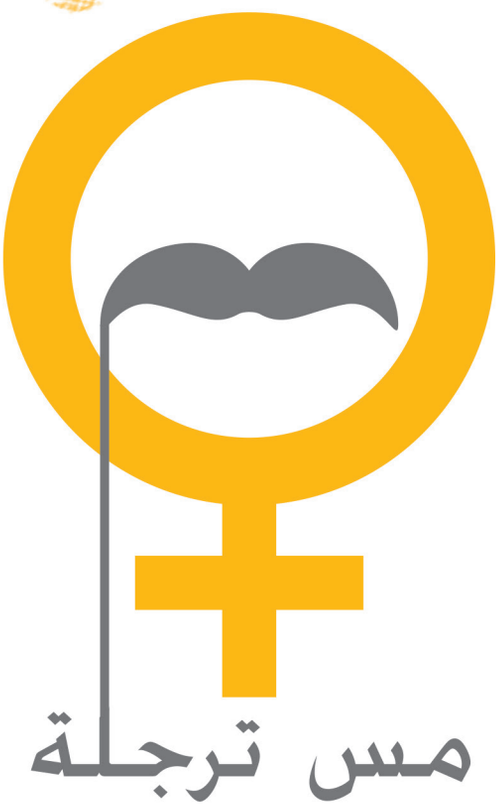
# النساء
## في وسائل الإعلام السورية الناشئة
تحليل نقدي للخطاب 2011-2016




النساء في وسائل الإعلام السورية الناشئة 2011-2016

الناشر
نُشر في العام 2016 بواسطة شبكة الصحفيات
Kastanjelaan 26، 6828GM آرنهيم، هولندا/www.sfjn.org

غير مخصص للبيع.

© شبكة الصحفيات السوريات

جميع الحقوق محفوظة. لا يسمح بطباعة أو إعادة إصدار أو استخدام أي أجزاء من هذه المطبوعة بأي شكل أو وسيلة من دون موافقة خطية مسبقة من الناشرين.
إن وجهات النظر والآراء المعبّر عنها في هذا الكتاب تعود فقط لكتابها وكاتباتها الأصليين، وهي لا تمثل بالضرورة وجهات نظر وآراء شبكة الصحفيات السوريات.

# تقديم

على الرغم من جميع الصعاب التي يواجهها المجتمع المدني السوري، الذي ظهر بعد انتفاضة العام 2011، فإنه مستمر بمقاومة الاستبداد بجميع أشكاله. وقد كانت هذه المقاومة في البداية في وجه نظام الأسد، لكنها امتدت لتشمل الجماعات المتطرفة والمسلحة، والممارسات الاجتماعية الظالمة، وأمراء الحرب، وغير ذلك من أشكال الظلم والاضطهاد. كل هذا يجري في ظل وضع إنساني مؤلم وفي إطار من الصراع والعنف. يشكل الصحفيون، ذكورًا وإناثًا، وسواء أكانوا محترفين أم مواطنين عاديين، جزءًا أساسيًا من المجتمع المدني. وقد أسسوا موجة جديدة من وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، تضم في صفوفها مئات المنابر الإعلامية. يتحدى كثير من هؤلاء الصحفيين الوضع الراهن، ويحتجون على سوء استخدام السلطة، ولو على حساب حياتهم.

اليوم، وبعد خمس سنوات على بداية ظهور تلك الوسائل الإعلامية الثورية، فإننا نشاهد أمثلة على إعادة إنتاج سوء استخدام السلطة على أساس جندري ظالم، وأمثلة على ثقافة الوصاية على النساء في سوريا. لقد تنبهت شبكة الصحفيات السوريات إلى ما يمكن أن يترتب على ذلك من عواقب، فأخذت تعمل مع وسائل الإعلام الناشئة في سوريا على مواجهة تلك الظاهرة على مستويات مختلفة. على سبيل المثال، في ظل البيئة الراهنة التي تشهد تفاقمًا في العنف والنزوح واللجوء والاعتقال والاختفاء القسري وغيره في سوريا، هناك مأزق حقيقي في كيفية تصوير النساء في الإعلام. وهناك نهجان في التعامل معه، الأول منهما مستمر في تصوير النساء على أنهن ضحايا وضعيفات وعاجزات في مواجهة الاضطهاد؛ فيما يعمل نهج آخر على تمكينهن عن طريق إظهار التغير في أدوارهن الاجتماعية بوصفهن قياديات ومبادرات. وهذا النهج الأخير هو ما نسعى إلى تنفيذه.

ومع إقرارنا بجميع العوامل المثبطة الموجودة في السياق السوري، فإننا -في شبكة الصحفيات السوريات- نهدف إلى نشرصور إيجابية وقصص نجاح النساء السوريات أينما كنّ. ونحن نعمل، بالتوازي مع ذلك، على تمكين المهنيين في مجال الإعلام، نساء ورجالًا، من إظهار الحساسية الجندرية في عملهم اليومي. إن إحراز تقدم في تصوير النساء في وسائل الأعلام السورية الناشئة يمكن أن يستفيد أكثر من التحليل النقدي للخطاب، ويجب أن يتحدى العوائق الاجتماعية التي تواجه النساء اللواتي اخترن الصحافة مهنةً. لذلك قمنا بهذا البحث بالتعاون مع قادة وسائل الإعلام السورية الناشئة،ومع صحفيين وصحفيات، وناشطين وناشطات، وباحثين وباحثات على أمل أن يكون عملنا هذا نقطة انطلاق لمراقبة المحتوى الصحفي وتحليله وكذلك عمليات الانتاج في وسائل الإعلام الناشئة فيما يتعلق بقضايا النساء وتصويرهن في الإعلام.

إننا، في بحثنا هذا، نتقدم بالشكر وجزيل الامتنان لأشخاص كثيرين، نخص منهم، في المقام الأول سارة أبو عسلي، وميليا عيدموني. ونحن مدينون بالشكر أيضًا للمؤسسة الأورو-متوسطية لدعم المدافعين عن حقوق الإنسان، ومؤسسة هيفوس على الدعم السخي في تمويل البحث وتقديم المشورة والمساعدة. وكانت مساعدة كل من رؤى الطويل وموريس عائق وبشار القطريب ومهند دهني ويارا بدر ذات أهمية بالغة لنجاح هذا البحث، ولذلك نتقدم منهم بالشكر الجزيل. كذلك، لا بدّ لنا من شكر وسائل الإعلام الآتية: عنب بلدي، صدى الشام، سوريتنا، جمعية فيمايل، وسيدة سوريا على المعلومات القيمة التي قدمتها، إضافة إلى حاضنة الإعلام السوري في غازي عينتاب على دعمها لنا. ونتوجه بالشكر أيضًا إلى كل من صباح الحلاق، عليا عواضة وليلى أسمر، وغيرهم من المراجعين والمراجعات المجهولين على ملاحظاتهم وتعليقاتهم التحريرية. أخيرًا وليس آخرًا، نشكر رنا خلف التي قامت بكتابة هذا البحث وتوجيهه.

## تعريف بشبكة الصحفيات

*إن شبكة الصحفيات السوريات هي مؤسسةٌ غير ربحيةٍ، مرخصة في هولندا منذ العام 2013. تعمل الشبكة على بناء جسور بين الإعلام والحراك النسوي السوري عن طريق تعزيز وتمكين قدرات العاملين والعاملات في المجال الإعلامي، وتمكين النساء الصحفيات للوصول إلى شغل الأدوار القيادية في مؤسساتهن، إلى جانب تفعيل دور الإعلام فيما يتعلق برفع الوعي المجتمعي بقضايا النساء والمساواة بين الجنسين. تعمل الشبكة أيضًا على تحسين صورة النساء في وسائل الإعلام، وصولًا إلى مجتمع سوريٍّ عادلٍ لجميع مواطنيه من نساءٍ ورجال، وتحقيق تغيّرٍ اجتماعيٍّ إيجابيٍّ على صعيد التفكير والسلوك فيما يتعلق بالعدالة والمساواة بين الجنسين.*

## المحتويات


ملخص تنفيذي ..... 5
مقدمة ..... 7

القسم الأول: إرشادات حول البحث في قضايا النساء في وسائل الإعلام السورية

الفصل 1: نطاق البحث ..... 16
الفصل 2: إطار البحث ..... 19
الفصل 3: صلات وقضايا بنيوية ..... 24

القسم الثاني: تصوير النساء في وسائل الإعلام السورية الناشئة: نتائج البحث وتحليلها (2011-2016)

