شبكة الصحفيات السوريات
Syrian Female Journalists Network

تحليل نقديّ للخطاب الإعلاميّ للبرامج التلفزيونيّة والإذاعيّة الموجهة للنساء

دراسة لخطاب عيّنة من مؤسسات الإعلام السوري الناشئ ٢٠١٨ - ٢٠٢٣

الفهرس

- **المقدمة** 3
- **المنهجية** 5
- **نتائج التحليل** 10
  - ماذا قيل؟ 10
  - من القائل/ة؟ 12
  - كيف قيل؟ 17
    1. المحادثة 17
    2. المقاطع التمثيلية 25
    3. المقدمة والخاتمة ووصف الحلقة المكتوب 25
    4. الألوان والرموز البصرية 27
    5. العنوان 28
- **ممارسات إعلامية تساهم بتدوير خطاب حساس جندرياً** 30
- **الخاتمة** 33
- **التوصيات** 35

منشورات مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات 2023
WWW.SFJN.ORG ,Vossenstraat 6. 6811 JL Arnhem, Netherlands
مؤسسة غير ربحية مسجلة في هولندا.

هذا العمل مرخص برخصة المشاع الإبداعي نسب المصنف - غير تجاري دولي (CC BY NC 4.0)
يجوز استخدام محتويات هذا التقرير ونسخها بحرية لأغراض غير تجارية، على أن تتلازم كل عملية نسخ مع إشارة إلى مصدر المنشورات: مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات.

فريق العمل

فريق المسح والتحليل:
رولا عثمان
لما راجح
مايا البوطي
هبه محرز

تحليل وكتابة:
رولا عثمان ومايا البوطي

مراجعة:
رند صبّاغ ورولا أسد

التواصل والترويج:
يارا الحركة

ساهمت في تصميم أداة تحليل المحتوى البصري والسمعي:
غيفارا نمر

تصميم:
فيليبا دحروج

المقدمة

لطالما شغلت البرامج التلفزيونية والإذاعية الموجهة للنساء حيزاً ضمن الساحة الإعلامية المحلية والإقليمية والعالمية، حتى أصبحت تقليداً إعلامياً معتمداً، انتقل بدوره إلى الإعلام السوري الناشئ[1]. فباتت بذلك برامج النساء[2] رقعةً ذا بصمة خاصة، يمكن تمييزها بمجرد المرور بهذه المنصات.

خلال عمل مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات في تحليل الخطاب الإعلامي؛ كثيراً ما شكلت هذه الرقعة محطة جديرة بالتوقف على معالمها ومضامينها بحثياً. يأتي البحث الحالي كاستجابة لضرورة فهم وتفسير ماهية تلك البرامج.

يسعى البحث لتقصّي ماهية برامج النساء والطريقة التي يعرّف بها الإعلام السوري الناشئ جمهوره النسائي كنوع اجتماعي، والمواضيع التي يختار تقديمها لهذا الجمهور والكيفية المعتمدة للمعالجة. محاولاً استشفاف ملامح العلاقة بين هذه البرامج والواقع الاجتماعي المحكوم بمنظومة أبوية[3] تخلّ بتوازن علاقات القوى الجندرية الدائرة في سياق الحرب والصراع في سوريا.

لذا مع علمنا بوجود مساحات إعلامية تم تخصيصها للنساء وعلى ضوء احتياج لتحدي تغييبهن إعلامياً، شكّل البحث بمدى قدرة هذه البرامج على المساهمة بتعزيز تمثيلهن سؤالاً دافعاً. علاوة على ذلك، باتت كيفية تصور برامج النساء الإذاعية والتلفزيونية لجمهورها المستهدف، كمحرك لأسئلة هذا البحث. مع اعتقادنا بكون الإعلام منصة تساهم بالتغيير المجتمعي، نتحرّى دور برامج النساء الإذاعية والتلفزيونية بتفكيك ومعالجة أسباب اللاعدالة المجتمعية. لذا لا يسعى البحث لدراسة جمهور النساء كفئة مستهدفة بل يستقصي كيف يتصورهنّ الإعلام.

يطبق البحث منهجية التحليل النقدي للخطاب الإعلامي من وجهة نظر نسوية تقاطعية[4] على عينة من الإعلام السوري الناشئ تشترك في لغة ووسيلة الإنتاج (تلفزيون وراديو، باللغة العربية) وتتباين في مقراتها وتاريخ تأسيسها ومجالات الاهتمام والأيديولوجيات العامة. انعكس ذلك التنوع على الأساليب الإعلامية لبرامج العينة ومواضيعها وطرق معالجتها. عملنا ضمنها على تفكيك علاقات القوى الجندرية ضمن رؤية ملتزمة بمبادئ العدالة الاجتماعية، عن طريق تحليل نقديّ لعناصر الحلقات البرامجية كأجزاء من خطاب عام.

1. يشير مصطلح وسائل الإعلام الناشئة في سوريا إلى تلك الوسائل التي ظهرت بعد الانتفاضة السورية، وهذه الوسائل تتركز في المناطق الخارجة عن سيطرة النظام، وهي وسائل غير ربحية على الأغلب، تصدر باللغة العربية وتوزع مجاناً. (المصدر: مؤسسة شبكة الصحفيات السوريات (2016)، مس-ترجلة: النساء في وسائل الإعلام السورية الناشئة تحليل نقدي للخطاب 2011-2016).

2. اخترنا في هذا البحث استخدام مصطلح (برامج النساء) للإشارة للبرامج التي يتم بها التوجه لجمهور من النساء. يوضح قسم المنهجية الكيفية التي اعتمدها البحث لتحديد تلك البرامج.

3. الأبوية: هي نظام اجتماعي للرجال السلطة فيه على النساء. يُشتقّ مصطلح «البطريركية» الإنكليزي (patriarchy) من كلمة «patriarches» اليونانية التي تعني كبار السنّ من الذكور، ويُقصد بها الآباء زعماء العائلات والقبائل والكنائس. في الأنثروبولوجيا الكلاسيكية، يشير مصطلح "النظام البطريركي" إلى العائلات والفئات الاجتماعية والهيكليات المهنية والسياسية التي يتولّى فيها الرجال مواقع السلطة. بالنسبة إلى النسويات في أوروبا وأميركا الشمالية، يُقصد بالبطريركية نظامٌ اجتماعيّ للهيمنة الذكورية على النساء. (المصدر: قاموس الجندر، عربي إنكليزي، مركز دعم لبنان، 2016)

4. نظرية التقاطعية: نظرية نسوية طرحتها الباحثة القانونية النسويّة كيمبرلي كرينشو لتحليل تجارب النساء الملونات، وتقاطع التفرقة العرقية والجندرية التي تواجهها النساء الملونات على مستوى النظام القانوني والقضائي والحق في الخدمات العامة والقدرة على النفاذ إليها. تطوّرت النظرية بعد ذلك لتشمل جميع تقاطعات أشكال وأنظمة القهر والهيمنة و التمييز، وتقاطعها مع الجندر (النوع الاجتماعي) والإثنية واللون والطبقة الاقتصادية والاجتماعية والميل الجنسي والتوجه الجندري والقدرات العقلية والجسدية، لتفكيك وفهم تجارب النساء المركبة. (المصدر: ويكي الجندر)

يعالج البحث المواضيع التي قدمتها برامج النساء الإذاعية والتلفزيونية من حيث مراعاتها للحساسية الجندرية وابتعادها عن إعادة تدوير تصورات نمطية حول النساء. لا يقتصر البحث على تحليل الخطاب كنص بل يدرس الرسالة الإعلامية للبرامج التلفزيونية والإذاعية كبنية متكاملة. لذا ينقسم البحث إلى ثلاثة مستويات رئيسية تفحص الخطاب الذي تآزرت أشكال النصوص المختلفة في تشكليه، فنحلل بنية المادة، والمحادثة واللغة المحكيّة وغيرها من عناصر الحلقة إلى جانب المستويات الفنية والإخراجية.

لفتنا ضمن العينة أن بعض برامج النساء الإذاعية والتلفزيونية سعت لتحقيق رؤية حساسة جندرياً ضمن عدد من عناصر العمل، لكن لم تعكس الرسالة المرجوة هذا التوجه، لعدم اشتمال بقية العناصر على ذات الرؤية. بالنظر لذلك، يعمل البحث على فحص الكيفية الأفضل لتحقيق الهدف المراد، من خلال تفكيك جميع عناصر برامج النساء الإذاعية والتلفزيونية. نأمل من هذا الجهد البحثي أن يشكّل نقطة مرجعية تساهم في حثّ القطاع المستهدف على إعادة التفكير بمضامين الإنتاج مرة أخرى ومن زاوية مختلفة، تماشياً مع أهداف الإعلام السوري الناشئ في نشر مبادئ الحرية والعدالة.

المنهجية

يتبع البحث نهجاً تكامُلياً يجمع بين عدة من طرائق التحليل، بما يُلائم خصوصية نوعية العينة الإعلامية التي تطلبت رؤية متعددة الزوايا والمستويات. يعتمد البحث على التحليل النقدي للخطاب الإعلامي كمظلّة رئيسية للإطار المنهجي، مع التركيز على تحليل المحادثة، مُستفيداً من نظريات دراسات الجمهور في بناء فرضيته، ومُلتزماً باستخدام العدسة النسوية التقاطعية.

يساعد التحليل النقدي للخطاب الإعلامي في فهم العالم من حولنا، وتفكيك النظم والمعتقدات وعلاقات القوى التي تحكم سياقاتنا الاجتماعية والسياسية وتتبع مؤشرات إعادة تشكلّها أو دعمها أو تغييرها. وذلك على اعتبار أن النص الإعلامي مكتوباً، أم مسموعاً، أم بصرياً هو ممارسة تفاعلية تحدث ضمن بيئة أوسع من حدود الرموز والكلمات، من حيث ارتباطها بعلاقات القوى والممارسات الثقافية في فترة تاريخية محددة والتي تتأثر وتؤثر بها على حد سواء.

يميّز عالم اللغة نورمان فيركلوف ثلاثة مستويات للتحليل النقدي للخطاب، وهي أولاً؛ تحليل النص، الذي يبحث في سمات الخطاب اللغوية وتنظيمه بوصفه نصاً. فهو يبحث بما هو موجود في النص وما هو غير موجود فيه. وهذا يشمل بنية النص والمفردات والدلالات والقواعد واللغة والبلاغة والاستراتيجيات المنطقية والمنطلقات الإيدولوجية وغيرها. وثانياً؛ الممارسة الخطابية، يبحث هذا المستوى في الخطاب بوصفه ممارسة منطقية أي شيء ما ينتج، وينشر، ويعاد إنتاجه، ويستهلك في المجتمع. وهذا يعني أنه عند تحليل النص يجب إيلاء الاهتمام بالجوانب التي تربط النص بالسياق، مثل التناص والأفعال الكلامية. وثالثاً؛ الممارسات الاجتماعية، يبحث هذا المستوى في الخطاب بوصفه ممارسة اجتماعية، أي المؤثرات الأيدولوجية وعمليات الهيمنة التي يُعد الخطاب مظهراً لها[5].

جدير بالذكر أن مصطلح «النص» بالنسبة لفيركلوف يشمل كافة أشكال استخدام اللغة سواء كانت مكتوبة أم محكيّة، «يمكننا القول إن أي ظهور فعليّ للغة في الاستخدام هو «نص»، مع محدودية هذا التعريف، إذ إن برامج التلفاز كنصوص لا تتضمن فقط اللغة، إنما أيضاً الصور المرئية والمؤثرات الصوتية.»[6].

وفي حين أن عينة البحث تكوّنت من نصوص إعلامية بصرية وسمعية بشكل أساسي، فكان لا بد من الاستعانة بمنهجية تحليل المحادثة، والتي تعرّفها المحاضِرة في اللغويات التطبيقية آن أوكيف بأنها تقليد بحثي نشأ من الإثنوميثودولوجيا (منهجية الجماعة أو بالأحرى منهجية دراسة الإدراك العام للجماعة[7]) وهي منطقة داخل علم الاجتماع بدلاً من اللغويات. وتبين أوكيف أن تحليل المحادثة هو منهجاً يركز على كيفية تشكيل وتنظيم المحادثات من أجل الوصول إلى ملاحظات استقرائية حول التنظيم الاجتماعي. وتؤكد على أن التفاعلات في الإعلام تختلف عن

5. محمود سيد محمد علي، 2022. التحليل النقدي للخطاب الإعلامي: المفهوم، الأسس النظرية، ومداخل التحليل. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان _ العدد الرابع والعشرون (الجزء الثالث).

6. نورمان فيركلوف، ترجمة د. طلال وهبه، 2009. تحليل الخطاب التحليل النصي في البحث الاجتماعي. المنظمة العربية للترجمة.

7. د. محمد شومان، 2007. تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية. الدار المصرية اللبنانية. ص66.

المحادثات العارضة (أو المحادثات اليومية التي تحدث في الفضاء العام بين أشخاص في مطعم أو قطار مثلاً). ففي الأخيرة، تتماثل علاقات القوى بين الأطراف المشاركة بينما نجدها غير متماثلة في التفاعلات الإعلامية التي تمنح المقدم/ة أو المذيع/ة سلطة مؤسسية ت/يقرر بناء عليها توقيت وكيفية فتح موضوع معين، أو تغييره، أو إغلاقه، وغيرها من صلاحيات إدارة الحوار.[8] [9]

بناء عليه، أتاحت طبيعة عينة التحليل (برامج تلفزيونية وإذاعية) إمكانية فريدة لفريق التحليل في ملاحظة وفحص أنماط تدخلات القائم/ة بالاتصال، والتي عادة ما تكون غير مرئية في المواد الإعلامية المكتوبة. ما يوفّر مؤشرات أكثر مباشرة حول علاقات القوى، والأيدولوجيا، والرسائل المُراد إيصالها إلى الجمهور. كما تميزت العينة بتنوع الأساليب الإعلامية التي يمكن من خلالها فحص الخطاب العام. فلم يقتصر التحليل على اللغة المحكيّة أو المكتوبة، بل شمل أيضاً الرموز البصرية والسمعية من صور، وألوان، وموسيقى، وغيرها. ونظرنا إليها كعناصر مُتصلة ومُتكافلة في تشكيل المادة النهائية.

أما نظريات التواصل الإعلامي وتحديداً المعنية بدور الجمهور على اعتباره طرفاً فاعلاً في عملية التواصل؛ فقد شكلت الدافع وراء الشروع بالبحث اعتماداً على فرضية أن المحتوى الإعلامي يتم تشكيله ليتناسب مع خصائص فئة الجمهور المستهدفة. وهو ما يشرحه أستاذ اللغة العربية وتحليل الخطاب محمد يطاوي استناداً إلى ما يسمى ب «بلاغة الجمهور» كإطار نظري والذي يُعنى بنقد الاستجابات. ويعتقد بحضور الجمهور في مرحلة إعداد المادة الإعلامية والتدخل في تأليفها بدلاً من تلقيها فقط، عن طريق المشاركة القبلية، «فإنشاء المادة الإعلامية ينطلق من دراسة الجمهور والتوقع الاستباقي لما يعنيه وما يقنعه وحتى ما يغضبه». ويضيف، «يؤكد مبدأ استشراف أسئلة الجمهور وفضوله عدم نزاهة اللغة الإعلامية، لأن المؤلف يصمم الاستجابات المقصودة ويحاول أن يعممها في البنى الإدراكية لدى الفاعلين الاجتماعيين المخاطَبين»[10].

