

النساء في الإعلام: يجب إعادة التوازن لذلك الاختلال!

إننا اليوم وبمناسبة اليوم العالمي للمرأة 2020 نريد دعوة جميع القيادات الإعلامية والصحفيات والصحفيين حول العالم إلى التحرك من أجل إعادة التوازن إلى وتمثيل قضايا الجندر في الأنباء، سواء من حيث الكم أو من حيث كيفية التمثيل. إن التمثيل المتوازن للنساء والرجال في الأخبار وفي الشؤون الجارية يعكس بدرجة أعلى تكوين المجتمع ويظهر تباين أكبر في الخبرات الإنسانية والآراء وبواعث القلق. إلا أن الإحصاءات تُظهر أن الإعلام بعيد كل البعد عن التوازن:

- أغلب المحتوى الإعلامي يصور النساء في أدوار نمطية، بما يتراوح مثلاً بين أدوار ربة البيت وعارضة الأزياء والضحية.¹
- هناك احتمالات أكبر بأن يُشار فيما يتعلق بالنساء إلى السمات السطحية، مثل المظهر والسن والثياب والحالة الاجتماعية، مقارنة بالرجال. أما الرجال على الجانب الآخر، فهم الفئة الأكثر معالجة وتقديماً كشخصيات عامة قوية، مع تركيز الإعلام في حالة الرجال على المهنية والمهارات والآراء. يعمق هذا ويرسخ من التصورات القاصرة والمنطوية على عدم المساواة حول الجندر.²
- نسبة 4% فقط من تقارير وأخبار جميع الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزة على مستوى العالم هي التي بها تحدٍ للأنماط الجندرية التقليدية القائمة.³
- 24% فقط ممن تغطيهم الأنباء – من تجري مقابلتهم/مقابلتهم، ومن تتم كتابة الأخبار عنهم/عنهم – من الإناث.⁴
- يتم تقديم النساء كخبيرات في 19% فقط من جميع الحالات.⁵
- في 16% من الأنباء المتصلة بالسياسة والحكومة، تكون النساء هنّ موضوع القصة الخيرية.⁶

لا تؤثر الأرقام فقط بتحديات اللامساواة بين الجنسين في قطاع الإعلام، إنما تمثل أيضاً عائقاً خطيراً يحول دون نمو الإعلام وديمقراطيته. إن الديمقراطية الفعالة تتطلب المساواة الجندرية، وعلى الإعلام بذل المزيد من الجهد للإسهام في تحقيق هذا الهدف.

إن للإعلام القدرة على والمسؤولية عن تحدي الأنماط التقليدية في إنتاج المحتوى، وعلينا جميعاً أن نقدم مثلاً يُحتذى للأجيال الحالية وأجيال المستقبل. لهذا فإننا ندعو الجميع اليوم – كل من يعملون بمؤسسات إعلامية – إلى ما يلي:

- القيام برصد المحتوى الإعلامي من منظور جندي لمتابعة من يتم تمثيلهن/تمثيلهم في المحتوى الذي تقدمه مؤسساتك الإعلامية، وبأي صيغة.
- إنشاء قاعدة بيانات في مؤسساتك الإعلامية، من الخبرات حول مختلف القضايا، أو استخدام قاعدة بيانات الخبرات المتوفرة بالفعل إن وجدت.
- مراجعة الإرشادات التحريرية لضمان مراعاتها للمنظور الجندي.

والمنظمات الموقعة أدناه على أهبة الاستعداد لمساعدة مؤسساتك الإعلامية في هذه الجهود:

¹ انظري على سبيل المثال:

Vandenbergh, H. (2019) Representation of Women in the News: Balancing between Career and Family life. *Media and communication* 7(1).

² السابق.

³ انظر: Who Makes the News. Global Media Monitoring Project 2015.

⁴ السابق.

⁵ السابق.

⁶ السابق.