الفصل 4: لسلطة على الخطاب: تصوير النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا ..... 29
الفصل 5: السلطة في الخطاب: تصوير النساء في نصوص وسائل الإعلام الناشئة في سوريا ..... 39

أفكار وتوصيات ختامية: وهلأ لوين؟ ..... 45

ملحقات

الملحق 1: كتاب ترميز التحليل النقدي للخطاب ..... 46
الملحق 2: استبيان التقييم ..... 48

# ملخص تنفيذي

- يعالج هذا التقرير قضية المساواة الجندرية في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، ويحاول التحقق مما إذا كان الخطاب السائد فيها والعرف الاجتماعي يعزّزان التفاوت القائم أصلًا أم لا. يغطي التقرير الفترة الواقعة بين عامي 2011 و2015، ويعالج جانبين من جوانب وسائل الإعلام الناشئة: النساء العاملات والخطاب المتعلق بالنساء. وهو يركز أساسًا على الإعلام المطبوع (المجلات والجرائد)، وعلى الإذاعات بدرجة أقل. يستخدم التقرير نهجًا مختلطًا يجمع بين التحليلين الكمي والنوعي. أما الأدوات المستخدمة فهي: تحليل محتوى 136 نصًا مأخوذة من 24 وسيلة إعلامية مختارة من خلال عينة عشوائية طبقية، 36 استبيانًا منظمًا عبر الانترنت، 8 مقابلات شخصية، ومجموعتا نقاش مركز.

- 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 مجانًا. وتشكل الوسائل الإعلامية المشمولة بالبحث عينة تمثيلية عن وسائل الإعلام الناشئة في سوريا عمومًا، وهي تتصف بأنها: حديثة العهد (متوسط عمرها 2,2 سنة)، وصغيرة (متوسط عدد العاملين بدوام كامل في الوسيلة المطبوعة 3,7)، وتوزع على نطاق ضيق (يتراوح العدد بين 100 ونحو 500,000 نسخة للوسائل المطبوعة، وبين 10,000 و5,000,000 مستمع للإذاعات). وسائل الإعلام الناشئة في سوريا آخذة بالتوسع، وهي تؤثر فعلًا في المجتمع بطرق مختلفة.

- لقياس تأثير هذه الوسائل، اعتمادًا على إطار التحليل النقدي للخطاب الذي جرى وضعه لأغراض هذا البحث، فقد قُسم هذا التقرير إلى قسمين، يمكن قراءتهما باستقلال أحدهما عن الآخر. يقدم القسم الأول إرشادات حول البحث في قضايا النساء في وسائل الإعلام السورية، وأداة تعليمية لاستخدام التحليل النقدي للخطاب. أما القسم الثاني فيسلط الضوء على نتائج البحث لتحديد الدروس المستفادة من هذا التحليل، ويضع، في الآن ذاته، مؤشرات أساسية من أجل البحث مستقبلًا في قضايا النساء في وسائل الإعلام في سوريا على وجه الخصوص، وفي المنطقة والعالم عمومًا.

- في القسم الأول، يتفحص التحليل النقدي للخطاب محتوى نصوص وسائل الإعلام السورية الناشئة لتقييم السلطة في الخطاب، لكنه يمضي أبعد من ذلك ليتفحص البنى الاجتماعية والثقافية الأوسع والعلاقات والعمليات لتقييم السلطة على الخطاب. وقد كان "نقديًا" من حيث أنه سعى إلى الكشف عن علاقات السلطة غير المرئية وإلى إحداث تغييرات. قام الإطار الذي وضعناه من أجل التقييم النقدي للخطاب بتقييم الخطاب على ثلاثة مستويات:

1. **مستوى النص:** الذي بحث في السمات اللغوية للخطاب (المفردات، القواعد، البنية، الاستراتيجيات المنطقية، إلخ...)؛

2. **مستوى إنتاج النص:** الذي ركّز على سياسة الإنتاج ودور المنتجين وقوتهم؛

3. **مستوى السياق:** الذي حلل الخطاب بوصفه سمة للأيديولوجيا والسلطة وعمليات الهيمنة ضمن السياق السياسي-الاجتماعي والتاريخي السوري الأوسع.

- لفهم السياق في سوريا بهذا الشأن، يجب فهم تاريخ وسائل الإعلام في سوريا، وتصوير النساء في هذه الوسائل. على مدى عقود، كان قطاع الإعلام في سوريا محتكرًا ومملوكًا لدولة تسلطية، وكان خطابه مكرّسًا لخدمة حكم الحزب الواحد، حزب البعث. شهد العقد الأخير بعض الانفتاح، لكن الإعلام بقي خاضعًا للتحكم بشدة. وكانت نتيجة ذلك هي التعامل مع قضايا النساء على أنها مواضيع ثانوية. وعند تغطية هذه المواضيع، كانت الصور النمطية للنساء هي السائدة. وقد عنى ذلك حصر النساء بعدد محدود من المواضيع، مثل قضايا الجمال والصحة والعائلة. أما فيما يتعلق بالمهن الإعلامية، فقد فاق عدد الذكور عدد الإناث، سواء الصحفيين منهم أو شاغلي مواقع اتخاذ القرار والنشر.

- يسهم السياق الحالي، كما يبين القسم الثاني، في إبراز هذه القضايا البنيوية. حيث أثر صعود الجماعات المسلحة واستبدادها في نطاق تغطية وسائل الإعلام الناشئة المطبوعة، وفي محتواها، على الرغم من الانفتاح المتزايد أمام المجتمع المدني. حتى المجموعات المسماة "معتدلة" هي أيضًا استبدادية عندما يتعلق الأمر بالنساء، فهي، على سبيل المثال، تحد من عمل الصحفيات عبر منع حركتهن ما لم يكن برفقة ذكر محرم. يراقب الكثير من هذه الجماعات وسائل الإعلام الناشئة على الأرض، ولا سيما ما يتعلق من عملها بتغطية قضايا النساء. هكذا أفاد 20% من وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث أنها لا تستطيع نشر مواضيع معينة حول النساء إلا عبر المواقع الالكترونية بسبب تلك الرقابة، في حين، يلتزم عدد من تلك الوسائل نوعًا من الرقابة الذاتية.

- من الواضح أن سياق الصراع في سوريا قد لعب دورًا أساسيًا في إعاقة ظهور نهج بنّاء فيما يخص المساواة الجندرية. وهذا العامل الناتج عن الوضع الحالي هو، بالطبع، خارج قدرة وسائل الإعلام على التحكم. لكن، هناك عاملان آخران بحاجة إلى تقييم نقدي أكثر عمقًا، وهما: عمليات الإنتاج والنص ذاته.

- تبين أن عمليات الإنتاج تؤثر في تصوير النساء في وسائل

الإعلام الناشئة في سوريا. فمن حيث تغطية المواضيع التي تخص النساء، تبيّن أن الوضع السياسي والصراع أثّرا في وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث، وكذلك في تصويرها للنساء. ويتجلى ذلك في تغطية مواضيع تتمركز على العنف وإظهار النساء على أنهن ضحايا. وعلى الرغم من القيود والنواقص الكثيرة المتعلقة بتصوير النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، هناك دليل على الجهود المبذولة لتحدي الصورة النمطية للنساء، وهناك اتجاه صغير، لكنه مهم، لتغطية تجارب النساء وقصص نجاحهن. ويبدو أيضًا أن هناك علامات إيجابية على أن بعض وسائل الإعلام الناشئة تملك فهمًا جيدًا للتحيزات الجندرية ضد النساء. ويبقى السؤال متى ستترجم هذه النوايا الطيبة إلى أفعال وكيف.

- لوحظ أن حجم تغطية المواضيع الخاصة بقضايا النساء صغير (بالكاد يبلغ 200 مقالة في السنة في أفضل الحالات)، وتزداد هذه التغطية في مناسبات معينة مثل يوم المرأة وعيد الأم، لكنها تعود إلى النسيان من جديد بعدها. إن القرارات المتعلقة بهذه التغطية هي، على الأغلب، قرارات مخصصة لمناسبة معينة وبحسب الظروف على الأرض. وكان معظم القائمين على اتخاذ القرارات رجال، وإليهم يرجع قرار التغطية. استنادًا إلى البيانات المجموعة فإن احتمال تغطية الرجال لقضايا النساء أقل من احتمال تغطية النساء لها. وعلى الرغم من أن نوعية هذه التغطية مهمة، فإن مشاركة النساء في اتخاذ القرارات بشأن المواضيع التي ستتم تغطيتها هي أمر حاسم.

