

WHO
MAKES THE
NEWS?



GMMP

Global
MediaMonit
Project

2020

من
الذي يصنع
الاخبار؟

لبنان

التقرير الوطني

Lebanon National Report



GMMP

Global Media
Monitoring
Project

2020



GMMP 2020 is licensed under creative commons using an Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

GMMP 2020 is co-ordinated by the World Association for Christian Communication (WACC), an international NGO which promotes communication for social change.



Data for GMMP 2020 were collected through the collective voluntary effort of hundreds of organizations including gender and media activists, grassroots communication groups, university researchers, students, media professionals, journalists associations, alternative media networks and faith groups. Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes. No derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work. For any use or distribution, you must make clear to others the license terms of this work. Your fair use and other rights are in no way affected by the above



In Partnership with



الشكر والتقدير

الشكر والتقدير للرابطة العالمية للاتصال المسيحي، World Association for Christian Communication (WACC) ، لإتاحة الفرصة لمؤسسة مهارات ان تمثل لبنان في الشبكة العالمية لمراقبة وسائل الاعلام من خلال مشروع الرصد الاعلامي العالمي (GMMP). ان الجهود الدولية التي تبذلها المؤسسات والافراد المنضوين في هذا المشروع لإصدار الابحاث حول النوع الاجتماعي في تغطيات وسائل الإعلام الإخبارية في العالم وتقاريرهم البحثية حول تصوير المرأة في وسائل الإعلام، تشكل أداة مهمة في أعمال المناصرة للمساواة بين الجنسين. كل الشكر والتقدير لفريق مهارات من الراصدين والباحثين الذين يواصلون العمل في اعداد الابحاث حول وسائل الاعلام والتغطية الاعلامية في مختلف المواضيع التي تشكل اسس لبناء مجتمع تسود فيه العدالة وحرية التعبير والوصول الى المعلومات للجميع دون تمييز.

نبذة عن مؤسسة مهارات:

مؤسسة مهارات، هي منظمة غير حكومية مقرها بيروت، تعمل كمحفز للمدافعة والنهوض في تطوير مجتمعات ديمقراطية تسودها مبادئ حرية التعبير، الوصول للمعلومات، واحترام حقوق الانسان، تقوم بتنفيذ برامج رصد متنوعة حول مواضيع مختلفة تتعلق بالتغطية الإعلامية بما في ذلك الدراسات التي تهدف إلى تحليل واقع المشهد الإعلامي اللبناني من حيث مشاركة المرأة في إنتاج المحتوى الإعلامي والمشاركة في صناعة الأخبار. بالنسبة لمهارات ، فإن المشاركة في GMMP للمرة الثالثة أمر مهم جدا للتأكيد على الحاجة الملحة لضمان التمثيل العادل للمرأة في وسائل الإعلام.

فهرس الدراسة

5	مقدمة
6	السياق الوطني
7	منهجية الرصد
8	وسائل الاعلام المرصودة
9	الملخص التنفيذي
10	يوم في الاخبار في لبنان
10	المشهد الاعلامي
11	مواضيع التغطية الاخبارية
12	مصادر الاخبار والاشخاص موضوع التغطية
18	الصحافيون والمراسلون
21	دراسات الحالة
24	الخلاصة والتوصيات

مقدمة

رصد التغطية الاخبارية من منظور جندي ومدى مشاركة المرأة في صناعة الخبر، مبادرة تشارك فيها مؤسسة مهارات منذ العام 2010، تجري كل خمس سنوات، تعمل من خلالها مجموعة كبيرة من المؤسسات والمنظمات عبر العالم على رصد الاخبار التي تبثها وسائل الاعلام في يوم محدد في مختلف دول العالم. هذا العام حدد موعد الرصد يوم 29 ايلول 2020. بدأ فريق الرصد باكرا تتبع اخبار الصحف الصادرة وتوثيقها، ومتابعة مواقع الانترنت الاخبارية وحسابات وسائل الاعلام المرصودة عبر تويتر، للمرة الاولى هذا العام، ولاحقا تسجيل وحفظ نشرات الاخبار الاذاعية والتلفزيونية لتكتمل العينة المرصودة من انواع وسائل الاعلام المختلفة.

رفع الوعي وتحسس وسائل الاعلام لقضايا النوع الاجتماعي وإبراز صورة المرأة ودورها كشريك في المجتمع الى جانب الرجل من خلال التغطيات الاخبارية ادرجتها مؤسسة مهارات في صلب الاهداف التي تسعى لتحقيقها من خلال برامجها المختلفة الموجهة للإعلاميين ووسائل الاعلام. وبوصفها منظمة مدنية تهدف إلى تحقيق صحافة أكثر حرية والدفاع عن حرية التعبير وتعزيزها من أجل بناء مجتمع أكثر ديمقراطية، تقوم مؤسسة مهارات بتنفيذ برامج رصد متنوعة حول مواضيع مختلفة تتعلق بالتغطية الإعلامية بما في ذلك دراسات تهدف إلى تحليل واقع المشهد الإعلامي اللبناني من حيث مشاركة المرأة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

مؤشرات ايجابية حملتها معها بعض النتائج مقارنة بالسنوات الماضية من المشروع. ما زال الحضور العام للمرأة كمصدر إخباري ضعيفا ما زالت الغلبة في الاصوات في وسائل الإعلام اللبنانية للذكور. ولكن اظهرت النتائج تقدما لصالح المرأة مقارنة بالنتائج الاولى الصادرة في العام 2010، اذ ارتفعت نسبة التمثيل من 5% قبل عشر سنوات الى 13% عام 2015 الى 16% في وسائل الإعلام الرئيسية و 21% في وسائل الإعلام الجديدة لعام 2020.

هذا الجانب الايجابي لا ينفي ان الاعلام اللبناني وتحديد التغطيات الاخبارية والصحافية لا زالت تفتقر للبعد الجندي للتغطية. كما وتغفل وسائل الاعلام جانب المساواة في الحقوق وتكرس الادوار النمطية بين الرجال والنساء من خلال القصص اليومية للتغطيات الاخبارية، في وقت يجب ان يشكل صوت المرأة في الاعلام ودورها في صناعة الخبر ركيزة مهنية اساسية لكل صحافي او اعلامي مهتم بإثارة القضايا المتنوعة التي تهم مختلف شرائح المجتمع.

تهدف هذه الدراسة الى الاضاءة على تمثيل المرأة في وسائط الإعلام والقصور في التغطية الإعلامية فيما يتعلق بقضايا المرأة والمساواة ولا سيما في التغطية الإخبارية، مما يساهم في فتح نقاش عام وتحفيز الصحافيين على اعتماد مقاربات اكثر مراعاة للتنوع الجندي في تحقيقاتهم الخاصة والعمل على سد الفجوات بين الجنسين في التقارير الإخبارية.

السياق الوطني

بينما يضمن الدستور اللبناني المساواة بين جميع اللبنانيين أمام القانون والمساواة بالحقوق المدنية والسياسية دون أي تمييز بينهم ، تميل التشريعات المحلية إلى التمييز ضد المرأة في القانون والممارسة. تشكل قوانين الأحوال الشخصية وكيفية تطبيقها تمييزاً وشكلاً من أشكال العنف ضد المرأة مما يحط من كرامتها الإنسانية.

كما أن النظام الأبوي البطريركي السائد في المجتمع اللبناني يجعل من الصعب على المرأة الحصول على مناصب عالية في القطاعين العام والخاص وتشكل تحدياً لجهود المرأة بالتقدم.

شهدت بداية العام 2020 تشكيل حكومة جديدة ضمت ست نساء ، وهي المرة الأولى التي تتشكل فيها حكومة في لبنان ، 30% من أعضائها من النساء، ولأول مرة في الوطن العربي، يتم تعيين سيدة في منصب وزيرة الدفاع ونائبة رئيس الوزراء.

تنشط الجمعيات الداعمة لحقوق المرأة والمنظمات غير الحكومية في لبنان وهي لا توفر فرصة للضغط على صانعي القرار لاعتماد سياسات تلغي التمييز وتضمن الحماية والفرص المتساوية للرجال والنساء.

وعلى الرغم من الإنجازات التي حققتها هذه المنظمات من خلال الضغط، فإن الطريق إلى المساواة الكاملة في لبنان لا يزال طويلاً. لا تزال المرأة اللبنانية تواجه العديد من التحديات، لا سيما في بعض القضايا مثل حق المرأة في منح الجنسية لأفراد أسرتها والتشريعات المتعلقة بالأحوال الشخصية مثل الزواج والطلاق والحضانة.