لا يُعنى هذا البحث بدراسة خصائص الجمهور، أو استجاباته، أو أشكال تجلّي مشاركته في بناء المواد الإعلامية قيد التحليل. إلا أنه يسعى للإجابة على أسئلة أثارتها الفرضية أعلاه. فبما أن العينة حددت جمهوراً مستهدفاً خاصاً - هو النساء - فقد حرصت على إعداد محتواها الإعلامي ليتلاءم مع خصائص هذه الفئة الاجتماعية. ومن هنا، ينطلق البحث بالاتجاه العكسي ساعياً لتفسير نظرة الإعلام للنساء كنوع اجتماعي، ودوره في المساهمة بتحقيق العدالة الاجتماعية، عن طريق تحليل محتواه. وننطلق في بحثنا من رؤية النساء كنوع اجتماعي وما يرتبط به من بُنى اجتماعية تؤثر على علاقات القوى الجندرية، والتراتبية فيما يتعلق بالامتياز والتهميش. بعيداً عن المفاهيم الجوهرانية التي تحدد النساء بناء على صفات جنسية معينة.

أسئلة البحث:

- ماذا يقول لنا محتوى العينة عن تصوّرات المُرسل/ة حول النساء كنوع اجتماعي؟
- هل تساهم برامج النساء بتفكيك ومعالجة جذور اللاعدالة الاجتماعية؟ ما هي الأيدولوجية وأشكال علاقات القوى التي تبرز في برامج النساء؟

8. O'keeffe, A.N.N.E., 2006. *Investigating media discourse*. Routledge.

9. ملاحظة: إن جميع المعلومات المنقولة من مصادر إنجليزية؛ تمت ترجمتها إلى العربية عن طريق الباحثتين.

10. محمد يطاوي، 2019. التحليل النقدي للخطاب مفاهيم ومجالات وتطبيقات. المركز الديموقراطي العربي. ص52 و ص53.

اخترنا عرض النتائج في ثلاثة مستويات رئيسية تسعى للإجابة على الأسئلة التالية بالترتيب: **1. ماذا قيل؟ 2. من القائل/ة؟ 3. كيف قيل؟**

وقررنا سرد نتائج قسم «كيف قيل؟»، عن طريق تقسيم الحلقات إلى عناصر إعلامية وهي: **المُحادثة، المقاطع التمثيلية، المقدمة والخاتمة ووصف الحلقة المكتوب، الألوان والرموز البصرية والموسيقى، والعنوان. وننهي التحليل الكيفي بعرض ممارسات إعلامية تساهم بتدوير خطاب حساس جندرياً.**

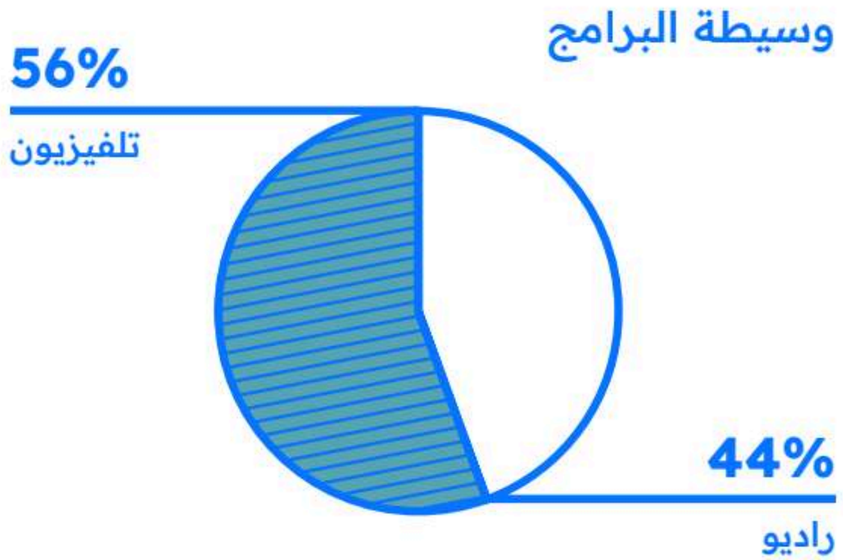
وهنا، نعيد التأكيد أن البحث ينظر إلى المستويات والأقسام سابقة الذكر كأجزاء متقاطعة ومتداخلة ضمن مسار واحد يشكّل الخطاب الإعلامي العام للحلقة كمخرج نهائي. وبناء عليه؛ فإن اختيارنا للتقسيم لا يعني استقلالية الأقسام عن بعضها، بل هي منهجية للبحث ولعرض النتائج.

يسرد البحث نتائجه بالاستعانة بأمثلة منتقاة من العينة كنماذج توضيحية للممارسات الإعلامية قيد المعالجة. وجدير بالذكر أن الأمثلة تم نقلها بشكل حرفي كما وردت على لسان القائل/ة دون القيام بأيّ تعديلات. ونودّ الإشارة إلى تكرار ورود بعض الممارسات الإعلامية في أكثر من مستوى وعنصر لكننا اخترنا عرضها ضمن الموقع الأكثر تكراراً أو وضوحاً.

عينة التحليل ونتائج المسح

تضمّ العينة 70 مؤسسة إعلام سوري ناشئ، نتجت عن أحدث مسح قمنا به عام 2022، تتنوّع العينة حسب المقرّ وتاريخ التأسيس ولغة ووسيطة الإنتاج. اهتمّ البحث الحالي بمعياريّ اللغة ووسيطة الإنتاج، ليتم استهداف التلفزيون والراديو التي تبثّ برامجها عبر الإنترنت وباللغة العربية. أما عدد المؤسسات فقد تم اختياره ليُلائم موارد فريق التحليل من حيث عدد المُحلّلات والمدة الزمنية المخصصة للتحليل

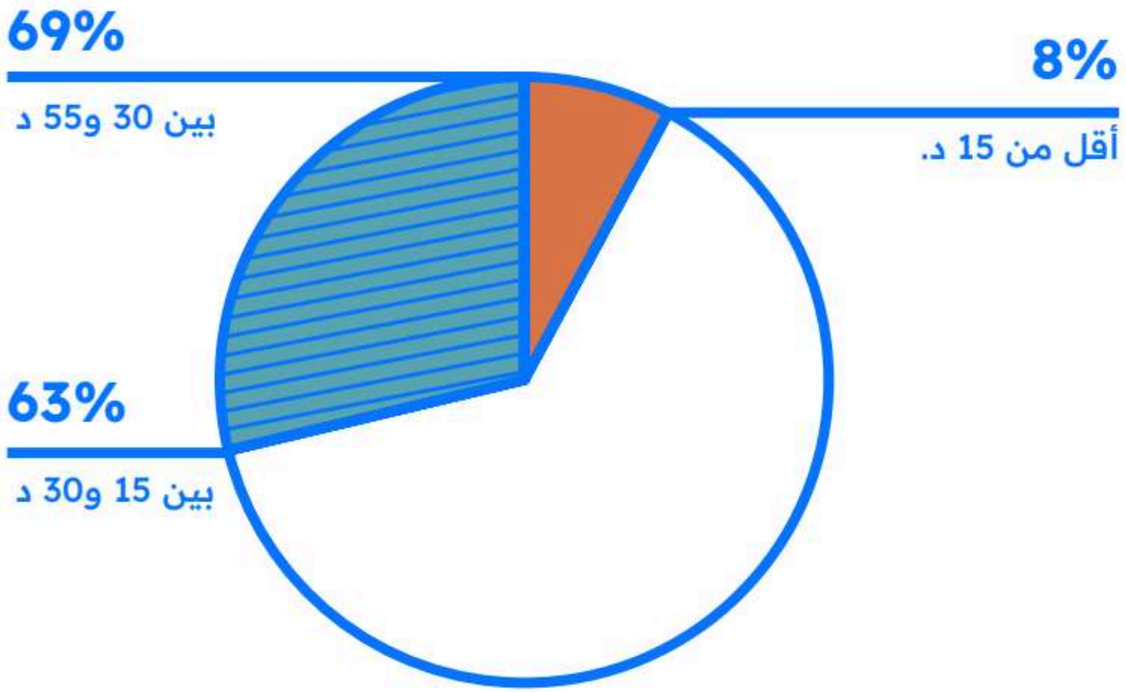
قمنا بمسح أولي لبرامج النساء التي بثتها تسع مؤسسات من العينة بين 2018 وحتى كانون الثاني 2023، ليتبين أن أربع منها احتوت على برامج موجهة للنساء ضمن الفترة الزمنية المحددة. أضفنا ثلاث مؤسسات إلى العينة، **لتشمل العينة القصدية النهائية تسعة برامج أنتجتها سبع مؤسسات.**



ومن أجل تحديد ماهية البرامج الموجهة للنساء قبل الشروع بالمسح؛ تم الاعتماد على المؤشرات المباشرة أو غير المباشرة من قبل المؤسسة الإعلامية المُنتجة. والتي غالباً ما وضّحت ذلك في وصف البرنامج، في عبارات مثل: **«مخصص للسيدات»، «نناقش قضايا ومواضيع تهم المرأة السورية»، «برنامج يهتم بقضايا المرأة»، «برنامج يهتم بأخبار المرأة».** أو من خلال أسماء البرامج، التي احتوت على كلمات مباشرة مثل: **(امرأة، نساء، نسائية)** أو غير مباشرة كاستخدام صيغة المؤنث حصراً. أو حتى من خلال الشارة البصرية للبرنامج التي ظهرت فيها نساء بشكل أساسي.

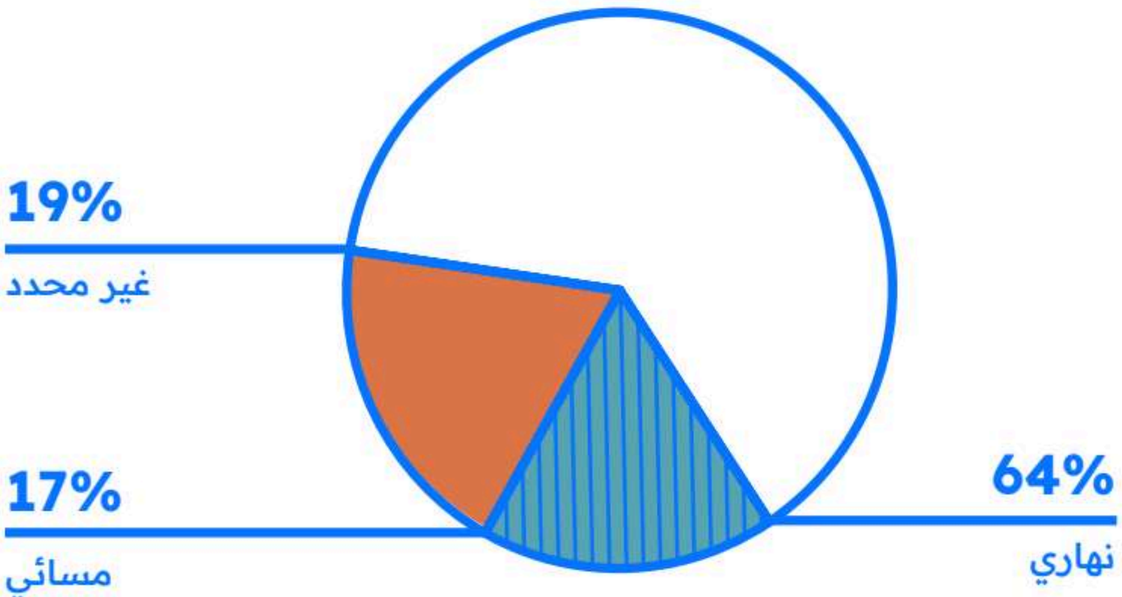
أما عينة الحلقات؛ فقد شملت **52 حلقة**، وهي عبارة عن أول ثلاث حلقات وأحدث ثلاث حلقات من كل برنامج في وقت إجراء المسح - أو جميع حلقات البرنامج في حال احتوى على أقل من ست حلقات - وفقاً لترتيبها الزمني على الموقع الإلكتروني الخاص بكل مؤسسة. وذلك لربط التحليل على مستوى النص بالسياق الأوسع المُتأثر بالزمن، ولرصد ما يُحتمل أن يسببه عامل الوقت من تغير أو تطور في أنماط البرامج. وتراوحت مدة الحلقات **من 12 دقيقة إلى 55 دقيقة** كما هو موضح في الشكل أدناه.

مدة الحلقة بالدقيقة



أكثر من نصف العينة بثت أو نشرت حلقاتها في النهار (بين 08:50 صباحاً و 05:30 مساءً توقيت سوريا)، بينما 17% فقط من الحلقات كانت في أوقات الذروة، أو لنقل؛ خارج أوقات العمل الرسمية المتعارف عليها تقليدياً.

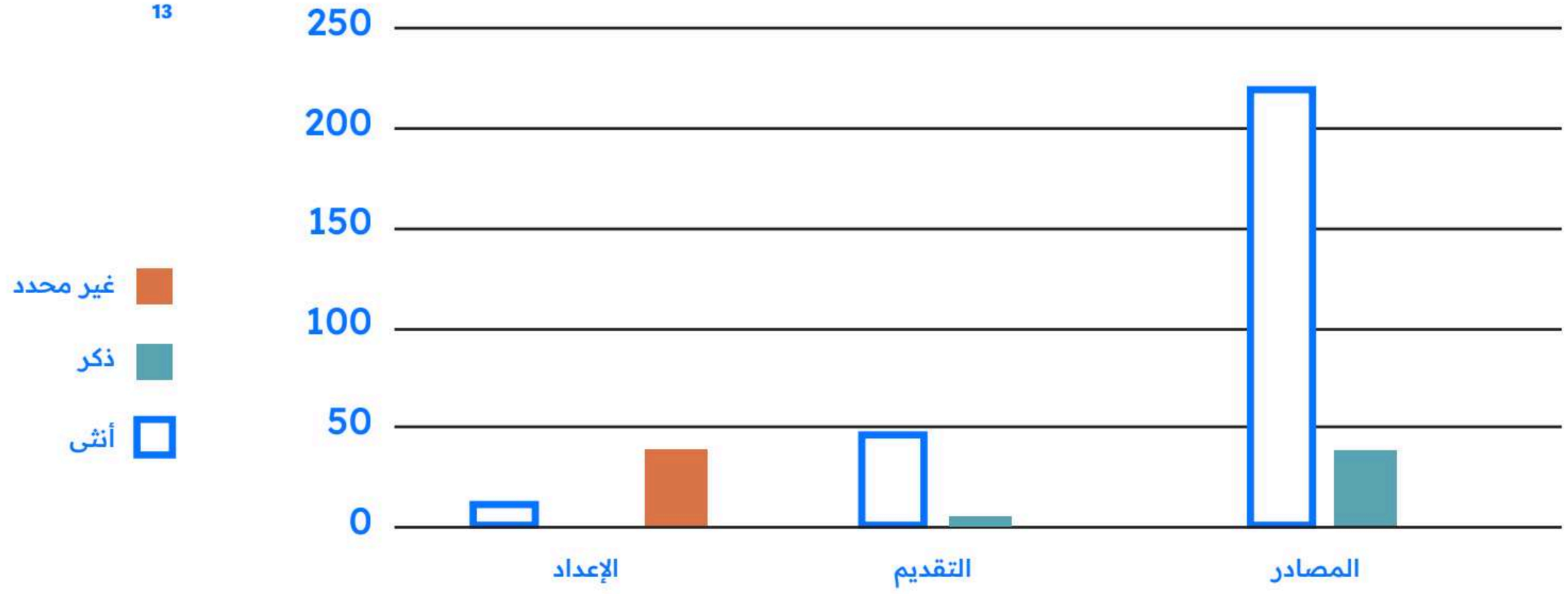
وقت البث/النشر



في حين أن نتائج الإحصائيات العالمية للمصادر الإعلامية تشير إلى فجوة جندرية كبيرة لصالح الرجال، حيث تحضر النساء كمصادر بنسبة ضئيلة (26% في التلفزيون، 23% في الراديو، عام 2020)[11]؛ فقد اختلف الأمر ضمن عينة هذا التقرير؛ إذ فاقت نسبة النساء كمصادر - شاهدات - في العينة مثيلتها من نسبة الرجال كمصادر بفارق كبير. ما يؤشّر إلى ارتباط النتيجة بنوعية عينة البحث التي تم تصميمها لاستهداف الجمهور من النساء.