- إن نسبة كبيرة من النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا هنّ نساءَ من خلفيات اجتماعية واقتصادية مستضعفة. وفي المتوسط، تشكل النساء 54% من القوى العاملة في وسائل الإعلام الناشئة الإذاعية المشمولة بالبحث، وأكثر من ثلث القوى العاملة في الوسائل المطبوعة (35%) من النساء، وذلك استنادًا إلى من أجابوا عن الاستبيان. على أية حال، فإن 38% فقط من النساء العاملات في وسائل الإعلام المطبوع المشمولة بالبحث يشغلن مناصب رئيسية. هكذا، تبقى وسائل الإعلام الناشئة في سوريا بقيادة الرجال، على الأرجح، ولاسيما في حالة وسائل الإعلام المطبوع. علاوة على ذلك، تبين أن 4% فقط من كبار الصحفيين هم من النساء.

- من الصعب تحديد المواقف الإيديولوجية لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا، إذ غالبًا ما تبدو الخطوط بينها غير واضحة، حيث إن عددًا منها مايزال في مرحلة جنينية، ولا يمتلك هوية واضحة. والاتجاهان الأيديولوجيان العامان اللذان لوحظ أنهما يؤثران في النساء هما: 1- الأيديولوجيا الليبرالية/العلمانية؛ 2- والأيديولوجيا الدينية. وغالبًا ما تتشابك الخطابات القومية والبطريركية مع كل منهما. كذلك أظهر الاتجاهان افتراضات متشابهة حول النساء، تعتمد، على الأغلب، على المواقف الاجتماعية ومواقف الكتّاب من مساواة النساء. وتنطوي المواقف الشائعة على: نقص الإيمان بقدرات النساء، والقناعة بأن النساء تابعات للرجال، والتفكير بأن من الممكن استخدام النساء بوصفهن أداة مفيدة لزيادة التعاطف في حال صُورن على أنهن ضحايا.
- مضى التقرير قدمًا لتحليل خطاب وسائل الإعلام الناشئة من حيث النص والصورة، وتبنى في ذلك تقييمًا مزدوجًا في تصوير هويات النساء وأفعالهن. هكذا، جرى تحديد أربعة اتجاهات رئيسية في الكيفية التي تصور بها وسائل الإعلام الناشئة عمومًا النساء، فصورت النساء على أنهن: (أ) لاعبات فاعلات في الفضاء العام، ويحظين بأعلى تقدير عندما يكنّ مشهورات؛ (ب) غير موجودات أو محتجزات في الفضاء الخاص؛ (ج) ينظر إليهن عمومًا، ويستخدمن على أنهن "ضحايا" لترويج قضايا غير خاصة بالنساء؛ (د) مواضيع جمال، غير قادرات على ممارسة العمل السياسي. وبالتوافق مع هذا الاتجاه تصور النساء، في بعض الحالات، على أنهن فاعلات وبحاجة إلى التضامن والشراكة، لكن في حالات أخرى كثيرة يصورن على أنهن بحاجة إلى الحماية والتعاطف والنصيحة والمساعدة.

- لوحظ في وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث أن النساء يصوّرن على أنهن سلبيات (مفعول بهن) أكثر بثلاث مرات من تصويرهن على أنهن فاعلات. وغالبًا ما يصورن على أنهن مفعول بهن بوصفهن ضحايا العنف، بما في ذلك الاغتصاب والتعذيب والقتل والاحتجاز وأخذهن رهائن والاتجار بهن. أما الأفعال المستخدمة لتصوير النساء في وسائل الإعلام الناشئة فتظهرهن أساسًا على أنهن مشاركات في عمليات مادية ولفظية حول "الفعل" و"القول". وبدرجة أقل، تصور النساء مشاركات في عمليات سلوكية متعلقة أساسًا بـ"الشعور" و"الحلم". ولا تنخرط النساء، إلا في حالات قليلة، في عمليات عقلية تتضمن "الإدراك" و"الملاحظة"، ولا يصورن، إلا في حالات نادرة، في عمليات وجودية أو تتضمن علاقات تتضمن "الكينونة" و"الصيرورة".

- فيما يتعلق بالصور الفوتوغرافية للنساء، هناك عجزاً لدى وسائل الإعلام الناشئة من حيث الاستخدام الفعال للغة البصرية. والتفسيرات المحتملة لذلك إما للمفاهيم الخاطئة حول وظيفة الصورة المرافقة للنص، أو بسبب نقص التمويل اللازم لذلك. فالصور في تلك الوسائل قدمت بشكل مبالغ فيه النساء من الطائفة السنية المحافظة ومن طبقة اجتماعية-اقتصادية وجغرافية واحدة، مما نتج عن ذلك صورة نمطية محددة للمرأة السورية. وهنا تبرز الحاجة لإيلاء السياق المزيد من الاهتمام من قبل العاملين في الإعلام. ولمزيد من المعرفة والخبرة من قبل عاملي/ات وسائل الإعلام في اختيار الصور قبل النشر.

- من حيث صور النساء، تبين وجود نقص في وسائل الإعلام الناشئة من حيث الاستخدام الفعال للغة البصرية.

أما التفسيرات الممكنة لذلك فتشمل التصورات الخاطئة حول وظيفة الصور المرفقة بالنص، أو نقص التمويل المستهدف. بالغت الصور المستخدمة في وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث عمومًا في تصوير النساء السنّيّات المحافظات من خلفية سكانية اجتماعية-اقتصادية واحدة، فقدمت بذلك صورة نمطية عن النساء السوريات. هناك حاجة لأن يولي منتجو وسائل الإعلام الناشئة ومحرروها مزيدًا من الاهتمام بالسياق، وأن ينتقوا الصور الأكثر ملاءمة للسياق. هناك حاجة أيضًا لأن يكتسب العاملون في وسائل الإعلام الناشئة والمكلفون بانتقاء الصور للنشر مزيدًا من المعرفة والخبرة في هذا المجال.

- يخلص التقرير إلى لفت الانتباه بعض الأدوات الأكثر أهمية في إطار التحليل النقدي للخطاب باعتبارها نقطة انطلاق لعملية التفكير النقدي ومناقشة القضايا المثارة في هذا التحليل. استخدمت هذه الأدوات في التقرير باعتبارها وسيلةً لتحسين التغطية الإعلامية للمواضيع المتعلقة بالنساء، ويمكن أن تقدم تبصّرات عظيمة في تحليل تصوير النساء ضمن النصوص الإعلامية، وكذلك تحليل مشاركة النساء في الإعلام الجماهيري. وهذا ليس صحيحًا في السياق السوري فقط، بل وفي السياقين الإقليمي والعالمي. إن الاستخدام الفعال للإعلام يقدم فرصة لخلق خطاب قادر على تحدي المظالم البنيوية وعلاقات السلطة الخفية، وهذا من شأنه أن يحسّن السياق للخطاب، ويحسن الطرق القائمة في إنتاج الخطاب.

# مقدمة

## بيان مشكلة البحث وأهميته

يتناول هذا التقرير قضية المساواة الجندرية في وسائل الإعلام الناشئة في سورية. يشير مصطلح "الجندر" إلى الأدوار والأعمال والتصرفات التي تعتبر ملائمة للنساء والرجال في مجتمع ما ومتوقعة من كل منهما، اعتمادًا على افتراض أن لهما أجسام وقدرات وحاجات ورغبات مختلفة. وهو مفهوم اجتماعي يتم تعلمه وتعزيزه من خلال التربية والنظام السياسي والاقتصادي، ومن خلال التشريعات والدين والثقافة والتقاليد (Holmes, 2007). ويغطي مصطلح "وسائل الإعلام الناشئة في سوريا" وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية التي ظهرت في سورية بعد انتفاضة 2011، بعد مدة طويلة من سيطرة نظام البعث على الإعلام والتلاعب به.

