



# النوع الاجتماعي والإعلام

إلتزامات المؤسسات الإعلامية  
بالمساواة بين الجنسين

هذا التقرير هو جزء من مشروع "Gender Champions Media Initiative"، بدعم من هيئة الأمم المتحدة للمرأة والسفارة البريطانية في بيروت.

**إعداد التقرير:** عبير شبارو، خبيرة في النوع الاجتماعي

**المساهمون:**

**مهارات:** رلى مخايل ، المديرية التنفيذية  
ليال بهنام ، مديرة البرامج  
لورا رطل، صحافية

**بدعم من:**



British Embassy  
Beirut



هيئة الأمم  
المتحدة للمرأة

© ٢٠٢٤

مضمون هذا التقرير يخص المؤلفين ولا يعكس بالضرورة وجهات نظر هيئة الأمم المتحدة للمرأة والسفارة البريطانية في بيروت.

غالبًا ما تفشل السياسات الإعلامية في لبنان في مراعاة منظور حقوق النوع الاجتماعي، مما يؤدي إلى ترسيخ البرامج الاجتماعية على شاشات التلفزيون لأدوار النوع الاجتماعي النمطية وتطبيع الهيمنة الذكورية البطريركية. وتساهم عوامل مثل السياق السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، والمؤسسات الإعلامية، وضعف معرفة بعض الإعلاميين بمقاربات حقوق الإنسان وحقوق المرأة في هذا السياق. كما تساهم بعض الممارسات الذكورية لبعض الإعلاميين في ترسيخ الصورة النمطية للمرأة دون مراعاة مسألة تعزيز حضورها في الحياة العامة، ما يؤدي إلى إبعادها عن الفضاء العام واحباط جهود تمكينها سياسيًا.<sup>1</sup>

## الالتزامات الدولية لتعميم مراعاة المنظور الجنساني في وسائط الإعلام

هناك العديد من الاتفاقيات والإعلانات الدولية التي توفر إطارًا قائمًا على الحقوق تدعو من خلالها وسائل الإعلام التركيز على الدور الذي ينبغي أن تؤديه في تعزيز حقوق الإنسان للمرأة والمساواة بين الجنسين.

وتشمل هذه الإعلانات والصكوك ما يلي:

### اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو)<sup>2</sup>



هي معاهدة دولية، اعتمدها وصادقت عليها الأمم المتحدة، وصادقت عليها أكثر من مائة دولة ومن ضمنها لبنان في عام ١٩٩٦، لتعزيز وحماية حق المرأة في المساواة. وتشترط اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة ما يلي:

"تتخذ الدول الأطراف جميع التدابير المناسبة: "... تعديل الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك الرجل والمرأة، بغية تحقيق القضاء على التحيزات والعادات العرفية وجميع الممارسات الأخرى القائمة على أفكار دونية أو تفوق أي من الجنسين أو على أدوار نمطية للرجل والمرأة".

### منهاج عمل بيجين لعام ١٩٩٥<sup>3</sup>



بالرغم من ان منهاج عمل بيجين اعتبر امكانيات وسائط الاعلام فرصة لنشر المعلومات المتعلقة بالمرأة الا انها استخدمت في نشر الافكار النمطية والصور المهينة للمرأة. وفي الفرعين هاء و باء المتعلقين بوسائط الإعلام، يسلم منهاج عمل بيجين بأن لوسائط الإعلام دورا حيويا تؤديه في معالجة قضايا عدم المساواة بين الجنسين، وعلى وجه التحديد، عدم وصول المرأة إلى وسائط الإعلام فالنساء في صناعة الاعلام لا يشغلن عموما مناصب صنع القرار بينما يستمر ترويج القوالب النمطية القائمة على التحيز القائم على النوع الاجتماعي والمهينة في طابعها.

1. زعتر، م.، عاصي، م. (٢٠١٩) الوصمة الاجتماعية في البرامج التلفزيونية. مركز المرأة في العالم العربي في الجامعة اللبنانية الأميركية.

<https://aiw.lau.edu.lb/images/8b6e873235071f9d5e2da59222fda80960f2ba84.pdf>

2. الأمم المتحدة. (1979). اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة. تم الاسترجاع من

<https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/0360793A.pdf>

3. الأمم المتحدة، إعلان ومنهاج عمل بيجين

<https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20A.pdf>

لذلك نص الهدف الاستراتيجي ياء ٢ في البنود ٢٤٣-٢٤٥ على الإجراءات التي يتعين اتخاذها :

البند ٢٤٣ ج:

ج) تشجيع التدريب الذي يراعي الفروق بين الجنسين للمهنيين في حقل الإعلام، بمن فيهم مالكي ومدراء وسائط الإعلام، لتشجيع إيجاد واستخدام صور متوازنة ومتنوعة ولا تقوم على القوالب النمطية للمرأة في وسائط الإعلام؛

البند ٢٤٥ ب:

ب) إنتاج و/أو توزيع مواد إعلامية عن القيادات النسائية تصورهن، في جملة أمور، رائدات يغبين أدوارهن القيادية بكثير من تجارب الحياة المختلفة التي تتضمن تجاربهن في التوفيق بين العمل ومسؤولياتهن الأسرية كأمهات، ومهنيات ومديرات ومنظمات للمشاريع، دون الاقتصار على هذه التجارب، وتقديمهن كنماذج تحثي بها الشباب بوجه خاص"

## المادة ١٩ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية لعام ١٩٦٦<sup>٤</sup>



تنص على ما يلي:

- لكل إنسان الحق في اعتناق آراء دون مضايقة
- لكل فرد الحق في حرية التعبير؛ ويشمل هذا الحق حرية التماس مختلف ضروب المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها إلى آخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها.