واجهت حماية المرأة من أنواع العنف المختلفة عقبات كثيرة سببها المجتمع البطريركي الأبوي والقوانين الطائفية التي ترعى الأحوال الشخصية، لكن الجهود المستمرة لسد الفجوة والحملات أدت إلى بعض الإصلاحات القانونية مثل اقرار قانون حماية النساء وأفراد الأسرة الآخرين من العنف الأسري في عام 2014 وتعديله في عام 2020 لمزيد من الحماية.

أما في المشهد الاعلامي، تتنوع وسائل الإعلام اللبنانية، وتتباين اجنداتها التحريرية والسياسية، وغالبية هذه الوسائل تابعة لجهات سياسية. تخصص مساحة كبيرة لتغطية الاخبار الاقليمية والدولية التي تنعكس على الوضع اللبناني، سياسياً واقتصادياً وامنياً.

ان وسائل الإعلام الإخبارية هي المصدر الرئيسي الأكثر تأثيراً للمعلومات والأفكار والآراء لمعظم الناس حول العالم. إنها عنصر أساسي في الفضاء العام والخاص. يساهم الاعلام في الاضاءة على القضايا التي تهم المجتمع ويساهم في ايصال اصوات كافة شرائح المجتمع وتمثيلها بغية التأثير على صناعة القرار بما يستجيب لتطلعات المجتمع. من وماذا يظهر في الأخبار وكيف يتم تصوير الناس والأحداث، مهم. من تم استبعاده وما لم يتم تغطيته لهما نفس القدر من الأهمية. وسائل الاعلام من شأنها اما ان تعزز المساواة بين الجنسين او ان ترسخ التمييز ضد المرأة.

إن تأثير وسائل الإعلام كمعزز للتوازن الجندري أمر مؤكد. لذلك ، يساعد رصد وسائل الإعلام في تقييم اهتمام وسائل الإعلام بقضايا المساواة الجندرية، وتمثيل النوع الاجتماعي في المحتوى الإخباري ، وصوت المرأة في مختلف القضايا العامة، وتحليل الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في تعزيز عدم المساواة الجندرية من خلال نشر الصور النمطية.

منهجية الرصد

تعتمد منهجية الرصد على تحليل التغطيات الاخبارية التي نشرتها او بثتها وسائل الاعلام المرصودة في اليوم المحدد للرصد كميًا ونوعيًا، حيث تشكل كل قصة اخبارية سواء كانت بشكل تقرير اخباري او تحقيق وحدة تخضع للتدقيق والتحليل. وتشمل عملية التحليل الصحفيين والمراسلين كما الاشخاص موضوع التغطية.

تحليل التقارير الاخبارية يجيب على اسئلة اساسية اهمها: هل القصة عن امرأة معينة؟ وهل هذه القصة تلقي الضوء بوضوح على قضايا عدم المساواة بين المرأة والرجل وهل هذه القصة تتحدى الصور النمطية؟

كما تخضع القصة لمزيد من التحليل لناحية تقيد الصحفيين بالمعايير المهنية وتنوع المصادر وتوازنها. الاشخاص موضوع القصة يتم رصد اعمارهم وجنسهم ووظائفهم ومهنتهم وصفاتهم في التغطية الاخبارية كمصدر للمعلومات او كشخص يتم التحدث عنه اضافة الى تحديد عناصر تتعلق بالعلاقات الاسرية او ظهور الشخص كضحية او ناج من عنف منزلي او غير منزلي، فضلا عن تحديد موضوع القصة الاخبارية من بين ستة مواضيع اساسية هي: السياسات والحكومة، الاقتصاد، العلوم والصحة، الشؤون الاجتماعية والقانونية، الجريمة والعنف، الاخبار الخاصة بالمشاهير والفنون والاعلام والرياضة.

فضلا عن ذلك وانطلاقا من تأثير النساء بشكل كبير بجائحة كورونا وآثار الازمة الاقتصادية والمعيشية التي تعصف بلبنان فضلا عن تأثير العاملات بالخدمة المنزلية بتلك الازمات ايضا، اعتمدت المنهجية ثلاثة اسئلة اساسية اجاب عنها الراصدون من خلال تحليل القصص الاخبارية وهي التالية:

- هل تحدد القصة بوضوح الشخص على أنه ينتمي إلى مجموعة عرقية معينة؟
- هل تحدد القصة بوضوح النساء كقائدات وصانعات قرار استجابة للأزمة الاقتصادية والصحية والإنسانية؟
- هل تحدد القصة بوضوح تأثير الأزمة الاقتصادية والصحية والإنسانية على المرأة؟

وسائل الاعلام المرصودة:

- تم اختيار عينة من المحطات التلفزيونية والإذاعية والصحف والمواقع الاخبارية وحسابات تويتر العائدة لوسائل اعلام بناءً على المعايير التالية:
- اعتماد وسائل الإعلام للغة العربية.
 - انتشار وسائل الإعلام في جميع أنحاء الأراضي اللبنانية.
 - التنوع في الملكية والتوجه السياسي لوسائل الاعلام المختارة
 - اعتماد وسائل الإعلام على التنوع في البرامج بما في ذلك الأخبار ومعالجة العديد من القضايا العامة التي تهم المواطنين اللبنانيين.

وشملت عملية الرصد وسائل الإعلام التالية:

- صحف: النهار ونداء الوطن
- القنوات التلفزيونية: الجديد ، LBCI ، MTV
- الإذاعات: صوت لبنان، راديو لبنان
- مواقع الكترونية اخبارية: المركزية، المدن، النشرة، لبنان24، لبيانون ديبايت، لبيانون فايلز، الوكالة الوطنية للإعلام
- صفحات تويتر الاخبارية: OTV، الاخبار، اللواء، النهار، صوت كل لبنان.

الملخص التنفيذي

- بلغ مجموع القصص المرصودة في مختلف وسائل الاعلام 228 قصة وتوزعت المصادر بين 374 شخصا.
- اظهرت النتائج تقدما لصالح المرأة مقارنة بالنتائج الاولى الصادرة في العام 2010، وارتفعت نسبة التمثيل من 5% قبل عشر سنوات الى 13% عام 2015 فالى 19% في العام 2020.
- اختلف حضور النساء بنسبة 21% في الاعلام الجديد (مواقع الكترونية، تويتر) ، و16% في الإعلام التقليدي (صحف، تلفزيون، راديو).
- أظهرت النتائج المتعلقة بالقصص الاخبارية المتعلقة بكورونا أن 88% من الاشخاص موضوع الأخبار، و90% من المتحدثين الرسميين، و75% من الخبراء والمعلقين هم من الذكور.
- ان توزيع حضور المرأة في التغطيات الاخبارية بالنسبة للمهن التي تشغلها غير متناسب مع حضور الرجل، وكان صوت المرأة خجولا او منعدما في الوظائف والمهن مثل الحكومة، متحدث رسمي، الشرطة والجيش، سيدات الاعمال والمديرين التنفيذيين، المهنيين الحرفيين والعمال.
- بلغت نسبة الاقتباس المباشر للتغطيات الاخبارية في المواقع الالكترونية تبعا لجنس الاشخاص موضوع القصص الاخبارية 23% للنساء مقابل 77% للرجال.
- التغطيات الاخبارية التي شكلت المرأة محور القصة او المقابلة اختلفت نسبتها بين الاعلام التقليدي 4% والاعلام الجديد بنسبة 15%.
- صوت المرأة وحضورها في القصص الاخبارية حول جائحة كورونا لم يكن متوازنا مع الدور والفرصة التي اتاحت للرجل. حيث شكلت المرأة 12% من الاشخاص موضوع التغطية، و10% من المتحدثين بإسم الهيئات والادارات المعنية بوضع السياسات العامة والبديلة والحلول، 25% من الخبراء والمعلقين.
- بلغت التغطيات المتعلقة بجائحة كورونا معدل 0% في الراديو حيث تفتقر النشرات للتحقيقات والتقارير الميدانية.
- ارتفعت نسبة المراسلات من نسبة 43% في العام 2010 الى نسبة 59% مقابل المراسلين الرجال في العام 2020.
- اظهرت عينات دراسة الحالة نقصا في التوازن بين الجنسين (وبالتالي التنوع) في المصادر في التغطيات الصحافية، مما يؤدي إلى إعطاء منظور واحد فقط حول القضايا المثارة.
- عززت بعض العبارات المستخدمة في التغطيات الصحافية حول القضايا الاقتصادية والمعيشية من مفهوم دور المرأة المنزلي والتقسيم الجندي للمهن مثل التعريف عن المرأة انها كانت تعمل في قطاع التنظيفات.
- كما عززت بعض اللقطات المصورة التلفزيونية الاخبارية حول جائحة كورونا الدور الوظيفي للمرأة كممرضة في القطاع الاستشفائي دون ان تمنح احداهن فرصة للحديث ومشاركة آرائهم وتجاربهم مع الاخرين.