يعالج التقرير جانبين من جوانب وسائل الإعلام الناشئة: العاملات والخطاب المتعلق بالنساء؛ وهو يركّز أساسًا على الإعلام المطبوع وعلى المحطات الإذاعية بدرجة أقل. وبتحديد أكبر، يقوم هذا التقرير بتحليل تصوير: 1- العاملات في وسائل الإعلام الناشئة (الراديو والإعلام المطبوع)؛ 2- النساء على النحو الذي صورن فيه في خطاب وسائل الإعلام الناشئة المطبوعة (المجلات والصحف). وفرضيتنا في ذلك هي أنه حتى تتحقق المساواة الجندرية في الممارسة، فإن وجود مجموعة من المهنيين الإعلاميين، نساءً ورجالًا، الذين يتبنون حساسية جندرية في عملهم اليومي، يجب أن يسير جنبًا إلى جنب مع خطاب إعلامي أكثر نقدية وحساسية جندرية. وقد استخدمنا في البحث والتحليل نهجًا مختلطًا، مستفيدين أعظم استفادة من وضع خريطة وسائل الإعلام الناشئة، ومن المسح بواسطة شبكة الإنترنت، والمقابلات الشخصية، ومجموعات المناقشة. وبما أن البحث يأخذ في الحسبان الخلفية الاجتماعية-الثقافية وسياق الصراع الدائر حاليًا في سوريا، فقد نفّذه باحثون/ات ومهنيون/ات سوريون/ات، واستخدم تحليلًا نقديًا لخطاب وسائل الإعلام إطارًا بحثيًا له. والتحليل النقدي للخطاب مدرسة حديثة في تحليل الخطاب، تركز على السياق الذي يجري فيه، وتهتم بعلاقات السلطة والتفاوت في اللغة. ونأمل أن يصب ذلك في زيادة إمكانيات وسائل الإعلام الناشئة والمنظمات المانحة للعمل باتجاه المساواة الجندرية في سوريا.

**لكن، لماذا العمل باتجاه المساواة الجندرية في سياق معقد كما هي الحال في سوريا؟** هل المساواة الجندرية مهمة في هذه اللحظة، وسط شلال الدم والعنف والصراع والثورة على تسلط جميع الجهات المتحاربة في سورية؟ الجواب البسيط هو نعم. ذلك أن السلام والعدالة والحرية لا يمكن أن توجد دون تحدّي بنى السلطة القائمة، أو من دون مشاركة جميع الأطراف المعنية. إن الاختلال الجندري في بنية السلطة في سورية خطير. قبل الانتفاضة، كان التفاوت الجندري متجسدًا بقوة في سياسات الحكومة في المجال العام،[1] وكذلك في التصورات المحلية والممارسات الدينية، وفي الأعراف والتقاليد ضمن المجال الخاص (الوحدة العائلية).[2] وبعد الانتفاضة وفضاء المجتمع المدني الذي فتحته، سُمح بطرح قضية المساواة الجندرية والترويج لها، لكن هذا المفهوم تعرض أيضًا لاحتجاج قوي

1. على سبيل المثال، كان هناك الكثير من التناقض في أدوار صنع القرار في العمل. علاوة على ذلك، يميّز قانون الأحوال الشخصية ضد النساء في جوانب عديدة، تبدأ من الزواج المبكر، وعقوبة جرائم الشرف، وصولاً إلى الإرث. لمزيد من التفاصيل، يرجى مراجعة التحديثات المتعلقة باتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو) بخصوص سورية على الرابط الآتي:
http://tbinternet.ohchr.org/_layouts/TreatyBodyExternal/Countries.aspx?CountryCode=SYR&Lang=EN
2. قويض جهود النساء، وهيمنة الرجال على النساء، وحصر دور المرأة بالواجبات المنزلية هي أمور لم تتغير. لمزيد من التوضيحات، انظر: (غزاوي وآخرون، 2015) الذي يسلط الضوء على عمل النساء من أجل السلام في سورية بعد 2011.

نتيجة صعود أطراف "غير متمدنة"، أي تلك الأطراف التي تحمل أجندات تعتبر معاكسة لقيم التعددية والتسامح والمشاركة والمساواة والديمقراطية. وفي حين تولّت بعض النساء أدوارًا فاعلة في المجال العام، كان على أخريات أن يتعاملن مع أمراء الحرب الذين يستخدمون أجساد النساء أدواتٍ للحرب، ويسعون إلى تقييد قوتهن وصوتهن عبر الزعم بأنه "عورة". وهذه الحالة الأخيرة تسود خصوصًا في المناطق التي تسيطر عليها الجماعات المتطرفة مثل جبهة النصرة والدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش). لكن، ليست الجماعات المتطرفة هي الوحيدة التي تسببت بأخذ المساواة الجندرية في قفزات كبيرة إلى الوراء في سورية. ذلك أن التفاوت الجندري مازال مفروضًا بفعل التصوير النمطي السلبي للنساء، وقلة مساهمة النساء. وهذا صحيح حتى بين أكثر الجماعات تقدميةً، دع جانبًا تلك المعتبرة "معتدلة". وبناء عليه، من المهم تقصّي الخطاب المتعلق بالنساء في سورية، وتحدّيه.

يمكن أن يكون الإعلام أداة فعالة للتأثير في الخطاب، وإحداث تغيير، ولا سيما فيما يتعلق بالنساء. وفي حين إن الإعلام مشروط بالواقع الاجتماعي (Fairclough and Wodak, 1997)، فإنه أيضًا يشكّل الواقع (Searle, 1995)، ذلك أن الإعلام يؤثر في ما يفكر فيه الناس، من خلال المعلومات التي يختار عرضها والطريقة التي يقدمها بها. يستخدم الإعلام اللغة والصور ليعزو –ويخلق- معنى للجماعات والممارسات والحوادث والشروط وحتى الأشياء (Fairclough, 1989, 1995; van Dijk, 2001). ينتشر هذا المعنى في خطاب المجتمع، ويتمتع بالسلطة لتكرار وجهات نظر معينة ومنحها الامتياز وتطبيعها (Sakr, 2004). ولأن وجهات النظر تلك تتأثر بمُنشئها وبالأيديولوجيا[3] لتؤثر بدورها في تصوراتنا لأشياء وحوادث معينة وغيرها (Fairclough, 1989;Wodak, 2002; Karlsberg, 2005)، فسيبقى هناك دائمًا تنافس بين الجماعات حول ما الذي يجب أن يعتبر تصويرًا صحيحًا أو مفضلًا (Fairclough, 1992; Wodak, 2001).

في وضع الصراع، يكون الخطاب الإعلامي خطيرًا جدًا، لأن الناس -كما يعبّر كلين (2007) عن الأمر- يكونون مصدومين جدًا بحجم الصراع، ومستعدين لتقبّل الأجندات المطروحة عليهم حتى لو كانت على حسابهم. ولترويج زيادة المساواة الجندرية في الخطاب، وسط القتال المستمر على السلطة بين مختلف أطراف الصراع في سوريا، من المهم تقييم المعنى الذي يخلقه المرء من خلال اللغة فيما يخص النساء. على سبيل المثال، إن استمرار تصوير النساء على أنهن ضحايا واستبعاد وجهات نظرهن يمكن أن يعملا على تشكيل وجهة نظر الجمهور من النساء على أنهن عاجزات، وتنقصهن القوة في المجتمع، وتصوير الرجال على أنهم مرتكبو العنف.

إذا كان لهذا الوضع أن يتغير، فيجب تضمين وجهات نظر النساء في تشكيل الخطاب المتعلق بتجاربهن المعاشة، بالإضافة إلى ضمان أن يكون الخطاب المتعلق بالنساء إيجابيًا، ويفسح في المجال لفاعلية النساء القوية. وهذا يشمل أن النساء يجب يمتلكن عبر الإعلام الوسائل اللازمة لتحدي التفاوتات التي تقلل من قوّتهن (Sakr, 2004). وهذا يتراوح بين وجودهن في الميدان لتغطية القصص والحوادث، وقيادتهن لعملية اتخاذ القرار على أعلى مستوى في الوسائل الإعلامية.

للرجال أيضًا مصلحة في تحسين المساواة الجندرية. ذلك أنهم ينالون حصة من منافعها التي تنعكس خيرًا عليهم وعلى عائلاتهم، كما ينتفعون من الآثار التنموية في البلد عمومًا. وتمكن رؤية ذلك حين ينشأ توازن أعدل في السلطة بين الرجال والنساء، يتحرر فيه الرجال من الأدوار الجندرية النمطية الملقاة على عاتقهم. إذ على الرغم من افتراض أن الرجال سيخسرون هيمنتهم على السلطة، فعلى المدى الطويل، من شأن العلاقات بين الرجال والنساء أن تتحسن لتصبح قائمة على التضامن الاجتماعي بدلًا من علاقات السلطة غير المتماثلة. وهكذا، فتحقيق المساواة الجندرية هو من شأن الرجال أيضًا.