لا تتناول اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية صراحة حقوق المرأة في حرية الرأي والتعبير، لكن المادة ١٩ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية مقروعة بالاقتران مع المادة ٧ من اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة تؤكد هذا الحق.

وتدعو المادة ٧ من اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة الدول الأطراف إلى ضمان حق المرأة، على قدم المساواة مع الرجل في المشاركة السياسية بكافة اشكالها.

والواقع أن منهاج عمل بيجين هو أكثر الأطر التي أقرت في الإمكانية المتوفرة في كل مكان لكي تقدم وسائط الإعلام مساهمة أكبر بكثير في مجال النهوض بالمرأة.

### السياق التنظيمي-القانوني الوطني

لا تزال التشريعات والقوانين اللبنانية قاصرة عن تأمين أطر وآليات الحماية للفئات المهمشة ومنها النساء، بما في ذلك التمييز ضدهن. وعلى الرغم من التزام لبنان بالاتفاقيات والأطر الدولية مع تحفظ على بعض بنود سيداو، إلا أن هذه الالتزامات لم تترجم في البنية التشريعية الوطنية، ما أدى إلى عدم وجود أحكام واضحة تمنع التمييز كالقوانين والسياسات وحتى موثيق الشرف في الإعلام، بل عزز الإعلام الصورة النمطية ضد

4. مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان. (2024). خلفية عن العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية والبروتوكولين الاختياريين. المفوضية السامية لحقوق الإنسان. <https://tinyurl.com/4wkwjd8j>



وساهم في حالات العنف ضد المرأة في السياسة وفي تهميش المرأة وعدم إسماع صوتها في كثير من القضايا وخاصة الاقتصادية والسياسية والأمنية وحصرها في أدوار وصور ومواقف محددة ومعلبة.

تعد تشريعات المساواة بين الجنسين حافزاً لتحسين تمثيل المرأة في الأخبار، لكن الأمر قد يستغرق بضعة عقود حتى يتم الشعور بالآثار. كما أنه ليس ضماناً للنهوض بالمساواة بين الجنسين في الأخبار بسبب عدم التطبيق. فهذه التشريعات ليست مضمونة دستورياً في لبنان حيث يضمن الدستور المساواة بين المواطنين من دون حظر عدم التمييز بين الجنسين أو تخصيص المساواة بين الجنسين بنص دستوري. لذلك يمكن أن تظل هذه النصوص حبراً على ورق حتى يتم تنفيذ السياسات التي تضمن المساواة.

## السياق السياسي والاقتصادي

حصلت المرأة على حق الترشح والتصويت للانتخابات البرلمانية في لبنان عام 1952<sup>5</sup>، لكن النساء لا زلن يتمتعن بسلطة سياسية محدودة بسبب محدودية عددهن في مراكز القيادة والأدوار التي تناط بهن إضافة إلى النظام السياسي القائم والذي يكرس الهيمنة الذكورية على السياسة.

لم تتول امرأة حتى الآن أي من المناصب السياسية الثلاثة العليا في لبنان أي: رئاسة الجمهورية، رئاسة البرلمان أو رئاسة الحكومة.

ولا يزال تمثيل المرأة في الحكومات والبرلمانات يقدم صورة محبطة إذ لم تتجاوز نسبتهم 6,20٪ في البرلمان وبلغت 4٪ فقط في الحكومة الحالية (1/24) لذلك يعتبر لبنان "ديمقراطياً ضعيف الأداء"<sup>6</sup>، حيث يمكن القول أن التقدم في مجال حقوق المرأة ضعيف أيضاً.

لم تصل النساء إلى التكافؤ في مشاركتهن الاقتصادية مع نسبة مئوية بلغت 22,2٪ في القوى العاملة مقابل 66,2٪ للرجال ونسبة بطالة جاورت الـ 32,7٪<sup>7</sup>.

كما تعاني النساء العاملات من فجوات في الأجور بين الجنسين ولا يتمتعن بمستويات من الأمن الوظيفي والحماية مثل نظرائهن من الرجال بالرغم من تفوق نسبة الخريجات من الجامعات على نسبة الذكور المتخرجين.

ويساهم في تدني نسبة القوى العاملة النسائية، غياب السياسات المتعلقة بإجازة الوالدين ورعاية الأطفال والعمل المرن. وتؤثر هذه الإجراءات بشكل مباشر على الصحافيات لأنهن يؤديان دور مقدمي الرعاية الأولية أكثر من الرجال مما يعيق استمرارهن وتقديمهن المهني ومراكمة الخبرات التي قد تساهم في وصولهن إلى مراكز القرار.

هذا فضلاً عن تعرض النساء لاشكال العنف بسبب نشاطهن العام الذي لطالما أثر على مشاركتهن في العمل السياسي. فقد أفادت حوالي 52.8% من عضوات المجالس البلدية

5. قوانين الانتخاب بعد الاستقلال: قانون 1952

<https://www.lq.gov.lb/PublicationDetails?id=141>

6. المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات. (2019). الحالة العالمية للديمقراطية 2019: معالجة العزل وإحياء الوعود.

<https://www.idea.int/sites/default/files/publications/the-global-state-of-democracy-2019.pdf>

7. المديرية العامة للإحصاء المركزي ومنظمة العمل الدولية. (2022). متابعة مسح القوى العاملة في لبنان.