كذلك الأمر بالنسبة للنساء كمُعدات ومُقدمات للبرامج في العينة، على عكس النسب الصادرة عن الدراسات العالمية. مثلما تبيّن دراسة المؤسسة الدولية للإعلام النسائي بأن النساء تمثّلن الثُلث فقط من نسبة القوى العاملة في الصحافة بدوام كامل في الشركات الممسوحة البالغ عددها 522[12]. فإذا ما قارنّا النسب الخاصة بعينة البحث الحالي ذات الجمهور المحدد المستهدف، بتلك الصادرة عن الدراسات العالمية للقطاع الإعلامي العام؛ فيمكن ملاحظة أن نتيجتنا استثنائية ومرتبطة بخصوصية البرامج التي يمكن وصفها بأنها من النساء إلى النساء.

نسبة مشاركة النساء والرجال



11. Sarah Macharia, Monika Djerf-Pierre, Karen Ross, Maria Edström and Sandra Lopez, 2020. Who makes the news. Global Media Monitoring Projects.

12. Carolyn M. Byerly, 2011. Global report on the status of women in the news media. The International Women's Media Foundation.

13. تم جمع البيانات يدوياً عن طريق فريق المسح، ما يعني أن النتائج قد لا تكون دقيقة بنسبة 100% بسبب الأخطاء البشرية المحتملة. يجدر بالذكر أن الأخطاء الإحصائية المُتوقعة لا يمكن أن تشكّل فارقاً كبيراً على النتيجة النهائية، بسبب مرور العينة في مرحلتين من الرصد.

نتائج التحليل

أولاً: ماذا قيل؟

في بحثنا في مواضيع البرامج الإذاعية والتلفزيونية الموجهة للنساء والتي ناقشت قضاياهن، ننطلق من رؤية أن قضايا النساء جزء من قضايا المنظومة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والمنظومات الأخرى الأوسع. كما تأتي هذه القضايا من وجود تمييز ممنهج مباشر يمارس ضدهن من قبل المنظومة بمؤسساتها كافة (سياسياً، اقصادياً وتعليمياً...) وعلى صعيدها الاجتماعي ويتم تدويره كجزء من ثقافة أبوية تعززه كممارسة. تخص قضايا النساء المجتمع ككل، مع العلم أنهن المتأثرات المباشرات. بالتالي نرى أن المسؤولية جماعية في البحث في هذه القضايا وتقديم حلول لها.

شملت العينة كما تمّ توضحيه في المنهجية، البرامج التي تضمنت مؤشرات تتوجه بها المؤسسة للنساء. وبذلك، تنوعت مواضيع العينة وشكل وبنية البرامج بين برامج تقدم أخبار وتقارير خاصة بالنساء، وبين مواضيع خاصة بالتدبير المنزلي والعائلة والجمال والصحة، وبين برامج سياسية واجتماعية متنوعة.

على ضوء تنوع البرامج، بحثنا في محتواها ضمن معيار ينظر في مدى تطرق الموضوعات لقضايا الامتياز والتهميش وعلاقات القوى على كافة الأصعدة ومنها الاجتماعي والسياسي....الخ.

في سياقات يتم فيها التمييز ضد النساء من خلال ممارسات تهمشهن على أساس جندري، تصبح مناقشة هذه الممارسات إعلامياً وكشفها والبحث فيها أمراً محورياً على طريق التغيير. بالتالي ضمن المجال الإعلامي، فإن تقديم منصات لنقاش المواضيع التي ينتج عنها التهميش والظلم، هي من استراتيجات مواجهتها ولنشر معرفة توضح آليات التمييز لوقفه.

تبين من خلال العينة انقسام مواضيع البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى مواضيع تعالج السياقات التي تميز ضد النساء على أساس جندري، وأخرى تأخذ منحى تنميطي يعزز الأدوار الجندرية. ضمن الجدول التالي نسعى لتقديم نماذج عن مواضيع العينة بتقسيمها إجرائياً بين مواضيع حساسة جندرياً ومواضيع تنميطية. نقصد بالمواضيع الحساسة جندرياً - لهذه العينة تحديداً -، المواضيع التي تحمل عدسة تبحث في السياق العام الذي ينتج عنه التمييز ضد النساء والتي تسعى لوقفه عن طريق تحليله أو التوعية به. تتجنب المواضيع التي تلتزم الحساسية الجندرية التعميم وتعزز منظور جندري متوازن يطرح مواضيع النساء كقضايا مجتمعية وليس كقضايا خاصة بالنساء.

في المقابل، نقصد بالمواضيع التنميطية، تلك التي تعزز التصورات التي تضع النساء في قوالب وأدوار محددة وتم تصميمها مسبقاً لتتماشى مع الرؤية الاجتماعية الأبوية للجندر. والتي تعيق بدورها تمتعهن بحقوقهن، وقد لا تتطابق مع تصوراتهن واحتياجاتهنّ.

مواضيع حساسة جندرياً	مواضيع تنميطية
تزويج الطفلات والبحث في العنف وأسبابه.	مواضيع تناقش قضايا التجميل والأناقة والأزياء والتي توجهت بشكل رئيسي للنساء.
مناقشة العنف من عدة نواحٍ سواء كان عنفاً أسرياً أم عنفاً قائماً على النوع الاجتماعي.	برامج مخصصة للنساء والعائلة تم مناقشة مواضيع تتعلق بالأطفال وتعليمهن/م وصحتهن/م والمسؤوليات الرعائية والمنزلية دون التوجه للرجال كمعنين.
التطرق لقوانين الأحوال الشخصية وحق النساء السوريات في منح الجنسية لأطفالهن/طفلاتهن.	مواضيع تقوم على ثنائية متناقضة تفترض أن عمل النساء ورضاهن عن أنفسهن هو بالضرورة مناقض لرضى المجتمع.
حق النساء في التعلم وحقهن في العمل وفي المشاركة السياسية.	
التحديات التي تواجه النساء وتقديم نماذج عن تجاربهن في مخيمات اللجوء والتهجير.	
تقديم نماذج لقصص إنسانية تبين سعي النساء لتحدي ظروف التهميش والاضطهاد.	
ناقشت بعض المواضيع الأوضاع الاقتصادية في ظل الحرب والتهجير القسري واحتياجات النساء للعمل والتمكين الاقتصادي.	
عدد من حلقات المشاريع المحلية والتي تديرها النساء أو يسهمن بعملها والمبادرات النسائية.	
تم تقديم عدد من إنجازات النساء على الصعيد الرياضي والإنساني والحرفي والمهني.	

مثال عن مواضيع حساسة جندرياً:
حلقة بحثت في قصة إنسانية لرياضية حققت إنجازات في مهنتها.

التعليق:
يساهم تقديم نماذج لنساء ناجحات بتحدي تنميطهن كضحايا عاجزات ويسلط الضوء على إنجازاتهن.

مثال عن المواضيع التنميطية:
في إحدى الحلقات تم التوجه للنساء دون الرجال بسؤال حول كيفية تثقيف الأسرة وحمايتها من مرض كورونا.

التعليق:
جاء السؤال انطلاقاً من افتراض قيام النساء بأدوار رعائية وبالتالي وقوع مسؤولية حماية العائلة وتوعيتها عليهن. أي أنه بدل التوجه للآباء والأمهات لنشر الوعي؛ يقتصر البرنامج على النساء وكأنهن المسؤولات الوحيدات عن الرعاية الصحية للأسرة.

من خلال الجدول يتبين أن عدد برامج النساء التلفزيونية والإذاعية التي تطرقت لمواضيع تبحث في سياقات التمييز القانوني والمجتمعي والاقتصادي..الخ فاق عدد المواضيع التي تنطلق من تصورات تنمط النساء. بالتالي غلب على مواضيع العينة حمل رسائل جدية بتطرقها لمواضيع ساخنة ترتبط بالقوانين والمنظومة الاجتماعية السائدة.

مما سبق، فإننا سعينا للبحث في كيفية معالجة مواضيع العينة وبكيفية بنائها ضمن القوالب الإعلامية من ناحية اختيار المصادر، وإدارة الحوار، وتوظيف العناصر الإعلامية، وذلك لتعزيز الرسالة وتدعيمها فيما يتبع من محاور في التقرير. فمعالجة القضايا المتنوعة لا يقتصر على ماتحمله من رسالة، بل على كيفية تقديم هذه الرسالة من ناحية توظيف العناصر الإعلامية المتنوعة لخدمة الرؤية الشاملة. من هنا يأتي القسم اللاحق ليناقش كيفية طرح المواضيع، للنظر إن كانت برامج النساء الإذاعية والتلفزيونية في العينة تقدم رسالة متوازنة وحساسة جندرياً كعمل متكامل العناصر.

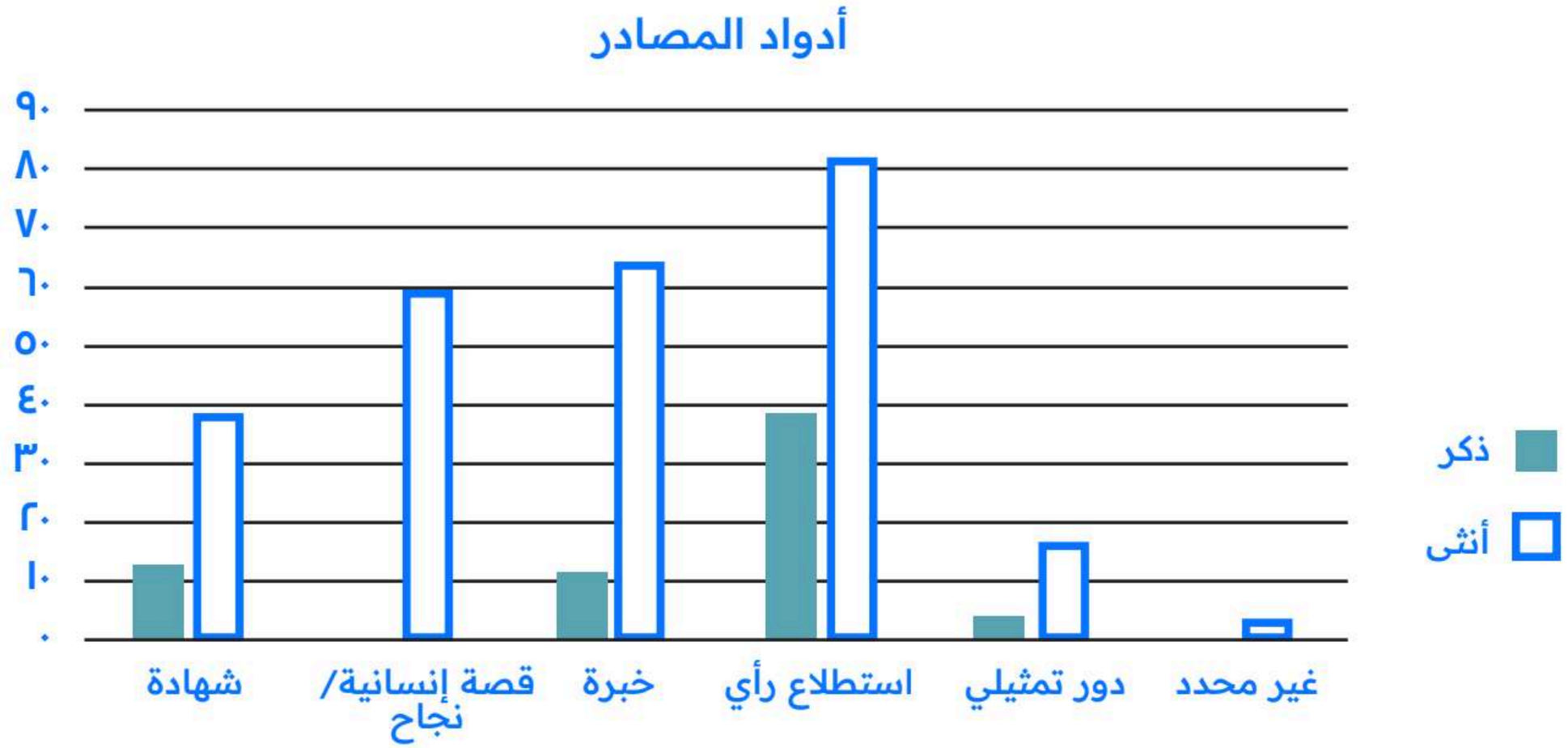
ثانياً: من القائل/ة؟
حضَرت النساء كمصادر ضمن العينة بنسبة تفوق حضور الرجال بفارق كبير، الأمر الذي يمكن تفسيره بطبيعة العينة كبرامج تعالج مواضيع محددة تفترض أنها خاصة بالنساء، وتستهدفهنّ على وجه الخصوص كجمهور أساسي. على عكس نسب تواجدهنّ في المساحات الإعلامية غير المخصصة لجمهور معين، والتي تعالج مختلف وكافة المجالات –كما وضّحنا في قسم المنهجية–. حيث بات من الممكن وصف هذه البرامج بأنها من النساء إلى النساء، بظل الحضور الكمّي الباهت للرجال. بناء عليه، فإن التحليل على هذا المستوى؛ ليس بصدد رصد مدى التوازن في التمثيل بين النساء والرجال. وإنما نراه معنياً بفهم وتفسير غياب الرجال (غير المُعتاد) وكيفية حضورهم الخجول وأشكال تفاعلاته.