كنّ الرجال لا يستطيعون القيام بذلك التغيير وحدهم، ببساطة لأنهم ليسوا في وضع النساء، ولا يمكن أن يكونوا. تشرح "مارغريت غالافر"، وهي باحثة بارزة في الأنماط الجندرية في الإعلام، الأمر بالقول: "إذا لم نحصل على المزيج الصحيح مما يسمعه الناس (من كل من الرجال والنساء)، فهناك نقص".[4] وهذا ما أكده أيضًا كثيرون من كبار مديري وسائل الإعلام الناشئة في سورية الذين أجريت معهم مقابلات من أجل هذا البحث، إذ صرّحوا أنه لولا الصحافيات والكاتبات والمحررات، لكان من المستحيل الوصول إلى حقائق معينة وفهمها، ولا سيما في أوقات الصراع كما هي الحال في سوريا حاليًا. من هنا تنبع الحاجة إلى التأكيد على مزيد من المساواة للعاملات في وسائل الإعلام من حيث أدوارهن وفعاليتهن وتصويرهن.

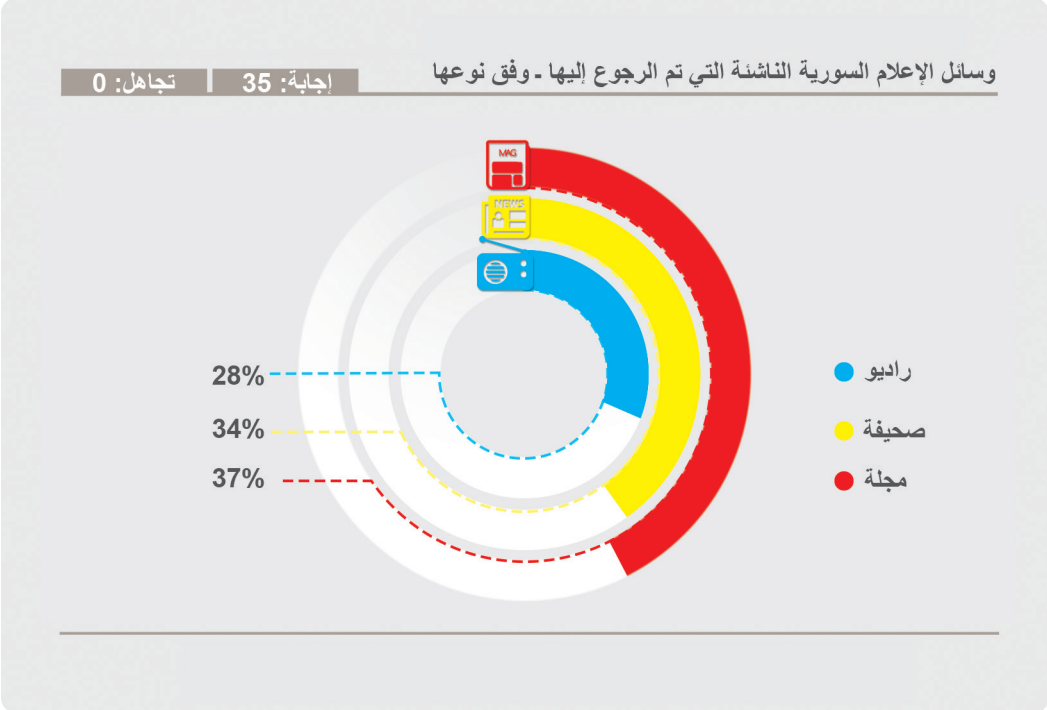
3. See for instance Fairclough, 1989, 1992, 1995; Hodge and Kress, 1993; Bloomaert and Verschueren, 1998; van Dijk, 1999; Goatly, 2000.

4. View (Margaret Gallagher, 2013) at the following link: https://vimeo.com/80159360

## المربع 1: ما هي وسائل الإعلام الناشئة في سوريا؟

يشير مصطلح وسائل الإعلام الناشئة في سوريا إلى وسائل الإعلام التي أُسست بعد انطلاق الانتفاضة السورية في مارس/ آذار 2011. ومنذ ذلك الحين، شهدت المناطق الواقعة تحت سيطرة النظام، وغير الواقعة تحت سيطرته، تكاثرًا سريعًا في وسائل الإعلام الجديدة. لكن بسبب سيطرة النظام السوري وأنظمته الصارمة (كما يبين القسم 3-3)، بقيت معظم وسائل الإعلام الناشئة في المناطق الخاضعة لسيطرة النظام مقتصرة على المنابر المتاحة على الانترنت. نتج عن ذلك ظهور عدد كبير من وسائل الإعلام الناشئة المطبوعة والإذاعية في المناطق الواقعة خارج سيطرة النظام . جانب آخر من الجوانب المميزة لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا هي أن الأغلبية الكاسحة منها غير ربحية، وتعتمد على تمويل المانحين، ويمكن الوصول إليها مجانًا. وبالإضافة إلى توزيع مطبوعاتها على نطاق محدود ومحلي غالبًا، فإن معظمها يستخدم المواقع الالكترونية الخاصة به لإعادة نشر أعمالها المطبوعة، حتى تكون متاحة لجمهور أوسع. ومن ناحية أخرى، فإن الكثير من تلك الأعمال متاح على أرشيف المطبوعات السورية . سمة أخرى أساسية من سمات وسائل الإعلام الناشئة في سوريا هي أن الأغلبية العظمى منها تستخدم اللغة العربية، والقليل منها يترجم أعماله إلى اللغة الإنكليزية. وفي الوقت نفسه، تشغل المنشورات باللغة الكردية حيزًا كبيرًا إلى حد ما، وهي في ازدياد في المناطق ذات الأغلبية الكردية. أما المجموعات الإثنية غير العربية الأخرى، مثل الآشوريين، فتنشر بلغاتها الخاصة. على أي حال، يبقى ذلك نادرًا ومقتصرًا على دوائر صغيرة ضمن مؤسسات كالكنيسة والمنظمات المجتمعية.

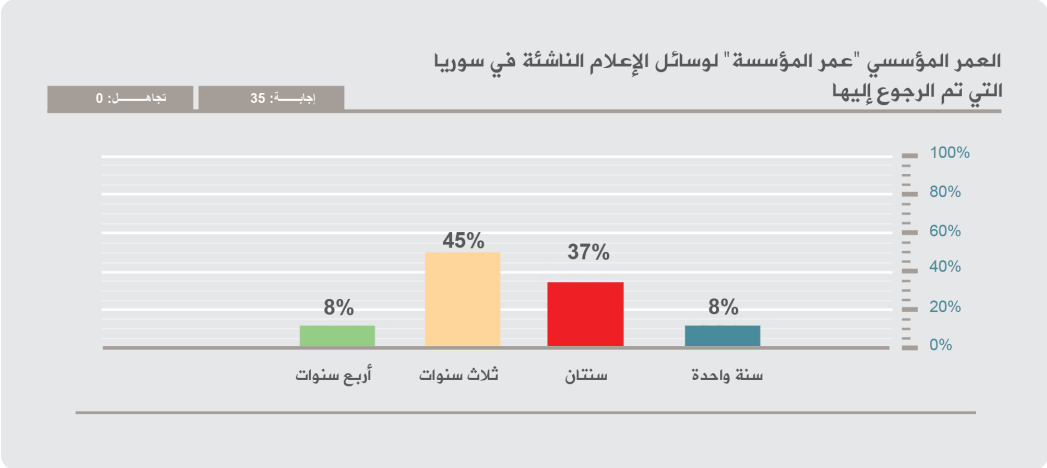
إضافة إلى ذلك، من المرجح أن تتشارك وسائل الإعلام الناشئة في سوريا الخصائص نفسها التي تتصف بها الوسائل الست والثلاثون التي قام هذا البحث بوضع خريطة لها. وفقًا لأرشيف المطبوعات السورية، يصل عدد وسائل الإعلام الناشئة المطبوعة المستمرة في العمل إلى 56. قمنا في بحثنا هذا بتغطية 33 وسيلة مازالت تنشر وثلاثة وسائل توقفت عن النشر. وهكذا، بإغفال الوسائل الثلاث غير العاملة، فإن وسائل الإعلام المشمولة في هذا البحث تشكل 59% من مجموع الوسائل، ويمكن اعتبار النتائج ممثلة إحصائيًا. مع ذلك، يجب أن نلاحظ أن حجم العينة يبقى صغيرًا، ومن الصعب إجراء تعميمات. وتتألف هذه الوسائل من إذاعات (29%)، وجرائد مطبوعة (24%)، ومجلات مطبوعة (37%) كما يبين الشكل 1، وهي:




الشكل 1: وسائل الإعلام السورية الناشئة وفق نوعها

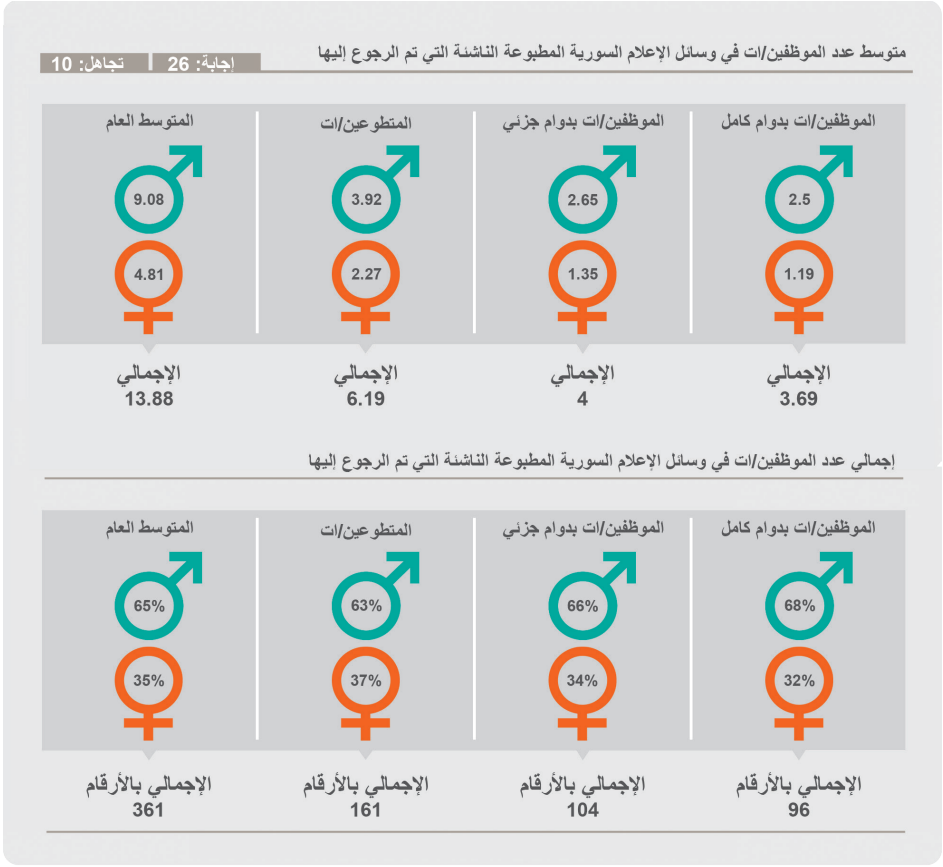
5. للاطلاع على توضيح حول التغطية الجغرافية لوسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث، يرجى مراجعة الخريطة الموجودة في القسم 1-5.
6. لمراجعة هذه الأعمال، يرجى متابعة أرشيف المطبوعات السورية على الرابط http://www.syrianprints.org/en/

- **وسائل فتية:** حيث يبلغ متوسط عمر المؤسسات 2,2 سنة، والأغلبية العظمى منها (76%) بدأت منذ عامين أو ثلاثة، (أي خلال العامين 2013 و2014 - انظر الشكل 2). وبالمقارنة مع وسائل الإعلام المطبوع، فإن الإذاعات أحدث عهدًا؛ حيث يبلغ عمر 60% منها سنتين، و30% من مؤسساتها ثلاث سنوات، أما البقية (10%) فالبكاد يبلغ عمر الواحدة منها سنة واحدة.

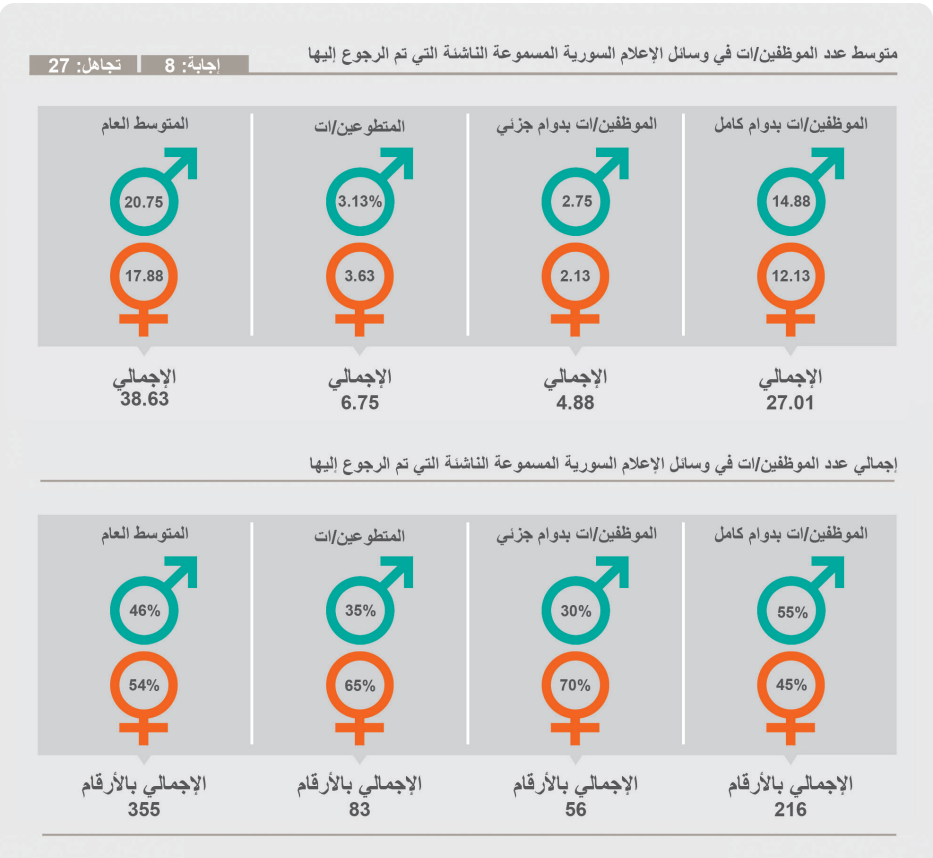



الشكل 2: العمر المؤسسي لوسائل الإعلام السورية الناشئة لمشمولة بالبحث.

- **نطاق يتراوح بين الصغير والكبير وذلك بحسب المتطوعين/ات:** يبلغ متوسط عدد الموظفين بدوام كامل في كل وسيلة 3,7، وعدد الموظفين بدوام جزئي 4، وعدد المتطوعين 6,1 في كل وسيلة إعلامية ناشئة مطبوعة؛ أما في الإذاعات فيبلغ متوسط عدد العاملين في الإذاعة أكثر من ذلك بكثير ليصل إلى 27 موظفًا بدوام كامل، و4,8 موظفًا بدوام جزئي، و6,7 متطوعًا. والمثير للاهتمام أن مشاركة النساء كبيرة. إذ تبلغ حصتهن في وسائل الإعلام المطبوع نحو ثلث القوى العاملة (35%)، حيث تشكل النساء نسبة 32% من العاملين بدوام كامل، و34% من العاملين بدوام جزئي، و37% من المتطوعين. وفي حين تبدو نسب النساء العاملات في وسائل الإعلام المطبوع متناقصة في المواقع الوظيفية العليا، فإن تمثيلهن عال نسبيًا، حتى حين نأخذ في الحسبان المبالغة المحتملة في الإجابات عن الاستبيانات. وتصبح نسبة تمثيل النساء العاملات أعلى في الإذاعات، حيث تشكل النساء أكثر من نصف القوى العاملة (54%)، حيث يمثلن 45% من الموظفين بدوام كامل و70% من الموظفي بدوام جزئي و65% من المتطوعين.