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---arabstates/---ro-beirut/documents/publication/wcms\\_848353.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---arabstates/---ro-beirut/documents/publication/wcms_848353.pdf)

الحاليات المستطلعات ضمن مشروع<sup>8</sup> "المشاركة السياسية للمرأة - مرصد العنف ضد المرأة" الذي أعدته مؤسسة مهارات بالتعاون مع مدنيات وبدعم من هيئة الأمم المتحدة للمرأة، أنهن تعرضن أحياناً لأنواع مختلفة من العنف بسبب مشاركتهن في العمل المحلي والبلدي فيما أشارت 41.7% منهن إلى حوادث محددة شهدنها أو تعرضن لها. وتم الإبلاغ عن العنف النفسي 47.4% والعنف الاجتماعي 31.6% والعنف عبر الإنترنت 10.5%، باعتبارها أكثر أنواع العنف شيوعاً.

## السياق الاجتماعي والثقافي

تعود مشاركة المرأة في الصحافة إلى الحقبة الاستعمارية في لبنان حيث أسست نساء رائدات مجلات تعنى بالمواضيع الثقافية والاجتماعية. وتطورت مشاركة المرأة في الصحافة السياسية غير أن الصحافيات لم يحملن قضايا النساء إلى الصحافة السياسية إلا مؤخراً.

كما استمر تهميش النساء السياسيات والحزبيات والمرشحات على الانتخابات بكافة أشكالها النقابية والبلدية والنيابية كما الوزيرات حيث يمكن تسجيل ندرة ظهورهن في البرامج السياسية أو نشرات الأخبار، مقابل بروز الاعلاميات اللواتي تحولن الى العمل السياسي. وقد وثقت دراسات عديدة نقص الدعم الإعلامي والعنف ضد المرأة في السياسة، والصور النمطية و أدوار النوع الاجتماعي التي يعززها الإعلام كحواجز المشاركة السياسية للمرأة<sup>9</sup>.

إن البلدان التي وضعت مبادئ المساواة بين الجنسين في قوانينها العامة أو في قوانين الإعلام، أحدثت فرقاً في تقدم المرأة في الأخبار بدرجات متفاوتة ولكنها لم تكن كافية بمفردها لتحقيق تغيير تحويلي. ويرجع ذلك جزئياً إلى الأعراف الثقافية الأبوية الراسخة التي يهيمن عليها الذكور والتي تمتد إلى غرف الأخبار وتمنع حدوث التغيير الإيجابي المطلوب. وتبين أيضاً أن الفساد والتحرش الجنسي في بعض البلدان يحجمان النساء عن البقاء في الصحافة<sup>10</sup>.

وقد انعكست القوالب النمطية الجندرية التي تصنف النساء في المقام الأول كمقدمات رعاية على غرف الأخبار؛ حيث يعهد الى الاعلاميات برامج الترفيه والأخبار الاجتماعية والتعليم في حين يعهد الى الاعلاميين الرجال وضع الاجندة الاعلامية في المسائل السياسية والاقتصادية بما يتناسب ويعزز الأدوار الجندرية المتوقعة.

تتأثر البرامج الاجتماعية على شاشات التلفزيون في لبنان بعوامل مختلفة، منها الجوانب الدينية والسياسية والقانونية والإيديولوجية. ومع ذلك، غالباً ما يتم التعامل مع هذه القضايا الاجتماعية وخاصة قضايا العنف ضد النساء بمنطق السبق الصحفي بدلاً من القضايا الاجتماعية المعقدة والخطيرة التي تحتاج إلى معالجة مسؤولة وعلمية وموضوعية وعامة وشاملة.

8. التقرير النهائي حول العنف ضد المرأة في السياسة في لبنان (أيلول 2023)

[https://maharatfoundation.org/MarsadVAWP\\_FinalReport\\_Sep2023](https://maharatfoundation.org/MarsadVAWP_FinalReport_Sep2023)

9. مؤسسة مهارات ومدنيات، شبارو، ع. (2022). MeToo Politics: كسر صمت العنف ضد المرأة في السياسة. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي،

[https://maharatfoundation.org/MeTooReport\\_VAWP](https://maharatfoundation.org/MeTooReport_VAWP)

10. المؤسسة الإعلامية الدولية للمرأة. (2020). وجهات النظر المفقودة للمرأة في الأخبار: التقرير النهائي. تم الاسترجاع من <https://www.iwfm.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>

إن صياغة سياسات إعلامية وفقا لنهج حقوق الإنسان وحقوق المرأة أمر ضروري للقضاء على التمييز وتحديث وتفعيل صورة وحقوق المرأة وحقوق الإنسان. لتحقيق ذلك يمكن العمل على أربعة مستويات:

1. النظر في الهدف من هذه البرامج
2. المناهج التي تتناولها
3. المصطلحات اللغوية وردود الفعل والتعليقات الصادرة عن المقدمين
4. اختيار الضيوف والمعلقين

## الصورة الإعلامية للمرأة في السياسة<sup>11</sup>

تظهر الأبحاث أن النساء السياسيات غالبًا ما يتم تنيهن عن دخول المجال السياسي بسبب تعاطي بعض الإعلام المتحيز والذي يتضمن عنفًا في السياسة في بعض الأحيان.

كما بيّنت دراسة أجرتها مهارات خلال الانتخابات النيابية عام 2022<sup>12</sup>، أن مساحة التغطية التي حظيت بها المرشحات لم تكن متساوية في الظهور التلفزيوني مع المرشحين الرجال. في حين بلغ عدد اللوائح الانتخابية المسجلة 103، وعدد المرشحين 718، بينهم 600 رجلًا و 118 امرأة، وتشكل نسبة النساء المرشحات 16.43% من مجموع المرشحين. غير أنّ نشرات الأخبار التلفزيونية المرصودة من أول شباط حتى تاريخ الاستحقاق في أيار بلغت بها حصة المرأة 5% في مقابل 95% للرجال. وارتفعت نسبة مشاركة المرأة الناشطة في الحقل السياسي في البرامج الحوارية بحيث بلغت نسبة ظهورها 18% في مقابل 82% للرجال.