يبدو من النتائج الحالية أن معالجة القضايا التي تؤثر على النساء، تحدث ضمن رقعة محددة ومصممة مسبقاً لهذا الغرض. وتنشغل بذلك النساء بشكل أساسي في حين يتواجد الرجال في المساحات الأخرى الأعمّ والأشمل. فالإشراك المحدود للرجال في هذه الحالة يدلّ على النظر إلى المواضيع والإشكاليات المطروحة على أنها خاصة بالنساء فقط، مع تجاهل علاقة الرجال بالواقع الجماعي وتأثرهم وتأثيرهم به.

إذ ينغمس الطرح الإعلامي في ثنائية الجندر (نساء - رجال) النمطية والمتناقضة، ويتبنّاها، وينطلق منها. ومن ثم يستبعد الرجال كفاعلين في هذه المعادلة، وهو بشكل آخر إعفاء لهم من المسؤولية في المساهمة بخلق أو بإنهاء التمييز والعنف ضد الفئات الاجتماعية الهشّة. وفي

الوقت عينه، هو إغفال للديناميكية المرنة والمتغيرة لعوامل الامتياز والتهميش ضمن النظام الأبوي التي يمكن لها أن تجعل من رجل -في مكان وزمان ووضع ما- أقرب للتهميش من امرأة أخرى – في مكان وزمان ووضع آخر-.

وعلى الرغم من صغر المساحة التي شارك بها الرجال ضمن العينة، إلا أنه كان لا بدّ من فحصها ورصد أنماط تفاعلاتهمّ مع المواضيع المطروحة. يوّضح الرسم البياني أدناه نسب حضور كلاً من النساء والرجال في العينة كمصادر بناء على طبيعة أدوارهنّ/م.



توضيح معنى تصنيفات الرسم البياني: • **شهادة:** المشاركة كصاحبات وأصحاب تجربة أو رأي في الموضوع المطروح. • **قصة نجاح:** المشاركة كمحور القصة وبطلتها. • **خبرة:** المشاركة كخبيرات وخبراء لمعالجة الموضوع المطروح من وجهة نظر علمية. • **استطلاع رأي:** المشاركة عن طريق استطلاع رأي إعلامي بشكله التقليدي. • **دور تمثيلي:** المشاركة عن طريق لعب دور شخصية في مقطع تمثيلي. • **غير محدد:** لم يتمكن فريق التحليل من تحديد دور المصدر.

برز حضور الرجال بالنسبة الأعلى كمشاركين في استطلاعات الرأي التي نفّذتها البرامج، ونعرض في الجدول أدناه نسب مشاركة كلاً من النساء والرجال في كافة الاستطلاعات التي وردت ضمن العينة:

الموضوع	عدد الرجال المشاركين	عدد النساء المشاركات
إذا كان في عندهم (الشباب) قبول يتزوج من امرأة أرملة أو مطلقة؟	6	0
ماذا يعرف سكان (...)[14] عن حقوق المرأة وهل يرون أن المرأة نالت حقوقها؟	4	3
إدخال مادة التربية الجنسية في المدارس	3	0
هل تشجع إكمال المرأة لتعليمها بعد الزواج، أم لا، ولماذا؟	3	2
أهمية تعليم المرأة	4	1
سبب ارتفاع زواج القاصرات	3	2
أسباب تزويج القاصرات	3	2
حق المرأة في العمل	4	2
هل مساعدة الرجل لزوجته في الأعمال المنزلية هي انتقاص لرجولته	5	7
نظرة المجتمع للمرأة التي تتعرض للعنف جراء النزاعات	2	3
تعليم الفتيات	0	6
كيف يرى الشارع السوري تمكين المرأة؟	0	3
من أين يحصلن (النساء) على المعلومات الخاصة عن مرض كورونا وكيفية الوقاية منه؟	0	6
ما بعد الخيانة الزوجية ....هل استمرار الزواج ممكن أم خيار الانفصال هو الحل الأمثل؟	0	11
بين رضى المرأة عن ذاتها وبين ارضاء المجتمع	0	6
سبب تغيب المرأة عن صناعة القرار السياسي	0	5
سبب تأخر النساء في الزواج	0	5
قضية المرأة في يومها العالمي هل حصلت المرأة حقوقها؟	0	4
عن الإدارة الذاتية وحقوق النساء	0	4
أسباب العنف واستهداف النساء	0	3
أوضاع النازحات في مخيمات النزوح في العراق	0	2
أسباب انتشار جرائم قتل النساء	0	3

نسبة أعلى للرجال

نسبة أعلى للنساء

14. يعتمد البحث هذا الرمز كطريقة لإخفاء أسماء الأشخاص أو المؤسسات أو الأماكن أو المناطق...الخ.
على اعتبار أن غياب هذه المعلومات لا يؤثر على مضمون التحليل، ويساعد بالمحافظة على خصوصية الأفراد والجماعات المُشار إليها.

ليس من الممكن إرجاع نتائج البيانات الواردة بالجدول لأسباب وتفسيرات محددة بشكل قاطع ومطلق؛ في ظل العوامل المتعددة التي تتحكم بالقرارات اليومية داخل الصناعة الإعلامية، كالوقت والموارد المتاحة للتحضير والتنفيذ لكل مؤسسة. إلى جانب السياق الاجتماعي والظروف الخارجية المفروضة. أي أن الفوارق في نسب المشاركة تبعاً للجندر قد تعود بأسبابها إلى ظروف اجتماعية أو أمنية في مناطق جغرافية معينة تؤثر على مدى سهولة أو صعوبة حركة النساء وتواجدهنّ في المساحات العامة الواقعية والرقمية، وفي الإعلام. بالإضافة للأسباب المتعلقة بطبيعة العمل الإعلامي الذي غالباً ما يفرض تنفيذ المهمات خلال وقت سريع. دون استبعاد أهمية امتلاك الرغبة والمهارة في مراعاة التوازن الجندري لدى العاملات والعاملين في الإعلام.

أياً ما كانت الأسباب، فقد أدت إلى نمط ملفت وهو تفوق نسبة مشاركة الرجال في أسئلة دقيقة تحتاج إلى اتخاذ قرار ضمن خياري القبول أو الرفض، مثل: هل تتزوج من امرأة مطلقة أو أرملة أم لا؟ هل نعلم الأطفال حول الصحة الجنسية أم لا؟ هل تشجع إكمال المرأة تعليمها بعد الزواج أم لا؟. وهو ما يتماشى مع الأدوار الجندرية النمطية الناتجة عن علاقات القوى غير المتوازنة التي تسحب وكالة النساء عن أنفسهنّ وتسلّمها لأوصياء عليهنّ وغالباً ما يكونوا رجال العائلة.

في المقابل؛ فإن موضوع كالوقاية من مرض كورونا توجه حصراً للنساء على اعتبارهنّ مقدمات للرعاية. وكذلك الأمر بموضوع الخيانة الزوجية[15]؛ حيث تم استبعاد الرجال كمُعرضين للخيانة وتقديمهم كمُرتكبين لها فقط. وهو ما ليس ببعيد عن المُعتقدات الاجتماعية المبنية على الذكورة السّامة التي ترى أن تعرّض الرجل للخيانة يُنقص من رجولته - بمعناها التقليدي الذي لا يتنباها البحث -، أما تعرّض المرأة لها فمُعتاد ويمكن مناقشته.وعلى صعيد المشاركة كشاهدات/ين وخبيرات وخبراء؛ فقد وردت بعض الأمثلة التي تستحق التوقف عندها:

مثال:

تستضيف إحدى الحلقات أخصائياً في الطب النفسيّ، وإعلامية، ومختصة اجتماعية للحديث عن «الخيانة الزوجية» وأبعادها على العلاقة. وتكون الخبيرة بصدد التعليق على الموضوع لتنتقل المذيعة إلى الخبير وتطلب منه التعقيب على رأيها: أستاذ (...) شو رأيك بكلام (...)؟ ثم تُخصص له المساحة الأكبر للمتابعة بالحديث عن الموضوع من وجهة نظر علمية.

التعليق:

على الرغم من أن المصدرين خبيران إلا أن التعامل مع كل منهما كان مختلفاً، حيث تم التعامل مع الخبيرة كصاحبة تجربة (امرأة تتعرض للخيانة) في حين بقي الخبير في موقع المعلق العلمي والموضوعي.

15. نُعيد استخدام مصطلح "الخيانة الزوجية" كما ورد في الحلقة قيد التحليل، بعيداً عن الغوص في تعريفه أو تبني حُكماً أخلاقيا حياله.

مثال:

في حلقة تتحدث عن ظروف العيش في مخيمات النزوح واللجوء بالنسبة للنساء تم استضافة ثلاث نساء ورجل يعشن جميعاً في مخيمات. طُرحت على جميع النساء أسئلة مماثلة وتمحورت حول الصعوبات والتحديات التي تواجههن ومشاعرهنّ حيالها، في مقابل سؤال الرجل عن كيفية التصرف لمعالجة تلك التحديات أو الحد منها.

التعليق:

حصر النساء ضمن قوالب «سلبية» (متضررة، ضحية، عاجزة) وتجاهل أدوارهنّ في عمليات التفكيك والمقاومة والمسائلة والتغيير، بمقابل إشراك الرجال فيها وتصويرهم كفاعلين ومؤثرين. أي تبنّي ثنائية (الفاعل: رجل، والمفعول به: امرأة). وعلى الصعيد الإعلامي؛ (ثنائية «الخبير: رجل، والشاهدة: امرأة).

مثال:

تستضيف إحدى الحلقات صانعتيّ محتوى على اليوتيوب للحديث عن هذه التجربة الحديثة والتحديات التي تواجههنّ كنساء. وفي القسم الأخير من الحلقة تتم استضافة رجل متابع لليوتيوب من أجل تقييم تلك التجربة.

المذيعة: كتير فخر النا كسوريين وجود هيك نساء فتحوا لأنفسهن مجال ليقدموا فائدة ويستفيدوا كمان بمصدر دخل مادي كتير منيح. لكن المتلقي من اليوتيوب شو وجهة نظرو؟ وبالأخص الرجل السوري الشرقي، هل هو متقبل كمان لوجود المرأة من خلال هيك منصة؟ لنحكي أكتر عن هالموضوع بينضم النا السيد (...) وهو أحد متابعين قنوات اليوتيوب. {...}[16] نحنا بعاداتنا وتقاليدنا الاجتماعية الصبية ما بيصير كتير تطلع، أو أنو بتكون محاربة ببعض الأحيان، هلأ لأ التغت هي القيود كلها وطلعت البنت ووقفت وحكت قدام الكاميرا وانوجدت، شو رأيك انت بالعائلات مثلاً الي بتمنع بنتا أنو تطلع وتشارك محتوى على قناة عاليوتيوب؟

الضيف: هلأ هون في عنا مشكلتين، المشكلة الأولى ازا كان في حدا عندو محتوى جيد لكن واجه هاد المنع بسبب هي القيود فهاد الشي عم يحرمنا نحنا من المحتوى الجيد ما عم يطلع. بالمقابل كمان، في حدا عم يرسم صورة سيئة عن اليوتيوب خاصة بموضوع الصبايا لأنو في أوقات منشوف أنو في عالم بدها تتحرر من قيود فبتتحرر زيادة عن اللزوم بطريقة مبالغ فيها فهاد الشي بيرسم حواجز للعالم أكتر أنو لأ معناها اليوتيوب شي سيئ، أي وحدة بدها تطلع عاليوتيوب فهي حتطلع بصورة سيئة أو بصورة هي المتحررة زيادة عن اللزوم ازا فينا هيك نقولها.

التعليق:

تتناول الحلقة عمل النساء في مجال حديث نسبياً، بالنسبة للعديد من المجتمعات وتحديداً إذا ما مارسته النساء. تؤشر استعانة الحلقة بشهادة رجل على وجه الخصوص لمعرفة مدى تقبله للأمر، إلى وضعه في مكانة الحَكَم والمرجع للقواعد الاجتماعية التي تحكم الأفراد. جدير بالملاحظة أن المصدر لم يتوانَ عن تقييم المحتوى النسائيّ بين قطبية الجيد والسيء من منظاره الشخصيّ للأخلاق. وبدورها المذيعة تردّ ب «تمام» وتسأله عن قنوات اليوتيوب التي يقوم بمتابعتها، ثم تسأله: «طيب برأيك المحتوى الي بيكون مانو جيد، ممكن نحنا نقدر نحاربو بطريقة ما ولا خلص يلا هاد انوجد عاليوتيوب لأنو هو مساحة للكل لحتى يطلع ويظهر مواهبو؟». وأخيراً، ترد هذه الخاتمة: البعض أحسن الاستخدام وكان مثال يُقتدى فيه والبعض الآخر مع الأسف ما كان يعرف الصح». لتنتهي الحلقة دون أن توضح المذيعة معيارها أو معيار الضيف لتقييم كل من الجيّد والسيء أو «الصح».

16. يعتمد البحث هذا الرمز للإشارة إلى اختصار جزء من الكلام المقتبس بسبب عدم ارتباطه أو محوريته في سياق النص.

ثالثاً: كيف قيل:

1 . المحادثة

تُعتبر إدراة الحوار أثناء الحلقات التلفزيونية والإذاعية من العناصر الأساسية لنجاح المسعى الإعلامي، وللمذيعة والمذيع دور رئيسي ضمن هذا الجهد. والذي يبدأ مبكراً، منذ التحضير للحلقات والإعداد لها واختيار موضوعها ومحاورها، ويستمر أثناء البث أو التسجيل مع الضيف/ة. فأثناء الحوار يحدد حضور المذيع/ة مجرى الحوار ويضبط إيقاعه بما يناسب الغرض الأساسي منه. ومن ذلك، تأتي أهمية دوره/ا والذي تضعه الباحثة أوكيف بمكانة (المدير/ة) في بحثها:

«إحدى السمات المميزة للتفاعلات الثنائية في الخطاب الإعلامي هي أن أحد المشاركين/ات، عادة المقدم/ة أو المضيف/ة، يتمتع بسلطة مؤسسية أكبر من غيره. ومع هذه القوة تأتي مسؤولية إدارة الخطاب ضمن التفاعل. ويأتي دوره ك»مدير/ة». في بعض الأحيان، يمكن التقليل من هذا الدور لجعل التفاعل يبدو أكثر تناسقًا أو شبه حميمي، ولكن عادةً في واقع سياق البث، يتم تخصيص السلطة مسبقًا للمقدم/ة أو المضيف/ة. وهذا واضح بشكل خاص عندما ننظر لكيفية إدارة التفاعلات.»[17]

من المهم بيان أن أهمية دور المذيع والمذيعة في إدارة الحوار، لا تحصر العملية الإعلامية به/ا. بل نبحث في هذا الدور مع علمنا بأنه جزء من فريق أكبر ومؤسسة ذات أيديولوجيا محددة. وفي لحظات يصبح صعباً الفصل بين جهود الفريق ورصد تأثير كل المساهمات أثناء متابعة حوار مباشر أو مسجل، لذا تأتي الإشارة لدور المذيع والمذيعة كتحديد للأثر المباشر المُلاحَظ والذي تتم صناعته مسبقاً عبر عملية طويلة.