يوم في الاخبار في لبنان

الاجنحة الاعلامية يوم 29 ايلول 2020 تمحورت حول المساعي لتشكيل حكومة جديدة ومواقف الاطراف المؤثرة من الازمة السياسية المفتوحة في البلاد منذ استقالة الحكومة اثر الانفجار الضخم الذي وقع في مرفا بيروت في الرابع من آب، فضلا عن الخطط الحكومية لمواجهة ازمة كورونا، ومواقف من جلسة البرلمان التي ادرج على جدول اعمالها اقتراح قانون عفو عام عن فئات محددة من المساجين والموقوفين، اضافة الى مواضيع تتعلق بتفاهم الازمة المالية، الاقتصادية والمعيشية. فضلا عن قصص عن انفجار المرفأ وتغطيات للنزاع المسلح بين دولتي ارمينيا وأذربيجان.

المشهد الاعلامي

في منتصف القرن التاسع عشر صدر من العاصمة اللبنانية بيروت اول صحيفة سياسية خاصة في المشرق العربي (وهي جريدة "حديقة الأخبار" للصحافي خليل الخوري)، ومنذ ذلك التاريخ التأسيسي بدأ سيل الصحف الخاصة المستقلة في الانتشار. تعرضت الصحافة والصحافيين منذ ذلك الحين للقمع والاسكات، وتحول جزء منها لسان حال انظمة حاكمة واحزاب وميليشيات وتكتلات سياسية.

على مدى أكثر من 150 عاما والصحافة اللبنانية متميزة منذ العهد العثماني، مرورا بالانتداب الفرنسي، وصولا إلى عهد الاستقلال وما بعده. وبالرغم من الاحداث الاليمة التي عصفت بلبنان منذ اندلاع الحرب الالهية في منتصف السبعينات حتى بداية التسعينيات، شكلت الصحافة مساحة حرة للتعبير عن الراي وتبادل المواقف والتاثير في الاحداث الجارية.

مع اندلاع ثورة الارز في العام 2005 وانسحاب القوات السورية من لبنان بدأت الجرائد الإلكترونية تنتشر من خلال منصات اخبارية الكترونية، بالإضافة إلى المدونات التي بدأت تأخذ اهتماما كبيرا كصحافة فردية. وبعد تظاهرات 17 تشرين 2019 شكلت وسائل التواصل الاجتماعي منبرا اساسيا للتغطية والتعبير عن مطالب المحتجين. وقد برز على الساحة مجموعة من المواقع الإلكترونية التي شكلت نموذج اعلام بديل للإعلام التقليدي في مقاربة الملفات ذات الشأن العام المطروحة.

لبنان هو الدولة الوحيدة في المنطقة الذي لعب الاعلام الخاص دورا اساسيا في تكوين المشهد الاعلامي فيه. فضلا عن الصحف التي تأسست وانتشرت منذ العام 1858، فقد شكّل تأسيس المحطتين التلفزيونيتين المملوكتين من القطاع الخاص، الأولى في العام 1959 والتي عرفت باسم "شركة التلفزيون اللبنانية" والثانية في العام 1961 عرفت باسم "شركة تلفزيون لبنان والمشرق" حركة ناشطة في الاعلام المرئي والمسموع. ومع اندماج الشركتين التلفزيونيتين لاحقا في شركة واحدة تحت اسم "تلفزيون لبنان"، وتملك الدولة كامل اسهمها، تراجع تاثير هذه القناة لحساب القنوات الخاصة، وبرز في العام 1994 صدور اول قانون لتنظيم الاعلام التلفزيوني والاذاعي وفي العام 1996 رخصت الحكومة لأربعة قنوات تلفزيونية على اساس لا يخلو من المحاصصة الطائفية والسياسية.

اهملت الحكومات المتعاقبة وضع سياسة عامة للتلفزيون العام (تلفزيون لبنان) وتامين الدعم المادي والمعنوي له ليشكل مساحة عامة للتنوع المجتمعي والثقافي والجندي على حساب تشجيع الاعلام الخاص الذي لعب دورا في زيادة الانقسام ضمن المجتمع المتنوع وخدمة اجندات الاحزاب الطائفية. وفي اشارة الى ملكية النساء لوسائل الاعلام المطبوعة، الالكترونية، الاذاعية والتلفزيونية، فان نسبة

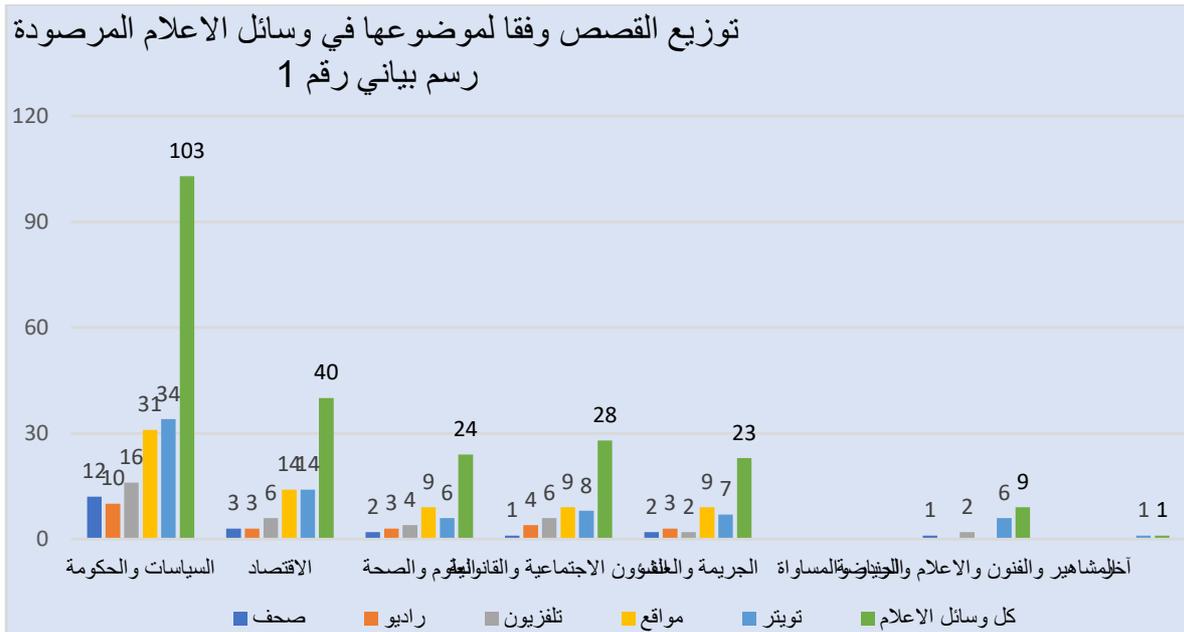
ملكية النساء في هذه الوسائل الاعلامية هي نسبة ضئيلة جدا ومعظمها ناتج عن حصص ارثية. كما ان ادارة وسائل الاعلام ومديري الاخبار والتحرير هم بمعظمهم من الرجال مع بعض الاستثناءات مثل جريدة النهار (نايلة تويني رئيسة مجلس ادارة)، تلفزيون الجديد (نائبة رئيس مجلس ادارة) والتي تغطي عليها طابع الملكية العائلية.