ومن المرجح أن يتم تصوير النساء كضحايا أكثر من الرجال بأكثر من الضعف<sup>13</sup> (19٪ من النساء يصورن كضحايا مقارنة ب 8٪ من الرجال).

حلت إحدى الدراسات عددًا من مجالات التغطية، بما في ذلك خلفية المرشح/ة، والقدرة على البقاء، والنبرة العامة، والنوع الاجتماعي، وسمات القيادة، والقضايا الذكورية مقابل الأنثوية، والحياة الأسرية، والمظهر الجسدي، والسمات الشخصية، والتعليقات الجنسية. كما تضمنت التغطية تركيزًا على خلفية وحياة النساء الأسرية وشخصيتهن أكثر مما تضمنت التغطية التي شملت الرجال. وتميل وسائل الإعلام إلى التأكيد على افتقار المرشحات إلى القدرة على البقاء (الاستمرارية)، مع التركيز على نتائج الحملة وقدرتها على الوصول عوض التركيز على إمكانياتها السياسية وقدراتها وبرامجها<sup>14</sup>.

في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، تمكن السياسيون من كلا الجنسين من تسويق أنفسهم وصورتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، لا تزال وسائل الإعلام الرئيسية ترسخ الكليشيهات والنماذج الأصلية عندما يتعلق الأمر بتصوير النساء في السلطة كـ "أمهات الأمة" و"الأميرات" و "السحرة" وهن غالبًا النساء "النافذات" أي اللواتي يتمتعن بالسلطة والنفوذ خلف الكواليس. كما أنه غالبًا ما يشار إلى النساء القياديات على

11. مشروع يوتا للمرأة والقيادة. (2021). تغطية يوتا الإعلامية للمرأة في السياسة. تم الاسترجاع من

<https://www.usu.edu/uwlp/files/briefs/34-utah-media-women-politics.pdf>

12. أداء الإعلام الانتخابي التلفزيوني في الانتخابات التباينة 2022

[https://maharatfoundation.org/TVcoverage\\_ParliamentaryElections2022](https://maharatfoundation.org/TVcoverage_ParliamentaryElections2022)

13. المؤسسة الإعلامية الدولية للمرأة. (2020). وجهات النظر المفقودة للمرأة في الأخبار: التقرير النهائي. تم الاسترجاع من

<https://www.iwfm.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>

14. تقديم التقارير عن السياق الانتخابي يمكن أن تضر بالناخبين والمرشحين والوسائل الإعلامية: ماذا يقوله البحث

[/https://journalistsresource.org/politics-and-government/horse-race-reporting-election](https://journalistsresource.org/politics-and-government/horse-race-reporting-election)

أنهن "الأولات" أو "الوحيديات" اللواتي تبوأن منصبًا في طريقة تظهر أن وصولهن هو استثناء للقاعدة مما يزيد من التمييز. ومن غير المرجح أن تتم الإشارة إلى المرشحين الذكور حسب نوعهم الاجتماعي، حيث يتم قبول الرجال كقاعدة في القيادة والسياسة وحيث أن سمات القيادة هي سمات ملتصقة بـ"الذكورة" كالقوة والحزم والمقدرة في حين توصف من تمتلك هذه الصفات بـ"إخت الرجال".

تركز القضايا التي تثير التعاطف والقضايا "الأنثوية" على الموضوعات المتعلقة بالناس مثل الفقر والتعليم والرعاية الصحية ورعاية الأطفال والبيئة والقضايا الاجتماعية وتجارب المرأة. تركز القضايا المصنفة "للذكور" على "القضايا الصعبة" مثل السياسة الخارجية والشؤون الخارجية والموارد الطبيعية والقوات المسلحة والميزانية والمالية والضرائب والاقتصاد. وتختلف التغطية الإعلامية والتركيز على مواضيعها وفقًا للنوع الاجتماعي الذي ينتمي إليه المرشح/المرشحة وبالتالي لأدوار النوع الاجتماعي المتوقعة، فيسأل الرجال عن السياسة مثلًا والنساء عن الطبخ أو التعليم. وعلى الرغم من ذلك يبقى صوت النساء منخفضًا بل غير مسموع حتى في الميادين التي أصقت بهن.<sup>15</sup>

تركز التغطية الإعلامية على الحياة الخاصة للقيادات من السياسيات لتطال حيواتهن الخاصة وكيفية الموازنة بين حياتهن العائلية والعملية ولومهن والتضامن مع الرجال ولو من باب المزاح (كما حدث مع لوري هايتايان في حلقة مع مارسال غانم) مما يفقد التركيز على عملهن وإنجازاتهم.

غالبًا ما تستدعي وسائل الإعلام التعبيرات العاطفية، كالإشارة إلى أن النساء بحاجة إلى كتم عواطفهن ودفن أنفسهن في عملهن ليكن صارمات بما فيه الكفاية. إذا نظرنا إلى التغطية الإعلامية فإن تحديد المظهر الجسدي، من ملابس النساء، والعمر، والعرق، والأحذية، والشعر، والماكياج، والطول، والوزن، واللياقة البدنية، والجمال، والجاذبية هي الأكثر ذكرًا.