فقد تُحضِر الأسئلة مجموعة من الفريق، بينما تختار الموضوع مجموعة أخرى. لكننا هنا نسلط الضوء على دور المذيعة والمذيع بوصفهن/م ممثلات وممثلين للفريق وللمؤسسة ولسياساتها الإعلامية بشكل مباشر. في الوقت عينه، لا يلغي ماسبق، من كون المذيع والمذيعة يمتلك هوية خاصة، بالإضافة لهوية المؤسسة العامة والتي تطبع سماتها الحوار. بحسب الباحثة أوكيف، تضفي شخصيات بعض المحاورات والمحاورين سمات قد تشكل روح البرنامج. لذا تبين الباحثة أوكيف أن الروح المرحة للبعض من المحاورات/ين هي السمة التي تطبع برامجهن/م بينما تصبح الجدية لمسة خاصة ببعضهن/م الآخر.

من المهم الإشارة أن سلطة المذيعة والمذيعة في البرامج هي محورية في إدارة حلقات البرامج التلفزيونية والإذاعية بغض النظر عن مدى شهرتهن/م وجماهيريتهن/م. أي أن الدور المنوط بهن/م من قبل الإذاعة يعطيهن/م مساحة لتحديد مسار حلقات البرامج وإدارة الحوار ضمنه، مع العلم أنهن/م جزء من فريق متكامل مشترك في مسؤولية تقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

وضمن هذه الرؤية التي تراعي تعقيد العمل الإعلامي وتداخل أدوار الفريق أمام ووراء الكاميرا أو المايكروفون، نبدأ البحث في دور المذيعة والمذيع بطرح الأسئلة في المقابلات المباشرة والمسجلة البصرية والصوتية على اعتبارها/ه أوضح ناقلة/ل للرسالة الإعلامية. وذلك عن طريق تفسير معانيها وتأثيراتها من أكثر من منظار، وهي: **الصفات والأدوار الجندرية، والعنف المبني على النوع الاجتماعي، والحساسية تجاه الضحايا والناجيات.**

17. نفس المصدر (2007).

1 . 1 . الأسئلة

1 . 1 . 1 . الصفات الجندرية

مثال:

في حلقة تتحدث عن «الخيانة الزوجية» وآثارها على الزواج ضمن خياريّ الانفصال أو الاستمرار، يتم طرح السؤال التالي على الضيف وهو أخصائي في الطب النفسيّ:

المذيعة: هل فعلاً أستاذ أنو المرأة مافيها تسامح؟

مثال:

في حلقة تتناول قصص نجاح لنساء في مجال صنع المحتوى على اليوتيوب، تطرح المذيعة السؤالين التاليين لضيفتيها صانعات المحتوى على اليوتيوب:

المذيعة للضيفة الأولى: من خلال قناتك، أكيد في منافسين عم يقدمو محتوى قريب للمجال الي انتي بتحكي فيه، ما صار شي هيك غيرة أو صابتك شي طرطوشة أو شي قصة صارت معك؟

المذيعة للضيفة الثانية: شو رأيك بالصبايا الي عم يطلعو عاليوتيوب والي هنن المحتوى تبعن فيني قلك بس عن حياتن اليومية ومقالب وهيك قصص، شو رأيك فين هدول انتي؟

التعليق:

تم بناء الأسئلة على أساس مغالطة منطقية تفترض وجود فئة اجتماعية متماثلة في السمات والسلوكيات الشخصية، وتسمّى»المرأة»، أو «النساء». ومن ثم، إسقاط افتراض نمطي مُسبق حول ماهيه تلك السمات التي يتمتع بها كافة الأفراد الواقعات تحت هذا التصنيف. وفي الحالة قيد التحليل؛ فقد تم ربط النساء كنوع اجتماعي بصفات نمطية شائعة كالحساسية العاطفية العالية (أو الأعلى، مقارنة بالرجال كنقيض)، والغيرة المُسيطرة على طبيعة علاقاتهنّ المهنية القائمة على المنافسة السلبية والتي سعت المذيعة لتأجيجها عن طريق أسئلتها في المثال الثاني. جدير بالذكر أن الضيفات لم يستجبن لذلك الاستفزاز حيث نفت الضيفة الأولى وجود غيرة، وأجابت الضيفة الثانية: «كل واحد كيف بيرتاح بيعمل فيديوهات» مشيرة إلى أن المحتوى الترفيهي هو أحد تصنيفات المحتوى أيضاً.

مثال:

في حلقة تتناول موضوع عمل النساء وتحديداً في الحالات التي أصبحن فيها المعيلات الماديات الأساسيات لعائلاتهنّ ترد مجموعة الأسئلة التالية للضيفات اللواتي يعلنّ عائلاتهنّ مادياً بمفردهنّ:

- بتحسي أوقات أني أنا تعبت، هي المسؤولية مو إلي نا؟
- لمين بتشكي لمين بتلجأي؟
- هي المسؤولية يلي أنتي شايلتيها ويلي هي كبيرة يلي هي برا البيت وجوا البيت شو أخدت منك أنتي كفلانة الأنثى؟
- وقت تشوفي غيرك زوجها مثلاً عم يقدملها والحياة عم تقدملها وهيك، ما بتسألي حالك ليش أنا أو شو بتردي لحالك أنتي وقت بتشوفي هاد الشي؟
- حاسة حالك قوية وقدرانة تشتغلي ولا ملاقية الموضوع كتير صعب؟

في حين تطرح السؤال التالي على ضيفها الرجل الوحيد في الحلقة، والذي لا يعمل وزوجته هي المعيلة:

- بتحس أنو إيديك مربطين، ما هاد الشي يلي بدك ياه، ما مكانك بالبيت، كيف بتعبر عن غضبك؟

مثال:

مجموعة من الأسئلة تكرر ورودها ضمن حلقات مختلفة من العينة تحدثت عن موضوع عمل النساء في المجال العام، أو تناولت قصص نساء عاملات:

- هل وازنتي بين عملك في المنزل وعملك في كمؤسسة موجودة في (...)؟
- هل انتي كإمرأة موجودة في هذا المكتب، هل توازنين بين عمل المنزل والعمل الموجود هنا؟
- ما بتحسي أنو الشغل برا البيت بيخلي الوحدة تقصر شوي عالبيت وولادها؟
- كونو النساء أمهات وموجودات في قسم (...) ودوريات 24 ساعة والعمل متواصل، كيف المرأة اليوم عم توازن بين منزلها وبين العمل بقسم (...)؟
- أكيد عندك ولاد؟

التعليق:

مثلما ورد في القسم السابق (الصفات الجندرية)؛ فيمكن للإعلام معالجة وظائف الإنسان الأسرية والاجتماعية والمهنية بناء على الصفات المرتبطة نمطياً بنوعه/ا الاجتماعيّ. وهو ما تُبرزه الأمثلة أعلاه جيداً، عندما نظرت إلى النساء كجماعة متماثلة، وأوكلتها أدواراً محددة مسبقاً. فعلى اختلاف الأسئلة ومواقع ورودها إلا أنها اشتركت بمعيار اجتماعيّ ثابت، وهو أن الأدوار الرعائية والأعمال المنزلية خاصة بالنساء حصراً، وعلى العكس، فإن العمل المأجور ومسؤولية الإعالة المادية خاصة بالرجال. وبالتالي، فإن أي استثناء هو شذوذ عن القاعدة. بناء عليه، وضمن سياق الحرب في سوريا وأبعادها الاقتصادية والاجتماعية؛ فإن هذا النوع من الخطاب يتعامل مع التغيرات في الأدوار الجندرية الناتجة عن الحرب كحالة اضطرارية، واستثنائية، ومؤقتة. فبدلاً من استغلالها كفرصة إيجابية لهدم البُنى النمطية للجندر وإعادة بنائها من خلال المنظور التمكيني والمعالجة الإعلامية المعمّقة التي تستهدف أشكال التمييز ضد النساء في المنظومات الأسرية والاجتماعية والمهنية والسياسية على اعتبارها ظروف خارجية تعيق النساء وتعزز من أعبائهنّ، نلاحظ الغوص غير المجدي للإعلام في الصفات والأدوار الجندرية النمطية المبنية على ثنائية الأنوثة والذكورة، وبالتالي إعادة إنتاجها بما لا يساعد النساء حتى ولو بشكل مؤقت، بل يعيد حصرهنّ في التوقعات الاجتماعية التي تفترض تماثلهنّ، وتبقيهنّ عالقات في عجلة التهميش بمقابل السيطرة الذكورية.

1 . 1 . 3 . العنف المبني على النوع الاجتماعي

مثال:

في حلقة تتحدث عن ظروف العيش في مخيمات النزوح بالنسبة للنساء؛ تكرر جميع الضيفات كنساء يعشن في مخيمات التأكيد على افتقادهنّ للخصوصية والأمان. فبيّنت إحداهنّ مثلاً أنها لا تستطيع مغادرة غرفتها بسبب منع تجوال النساء داخل المخيم وفرض نوعية ملابس معينة عليهنّ. ليتم طرح السؤال التالي عليهاّ:

المذيعة: برأيك لحتى هي المخيمات تكون صالحة للحياة بالنسبة للنساء خلينا نقول، متل ما بتعرفي أنو هي المرأة بحاجة أمان بحاجة مستلزمات خاصة بحاجة كتير أمور، شو في ممكن نحن بهي المخيمات لحتى تكون صالحة لوجود النساء فيها؟

مثال:

في حلقة تتناول الصعوبات التي تواجه الطالبات في إحدى الجامعات، يتم طرح السؤال التالي للضيفة وهي عضوة في الهيئة الإدارية للجامعة:

المذيعة: هل بتورد لعندكم أي شكاوي من قبل الطالبات أنو في سوء معاملة لالها من حدا أو في مشاكل عم تواجهها داخل الجامعة ولا ما عم تواجهوا هيك موضوع؟ يعني أوقات بنسمع انو شب ضايق صبية.

التعليق:

تلتزم نوعية الأسئلة أعلاه والخيارات المعجمية فيها بما يسمى باللغة الغامضة كأحد أساليب التحوّط الذي تعتبره أوكيف بأنه استراتيجية للمُداراة والتقليل من التهديد المباشر أو التحدّي عن طريق اعتماد صيغ مُخفَّفة أو مُنعَّمة من أشكال أكثر مباشرة[18]. وهو ما يمكن تسميته أيضاً باللغة الخجولة، التي يشتهر بها الخطاب الإعلامي عموماً عندما يتطرق للمواضيع المحظورة اجتماعياً. وللأسف؛ ما زال العنف القائم على النوع الاجتماعي والصحة الجنسية والإنجابية للنساء بعضاً من هذه المحظورات في كثير من الأحيان. فمن الجدير بالملاحظة ابتعاد المذيعة في المثال الأول عن الحديث مباشرة عن احتياجات الصحة الجنسية والإنجابية للنساء، والعنف القائم على النوع الاجتماعي، والحق في البيئة الآمنة، واستخدام صيغ غير واضحة أو دقيقة مثل «المرأة بحاجة أمان {...} مستلزمات خاصة {...} بحاجة كتير أمور {...} صالحة لوجود النساء فيها». واستمرت الممارسة عينها على مدار الحلقة كاملة، لتنتهي دون أن تتم تسمية العنف والاحتياجات الصحية النسائية بشكل واضح.

وكررت المذيعة في المثال الثاني الممارسة عينها، حين استبدلت كلمات مثل «عنف أو تحرش جنسي» بصيغة ضبابية وتلطيفية مثل «شب ضايق صبية». وفي الحالتين، لم توظّف المذيعات دورهنّ الإداريّ ضمن المحادثة من أجل الإشارة إلى جذر المشكلة وجعلها مرئية كخطوة أولى للحدّ منها. الأمر الذي قد لا يكون عائداً بالضرورة لقلة خبراتهنّ أو حساسيتهنّ، بل ربما لقيود يفرضها السياق الأمنيّ. إنما، الاحتمالان يُؤشران إلى محدودية قدرة الإعلام على تقديم معالجة معمقة للأمور الأكثر إشكالية مما تواجهه النساء.

18. نفس المصدر (2007).

مثال:
في حلقة تتحدث عن ارتفاع حالات تزويج الطفلات، تطرح المذيعة السؤال التالي على الضيفة الباحثة الاجتماعية:

المذيعة: هنالك اختلاف ثقافات كبيرة ضمن المجتمع بنت بتعتبر صغيرة بدمشق ممكن ما تكون صغيرة بغير مجتمعات، برأيك شو هي معايير الرشد الحقيقية؟

مثال:
في حلقة تتحدث عن جرائم قتل النساء، باستضافة ثلاث خبيرات متخصصات بقضايا النوع الاجتماعي والعنف ضد النساء، تسألهنّ المذيعة ما يلي مع توجيه نظرها إلى الكاميرا كوسيلة لمخاطبة الجمهور:

المذيعة: دعونا ننتقل للنقطة حيث البعض يبرر هذه الجرائم والبعض ضدها لما تنطوي عليه من عنف، كيف تقرأين هذا الموضوع؟

مثال:
في حلقة تعالج ظاهرة تزويج الطفلات تسأل المذيعة ضيفتها الباحثة في علم الاجتماع ما يلي:

المذيعة: نلاحظ أن الأطباء الجسديين يؤكدون أن الأعضاء التناسلية غير قادرة حتى العلاقة الحميمة، فهل هذا اغتصاب لطفولتها بحسب تجربتك أنت أم أن الوعي والإدراك يؤثر في الفتاة؟

التعليق:
تشترك صيغ الأسئلة أعلاه بكونها توجيهية وتعتمد أسلوب الجمع بين أمرين متناقضين، كخيارين أو احتمالين أو رأيَين. وغالباً ما يتم اعتماد هذا الأسلوب في الإعلام لغايات تحقيق التوازن والتعدد الأيدولوجي والابتعاد عن الطرح الأحاديّ الصارم. وقد يكون ذلك فعالاً لمعالجة القضايا التي تحمل أوجه متعددة وما زالت قيد النقاش والتداول في الأوساط المعنية. وتبيّن الأمثلة المدروسة اعتبارها العنف القائم على النوع الاجتماعي واحداً من هذه القضايا، أي أنه يحمل وجهين، قد يكون عنفاً في هذا المكان وبالنسبة لأشخاص معينين/ات، وليس عنفاً في مكان آخر ولأشخاص آخرين/ات. فتكمن الإشكالية في الاستمرار بمجادلة المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان، والبحث عن مداخل لتبرير العنف ضد النساء، أو إضفاء الشرعية على تأييده. ما يؤدي في نهاية المطاف لإعادة إنتاج العنف مرة أخرى وتغذية حُجج مرتكبيه.