القسم الاول: التحليل الكمي

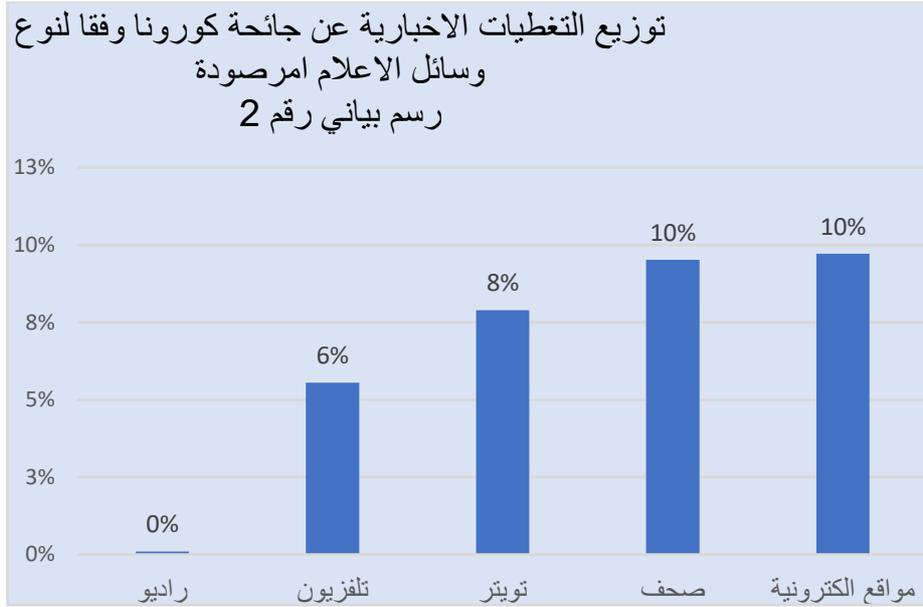
مواضيع التغطية الاخبارية

توزعت القصص وفقا لموضوعها على الشكل التالي:

45% من القصص موضوعها سياسة محلية وحكومية، تلتها بنسبة 18% القصص حول الاقتصاد، وبنسبة 13% القصص التي موضوعها اجتماعي وقانوني، ونسبة المواضيع المتعلقة بالعلوم والصحة بلغت 11% وتشمل القصص المتعلقة بجائحة كورونا، اما نسبة التغطيات المتعلقة بالجريمة والعنف بلغت 10%. (رسم بياني رقم 1)



يظهر الرسم البياني رقم 2 ان التغطيات المتعلقة بجائحة كورونا بلغت معدل 0% في الراديو حيث تفتقر النشرات للتحقيقات والتقارير الميدانية.

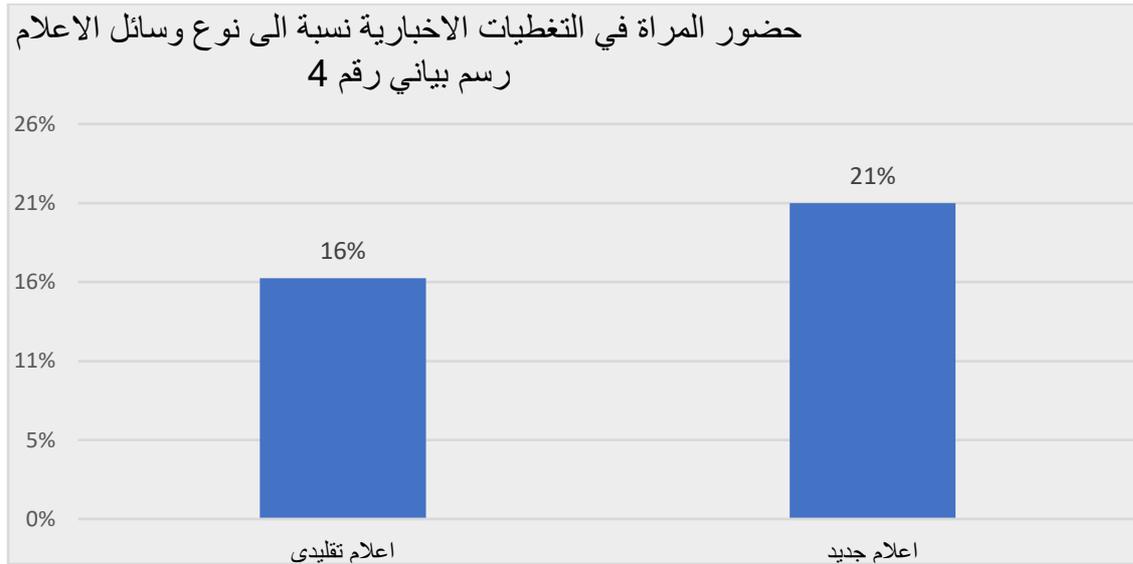
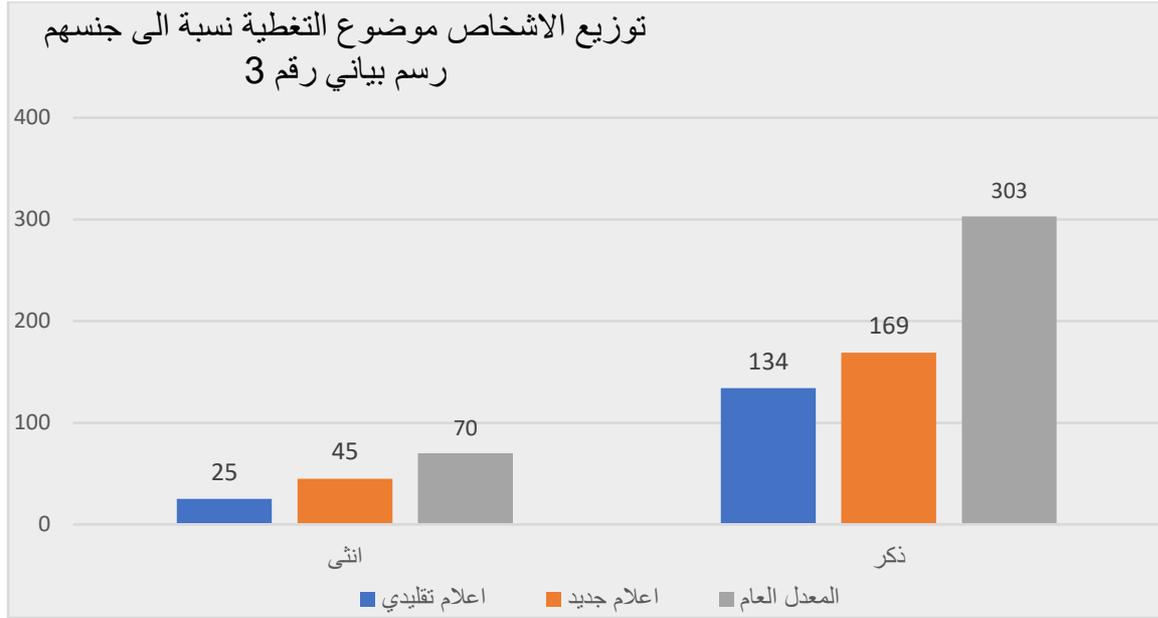


مصادر الاخبار والاشخاص موضوع التغطية

الاشخاص الذين تناولتهم التغطيات الاخبارية بلغ عددهم الاجمالي 373 توزعوا بين 159 شخصا في وسائل الإعلام الرئيسية و214 شخصا في وسائل الإعلام الجديدة.

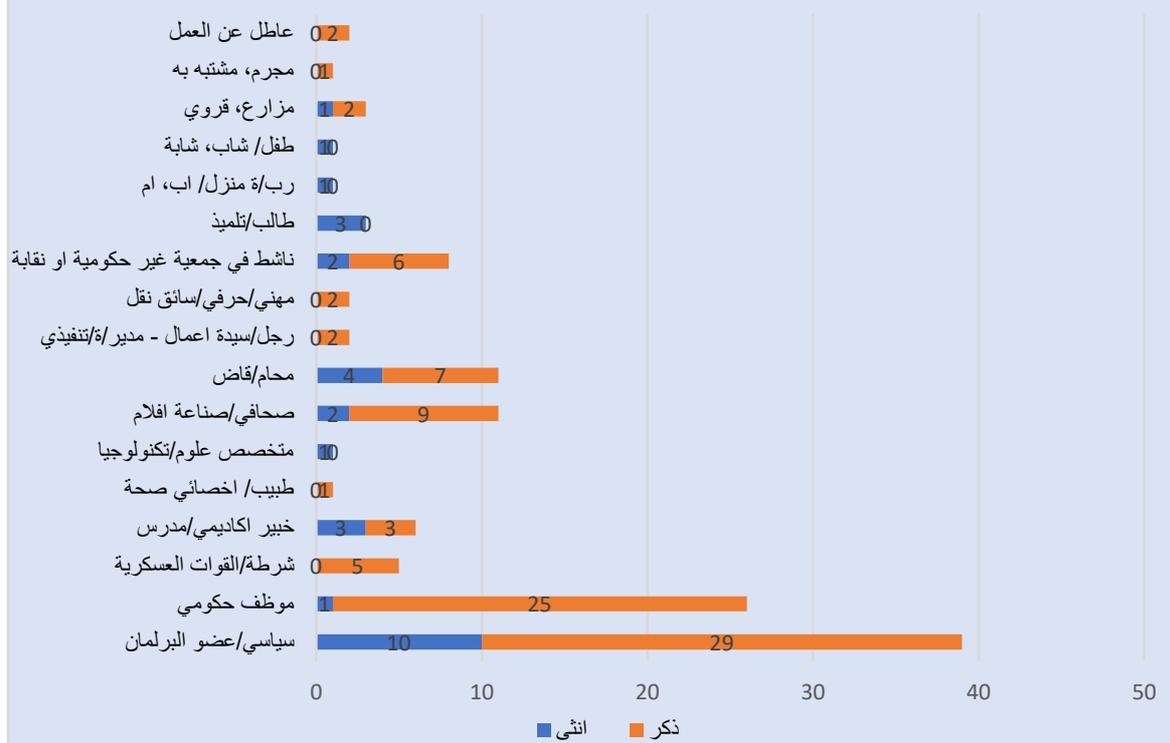
شكل الرجال 81% من نسبة الاشخاص الذين تناولتهم التغطية الاخبارية مقابل 19% للنساء كمعدل عام للتغطية في مختلف وسائل الاعلام المرصودة. (رسم بياني رقم 3)