كما تقل اللغة والتعليقات المتحيزة جنسيًا والتي تعزز القوالب النمطية الجنسية من المصداقية والاحترام والتقدير تجاه المرشحة/السياسية كأن توصف بالزهرة أو الفراشة أو قفاز مخملي أو أن تستخدم تلميحات تحط من قدرها وتثنيها عن الظهور الإعلامي وهو ما رصدته عدة دراسات قامت بها مؤسسة مهارات حول العنف ضد المرأة في السياسة. تساهم هذه الظاهرة في ذكورة الأخبار والبرامج السياسية بشكل خاص.

## إنحياز الأخبار إلى الذكورة

لا تزال الأخبار منحازة بشكل حاسم لوجهات نظر الرجال. في الواقع، يرى البعض أن ملكية الرجال وإدارتهم لمؤسسات الإعلام والاتصالات (بما في ذلك الأخبار) يضيفي الشرعية على المعايير المهنية التي يهيمن عليها الذكور لصنع الصحافة. أفاد صحفيون/ات خلال المشاركة في مجموعات عمل مركزة أن الانتماءات السياسية للمؤسسات الإعلامية تتحكم في موضوع تغييب النساء خاصة أن "المال السياسي" يصب دائمًا في مصلحة الرجل (من يدفع أكثر يتم استضافته أكثر).

تتكيف الصحافيات مع هذه المعايير المهنية الافتراضية المتحيزة للذكور والقيم "الذكورية" باعتبارها المعيار الثقافي العالمي، من أجل الاندماج في غرفة الأخبار والتقدم في

15. يوتيوب، (2023، 27 نوفمبر). الجلسة 1: رسم آفاق جديدة: تأثير المرأة في الوزارات اللبنانية. تم الاسترجاع من <https://youtu.be/LUSgyVhFVuk?si=XEM-5WH5vKXrIERH>



المؤسسات الإعلامية، أو لأنهن غير مدركات لطريقة بديلة للعمل، أو بسبب فرض هذا الواقع وصعوبة تغييره بسبب الديناميكيات السلطوية الموجودة.

فالثقافة التي يهيمن عليها الذكور هي أحد الأسباب الرئيسية المعلنة لعدم وجود علاقة إيجابية ملحوظة بين نسبة النساء في غرف الأخبار / القيادة العليا وصورة المرأة في الأخبار. وبالرغم من الجهود لم يتحسن تصوير المرأة بشكل ملحوظ منذ عقود. وهذا يعني أن تحقيق التكافؤ بين الجنسين في غرف الأخبار (كما حدث في جنوب أفريقيا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة) لا يكفي لتحسين التوازن بين الجنسين في مخرجات الأخبار. إن وجود ثلث النساء في المناصب القيادية أو الإدارية العليا (كما هو الحال في جنوب إفريقيا والولايات المتحدة وكينيا) لم يوفر "الكتلة الحرجة" التي كان يعتقد سابقاً أنها ضرورية لتحسين ظهور المرأة في الأخبار. فالعلاقة بين عدد النساء في الموارد التنظيمية وفي جمع الأخبار وفي مخرجات الأخبار ليست مستقيمة linear، على الرغم من نظريات التغيير النسوية الراسخة التي تفترض ذلك<sup>16</sup>. إذًا إن تأثير المجتمع يبقى طاغياً.

فكلما كان المجتمع أكثر تحيزاً تجاه الرجال في أعرافه الاجتماعية المعلنة، كلما قلت حصة المرأة وصوتها في الأخبار.

● عوامل على مستوى الأنظمة  
● عوامل على المستوى التنظيمي  
● عوامل على المستوى الفردي

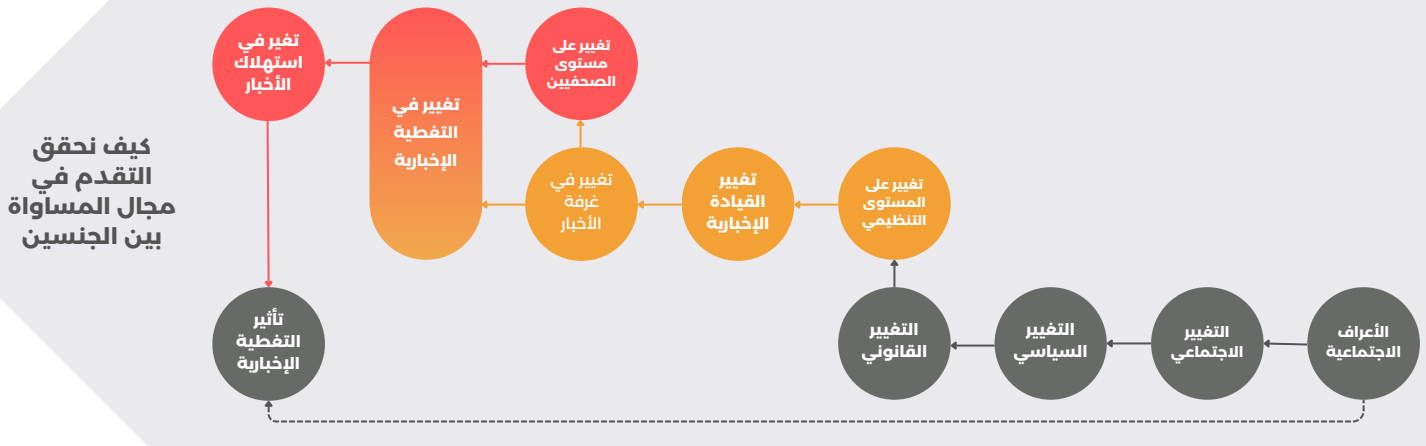


fig1: التغيير والتقدم من أجل المساواة بين الجنسين في الأخبار

لإحداث التغيير والتقدم من أجل المساواة بين الجنسين في الأخبار، وجب العمل على ٣ مستويات:

- **مستوى الأنظمة الاجتماعية والثقافية والسياسية والقانونية** لتغيير البيئة ودفعها نحو المساواة.
- **مستوى العمل الداخلي التنظيمي للمؤسسات الإعلامية** من أعلى سلم القيادة وصولاً إلى السياسات التحريرية وغرف الأخبار تزامناً مع تغيير التغطية الإخبارية وجعلها حساسة للنوع الاجتماعي من خلال تدريب الإعلاميين/ات.
- **تغيير على المستوى الفردي** للإعلاميين/ات و للجمهور أو ما يعرف بالمستهلكين/ات، وهو تغيير في الذهنيات قد يكون نتيجة التغيير في الأنظمة والسياسات.