1 . 1 . 4 . الحساسية تجاه الضحايا والناجيات

مثال:

في حلقة تتحدث عن النساء اللواتي تعرضن لإصابات خلال الحرب أدت إلى إعاقات جسدية، تُطرح على نساء مُصابات الأسئلة التالية:

- لو تحكيلنا عن تفاصيل الحادث كيف صار معاكي، انتي وين كنتي؟ كيف صار معاكي؟
- انتي حالياً متصالحة مع حالك ومع وضعك الجديد؟

مثال:

في حلقة تتحدث عن تجارب الأمهات لأطفال وطفلات ذوي إعاقة، تسأل المذيعة إحدى المشاركات:

- مدام (...) لو تخبرينا انتي كيف استقبلتي خبر إعاقة طفلك؟
- شو اتصرفتي انتي وقت الي عرفتي أنو ابنك من ذوي الاحتياجات الخاصة شو كانت ردة فعلك للموضوع؟
- خليني اسألك من جهة تانية، الناس كيف عم تواجهين؟ ولا ما بيهمك الموضوع؟

مثال:

في حلقة تتحدث عن ارتفاع حالات تزويج الطفلات، وبعدما روت الضيفة قصتها كضحية لهذا النوع من الانتهاكات حيث تحدثت عن تعرضها للضرب في منزل والديها فكان حلمها أن يكون الزواج فرصة للهروب من الواقع، فتسألها المذيعة:

- وكيف لقيتي الواقع؟

مثال:

في حلقة تتحدث عن أوضاع النساء في مخيمات النزوح، تستضيف المذيعة امرأة تعيش في إحدى المخيمات، وتطرح عليها مجموعة من الأسئلة، ومنها السؤالين التاليين:

- شو هو الشي الي انتي بتحنيلو وكان موجود عندك ببيتك وحالياً مانو موجود بالمخيم، ما عم تقدري تكوني.. تعملي هاد الشي؟
- بالنسبة لولادك، انتي كأم، شو هي الشغلات الي عم تحسي أنو انا كتير ناقصة علي ما عم اقدر عوضلن ياها بوجودي هون؟

التعليق:

تخترق الأسئلة أعلاه المعايير المهنية والأخلاقية في إجراء المقابلات الإعلامية مع الضحايا والناجيات من العنف القائم على النوع الاجتماعي. والتي تبدأ بالتذكر «أنهن أفراد تعرضن لصدمة قد يكون تأثيرها مستمراً»، وبالتالي، يجب اختيار أسئلة مفتوحة وغير توجيهية والابتعاد عن الأسئلة المباشرة وغير الحساسة لحمايتهنّ من استحضار الصدمة، والسعي لإبراز فرادة تجاربهنّ بدلاً من التعميم والتنميط[19]. وفي ظل إدراك أن أماً لطفل/ة ذوي إعاقة أو امرأة تعيش في مخيم نزوح، ليست بالضرورة ضحية أو ناجية من العنف القائم على النوع الاجتماعي. إلا أنها عاشت أحداثاً عنيفة، وصادمة، ومؤلمة وما زالت تتعامل مع آثارها.

19. لما راجح، 2023. دليل إرشادي للتغطيات الإعلامية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي. ص16.

1 . 2 . التعامل مع أقوال المصادر

أثناء إدارة الحوار من التقنيات الخاصة هي التعقيب على الأقوال المطروحة. بحسب د.محمد شومان، وهو عميد كلية الإعلام بالجامعة البريطانية في مصر، تستخدم المذيعة والمذيع مجموعة من الصيغ التي تلخص ماتقوله الضيفة أو الضيف.[20] هذه الصيغ هي تقنيات لغوية تبرز جزءاً معيناً من المعلومات، وتسلط الضوء عليها بحسب فهم المذيعة والمذيع للرسالة أو بحسب رغبتهن بإشراك الجمهور بجانب معين منها على حساب جانب آخر. علاوة على ذلك، يتم هذا عند توضيح مايقوله المتحدثون والمتحدثات واستنتاج المعاني الضمنية. أو قد تُستخدم لإبراز حياد الإعلامية والإعلامي الرسمي وجعل الحوار موجه بشكل معين تجاه نقطة دون غيرها. كما تستخدم لضبط الوقت ولإبقاء المتحدثين والمتحدثات ضمن سياسات القناة أو الإذاعة. في حال عدم التعقيب يعتبر ذلك بمثابة الموافقة على ماقيل وبمثابة سماح بمرور الرسالة المنطوقة.

ضمن هذه الرؤية يصبح عدم التعقيب كنوع من التعقيب الذي يتم فيه ضمنياً قبول الرأي الذي تم التعبير عنه. في حالات قد تكون الرسالة الموجهة محملة بآراء تتحيز ضد النساء، ولوقف هذه الرسائل يجب التعقيب عليها لمنع تمريرها. ومن المهم التمييز بين تقديم خطاب جدلي يحرّض على الأسئلة وبين تمرير خطاب عنصري أو مسيء أو تمييزي.[21] هنا يأتي دور المذيعة والمذيع في منع هذا الخطاب وفي أوقات حماية الضيفات والضيوف من الإساءات وحماية فئات معينة من تمرير خطاب عنيف ضدها.

ويؤكد مارتن مونتغمري، وهو باحث في جامعة ماكو في قسم اللغة الانكليزية والاتصالات، على دور المذيعة والمذيع بقوله:

«يعتبر الجانب المهم للمقابلة الإعلامية كنوع، هو تميزها بالتوزيع المحدد والمسبق للأدوار: يطرح أحد المتحدثات/ين أسئلة والآخر يجيب عليها. المتحدث/ة الذي يطرح الأسئلة يفعل ذلك من موقع محدد مؤسسياً، حيث يتحمل بعض المسؤولية عن وضع جدول الأعمال أو المصطلحات أو موضوع الخطاب. ولا يقتصر الأمر على مجرد طرح الأسئلة؛ إذ يتحكم القائم/ة بإجراء المقابلة الإعلامية أيضًا في طول اللقاء وشكله وحتى أسلوبه.

وتوضح الباحثة أوكيف، كيف يؤطر تعقيب الإعلاميات والإعلاميين على الإجابات بطريقة تحدد المعنى وتوضح الرسائل الموجهة. حيث تقول: «في التفاعلات المؤسسية على التلفزيون والراديو، عادة ما يكون المذيع والمذيعة من يسأل، وهذا يمنحه/ا مستوى عال من السيطرة الإدارية. يمكن للمقدم/ة طرح الأسئلة ويمكنه/ا أن يقرر متى يدخل في السؤال التالي.»[22] انتقال المذيعة والمذيع للسؤال التالي دون التعقيب على الإجابات هو نمط يسمح بتجاهل الخطاب المسيء والتنميطي والتحيز ضد النساء. علاوة على ذلك، قد تأتي عدم إجابة المذيعة والمذيع لمنع الخطابات المسيئة والتمييزية لأسباب عديدة منها، عدم التمكن من أدوات ومفردات الموضوع المراد معالجته، وعدم التحضير للحلقة، أو عدم تلقي التدريب الكافي على الأدوات الإعلامية وأساليب إدارة الحوار، وعدم وجود سياسة خاصة بالقناة تحدد ماهية الخطاب المسيء...الخ. ما يتم البحث فيه هنا ليس أسباب عدم الرد، بل نتائج عدم الرد والتي تسمح في مجملها بتمرير الخطاب الواجب وقفه لمنع الإساءات المتنوعة. يأتي ذلك، على خلفية عمل مشترك من الفريق الإعلامي الذي يندرج تحته أداء المذيعة والمذيع في البرامج الإذاعية والتلفزيونية ليؤكد على نتائج العمل كجهد جماعي له.

20. نفس المصدر (د. محمد شومان 2007).

21. Cramer, Jane. & McDevitt, Michael. 2014. Ethnographic Journalism: Qualitative Research in Journalism: Taking it to the Streets.

22. نفس المصدر (2007).

1 . 2 . 1 . خطاب التمييز والعنصرية

مثال:

في حلقة تلفزيونية يبدو موضوعها كحاجة أساسية لخطاب إعلامي يفسح المجال لنقاش قضايا النساء، تمت مناقشة العنف على النساء وآثاره. لكن سمح عدم رد المذيعة على المغالطات التي قدمتها الخبيرات بهذا الشأن بتمرير خطاب يلوم النساء على العنف ويحملهن المسؤولية. فعند مناقشة قضية جرائم قتل النساء، يرد ما يلي:

الضيفة: للنساء حرية لكن يجب عدم تعدي حدود معينة، وفي حال قمن بذلك، يمكننا تفهم طبيعة مجتمعاتنا التقليدية التي لا تتقبل ذلك.

المذيعة: بقيت صامتة ثم سألت ضيفة أخرى حول موضوع آخر.

التعليق:

من شأن رأي كهذا تبرير عنف المجتمع على النساء عند اتخاذهنّ خيارات لا تتوافق مع رأي الأكثرية. لم تقم المذيعة بالتعقيب على هذا الرأي وإيضاح أنه لا يجب اللجوء للعنف تحت أي ذريعة ويجب احترام حق الإنسان الأساسي بالحياة الحرية مهما كانت اختياراته/ا.

مثال:

في حلقة عن وضع اللاجئات في لبنان:

الضيفة: لبنان صار مخيم لجوء، ووضع اللاجئين صار أفضل من وضع اللبنانين.

المذيعة: بقيت صامتة وتابعت فيما بعد طرح السؤال التالي.

التعليق:

سمحت المذيعة للضيفة بأخذ وقت ومساحة عرضت فيها خطاب عنصري. وجاء عدم رد المذيعة كموافقة أعطت شرعية ومجال لتثبيت خطاب عنصري ضد فئة مستضعفة.

1 . 2 . 2 . الاستعلاء الثقافي

مثال:

تستضيف إحدى الحلقات الناطقة باسم قوى الأمن الداخلي في إحدى المناطق، لتسليط الضوء على إنجازات النساء في كسر قيود نمطية في مجالات معينة يحتكرها الرجال، يرد ما يلي:

الضيفة: طبعاً مكتب التدريب ما وجد عن عبث بقوى الأمن الداخلي، أكيد في الو آلية عمل محددة لتوعية المرأة لحتى تعرف، اليوم المرأة لما تكون مضطهدة وتجي لحتى تدخل بمجال الحرية حرية المرأة المفروض أن تكون على وعي كافي بهي الحرية يعني ليس انطلاقة عشوائية، المفترض في انطلاقة في مسار محدد لانطلاقة الحرية. اليوم منشوف الكلام بالشارع عن المرأة غير الي نحنا اليوم عم نمارسو بحياتنا، كلام الحرية عن المرأة بالشارع مختلف تماماً يعني من باب مثلاً لباس أو فوتة وطلعة، هي مفهوم الشارع عن الحرية أما نحنا اليوم منحط المرأة فعلاً بالصورة الحقيقية للحرية، هي حرية الوعي حرية التفكير حرية اتخاذ القرارات حرية إثبات الوجود بالمجتمع هي معنى الحرية الي نحنا فعلاً مطلوبة النا، فمكتب التدريب أكيد ما اجا عن عبث..

المذيعة: تنتقل إلى سؤال آخر.

التعليق:

سمح تقاعس المذيعة بتمرير رسائل تحمل معاني من الاستعلاء الثقافي وتضع الضيفة بموقع لا يظهر إمكانياتها وقدراتها، من خلال خلق ثنائية نحن وهم (النخبة والشارع)، على اعتبار أن النخبة مثقفة وتمتلك «المعنى الحقيقي للحرية» والمنهجية السليمة لتوصيلها إلى الشارع الذي تحتاج نساؤه «المضطهدات» للتوعية قبل السماح لها بالانتماء لهذه النخبة. حيث تكلمت الضيفة دون أن تعقب المذيعة على رأيها.

2 . المقاطع التمثيلية

تميّزت إحدى البرامج الإذاعية في العينة، ببدء حلقاتها بمقطع تمثيلي تشترك فيه غالباً عدداً من الشخصيات معظمها نساء ورجل واحد. تسعى هذه المقاطع لافتتاح موضوع الحلقة عن طريق محاكاة سريعة لمواقف مرتبطة به. ونجحت جميعها في تعزيز ثنائية نحن وهم كنساء ورجال بناء على الصفات والأدوار الجندرية النمطية البحتة: (ثرثارة / حكيم) (متطرفة / معتدل) (انفعالية / عاقل) (هادئة / غاضب) (تابعات، قائد). لترسم في المجمل نموذج الذكورة السامّة عن طريق شخصية الرجل كفرد متفوق على نساء عائلته ويمارس العنف اللفظي ضدهنّ. أدناه مقتبسات من مقاطع مختلفة:

- خلص بقى خلصونا انتي وياها، بعدين بتحكو بهالقصص. ضروري تشلشوني ساعة مناقرات!
- هووهوو علينا! لك تركوها بحالها وخلوها هي الي تقرر بقا انتي وياها، لعما!
- روق علينا أبو الشباب.

لم يرد ما سبق ضمن معالجة إعلامية استنكارية أو ناقدة، سواء ضمن المقطع التمثيلي أو على مدار الحلقة عينها. خاصة وأن تلك الصور الجندرية السلبية المُتبناة لم تشكّل مواضيع الحلقات أصلاً، بل وردت كسياق طبيعي على هامش نقطة التركيز لموضوع الحلقة الرئيسي الذي تباين ما بين إصابات الحرب، والإعاقة، وتحديات العمل، وغيرها. إن ما يميز المقاطع التمثيلية؛ أنه يتم تصميمها بشكل كامل بناء على الخيارات التحريرية والأهداف الإعلامية. أي أنها قابلة للتطويع من أجل تحقيق هدف معين يتم اختياره مسبقاً. وكانت فرصة مناسبة جداً لتبنّي منظور نقدي يستهدف البُنى الجندرية التمييزية وعلاقات القوى غير المتوازنة، وهذا ما يتماشى مع هدف البرنامج في نقل أصوات النساء.

3. المقدمة والخاتمة ووصف الحلقة المكتوب

بحسب نظرية الخطاب فإن نقل الرسائل وتعزيزها هو جزء من العمل الصحفي الذي يشفر المعاني باستخدام عدد من الاستراتيجيات، ومن ذلك كيفية تصميم وتوظيف العناصر لبناء التقرير الصحفي أو المقابلة.[23] نبحث من بين هذه العناصر بتأثير المقدمة والخاتمة ووصف الحلقة المكتوب، كعناصر من البرامج التلفزيونية والإذاعية والتي تساهم بتأطير الرسالة التي ترصد حدثاً معيناً.

تخلق المقدمة الأرضية المشتركة التي يبني عليها الفريق الإعلامي، ومنهن/م المذيعة والمذيع، رؤيتهن/م للحدث وكيفية طرحه. وتبين الباحثة أوكيف أن المذيعة والمذيع يساهم إما بعكس الموضوع من وجهة نظر الجماهير أو من وجهة نظر محايدة أو من وجهة نظر المسؤولات والمسؤولين عن صنع القرار، وبالتالي التحكم بكيفية توجيه المواضيع.[24]

ومنذ البداية تحدد المقدمة طبيعة إدراة الحلقات للبرامج التلفزيونية والإذاعية، فهي تؤطر الحدث وتبين كيف ستتم قراءته والبحث في تفاصيله.[25] لاحظنا من مواد العينة تناول عدد من الحلقات المواضيع من وجهة نظر المنظومة الأبوية والفوائد العائدة على مصالح الرجال (سواء آباء أو أزواج أو أخوة أو أي من أفراد الأسرة) غير المستحقة. كتعليم وتمكين وتثقيف النساء والفتيات على اعتبارهنّ مقدمات للرعاية حاليات أو مستقبليات، بما سيأتي بجودة أفضل للحياة الزوجية والأسرية. ليصبّ كلّ ذلك في نهايته في المصلحة العامة للمجتمع والوطن/الأمة.

