر (...) بمسيرته التي اجتاز فيها صعوبات عديدة، خلال سعيه إلى تحقيق قصة نجاح فريدة “

وبكل الأشكال يبقى تنميط قصص النجاح على أنها حالات استثنائية عند النساء وعند كل الفئات المهمشة هو فعل سلبي يعاكس أي رسالة لمفهوم قصة النجاح، بل يعمل على كسر هذا النجاح أو تنيه ليصبح النجاح ابن المنظومة حتى لو كانت صاحبات وأصحاب هذا النجاح مرفوضين من المنظومة نفسها. ويمكن هنا أيضاً وبشكل تقاطعي استيراد اقتباس إبوني وايت عن استخدام قصص نجاح النساء الأمريكيات من أصول أفريقي بشكل استثنائي:

” تتمثل المشاكل التي أوجدتها فجوة الفرص واستخدام التعريف الأمريكي الأبيض للنجاح للنساء الأمريكيات من أصل أفريقي في أن مكاسب ونقاط القوة لديهن غالباً ما يساء فهمها على الأرجح ولا يتم الاعتراف بها، مما قد يؤثر سلباً على احترام الذات لدى النساء الأمريكيات من أصول إفريقية.¹⁵ “

2.4 القصة كنموذج يحتذى به

أما ثاني الأنماط التي طالعنا في بحثنا عما أسميناه «رسالة القصة» هو تقديم الشخصيات الرئيسية كنموذج يحتذى به، وكيف تنتهي أغلب هذه المواد بتقديم رسالة عامة للآخرين. فقد أظهرت لنا العينة أن نموذج الرجال شكّل بوضوح نموذجاً عمومياً (للجيل الجديد، لكل جيل الشباب، لكل القراء...)

يساعد هذا النمط في عدم ربط قصص ونجاحات النساء بالواقع والسياق، فمهما كبر العدد أو تنوّعت القصص ستبقى محصورة ضمن الاستثناء وبالتالي لا يمكنها أن تصبح عمومية أو واسعة أو مؤثرة. وكما سنرى أن «تشكيل الأثر» الذي قدمته العينة في بعض موادها ركز على هذا الجانب بشكل أساسي مثل:

وأشادت المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، سابقاً بيسرى مؤكدة أنها فتاة طموحة، وتشكل إلهاماً لملايين اللاجئين حول العالم من خلال قصتها الشخصية التي تعكس الأمل والتحدي والقدرة على التغيير.

مثال حي عن الفتاة الطموحة والفاعلة في محيطها

وحققت الشابة السورية اللاجئة «سعاد الشلح» ١٨ عاماً حلمها بدراسة الطب في إيرلندا من خلال منحة قدمتها لها الكلية الملكية للجراحين، وذلك بعد ثلاث سنوات من وصولها أيرلندا، وتفوقها في شهادة الثانوية العامة، الأمر الذي جعلها محط اهتمام المفوضية الأوروبية التي نشرت قصة نجاحها عبر حسابها على فيسبوك.

يظهر الإنجاز ضمن هذا النمط بشكل منقوص، فنراه يؤدي عكس المطلوب منه، والذي هو -كما أسلفنا- تداول قصة النجاح، حيث يغرق في فردية هذه القصة وذاتيتها ويحصرها في تفاصيل معينة، لتبدو وكأنها تأكيد على نفي أفكار مسبقة، ولذا فإنه ينتج غالباً نحو الفئات الأكثر تهميشاً واستضعافاً في المجتمع، فيصبح النجاح بمعيار الفئة المهيمنة. يتناسب هذا مع ما وجدناه في العينة في بعض نماذج التعامل مع قصة النجاح كحدث استثنائي في قصص الرجال في سياق اللجوء فقط، الفكرة التي شرحناها سابقاً حول سياق اللجوء وتغيير موازين القوى فيه، فقصص الاستثناء قادمة من نفي توجه عام في التفكير نحو فئة ما مستضعفة أو مهمشة، وفي أمثلتنا هنا هم رجال لاجئون، وبالتالي يتشاركون التهميش على هذا المستوى مع النساء، لأن معيار النجاح في حالتهم هو الآخر الغربي أو/التركي في

¹⁵ White, Ebony E, *Exceptional but not an Exception: Understanding How African American Women Make Their Way*, Montclair State University, 2017.