واختلف حضور النساء بنسبة 21% في الاعلام الجديد (مواقع الكترونية، تويتر) ، و16% في الإعلام التقليدي (صحف، تلفزيون، راديو). (رسم بياني رقم 4)



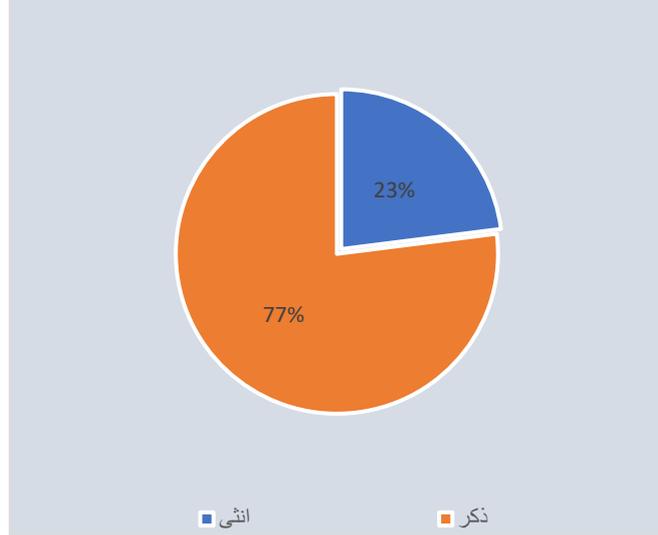
يظهر الجدول رقم 5 ان توزيع حضور المرأة في التغطيات الاخبارية بالنسبة للمهن التي تشغلها غير متناسب مع حضور الرجل، وكان صوت المرأة خجولا او منعدما في الوظائف والمهن مثل الحكومة وزير متحدث رسمي، الشرطة والجيش، سيدات الاعمال والمديرين التنفيذيين، المهنيين الحرفيين والعمال.

توزيع مهنة او منصب الشخص موضوع التغطية وفقا لجنسهم في المواقع الالكترونية
رسم بياني رقم 5



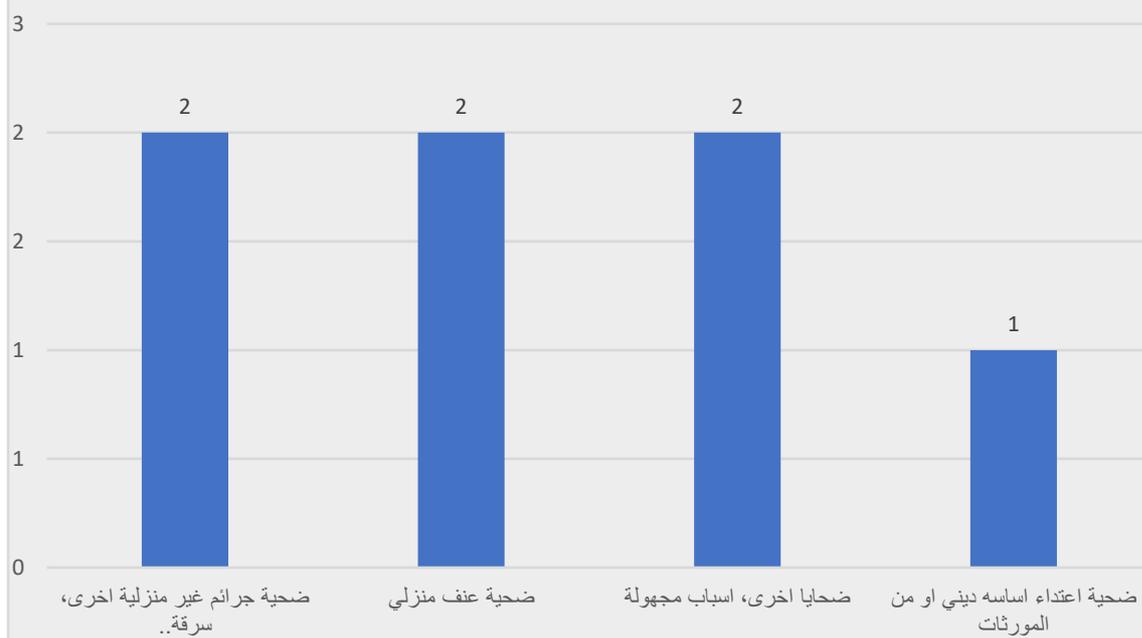
يظهر الرسم البياني رقم 6 وصول المرأة المباشر من خلال التغطيات الاخبارية في المواقع الالكترونية المرصودة، وبلغت نسبة الاقتباس المباشر من كلام النساء 23% مقابل 77% للرجال.

توزيع نسبة الاشخاص المقتبس منهم وفقا
لجنسهم في التغطيات الاخبارية للمواقع
الالكترونية المرصودة
رسم بياني رقم 6

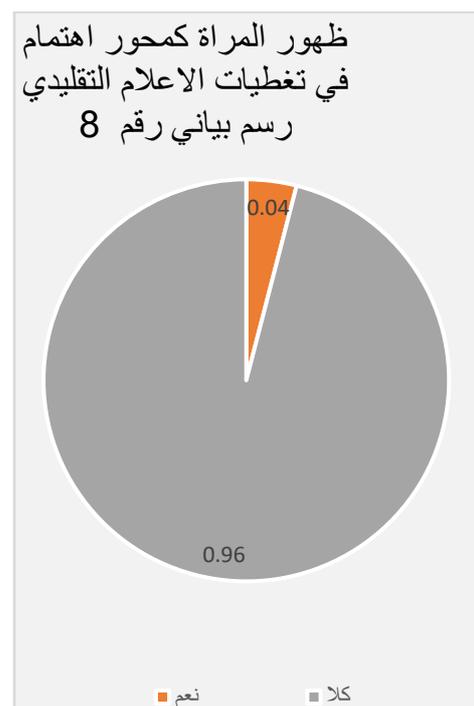


تصوير المرأة كضحية للعنف المنزلي سجل تغطيتين اخباريتين، مقابل تغطية واحدة ظهرت فيها المرأة ضحية للعنف الناتج عن الموروثات والمعتقدات الدينية الخاطئة. كما صورت المرأة في تغطيتين اخباريتين ضحية اسباب مجهولة. الرسم البياني رقم 7