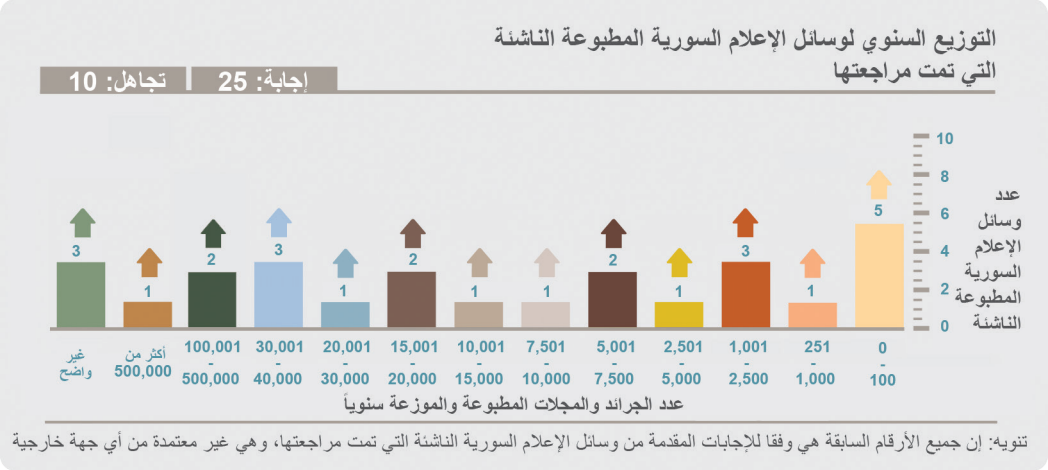



الشكل -3 أ: عدد الموظفين/ات في وسائل الإعلام السورية المطبوعة الناشئة.




الشكل -3 ب: عدد العاملين في الوسائل الإعلامية السورية الناشئة المشمولة بالبحث.

- **توزع وسائل الإعلام المطبوعة على نطاق صغير نسبياً:** حيث يبقى التوزيع السنوي للمجلات والجرائد المطبوعة منخفضًا، فاستنادًا إلى إجابات المؤسسات الإعلامية الناشئة، يفترض أن 19% منها (5 مؤسسات) توزع 100 مطبوعة تقريبًا في السنة، و7,7% (مؤسستان) تنتج ما بين 100,000 و500,000 مطبوعة سنويًا، و3,9% (مؤسسة واحدة) تنتج أكثر من 500,000 مطبوعة سنويًا (انظر الشكل 4)[7]. أما بالنسبة للإذاعات، فاعتمادًا على تقديرها الخاص – وهو ما يصعب حساب دقته -، لدينا، على الجانب الأدنى، مؤسسة تصل إلى ما بين 10,000 و100,000 شخص، أما على جانب الأعلى، فيشير 30% من المؤسسات إلى أنها تصل إلى ما بين 2,000,000 و5,000,000 شخص. وفي الوقت نفسه، أشار 30% من المؤسسات الإذاعية إلى أنها لا تستطيع تقديم معلومات دقيقة حول أعداد المستمعين.




تنويه: إن جميع الأرقام السابقة هي وفقا للإجابات المقدمة من وسائل الإعلام السورية الناشئة التي تمت مراجعتها، وهي غير معتمدة من أي جهة خارجية

الشكل 4: التوزيع السنوي لوسائل الإعلام السورية الناشئة المشمولة بالبحث.

7. حاولت الدراسة القيام ببعض التأكد من الحقائق بمقارنة هذه الأرقام لتلك التي وثقها أرشيف المطبوعات السورية. وكان مثيراً للقلق وجود بعض التناقضات وخصوصاً في كميات التوزيع المذكورة أعلاه. وهكذا، لوحظ أن هذه الأرقام قد لا تكون دقيقة تماماً.

## بنية البحث

تتألف هذه الورقة من خمسة فصول رئيسية موزع على قسمين رئيسيين. يقدّم القسم الأول إرشادات حول البحث في قضايا النساء في وسائل الإعلام السورية، في حين يسلّط القسم الثاني الضوء على نتائج البحث الأساسية والدروس المستقاة والسبيل للمضي قدمًا في هذا المجال.

يبدأ القسم الأول بالفصل الأول الذي يسلط الضوء على طرائق البحث ونطاق هذا التقرير. أما الفصل الثاني فيعرض الإطار النظري للبحث، ويشرح التحليل النقدي للخطاب الذي استخدمه. ونحن يحدونا الأمل أن تستخدم وسائل الإعلام الناشئة هذا الإطار بعد نشر هذا البحث، لتقييم خطابها بشأن النساء. ويحلل الفصل الثالث السياق الإعلامي والجندري في سوريا وقضاياه البنيوية حتى اليوم.

يتضمن القسم الثاني الفصلين الرابع والخامس، حيث يتناول التقرير أغنى جزء في البحث: نتائجه. يلخص هذان الفصلان بعض الاتجاهات في مناهج وسائل الإعلام الناشئة الحديثة للتعامل مع النساء والعاملات وقضايا النساء في السياق السوري. تشير ملاحظة منبِّهة هنا إلى أن عدم إشراك النساء في السياق المحلي والدولي المتغير بسرعة، سيقيد قدرتهن على التأثير محليًا ودوليًا. من المهم والحاسم تحدي العوائق البنيوية التي تواجه تعزيز المساواة الجندرية في سورية، سواء أكانت ثقافية أم سياسية أم اجتماعية.

يتابع هذا الفصلان ليستخدما الإطار النظري في شرح كيف يمكن أن تفكر وسائل الإعلام الناشئة في النساء على أنهن يشكلن "دائرة داخلية". يمنح هذا النهج وسائل الإعلام الناشئة أفضل فرصة لإدارة الخطاب المتعلق بالنساء في سوريا، في سياق من الصراع المضطرب على نحو متزايد الذي تلعب الأيديولوجيا فيه دورًا رئيسيًا. أخيرًا؛ لا يقدّم التقرير في فصله الأخير توصيات صارمة، بل إنه يستخدم هذا الفصل ليشجع التعامل مع هذا البحث وطرائقه ونتائجه على أنه فضاء للتفكير النقدي والتأمل والعمل الجماعي. وبعد ذلك يترك لوسائل الإعلام الناشئة والقرّاء أن يستخدموا هذا البحث على النحو الذي يرونه ملائمًا، وهو ما يمكن أن يتراوح بين كسب المصداقية محليًا وعالميًا لممارسات الخطاب المتعلق بالنساء التي جرى تحسينها، واستخدامه وسيلة للمناصرة.

# القسم الأول:

## إرشادات حول البحث في قضايا النساء في وسائل الإعلام السورية

نطاق البحث، الإطار البحثي والصلات النظرية والبنيوية

# الفصل الأول: نطاق البحث

## 1.1 الأهداف

يهدف هذا البحث التشاركي إلى دراسة المساواة الجندرية في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا بين العامين 2011 و2015. وهو يحلل ـاستنادًا إلى إطار التحليل النقدي للخطاب ـ تصوير ووضع كل من:

1. الإعلاميات العاملات في وسائل الإعلام الإذاعية والمطبوعة (السلطة الممارسة على الخطاب فيما يتعلق بالمساواة الجندرية في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا).

2. النساء وقضايا النساء في وسائل الإعلام المطبوعة – الصحف والمجلات (القوة الموجودة في الخطاب فيما يتعلق بالمساواة الجندرية في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا).