أمثلة على ذلك:

”وقد عمل مصطفى على تحقيق أفضل أداء طوال الأسبوع ليكون مثلاً يحتذى به للجيل الجديد.“
”وختتم حديثه قائلاً: ”لقد كان بإمكانني فعل ذلك، يمكنك أنت أيضاً! إذا كانوا مهتمين بالموضة فهم مرحب بهم معي للحصول على تدريب“

”ودعا الشباب السوري إلى عدم اليأس خصوصاً في أثناء طرق أبواب الجامعات للدراسة أو الشركات العالمية بغرض العمل عبر استخدام الإنترنت وحضور الورشات والمؤتمرات العالمية لها مما يعزز فرص قبولهم بإحداها.“

بالمقابل تم حصر نموذج النساء بشكل أساسي بتقديمه للنساء:

رسالتها لكل النساء أن يعتمدن على أنفسهن مهما كانت الظروف التي يعشن بها
كونك امرأة، ثري هل نجد كتاباتك مكرّسة فقط للإناث؟

وبالتالي نعود لفكرة ربط النساء بالحيز الخاص والذي هو هنا «مجتمع النساء» على حد اعتبارهم/ن، بينما لا يرتبط الرجال بأي فكرة أو عائق بل رغم كونهم صلب المجتمع الأبوي إلا أن رسالتهم عامة، وتجاربهم يمكنها ببساطة أن تعمم على الآخرين، وطبعاً هنا الحديث عن نسبة كبيرة من مواد العينة، في حين أن بعض المواد أيضاً قدمت قصص النساء كنماذج عامة، مثل:

« ألقى مايا خطاباً ملهماً ومؤثراً على مسرح TEDxPalaisDesNationsWomen حيث أزلت الصور النمطية وعرضت خمسة حلول لفهم اللاجئيين بشكل أفضل ولماذا يجب استثمار إمكاناتهم غير المحدودة.»

وعليه وبشكل عام بدت «رسالة» قصص النجاح مرهونة ومرتبطة بشكل وطيد إلى فهم تنميطي وتقليدي؛ فالنساء اللواتي قامت المواد بتقديمهن «كحالات استثنائية في النجاح»، تم توجيه «نجاحهن» لحيزهن الخاص والشخصي» أي حتى ضمن كل الاستثنائية كانت الصورة العامة هي إعادة هذه الاستثنائية للحيز الخاص والابتعاد عن خروجها نحو الحيز العام وعدم مشاركة أثر ورسالة القصص على مستوى أوسع، بينما يمتلك الرجال أثر نجاحاتهم في بيئاتهم، وينطلق النجاح لديهم ليكون عابراً للعالم، وهي صورة قاتمة تتنافى مع كل الإحصائيات الإيجابية في تقديم نجاحات السوريات والسورين.

التوصيات

للمؤسسات
للصحفيين/ات



فيما يلي بعض التوصيات التي يمكننا التفكير
بها في حالة الكتابة عن قصص نجاح

للمؤسسات:

— الابتعاد عن حصر الصحفيات بتغطية مواضيع متعلقة بالنساء، وتعميم كتابة قصص نجاح النساء من قبل الصحفيين والصحفيات.

— الاهتمام بصياغة سياسات تحريرية تعمل على نقاش موضوعة تقديم مواضيع عن السوريين/ات منقولة بشكل حرفي أو مترجمة فقط عن الوكالات العالمية بحيث يتم تفادي الانجرار بشكل غير مقصود لتنميط وتهميش قصصنا. وبالتالي يتم الاهتمام بسياق المواد الصحفية أكثر.

للصحفيين/ات:

الابتعاد عن التوصيفات النمطية وحصر النساء بأدوار معينة والاهتمام بتقديم مواد من وجهات نظر مختلفة وغير تقليدية.

الابتعاد عن حصر تجارب النساء على مستوى شخصي وفردى وتسليط الضوء على الأثر العام لتجاربهن. عند مقابلة النساء؛ الابتعاد عن استخدام عبارات نمطية وأسلوب شعري للحديث معهن، الأمر الذي يقلل من قيمة قصصهن.

الانتباه لوكالة النساء على تعريفهن عن أنفسهن، وتقديمهن بطرق تتناسب معهن. الانتباه من الانجرار وراء قصة الاستثناء في الحديث عن نجاحات النساء.

تقديم النساء كفاعلات أساسيات في المجتمع ولسن بدخلياتٍ عليه.

تنويع المصادر والاستعانة بخبيرات نساء أكثر. الانتباه أثناء تقديم (مساحة التقديم وشكل التقديم الذي تقوم به المادة) قصة شخصية ألا يتم التعريف عن الشخصية بطريقة مسيئة أو تثير أي نوع من الحساسية.

الانتباه للخيارات اللغوية والحساسية الجندرية في اللغة والخطاب.

www.sfjn.org