23. Reynolds, C. 2018. Building Theory From Media Ideology: Coding for Power in Journalistic Discourse. *Journal of Communication Inquiry*, 43(1), pp.47–69

24. نفس المصدر (2018).

25. نفس المصدر (2007).

وكذلك، يساهم حتى وصف الحلقة كعنصر من عناصر المادة الإعلامية بتثبيت وتدوير خطاب معين تتبناه المؤسسة الإعلامية. كما تلخص الخاتمة موضوع الحلقات التلفزيونية والإذاعية وتصيغ هدفها النهائي، وهي تكثيف للرسالة المراد إيصالها. تعكس الخاتمة خطاب المؤسسة الإعلامية وتوجهها الأيديولوجي كونها عنصر من عناصر المادة الإعلامية كما سبق ذكره.[26]

3 . 1 . الحقوق المشروطة

مثال:

مقدمة إحدى الحلقات التي تناولت مفهوم التمكين لتوضيحه وبيان ضرورته:

المذيعة: تمكين المرأة، مصطلح شاع مؤخراً على خلفية المجريات وإفرازات الحروب وأصبح أحد أولويات ومستلزمات الواقع حيث تصدرت المرأة المشهد في كثير من الأحيان، ما جعل من تمكينها أمراً مهماً لتستطيع تأدية أدوارها الحياتية على أكمل وجه.

التعليق:

ساهمت مقدمة الحلقة بتأطير تمكين النساء كحق مشروط.
فالمقدمة تشترط التمكين بمدى منفعيته للمجتمع وبما يعود عليه من مكاسب للأسرة. بالتالي، فإن ربط حقوق النساء بمدى المنفعة هو شرطية لا ترى استحقاق النساء لتحصيل حقوقهن الطبيعية بغض النظر عن ما تعود به من مكاسب للمجتمع.

مثال:

وصف الحلقة المكتوب لإحدى الحلقات التي تناقش موضوع إكمال النساء لتعليمهنّ بعد الزواج:
الأخصائية الاجتماعية (...) تحدثت ل (...)، عن أهمية التعلّم بالنسبة للمرأة في مجتمعنا، وكيف تنجح في إكمال تعليمها بعد الزواج دون أن يؤثر ذلك على أدائها لواجباتها تجاه زوجها وأطفالها.

التعليق:

المساهمة بتكريس ذات الخطاب الذي يهدد بانتزاع حقوق النساء إن أثّرت على أدوارهن الأساسية المفترضة ومنها الأدوار الرعائية. أي أكد الخطاب الثقافة المشروطة لحقوق النساء.

26. نفس المصدر (2018).

3 . 2 . الإيجابية السامة

مثال:
خاتمة حلقة تتحدث عن عمل النساء تحديداً في الحالات التي أصبحن فيها المعيلات الأساسيات:

المذيعة: طبعاً كتير من النساء ممكن تتخلى وتنسحب وتقول مو شغلتي انا جوا وبرا، وممكن هي تفرغ غضبها جوا وتقول انا عم بتعب برا ما في داعي احمل مسؤولية داخل البيت وتعمل كتير مشاكل. لكن نحنا الي شفناهن اليوم متل فلانة وفلانة عم يحاولو يمتصو الغضب الي جوا ويحملو هنن المسؤولية الأكبر . حلقتنا خلصت لليوم ... الخ، هي المرأة السورية كانت وما زالت قد المسؤولية.

التعليق:
الخطاب في الخاتمة عبارة عن أسلوب شاعري محمّل بالإيجابية السامة المتجاهلة للعوائق الموضوعة أمام النساء اجتماعياً ومهنياً وسياسياً واقتصادياً، يحول التركيز إلى المسؤولية الفردية للنساء والإملاء عليهنّ بشكل الاستجابة الأمثل المرسوم لهنّ في هذه الحالة. هدف هذا الخطاب، المحافظة على استقرار المنظومة الذكورية الضامنة للتفوق الذكوري ومكاسب الرجال بداية من الأسرة ووصولاً إلى النظام السياسي العام.

4. الألوان والرموز البصرية

تعطي الألوان وناتج المؤثرات البصرية والسمعية حالة شعورية للمتلقي، والتي بدورها تعزز الرسائل المراد إيصالها.

4 . 1 . تعزيز صورة نمطية عن طريق الألوان

تتضارب نتائج الدراسات حول تأثير الألوان المستخدمة في البرامج الإذاعية والتلفزيونية على نفسية المتلقيات ولمتلقين. لكن بحسب دراستين لمعهد بوينتر للدراسات الإعلامية مع مجموعة من الأفراد تم استرجاع المزيد من التفاصيل من الإعلانات التجارية التلفزيونية عندما كانت ملونة مقارنة مع تجربة ذلك من خلال إعلانات بالأبيض والأسود[27]. تشير الأبحاث ذات الصلة حول الصور الثابتة إلى أن الألوان في سياقات معينة تنتج مزايا في الذاكرة.[28] وترتبط الألوان بتنميط جندري في بعض الثقافات مثل ربط اللون الأزرق للفتيان والزهري للفتيات.[29]

مثال:
حضور اللون البنفسجي وتدرجات الزهري في الشارة والاستديو وفي الشعار والصورة الفوتوغرافية التعريفية على الموقع وكسمة تطبع الهوية البصرية لبعض البرامج التلفزيونية والإذاعية.

التعليق:
تعزز هذه الألوان تنميط النساء وربطهنّ بصورة تفترض فيهن طبيعة خاصة تقصرهن ضمن ألوان محددة.

27. Detenber, B. H., Simons, R. F., & Reiss, J. E. 2000. The emotional significance of color in television presentations. *Media Psychology*, 2(4), 331–355

28. نفس المصدر (2000).

29. Jonauskaite D, Sutton A, Cristianini N, Mohr C. 2021. English colour terms carry gender and valence biases: A corpus study using word embeddings. PLoS One.

4 . 2 . إلغاء الهوية الفردية للنساء عن طريق المقدمة البصرية (الشارة)

وكذلك، تسهم المقدمة البصرية والسمعية كعناصر من البرامج التلفزيونية والإذاعية بإعطاء حالة شعورية توجه المتلقي/ة بمنحى معين. فقد تكرر في عدد من المقدمات البصرية، استخدام صور تركز على الجمال والمظهر وتعطي سمة عامة عن النساء تجعلهن متشابهات. وبينت الصور اعتماد مقايس جمال موحدة بحسب السوق العالمي وبالتحديد المحكوم بمركزية جمال النساء ضمن التنميط الذي يفترض الرشاقة المبالغة وبياض البشرة كمعيار. ويأتي هذا كتثبيت للممارسات الإعلامية التي تشيء النساء وتتعاطى معهن كأجساد يتم استخدامها للترويج للمنتجات مما يثبت قيم المنظومة المحكومة بعقلية تجارية استهلاكية.

مثال:

تكررت الورود والأزهار في الصورة الفوتوغرافية العامة للبرنامج.

مثال:

سعت المقدمة البصرية (الشارة) لبرنامج تلفزيوني من مواد العينة لإبراز نشاط ومساهمة النساء في المجال العام، فنرى لقطات قصيرة ومتنوعة لمجموعات من النساء أو شخصيات فردية يمارسن أعمالهن في مجالات مختلفة كالعسكري والأمني والمكتبي. وعلى جانب موازي؛ نلاحظ أن إبراز الهوية السياسية للمنطقة كانت على قدر الأهمية عينه. حيث نفتتح المقدمة بلقطة بعيدة لمجموعة كبيرة من النساء العسكريات يقمن بالتدريب حاملات علم السلطة المسيطرة في المنطقة. وفي إحدى اللقطات التي تصور شخصيات نسائية فردية يقمن بأعمال مكتبية نجد خلف إحداهن صورة ل «القائد».

التعليق:

يبدو أن هويات النساء الفردية قد انصهرت لتبقى مرتبطة بشكل أساسي بالهوية السياسية العامة أو تندرج تحتها. وكأنهنّ إحدى وسائل السلطة في الترويج للدعاية الخاصة بها. أسهمت مقدمة البرنامج بتعزيز ممارسة ثقافية تفترض أن النساء لهنّ توجه واحد ورغبات موحدة وهذا ينبع من تفكير تنميطي لا يرى تمايزات النساء.

5. العنوان

تفرد الأبحاث صفحاتها لتحليل مضمون العناوين في الإعلام بمختلف الأدوات ومحطات التركيز. وتتنوّع نتائجها مع تنوّع العينة المدروسة من حيث حجمها، والشكل الإعلامي، والمنطقة الجغرافية، والتوجه السياسي، وغيرها الكثير من العوامل المتداخلة. إلا أن اهتمام الباحثات/ين باستنطاق العناوين لا يؤشر إلا على دورها المتفرّد ضمن الرسالة الإعلامية: «غالباً ما تُؤسس عناوين الأخبار ومقالات الرأي أول نقطة تواصل بين المقالة وبين القارئات/قرّاء المحتملات/ين. حيث تُ/يُقرر القارئ/ة إن كان سيتفاعل بعمق أكبر مع محتوى المقالة بعد تقييم عنوانها[30]. وهو ما تدركه الصناعة الإعلامية جيداً، وتوّظفه تالياً، لاستقطاب أوسع شريحة ممكنة من الجمهور.

لطالما كانت للعناوين حصةً في أبحاثنا لتحليل الخطاب الإعلامي من وجهة نظر نسوية. والتي دائماً ما اشتركت نتائجها في توظيف العناوين للخطاب الشاعري، أو العاطفي عند معالجة المادة الإعلامية لقضايا النساء. يساهم الأسلوب العاطفي في انتشار المادة الإعلامية[31]، وربما لهذا السبب، يعتمده الإعلام السوريّ الناشئ تحديداً في محاولة لحجز مساحة ضمن الخطاب

30. Jonauskaite, D., Sutton, A., Cristianini, N. and Mohr, C., 2021. English colour terms carry gender and valence biases: A corpus study using word embeddings. PloS one

31. نفس المصدر (2021).

الإعلامي الإقليمي والعالمي يُلفت عن طريقها انتباه العالم للمآسي الناتجة عن الحرب المستمرة. إلا أن مشروعية تلك النيّة المُفترضة لا تُلغي نتيجة إعادة استضعاف الفئات الهشّة والإبقاء على علاقات القوى غير متوازنة، ما يجعل من النساء الشاغلات الأساسيات لدور الضحية عند الحديث عن شتّى أنواع المآسي والكوارث.

أمثلة:

- نساء وفتيات سوريات يدفعن ثمن الحرب
- المرأة.. معاناة مستمرة وسنوات من النضال والتضحية
- قضية المرأة ...النازحات واللاجئات.. ملف معلق وجراح غائرة

جدير بالذكر، أنه في البحث الحالي لم تشكّل العناوين العاطفية نسبة كبيرة من مجمل العينة. بل على العكس، التزمت معظمها باللغة الصحفية العملية.

أمثلة:

- المرأة وصنع القرار الوطني
- دور المرأة في تعزيز الأمن والاستقرار
- اليوم الدولي لضحايا العنف الجنسي جراء النزاعات

وعلى صعيد آخر، بُنيت بعض العناوين على أساس التصورات الجندرية النمطية.

أمثلة:

- هل مساعدة الرجل لزوجته في الأعمال المنزلية هي انتقاص لرجولته؟
- نساء أجبرتهن الحياة أن يحملن دور الرجل والمرأة في آن واحد ■

1. الأبوية: هي نظام اجتماعي للرجال السلطة فيه على النساء. يُشتقّ مصطلح «البطريركية»

ممارسات إعلامية تساهم بتدوير خطاب حساس جندرياً

التزمت الكثير من الممارسات الإعلامية في العينة بالمعايير المهنية المتوازنة والحساسّة جندرياً، والتي وردت عن طريق مختلف مستويات البرامج المدروسة بدءاً من اختيار المواضيع ومحاور معالجتها، وصولاً إلى صلب الحلقة وعناصرها كالمحادثة والمقدمة والخاتمة والمستويات الإخراجية. كالمساهمة في إبراز التمييز والعنف الجندري الهيكلي والمُمأسس في السياق العام، وتفكيك العنف القائم على النوع الاجتماعي وتسميته بشكل مباشر والتصدّي للخرافات المحيطة به، بالتوازي مع تسليط الضوء على أشكال الفاعلية والمقاومة لدى النساء. نعرض في هذا القسم أبرز الأمثلة النموذجية للممارسات الإعلامية الحساسة جندرياً:

1. تبني عدسة جندرية في معالجة مواضيع عامة

مثال:

في تقرير إخباري حول مستجدات الزلزال في سوريا وتركيا يرد التالي:
وبحسب مراقبين تواجه النساء والفتيات تعافياً أبطأ بكثير من الرجال عقب الكوارث بسبب نقص الموارد الاقتصادية وفرص العمل وعبء الواجبات المنزلية ورعاية الأطفال.

التعليق:

تبني عدسة جندرية عند معالجة حدث عام كالزلزال، من خلال التطرق للضرر المضاعف على النساء تبعاً لظروفهنّ الاقتصادية والاجتماعية.

2. تصوير النساء في أماكن خارجية وعامة وخلال ممارستهنّ لأنشطتهنّ.

مثال:

في برنامج تلفزيوني، وردت قصة نجاح عن إنجاز ضيفة.

التعليق:

قدمت الضيفة قصتها مع المصاعب والتحديات والتطلعات للمستقبل بأسلوب واقعي ناقش أهم محطات حياة الضيفة وملخص عن عملها واهتماماتها ومحاولات تطويرها للعمل. التصوير كان خارجي وداخلي وتتبعت العدسة الضيفة بمكان عملها واستطعنا متابعة عملها بلقطات واضحة. خلق ذلك إحساس بامتلاك الضيفة لقصتها وتقديمها لنا بطريقة سلسة.

مثال:

ركّز أحد البرامج التلفزيونية على إظهار تواجد النساء في الأماكن الخارجية والعامة على عكس النمط الإعلامي السائد في إظهار النساء متواجدات بأماكن داخلية وساكنات.

3. تفكيك العنف والصور النمطية

مثال:
في إحدى حلقات برنامج تلفزيوني التي تعالج قضية العنف ضد النساء، يرد السؤال التالي:

المذيعة: هذه الظاهرة لا يمكن حصرها ببيئة معينة ومناطق محددة نجدها بالدول النامية والمتطورة، ماهي أسباب ظاهرة العنف بمجتمعاتنا؟

التعليق:
بالإضافة لكون الموضوع يتبنّى عدسة جندرية تفكك العنف، فإن المذيعة سعت لتحدي التنميط الذي يحصر هذه الظاهرة بمجتمعات معينة. على عكس مايتم عادة من تنميط مايسمى بالدول النامية بالعنف.