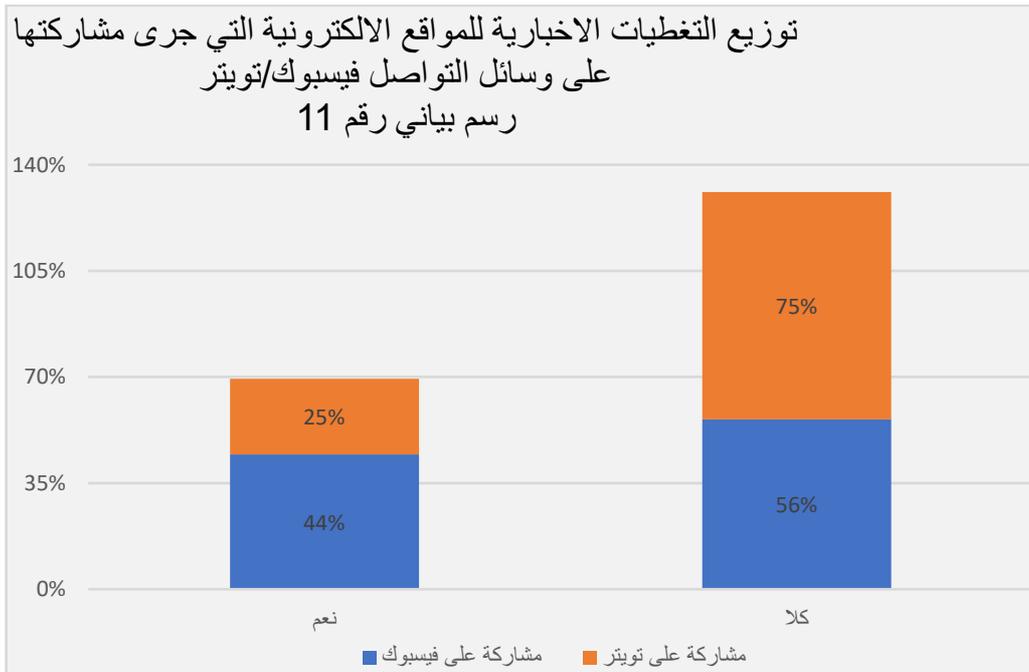
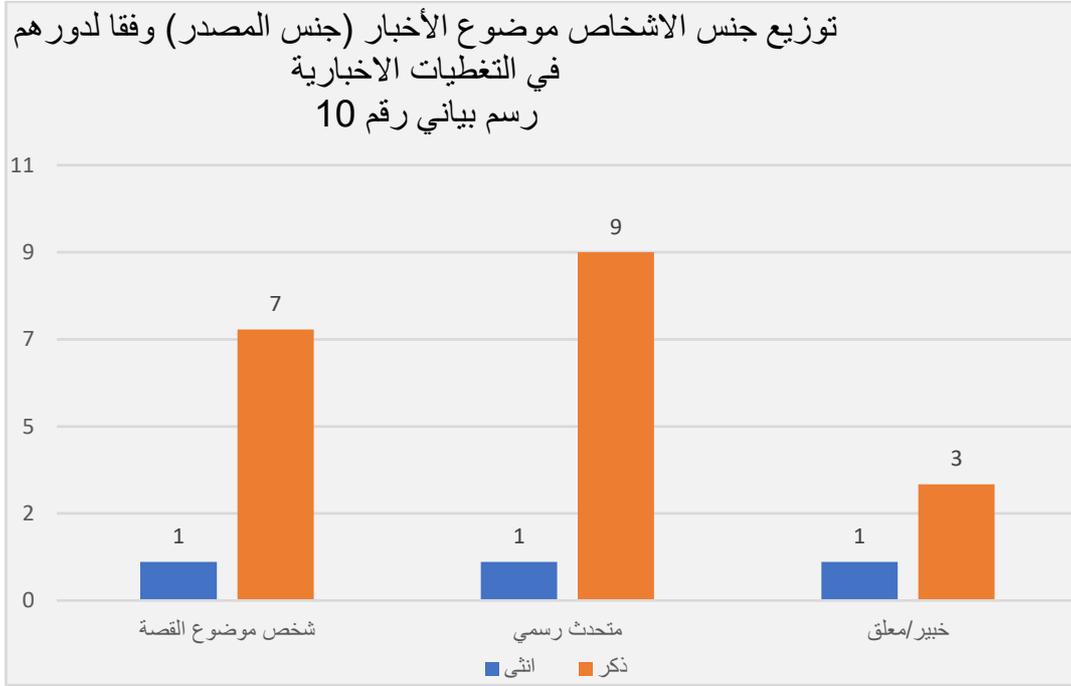
توزيع التغطيات الاخبارية التي عرفت عن المرأة كونها ضحية وفقا للنوع
(صحف - مواقع الكترونية)
رسم بياني رقم 7



التغطيات الاخبارية التي شكلت المرأة محور القصة او المقابلة اختلفت نسبتها بين الاعلام التقليدي 4% والاعلام الجديد بنسبة 15%. (رسم بياني رقم 8 و9)

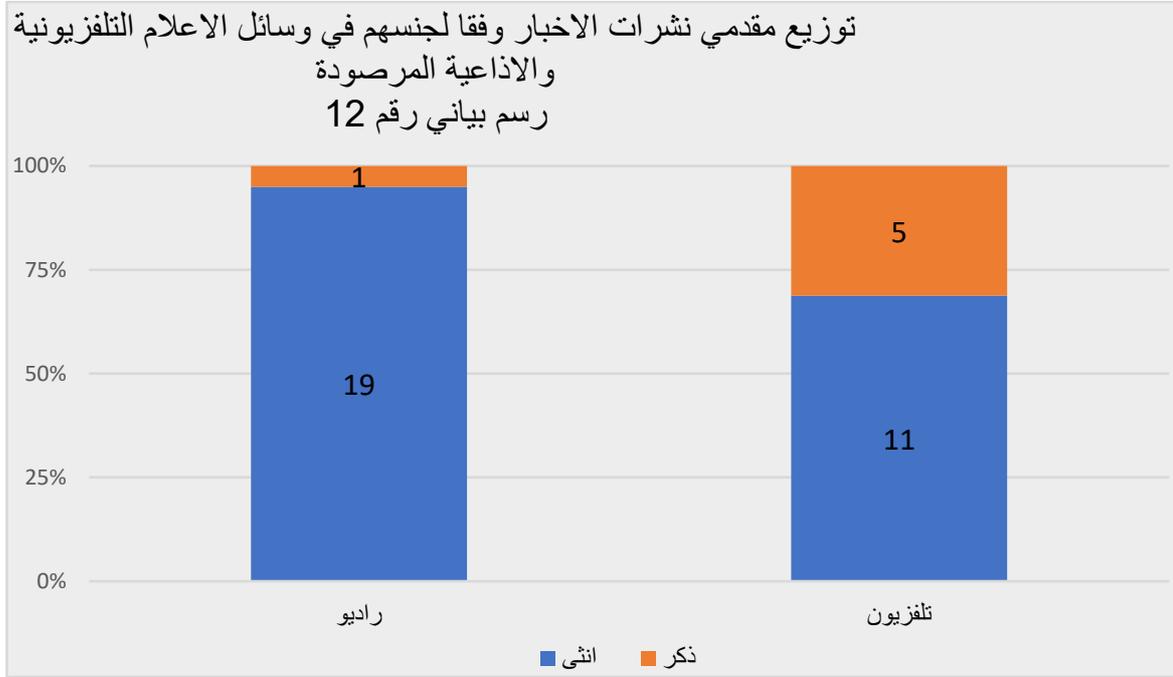


يظهر الرسم البياني رقم 10 ان ابراز صوت المرأة وحضورها ومشاركتها واحتياجاتها وهواجسها في القصص الاخبارية حول جائحة كورونا لم يكن متوازنا مع الدور والفرصة التي اتاحت للرجل. حيث شكلت المرأة 12% من الاشخاص موضوع التغطية، و10% من المتحدثين بإسم الهيئات والادارات المعنية بوضع السياسات العامة والبديلة والحلول، 25% من الخبراء والمعلقين.