16. المؤسسة الإعلامية الدولية للمرأة. (2020). وجهات النظر المفقودة للمرأة في الأخبار: التقرير النهائي. تم الاسترجاع من <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>

هذه العملية الديناميكية الدائرية المترابطة والمتشابكة لها وقع واثر على التغطية الإعلامية بشكل عام وستساهم في التقدم نحو المساواة.

بهدف الدفع قدماً نحو المساواة في المؤسسات الإعلامية وفي التغطية الإعلامية، عقدت مؤسسة مهارات جلسات عمل مركزة مع مجموعة عمل تمّ تدريبها على إدماج قضايا المرأة والنوع الاجتماعي ومؤلفة من ٩٠ صحفياً/ة من أجل الخروج بتوصيات عملية تناسب الحالة اللبنانية. كما تم الارتكاز على أفضل التجارب والتوصيات الدولية في هذا المجال.

وتم اعتماد أربعة مؤشرات لقياس مدى المساواة بين الجنسين في الأخبار للخروج بتوصيات، هي:

- التنوع بين الجنسين في المؤسسات الإخبارية الذي يعكس تمثيل المرأة في الموارد التنظيمية
- نسبة الخبراء والمصادر في الأخبار من النساء مما يعكس بروز المرأة في الأخبار
- نسبة النساء في التغطية الإخبارية من المناصرات التي تعكس ظهور المرأة في مخرجات / تغطية الأخبار
- نسبة القصص المخصصة لقضايا المساواة بين الجنسين والتي تعكس أهمية المساواة بين الجنسين في مخرجات / تغطية الأخبار

## من يصنع الأخبار؟

### ١. التنوع في مكان العمل / في القيادة

على الرغم من وجود تكافؤ بين الجنسين بين خريجي دورات الصحافة في العديد من البلدان، فإن غالبية الصحفيين على الصعيد العالمي، وعلى وجه الخصوص، المالكين وأولئك الذين يشغلون مناصب قيادية في مجال الأخبار هم من الرجال ويعود ذلك إلى عوامل مادية، سياسية وعائلية تورثية. وبذلك يتحكمون في المهام، وتغطية القصة، والكتابة، والتنسيب، وتشكيل محتوى الأخبار ومعرفة القارئ.

وتشكل سياسات المساواة بين الجنسين حافزاً هاماً للتغيير الإيجابي ولكنها لا تضمن إحراز التقدم الكافي لأن تنفيذها كثيراً ما يبقى ضعيفاً في بعض البلدان.

وقدم عدد من الصحفيين والصحافيات توصيات حول ضرورة تبني كوتا نسائية في كافة مواقع القرار الإعلامي وفي كافة فئات العمل الإعلامي وتنوعها من أجل تمثيل النساء بالتساوي في غرف الأخبار وفي المؤسسات الإعلامية بشكل عام. والإضاءة على قصص نجاح لنساء خبيرات ورائدات في غرف الأخبار أو الوسائل الإعلامية لدعم فكرة حضور نساء على هذا المستوى.

وتمت المطالبة بـ:

- وضع وتطبيق قوانين مراعية للنوع الاجتماعي لتمكين العاملات في المؤسسات الإعلامية من الاستمرار في عملهن من دون تمييز مبني على النوع الاجتماعي أو العمر أو المظهر أو الحالة الاجتماعية.
- وضع سياسات متعلقة بمكافحة التحرش في المؤسسات الإعلامية بما ينعكس إيجاباً على تمثيل النساء في غرف الأخبار.

- فرض سياسات مرتبطة بتخصيص عطلة أمومة وأبوة للمرأة والرجل على حدٍ سواء مما يساهم في عدم تعطيل مسيرة الصحافيات المهنية.
- وضع سياسات مرتبطة بتساوي الأجور بين الصحافي والصحافية في حال امتلاك ذات المؤهلات وشغل نفس المنصب.
- العمل على توفير دعم نقابي وقانوني للصحافيات النساء من أجل توفير بيئة آمنة للعمل.

## 2. المرأة كمصدر للخبرة الإخبارية

المصادر هم الأشخاص من الرجال والنساء، الذين يقابلهم الصحفيون لإبداء آرائهم ووجهات نظرهم حول الأحداث الإخبارية والقضايا الحالية. يتم اختيار المصادر بسبب:

- المعرفة المتخصصة في القضية أو الحدث ("الخبراء")
- إذا كان المصدر من بين المتأثرين بشكل كبير بالحدث أو القضية
- إذا كان المصدر هو من "الموضوعات" أو "الجهات الفاعلة الرئيسية" لحدث أو قضية.