مثال:
ورد ضمن خاتمة إحدى الحلقات التي تتحدث عن العنف الجنسي في النزاع:

المذيعة: تسفر النزاعات عن مستويات أعلى من العنف ضد النساء والفتيات حيث تتعرض النساء والفتيات للعنف الجنسي كأسلوب ممنهج في الحروب إلى جانب الأطفال بالدرجة الثانية والرجال بالدرجة الثالثة.

التعليق:
تم التركيز على العنف الجنسي ضد النساء تحديداً على مدار الحلقة ومع ذلك فقد تمت الإشارة إلى كون الرجال أيضاً ضحايا للعنف عينه. بما يساهم بتفكيك الصور النمطية المرتبطة بالنساء وتصويرهنّ كضحايا تلقائياً وبشكل مستمر. بالإضافة لمحاربة الوصمة الاجتماعية المضاعفة على الرجال عندما يكونون ضحايا للعنف الجنسي. يعطي هذا الجهد نظرة متوازنة جندرياً للقضايا تبتعد عن استسهال التنميط.

مثال:
في حلقة تناقش «أسباب تأخر سن الزواج لدى النساء»، يرد الحوار التالي:

الضيفة: الشباب لديهم دور يعني مثلا الفتاة الكبيرة الواعية المثقفة هي ما يطلعون عليها صارو يركضون عليها، صارو يركضو ورا الفرافير الطعشات أنو هي أحلى وهي أحسن

المذيعة: ما سبب أن تسود هذه الفكرة المغلوطة وهو زواج القاصرات وبالآن ذاته تهميش الفتيات الواعيات

التعليق:
تتدخل المذيعة وتصحح كلمة «الفرافير» الذي استخدمته الضيفة وتقوم بتسمية العنف القائم على النوع الاجتماعي وتستخدم مصطلح زواج القاصرات. يشكل رد المذيعة جهداً لوقف خطاب يستسهل التعاطي مع العنف كأنه أمر اعتيادي ومقبول.

4. إبراز السياق العام لتفادي لوم النساء

مثال:

تستضيف إحدى الحلقات محامياً للحديث عن حقوق النساء السياسية والقانونية والاجتماعية، وترد المحادثة التالية:

الضيف: إن المرأة تبوّأت مكانة عظيمة في المجتمع من خلال إيلاءها مناصب عليا في الحياة المدنية أو حتى السياسية في بعض الأحيان، ولكن يا سيدي الكريم كل ذلك يعود إلى شخصية تلك المرأة وطموحها وقدرتها على تحمل الضغوط العملية والنفسية الناجمة عن الوظيفة العامة التي تتبوأها.

المذيع: نعم، طيب يا ترى هل بتشوف أنو عدم حصول كتير من النساء على حقوقهن هو نتيجة عدم معرفتهن بالحقوق الي هية الهن أو لصالحهن، أم ربما بسبب عدم قدرتهن على تحصيل هي الحقوق نتيجة ربما وجود قيود معينة في المجتمع.

التعليق:

المذيع يلتزم بتقديم معالجة منطقية وواسعة للموضوع من خلال تسليط الضوء على المعوقات الخارجية أمام النساء، بمقابل المغالطة المنطقية التي قدمها الضيف عندما تجاهل التمييز المُمأسس ضد النساء وحوّل التركيز إلى المسؤولية الفردية، في إشارة مبطنة إلى تقاعس النساء عن تغيير ظروفهنّ.

5. تضمين أصوات النساء

مثال:

برز في العينة حضور النساء ضمن الفريق الإعلامي وضمن المصادر كخبيرات وشاهدات وفاعلات، كما تم توضيحه في قسم المصادر.

التعليق:

يعكس هذا الأمر ضرور وقابلية تحقيق التوازن الجندري في الإعلام، بكافة المجالات والمواضيع والوسائل الإعلامية.

6. اختيار أوقات عرض تساهم برفع المشاهدات

مثال:

تقديم عدد من برامج النساء التلفزيونية والإذاعية في أوقات مسائية.

التعليق:

يغلب وجود جمهور مختلط جندرياً ومن مختلف الأعمار في ساعات المساء بعد أوقات العمل والدراسة. تعزز هذه الممارسة استهداف جمهور متنوع وبالتالي تجنب اقتصار المتابعات على جمهور وفئة محددة.

الخاتمة

يتوصّل البحث - في استخلاصٍ لأبرز النتائج - بداية، إلى ملاحظة أوليّة مفادها أن تخصيص الإعلام مساحةً من النساء وإلى النساء يعكس بالضرورة الموروث الاجتماعي الأبوي الذي ما زال مؤمناً بالثنائية الجندرية النمطية المتمثلة بطرفيّ نقيض (نساء ورجال)، ويؤّكد تالياً على اختلال علاقات القوى ضمن هذه الثنائية الخاضعة لشروط النظام عينه. بما تشمله من صفات وأدوار وحقوق وواجبات مختلّة التوازن وبعيدة عن العدالة، والتي غالباً ما تقع النساء ضحيتها بالدرجة الأولى، وهو ما يفسّر اهتمام العينة في معالجة مظاهر تلك الإشكالية بدرجات متفاوتة من الانتباه لجذورها والتعمّق بها.

بيّن قسم ماذا قيل؟ المجالات والمواضيع التي انشغلت بها العينة، والتي تنوّعت ما بين الأسرية والاجتماعية والثقافية والنفسية والصحية والسياسية والاقتصادية والجمالية. فحضرت زوايا ومواضيع استهدفت أشكال التمييز والعنف القائم على النوع الاجتماعي، وتبّنت عدسة جندرية لتحليل الواقع كما تعيشه النساء محملاً بتحديات خاصة وإضافية، وسلّطت الضوء على أشكال مقاومتهنّ، وتكيّفهن وإنجازاتهنّ وتجاربهنّ. وأخذت على عاتقها مسؤولية تفكيك منظومات اللاعدالة الممنهجة والمطالبة بحقوق النساء والفتيات في كافة المجالات. في المقابل، بُني بعضاً آخراً من المواضيع على أساس معايير نمطية في فهم الجندر، كالتجميل والأزياء، والأعمال المنزلية والمهام الرعائية، والطفولة. وهنا ننوه، أن الإشكالية لا تكمن في المواضيع بحد عينها، وإنما بورودها الحصري في خطاب يستهدف النساء كنوع اجتماعي على وجه الخصوص

أما قسم من القائل/ة فقد قدّم مؤشرات إضافية تساهم بتلقي برامج النساء كمساحة نسائية تقع على هامش الخريطة الأوسع لأجندة الإعلام. تنشغل بها النساء حصراً؛ كقائمات بالاتصال، ومصادر، وجمهور. مع حضور كمّي باهت للرجال، يعبّر عن نظرة قاصرة في فهم مدى وكيفية تأثرهم وتأثيرهم بالواقع الجماعي والديناميكية المرنة لعوامل الامتياز والتهميش. ويشير القسم أيضاً إلى ملاحظة بعض الأنماط في التعامل المختلف مع كل من النساء والرجال كمصادر، كالحديث مع النساء عن مشاعرهنّ ومع الرجال عن ردود أفعالهم تجاه الظرف عينه. أو كالتركيز على تجارب النساء بمقابل خبرة الرجال في الموضوع قيد المعالجة.

وتتبّعَ قسم كيف قيل؟ عناصر الحلقة التلفزيونية والإذاعية بدءاً بالبحث في دور المذيع/ة وأساليب الحوار الذي تمخّض عن ممارسات ظهرت عبر الأسئلة، التي بُني بعضها على فرضيات متحيزة منطلقة من ثنائية الذكورة والأنوثة النمطية والقطبية والمتناقضة. كما برز استخدام لغة التحوير عند السؤال عن مواضيع ما زالت محظورة اجتماعياً كالصحة الجنسية والإنجابية للنساء، والعنف القائم على النوع الاجتماعي الذي اسُتبدل بمصطلحات أقل مباشرة وتلطيفية. وجادلت بعض الأسئلة التوجيهية المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان عن طريق تصوير العنف كأمر قابل للخضوع للآراء والتقييمات الشخصية. وأدت بعض أساليب إدارة الحوار المُتّبعة إلى السماح للمصادر بتمرير خطاب عنصري واستعلائي وعنيف ومبني على ثنائيات نحن وهم.

في حين لم يتم استغلال فرصة استهداف البُنى الجندرية النمطية عن طريق المقاطع التمثيلية القابلة للتطويع للأهداف الإعلامية، بل قامت بإعادة إنتاج الذكورة السامة. أما المقدمة والخاتمة؛ فقد قدمتا حقوق النساء والفتيات ضمن شرطية المنفعة العائدة على الأسرة ثم المجتمع ثم الوطن، أو شرطية عدم الإخلال بالواجبات المتوقعة منهنّ نمطياً. كذلك

اعتمد بعض العناوين الأسلوب الشاعري أو العاطفي، بما يعيد استضعاف النساء وحصرهن بدور الضحية، في المقابل اعتمد البعض الآخر اللغة الصحفية العملية، وبني بعضها على أساس التصورات الجندرية النمطية

مع ضرورة التوقف والتفكير بكل ما سبق، إلا أن ذلك لا يلغ بروز العديد من الممارسات المتوازنة والحساسة جندرياً التي استوجبت إلقاء الضوء عليها. حيث تمت معالجة مواضيع عامة من خلال عدسة جندرية تركز على العبء المضاعف على النساء تبعاً لظروفهنّ الاقتصادية والاجتماعية. وإبراز السياق العام والعنف الممنهج لتفادي لوم النساء وتحميلهنّ مسؤولية اللامساواة، وتفكيك العنف والصور النمطية. وعلى الصعيد الإخراجي، تم تصوير النساء في أماكن خارجية وعامة وخلال ممارستهنّ لأنشطتهنّ كأحد وسائل التركيز على فاعليتهنّ. كما بثت بعض البرامج حلقاتها في أوقات مسائية يغلب وجود جمهور متنوع جندرياً وعمرياً. وأخيراً، تساهم العينة من خلال الحضور البارز للنساء فيها كقائمات بالاتصال وكمصادر؛ في التأكيد على ضرورة وقابلية تحقيق التوازن الجندري في الإعلام في مختلف المواضيع والوسائل، وصولاً إلى إعلام مهنيّ يعكس مبادئ المسؤولية الاجتماعية، والاستقلالية السياسية، والحرية، والتعددية، والعدالة.

التوصيات

الجوهرانية: تجنب الثقافة الجوهرانية[32] التي تنطلق من تعميمات وصور نمطية خاصة بكل فئة اجتماعية (الرجال، النساء، السود، البيض... الخ) وتفكيك هذه الصور من خلال البحث بالمنظومة التي تنتجها ومن هن/م المستفيدات/ين من تكريس هذه الصور ومن يتم تهميشهن/م تبعاً لها. كذلك، من المهم عدم التعاطي مع النساء كمجموعة واحدة، وإظهار تنوع رغباتهن واحتياجتهن.

تبني منظور تقاطعي: أي التعمق بالأثر التقاطعي لعناصر الهويات الفردية والجماعية ضمن علاقات القوى وفهم أثر التراتبية على الأفراد والجماعات، والذي يسهم بدوره بفهم فردانية الأشخاص داخل الجماعات الأكبر كالنساء مثلاً، وذلك تبعاً لمواقعيتهنّ اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً وعرقياً ودينياً وتعليمياً...الخ.

إشراك الرجال: ليست قضايا النساء مسائل تتعلق بهن وحدهن رغم تأثرهن المباشر بها. بالتالي تأتي ضرورة إشراك الرجال كفاعلين مع النساء لإيجاد حلول لهذه القضايا. ويأتي الإشراك من باب تأكيد مسؤولية الرجال في تفكيك علاقات القوى وماينتج عنها من امتيازات وتهميش والتي هي نتاج منظومة. بالتالي من المهم التعاطي مع قضايا النساء كقضايا عامة وليست حالات فردية منفصلة وتأتي المسؤولية لكشف جذور التمييز فيها كجهد جماعي وليس كواجب على النساء وحدهن.

الحرص على شمولية الموضوعات والمساحات: عدم حصر النساء بمواضيع وبمساحات خاصة من شأنها أن تساهم بتعزيز عزلتهن وغيابهن عن الإعلام بصورته السياسية والاجتماعية والاقتصادية وبصناعة القرار. تجنب المواضيع التي تنطلق من منظار جوهراني وتعيد إنتاج التنميط الجندري وتغفل عن التقاطعية.

التوازن في المصادر: توظيف مبدأ التقاطعية عند التفكير بالمصادر الممكنة للمادة الإعلامية، بما يضمن التنوع والتعددية في وجهات النظر ومنظار عام معمّق بسبب الشمولية المبنية على النوع الاجتماعي، والعمر، المنطقة الجغرافية، والطبقة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتعليمية وغيرها. والتأكد من تطبيق المبدأ عينه في كافة الوسائل كاستطلاعات الرأي والتقارير والمقابلات...الخ. والتعاطي مع تلك المصادر بشكل متوازن يعي الاختلافات ضمنها وإنما لا يميّز بينها بناء على افتراضات نمطية مسبقة.

تفعيل آليات إدارة الحوار الواعية للعدالة الاجتماعية: استخدام سلطة إدارة الحوار لضمان التوازن الجندري والتنوّع والالتزام بمبادئ العدالة الاجتماعية. من خلال الحرص على تبنّي خطاب حساس جندرياً واجتماعياً، والتوقف عند الخطاب والآراء التمييزية أو العنصرية الصادرة عن الآخرين/ات وتفكيكها.

تحدّي المحظورات الاجتماعية التمييزية: اعتماد لغة واضحة ومباشرة عند الحديث عن التمييز والعنف الذي تتعرض له الفئات الاجتماعية المهمّشة كالنساء. والاستغناء عن المصطلحات التلطيفية عند الحديث عن أشكال العنف الجنسيّ.

32.بحسب المركز الوطني لمعلومات التكنولوجيا الحيوية، تشير الجوهرانية الجندرية إلى الاعتقاد بأن الجندر هو فئة اجتماعية منفصلة وثنائية (أي يمكن للمرء أن يكون إما فتاة أو فتى، ولكن ليس كليهما، ولاضمن مكان ما بينهما)، وأن الجندر فطري، ومحدد بيولوجيًا، وغير قابل للتغيير. (المصدر: بحث سقطن سهواً لمؤسسة شبكة الصحفيات السوريات).

انسجام البُنية العامة للمادة الإعلامية: التعاطي مع البرامج الإذاعية والتلفزيونية كجسم ذي رؤية إخراجية منسجمة بكليتها من خلال إدراك إسهام جميع العناصر الإعلامية بإيصال الرسالة. بالتالي من الضروري تجنب أن يتضمن أي عنصر ممارسات إعلامية غير حساسة جندرياً حتى لا يؤثر على مجمل الرسالة ويجعلها ذات توجه تمييزي وتنميطي. فعلى سبيل المثال؛ الحرص على تجنب استخدام ألوان ورسوم وصور وموسيقى وأغاني تنميطية. الحرص على تصوير النساء في الفضاء العام.

شبكة الصحفيات السوريات
Syrian Female Journalists Network