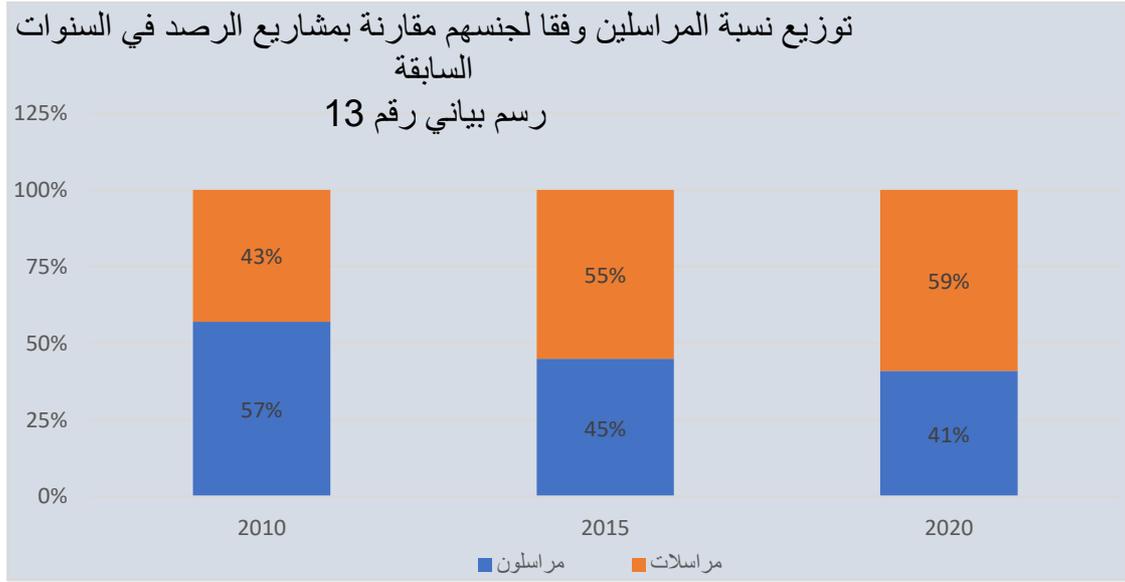


الصحافيون والمراسلون

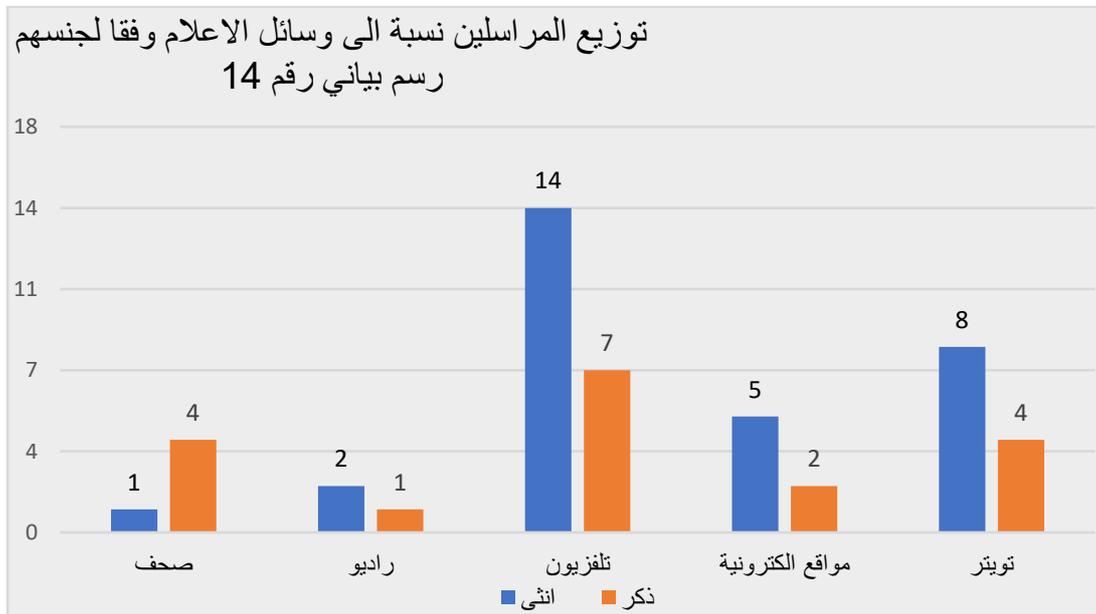
يظهر الرسم البياني رقم 12 ان نسبة مقدمي نشرات الاخبار في الراديو من النساء بلغت 95% مقابل 5% من الرجال، اما في التلفزيون بلغت نسبة مقدمات نشرات الاخبار 69% مقابل 31% للرجال.



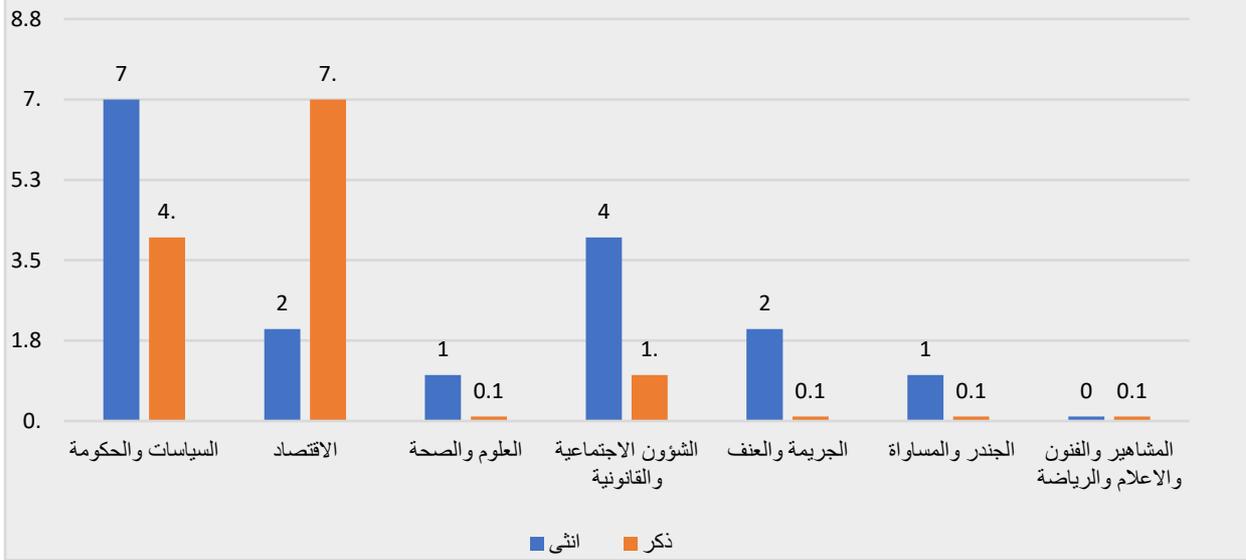
ان نسبة حضور المرأة في الاعلام كصحافية ومراسلة في ارتفاع مستمر منذ الدراسة الاولى التي اعدت على الصعيد الوطني في العام 2010. وارتفعت نسبة المراسلات من 43% في العام 2010 الى 59% مقابل المراسلين في العام 2020 وفق الرسم البياني رقم 13.



يظهر الجدولان رقم 14، 15 ادناه توزيع المراسلين الصحافيين وفقا للجنس ووسيلة الاعلام المرصودة، وتبين النتائج ان نسبة المراسلات في الاعلام الجديد (مواقع اخبارية + صفحات تويتر) بلغت 68% مقابل 32% للرجال.



توزيع المراسلين حسب الجنس وفقا لمواضيع التغطية الرئيسية
رسم بياني رقم 15



القسم الثاني: التحليل النوعي

دراسات الحالة

في هذا القسم سوف نستعرض التحليل النوعي من خلال دراسات حالة، فالأرقام أو البيانات الكمية تحكي جزءاً فقط من القصة. للحصول على صورة أكثر اكتمالاً للمحتوى الإخباري والرسائل التي يتضمنها، نحتاج إلى تحليل نوعية التغطية. ويتضمن هذا القسم دراسة مفصلة لبعض القصص الإخبارية، لتوضيح الأنماط الأساسية في التقارير الإخبارية وكيف تصور هذه القصص النساء بالفعل. فعدا عن امكانية ان تشكل التغطية الاخبارية اساسا للترويج لصور نمطية او تحد لها، فان الكثير من التغطيات الاخبارية وان كانت حيادية في مضمونها الا ان قصصا كثيرة تنشر في الصحف ويعد حولها تقارير تلفزيونية، تعترتها ثغرات مهنية مثل افتقارها للتنوع والتوازن بحيث كان من الممكن إثرائها وتوسيعها من خلال تضمين مجموعة واسعة من المصادر ووجهات النظر، أو من خلال تسليط الضوء على التدايعات المختلفة للموضوع المثار على المرأة والرجل.

يهدف هذا القسم الى لفت الانتباه إلى اتجاهات أو أنماط معينة في التغطية الإخبارية - من الأسوأ إلى الأفضل. والهدف من ذلك هو تحسيس الصحفيين والإعلاميين على اهمية الاهتمام بالمعايير المهنية العالية والإبداع في انتاج القصص الصحافية.