عادةً ما يتم سرد الأخبار إلى حد كبير من خلال أصوات ووجهات نظر الرجال مما يبقي على الفجوة بين الجنسين. إذ يهيمن الرجال كمتحدثين رسميين وخبراء، حيث يشكّل الرجال نسبة 86٪ من جميع الأشخاص في القصص الإخبارية كمتحدثين رسميين و 83٪ من مجموع الخبراء، فيما تشكل النساء أقل من واحد من كل خمسة خبراء على مستوى العالم في الأخبار.<sup>17</sup> بينما غالبًا ما تظهر النساء في الإعلام للتعبير عن تجربة شخصية أو رأي وليس كخبيرة في شأن عام.

وجدت دراسة لمؤسسة مهارات أن الرجال هيمنوا إلى حد كبير على المناقشات والبرامج السياسية المتلفزة في فترة الأشهر الأربعة التي سبقت الانتخابات العامة في لبنان في أيار 2022، حيث بلغ تمثيل الذكور 93٪ خلال الفترة من شباط/فبراير إلى آذار/مارس. أما بالنسبة لشهري نيسان وإيار ٢٠٢٢، فقد بلغ تمثيل الذكور 78٪ و 88٪ على التوالي. علاوة على ذلك، وجدت دراسة أخرى أعدتها مؤسسة مهارات بالتعاون مع هيئة الأمم المتحدة للمرأة<sup>19</sup> أنه على الرغم من أن النساء شكلن 16٪ من جميع المرشحين في الانتخابات البرلمانية اللبنانية، إلا أنهن لم يحصلن إلا على 5٪ من التغطية الإخبارية من شباط ٢٠٢٢ إلى يوم الانتخابات.

كما أن تدني نسبة النساء في المراكز القيادية في المجالس المعنية والمنتخبة من وزارة وإدارية وبرلمانية وبلدية ونقابية ساهم في تقليص ظهور المرأة الإعلامي السياسي.

من هنا فإن تمكين عدد أكبر من النساء من المشاركة الإعلامية وافساح المجال لهن بشكل أوسع سيكون له أثر إيجابي على المساواة بين الجنسين على عدة صعد كالوصول إلى المراكز القيادية المنتخبة.

## 3. قصص إخبارية مع نساء خبيرات أو مناصرات للقضايا

في العقود القليلة الماضية، كانت قصص النساء ممثلة تمثيلاً ناقصاً بشكل كبير في الأخبار مقارنة بقصص الرجال، بنسبة واحد إلى خمسة تقريباً.<sup>20</sup>

17. الرابطة العالمية للتواصل المسيحي (WACC). (2008). مجموعة أدوات المناصرة الإعلامية. تم الاسترجاع من [https://www.peacewomen.org/assets/file/AdvocacyEducationTools/mediaadvocacytoolkit\\_wacc\\_2008.pdf](https://www.peacewomen.org/assets/file/AdvocacyEducationTools/mediaadvocacytoolkit_wacc_2008.pdf)

18. وسائل الإعلام ومراقبة النوع الاجتماعي في انتخابات 2022 - العنف ضد المرأة في السياسة

[https://maharatfoundation.org/marsadvawp\\_finalreport](https://maharatfoundation.org/marsadvawp_finalreport)

19. التقرير الشهري للرصد الإعلامي حول النوع الاجتماعي والانتخابات MARSAD VAWP

<https://maharatfoundation.org/marsadvawp/>

20. المؤسسة الإعلامية الدولية للمرأة. (2020). وجهات النظر المفقودة للمرأة في الأخبار: التقرير النهائي. تم الاسترجاع من

<https://www.iwvf.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>

وحيث تلعب الخبرات دورًا أكثر مركزية في القصص الإخبارية، يكون ذلك في أنواع الأخبار الأقل تأثيرًا على مستوى اتخاذ القرار الوطني مثل الفنون والإعلام. وهن يظهرن بشكل أقل تواترًا في القصص الإخبارية الرئيسية التي تحدد مستقبل البلاد مثل السياسة والاقتصاد كما ذكرنا سابقًا. وبالرغم من ذلك ما زالت أصوات النساء مهمشة حتى في المجالات التي تم تأنيثها كالترفيه وعلوم الاجتماع ومواضيع العناية الصحية.

- ولسد هذه الفجوة وتغيير الصور النمطية، اقترحت مجموعة العمل المشار إليها سابقًا:
- تواصل المؤسسات الإعلامية مع الخبرات والجمعيات والهيئات النسائية وزيادة التشبيك.
  - جمع قاعدة بيانات يتم اعتمادها عند اختيار الضيوف/ات للتقارير أو للبرامج بطريقة متوازنة.
  - محاولة فرض "كوتا نسائية" داخل المؤسسات الإعلامية لاختيار الضيوف وتنوعهم .
  - تنظيم برامج تدريبية للخبرات النساء في مجالات مختلفة، بهدف تعزيز مهاراتهم وثقافتهم الإعلامية، مما يزيد من جهوزيتهم للمشاركة في الإعلام كمصادر موثوقة للأخبار.
  - تشجيع الشبكات النسائية في مجال الإعلام وتوفير الدعم والمنصات والبودكاست لتبادل الخبرات وتشجيع التعاون بين النساء الخبرات ووسائل الإعلام.

#### 4. تغطية قضايا المساواة بين الجنسين

غالبًا ما تغرق تغطية قضايا المساواة بين الجنسين بسبب الحجم الهائل للقضايا الأخرى في الفضاء الإخباري. فالوعي بعدم المساواة بين الجنسين والأهمية المنسوبة إليه منخفضة للغاية ليس فقط بين الأكاديميين ، ولكن أيضا بين صانعي القرار وصانعي الرأي (بما في ذلك الصحفيين). وقد قدرت القصص الإخبارية التي تسلط الضوء على قضايا المساواة بين الجنسين أو عدم المساواة بنحو 4٪ فقط من القصص التي تم رصدها بينما تشكل النساء 9٪ فقط من القصص التي تتناول هذه الموضوعات في الصحف والتلفزيون والإذاعة في الفقرات الإخبارية.<sup>21</sup>

- ولتحسين التغطية الإعلامية لقضايا المساواة، جرى اقتراح التالي:
- قيام الجمعيات المختصة برصد أداء المؤسسات الإعلامية في تمثيل المرأة والإضاءة على الأمر للضغط في سبيل تفعيل حضور المرأة وقضاياها.
  - تدريب الإعلاميين وخريجي كليات الإعلام على التغطية الحساسة للنوع الاجتماعي وإدماجها في المقررات الجامعية.
  - اعتماد سياسات تحريرية داخل المؤسسات الإعلامية لإبلاء أهمية لتغطية القضايا المتعلقة بالمساواة الجندرية.

#### خاتمة

تلعب الصحافة دور السلطة الرابعة، حيث ينعكس دور الإعلام بشكل كبير على تشكيل أفكار المجتمع وتوجيه أفعاله. إن قوة وتأثير وسائل الإعلام تظهر بوضوح في تقديمها لصورة عن المجتمع وهياكله، مما يؤثر بشكل كبير على تصوراتنا للنوع الاجتماعي والمعايير والأدوار

21. هيئة الأمم المتحدة للمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة (هيئة الأمم المتحدة للمرأة). (2015). إنفوجرافيك: المرأة والإعلام. تم الاسترجاع من <https://www.unwomen.org/en/digital-library/multimedia/2015/11/infographic-women-and-media>



النمطية التي يتم تظهيرها، وعلى هياكل السلطة وتوزيعها. تملّي المعايير المنوطة بالنوع الاجتماعي أدوارًا في توزيع المهام والأدوار والسلطة في المجتمع. يظهر تأثير هذه المعايير بوضوح في هياكل ووسائل الإعلام وفي غرف الأخبار والمحتوى الإعلامي.

ولمعالجة هذه المسألة، تسعى مؤسسة مهارات على تعزيز المساواة بين الجنسين في وسائل الإعلام ومن خلالها. وتطمح إلى القيام بذلك من خلال دعم المساواة بين الجنسين في المحتوى الإعلامي، وزيادة التغطية الإعلامية للمواضيع المتعلقة بالنوع الاجتماعي، وإنشاء وتحسين أساليب إعداد التقارير المراعية للمنظور الجنساني في جميع المجالات من خلال التعاون مع المؤسسات الإعلامية التي تلتزم بالعمل على الدفع قدما بالمساواة بين الجنسين.

# إلتزامات المؤسسات الإعلامية بالمساواة بين الجنسين

## مقدمة

المساواة بين الجنسين هي محرك أساسي في صلب أجندة التنمية المستدامة. وقد زاد الوعي والادراك مؤخرًا بأهمية التحول نحو سياسات مؤسساتية تعزز المساواة بسبب فوائدها الاجتماعية والاقتصادية المتعددة.

فالمؤسسات الإعلامية التي تلتزم بقضايا المساواة تصبح قادرة على تعزيز سمعتها ومصداقيتها أمام جمهورها والمجتمع ككل مما يوسع قاعدتها الجماهيرية، وبالتالي يزيد أرباحها من خلال جذب المعلنين والشركات التي تضع "المسؤولية الاجتماعية" في قلب سياساتها. وبتميّزها عبر التزامها بقضايا المساواة، فهي تصبح قادرة على جذب مواهب متنوعة من الإعلاميين/ات من كفاءات واعمار وخبرات مختلفة.

إضافة الى المردود الاقتصادي، فإن الإلتزام بالمساواة وعدالة النوع الاجتماعي هو التزام أخلاقي له تأثير إيجابي في المجتمع من خلال كسر الصور النمطية وتغيير الثقافة الذكورية وتحويل المجتمع نحو مجتمع أكثر شمولاً وعدالة.

## الإلتزام

من خلال التحول الى مؤسسة إعلامية ملتزمة بقضايا المساواة، فإن المؤسسة تتعهد بالتالي:

وضع المؤسسة إطارًا حساسًا للفوارق بين الجنسين يعزز التنوع والمساواة على مستوى فريق القيادة وغرف الأخبار والبرامج السياسية.



وضع سياسات تعزز من وضع المرأة العاملة في المؤسسة الإعلامية ومنها:



- تدابير إدارية لتعزيز المساواة في إجراءات التوظيف
- سياسة المساواة في الأجر
- آليات مكتوبة وشفافة للترقي الوظيفي

- وجود مدونة سلوك تمنع التمييز على أساس النوع الاجتماعي والعمر للظهور الإعلامي
- وضع سياسة للحماية من التحرش الجنسي تتضمن آلية للإبلاغ
- اعتماد إجازة أمومة وإجازة أبوة
- تدريب المحاورين والمحاورات على إدماج النوع الاجتماعي في التغطية والعمل الإعلامي

اعتماد المساواة بين الجنسين باختيار مصادر المعلومات على أرض الواقع تعزيزاً لتغطية حساسة للنوع الاجتماعي.



اعتماد متساو للنساء كمصادر للخبرة في مختلف الملفات والتأكد من عدم حصرهن بقضايا المرأة.



التوجه إلى التدقيق في المحتوى الإعلامي وتحويله إلى محتوى حساس/ مستجيب للنوع الاجتماعي وتعزيز التغطية الصريحة لقضايا المساواة.



رفض تسليع المرأة من خلال البرامج أو الإعلانات



التعاون مع المنظمات الداعمة لحقوق المرأة لتحسين المحتوى والممارسات المستجيبة للنوع الاجتماعي.