ومن المهم الإشارة الى ان التغطيات الاخبارية المرصودة في مختلف وسائل الاعلام موضوع الدراسة لم تظهر صوراً نمطية صارخة وانما بعض التغطيات تظهر صورة نمطية خفية سوف نبينها في دراسات الحالة التالية:

دراسة الحالة الاولى

العناوين:

"الجوع والخوف والفقر على الابواب"

"السك محرم على الفقراء"

"طار الدولار وارتفعت الاسعار_ الزعتر البري بدلا من الشاي في بعلبك"

منشورة في صحيفة نداء الوطن العدد 365 تاريخ 29 ايلول 2020

- ملخص:

تم رصد ثلاثة قصص صحافية عن الفقر والجوع والارتفاع الجنوني لأسعار السلع الغذائية في الصفحتين 4 و5 من جريدة نداء الوطن. وعرضت القصص الثلاث معاناة الناس من الازمة الاقتصادية والمعيشية وانعكاسها على اسعار السلع والمواد الغذائية، مع اعطاء صوت لبعض الاشخاص من اصحاب المصالح، وشهود العيان واستطلاع رأي بعض المواطنين عن معاناتهم. ونظرا الى ان هذه القصص الثلاثة جاءت بشكل متتال ومترايط في الموضوع وجدنا انه من المهم استعراض القصص الثلاثة وتحليلها مجتمعة لتوضيح الانماط الاساسية ولفت الانتباه الى المعايير المهنية السائدة للتغطية.

تحليل

ما يلفت الانتباه عند تحليل هذه القصص الثلاثة وجود خلل في التوازن بين الجنسين، فمراسلي الصحيفة الذين كتبوا هذه القصص الثلاثة هم رجال، كما ان سبعة اشخاص من اصل ثمانية تم اقتباس اقوالهم في القصص الثلاثة هم من الرجال مقابل امراة وحيدة. ففي القصة الاولى انتفى تنوع المصادر كليا بين الجنسين، وتم استفتاء رأي اربعة رجال فضلا عن قول كاتب المقال ان ما قاله الشاب يوسف العشريني يعبر عن رأي الكثير من الشباب وكأن رأي المرأة وصوتها في القضايا اليومية يختزل ويعبر عنه الرجل.

اما بخصوص الخطاب وتوزيع الادوار، فعدا عن الاقتباس من سائق التاكسي (ذكر) ونقيب الصيادين (ذكر) والصيد (ذكر) في القصتين الاولى والثانية، فان كاتب المقال الثالث وازن بين مصادر قصته بين الجنسين الا انه اورد عبارات تعزز من دور المرأة المنزلي في مجال التنظيفات تحديدا. فخلال استفتاء رأي احدى السيدات بموضوع ارتفاع الاسعار ذكر من خارج السياق انها كانت تعمل في مجال التنظيفات في احدى المدارس، كما ابرز دور المرأة المنزلي في مجال الطبخ حيث اورد في مقدمة جوابها حول ارتفاع الاسعار "انها تحسب حساب الطبخة بكل مكوناتها".

فالمقالات الثلاثة يوجد فيها نقص في التوازن بين الجنسين (وبالتالي التنوع) في المصادر، مما يؤدي إلى إعطاء منظور واحد فقط حول القضايا المثارة، كما تعزز العبارات المستخدمة من مفهوم دور المرأة المنزلي وقطاع التنظيفات، كما تفتقر إلى منظور النوع الاجتماعي لناحية تأثير ارتفاع الاسعار والازمة المعيشية على النساء محدودي الدخل.

دراسة حالة ثانية

تقرير في نشرة اخبار قناة MTV

اعداد الصحافية ميرنا ابو خليل

موضوعه: عدد الاسرة الشاغرة في المستشفيات لمرضى كورونا مع ارتفاع معدلات الاصابات

ملخص التقرير: بعد مقدمة استخدمت فيها معدة التقرير رسوما ايضاحية وارقاما لعرض واقع القدرة الاستيعابية للمستشفيات لمرضى كورونا، عرض التقرير للقطات مصورة من داخل المستشفى لأمرأة عاملة في المختبر، ومن ثم يظهر طبيب متخصص في الامراض الجرثومية والمعدية للتحدث عن فحوصات pcr والعوارض والوقاية اللازمة واثناء تحدث الطبيب تظهر لقطات مصورة لمرضات وعاملات في المختبر من النساء بشكل متكرر.

ملاحظات على التقرير

يعطي التقرير الطبيب المتخصص دقيقة و35 ثانية للتحدث من اصل دقيقتين ونصف مدة التقرير الكاملة، فعدا عن افتقار التقرير الى التنوع في المصادر بين الجنسين، عززت اللقطات المصورة من داخل المستشفى التي ادخلت وبنث مع المقابلة مفهوم دور المرأة كمرضة وعاملة في المختبر دون ان تمنح احداهن فرصة للحديث ومشاركة آرائها وتجاربها مع الاخرين.



الخلاصة والتوصيات

اظهرت النتائج تقدماً لصالح المرأة مقارنة بالنتائج الاولى الصادرة في العام 2010، وارتفعت نسبة التمثيل من 5% قبل عشر سنوات الى 13% عام 2015 ف 19% في العام 2020 الا انه ما زال أغلب المتحدثين الرئيسيين والخبراء والمعلقين من الذكور، ما يعكس حضوراً غير متوازناً للمرأة في التغطيات الاخبارية لاسيما في الوظائف والمهن المتعلقة بالحكومة والشرطة والجيش والاعمال او بصفتها خبيرة او معلقة. كما يظهر ان المرأة بدأت تحتل مساحة اكبر في الاعلام الجديد منها في الاعلام التقليدي.

ومن الملاحظ ايضاً ان نسبة المراسلات ارتفعت ايضاً في العام 2020 مقارنة بالعام 2010، الامر الذي انعكس ايجاباً على المساحة المعطاة للمرأة حيث ارتكزت تقارير المراسلات على مصادر واشخاص من النساء.

اما بالنسبة لتحليل المحتوى الاعلامي في دراسات الحالة، فيظهر النقص في التوازن بين الجنسين وبالتالي التنوع في المصادر، مما يؤدي إلى إعطاء منظور واحد فقط حول القضايا المثارة، كما تعزز العبارات المستخدمة من مفهوم دور المرأة المنزلي وقطاع التنظيفات، كما تفتقر إلى منظور النوع الاجتماعي. ويتم تعزيز هذه الادوار النمطية حتى في اللقطات المصورة التي تستخدم في التقارير حيث تظهر المرأة كمرمضة وعاملة في المختبر مثلاً دون ان تمنح احداًها فرصة للحديث ومشاركة آرائها وتجاربها.

من هنا يمكن الخروج بالتوصيات التالية لتعزيز تغطيات اكثر تحسناً للنوع الاجتماعي:

- العمل على صياغة سياسة تحريرية داخلية واضحة تسهم في خلق وعي جندي في الممارسة الاعلامية وتعميمها على جميع العاملين والعاملات في المؤسسة، والعمل على تطوير قدرات الاعلاميين والاعلاميات للاحية بناء قدراتهم على مفاهيم التحسس الجندي وتعزيز التنوع.
- تحقيق التوازن في الظهور الاعلامي بين النساء والرجال في ما يتعلق بنسبة المقابلات الاعلامية التي تجرى مع النساء والرجال في الاخبار والشؤون العامة كمصدر للمعلومات او خبيرات او فئة مستطلعة في الاخبار والشؤون العامة كما بالنسبة الى نسبة ظهور المرأة في أوقات الذروة او في الصفحات الاولى او في البرامج الحوارية السياسية او مقالات الرأي والمساحة المخصصة لها.
- العمل على كسر الصورة النمطية للمرأة من خلال التغطيات الاعلامية التي تظهر المرأة خارج الادوار النمطية التي حددت لها.
- تأمين الفرص المتساوية للنساء والرجال لتبوء المراكز القيادية في المؤسسة الاعلامية في ادارة التحرير او ادارة الاقسام والمكاتب لاسيما عبر اعتماد سياسات واضحة، علنية وشفافة لآليات التدرج في المراكز على كل مستويات الهيكلية الادارية والمؤسسية.
- مراعاة الفرص العادلة للنساء والرجال في سياسات الموارد البشرية مع ضمان مرونة تحقق التوازن بين الحياة والعمل.

WACC

مهارات
Maharat

WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org
[@whomakesthenews](https://www.whomakesthenews.org)

Maharat Foundation
New jdeideh
Azure center, 5th floor
Lebanon

Tel/Fax: +961 1871539
info@maharatfoundation.org
www.maharatfoundation.org
[@maharat_lebanon](https://www.maharatfoundation.org)