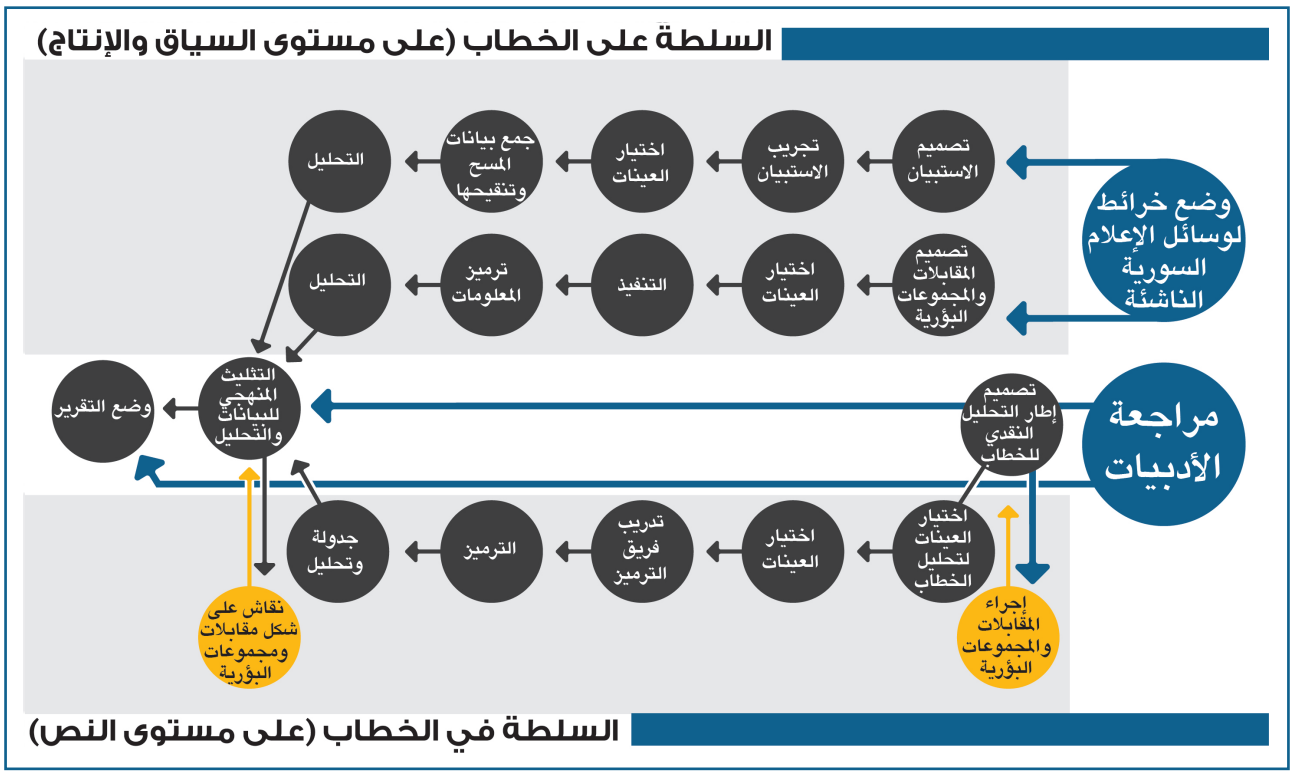
## 1.2 المنهجيات وجمع البيانات

يتبع البحث نهجًا يعتمد على مزيج من الطرائق النوعية والكمية، يستخدم فيه الأدوات الآتية: تحليل المحتوى، مسح منظم عبر شبكة الانترنت، مقابلات شخصية ومجموعات مناقشة مركزة. وفي المجوع، جرى تقييم 136 نصًا إعلاميًا لتحليل المحتوى باستخدام طريقة التحليل النقدي للخطاب؛ تم استلام 47 إجابة عن المسح، 35 منها كاملة، وهكذا استُخدمت لانتقاء العينات وتحليل الإنتاج الإعلامي؛ وأجريت خمس مقابلات شخصية مُعمقة مع مهنيين بارزين وصحفيات وناقدات من وسائل الإعلام الناشئة، إضافة إلى ثلاث مجموعات مناقشة مركّزة مع مهنيين وصحفيين عاملين في وسائل الإعلام الناشئة– وكانت واحدة من هذه المجموعات تتألف بالكامل من صحفيات. علاوة على ذلك، عُقدت اجتماعات ونقاشات مركّزة أخرى مع عدد من قياديي وسائل الإعلام الناشئة، بهدف استشارتهم وطلب نصيحتهم فيما يتعلق بمراحل البحث. وقد كان هذا النهج التشاركي مفيدًا وقيّمًا في كل من تصميم البحث وفي التحليل.

**<u>سير عملية البحث:</u>** بدأ البحث، كما يبين الشكل 1، بمراجعة للأدبيات، وهو ما ساعد في تصميم إطارالتحليل النقدي للخطاب الخاص به. وبالتوازي مع ذلك، ونظرًا لعدم وجود دراسات مشابهة لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا، فقد وُضعت خريطة بوسائل الإعلام هذه. وقد أسهمت عملية وضع الخريطة، بدورها، في طريقة انتقاء العينات لكل أداة بحثية. ومن ثم، جمعت البيانات وحُللت، على أساس إطار التحليل النقدي للخطاب مع التركيز على مستويي السلطة في الخطاب والسلطة على الخطاب فيما يتعلق بالنساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا.

فيما يخص السلطة في الخطاب، قمنا بتحليل الخطاب على مستوى النص. فوضعنا، أولًا، تصميمًا استدلاليًا بهدف تحديد قائمة القضايا التي سندرسها.، ثم أدخلت هذه القضايا في كتاب من الرموز زوّد الباحثين والمرمّزين بالمتغيرات وبإطار متّسق لإجراء البحث. كذلك، ساعد الكتاب الرموز هذا في التحقق من الموثوقية بين المرمزين. أعقب ذلك مرحلة التحليل. ونظرًا لعشوائية منشورات العديد من مصادر وسائل الإعلام الناشئة بسبب الاغلاق الإجباري وانعدام الأمن في جميع أنحاء سوريا، بالإضافة إلى قلة البيانات الأساسية، كان من الصعب تحديد المصادر الأكثر تداولًا وتصنيفاتها وانتشارها. وفي الحالات التي قدّم فيها من أجابوا عن الإستبيان تلك البيانات، كثيرًا ما كانت تقديرات أكثر منها معلومات دقيقة. وفي النتيجة، لم يكن تثقيل وسائل الإعلام في مرحلة التحليل ممكنًا. لكن أمكن التخفيف من هذه المسألة نتيجة التركيز على المؤشرات النوعية. ودُعمت النتائج التي توصلنا إليها بالمقابلات ومجموعات النقاش المركّزة التي استخدمت لدعم التحليل على مستوى السلطة على الخطاب، حيث درسنا إنتاج خطاب وسائل الإعلام الناشئة وسياقه.

على صعيد إنتاج الخطاب، كانت الأدوات المستخدمة لجمع البيانات هي المسح عبر شبكة الإنترنت ومجموعات النقاش المركّزة. أما على صعيد تحليل السياق، فكانت الأدوات الأساسية المستخدمة هي المقابلات الشخصية، مقترنة بمعرفة فريق الدراسة من باحثين ومرمزين بسوريا، حيث هم أنفسهم باحثون وصحفيون وخبراء تواصل سوريون. رسمت الأدوات المبينة أعلاه مخططًا شبيهًا بعملية البحث. حيث بدأت بمراحل التصميم وانتقاء العينات، وتبعتها المرحلة التجريبية، ثم مرحلة التطبيق الفعلي وفيها جرى جمع البيانات وتنظيفها. بعد ذلك، أدخلت البيانات في التحليل. في حالة مجموعات النقاش المركّزة والمقابلات، استفاد التحليل من الترميز اليدوي للإجابات، مع استخدام بسيط لبرنامج nVIVO. ومن ثم، دمجت النتائج مع نتائج التي أعطتها الأدوات الأخرى، ثم أدخلت جميعًا في إطار التحليل النقدي للخطاب الأوسع. بعدئذ، نوقشت هذه النتائج مع عدد من العاملين في وسائل الإعلام الناشئة، وعُدلت، في حالات كثيرة، بناء على مقترحاتهم قبل الصياغة النهائية للتقرير النهائي ونشره.




الشكل 5: منهجية البحث

**انتقاء العينات:** كان انتقاء العينات واحدًا من أكثر جوانب هذه الدراسة صعوبة، وكان ذلك نتيجة حالة الصراع التي أثرت في كل من السياق ووسائل الإعلام الناشئة ذاتها، ولا سيما فيما يتعلق بغياب البيانات الأساسية، وعدم انتظام منشورات وسائل الإعلام الناشئة، ومحدودية البيانات حول مصادر هذه الوسائل. على سبيل المثال، في الأدبيات ذات الصلة، تعد عينة سنوية مأخوذة من نصوص إعلامية في اليوم السادس من كل أسبوعين عينةً ممثِّلة إحصائيًا، إلا أن ذلك لم يكن ممكنًا في حالة وسائل الإعلام الناشئة في سوريا بسبب عدم انتظام المنشورات. وهكذا، استخدمت أدوات البحث الخاصة بنا للمساهمة في انتقاء عينات البحث. ونتيجة ذلك، استخدمت البيانات التي جمعت عن طريق المسح ورسم الخرائط لانتقاء العينات لتحليل النص. يوضح الجدول 1 تفاصيل الطرق المتبعة لانتقاء العينات في كل أداة من الأدوات المستخدمة. وقد كان عامل أساسي في تفصيل طرائق انتقاء العينات المستخدمة هو ضمان إمكانية تكرار هذا البحث في المستقبل –إلى حد معين- لأغراض المقارنة عند رصد التطورات المتعلقة بمساواة النساء في وسائل الإعلام في سوريا.

الجدول 1: أدوات البحث وانتقاء العينات

| المكوّن/الأداة | المجموعة المستهدفة / طريقة انتقاء العينات، مواطن القوة والضعف |
|---|---|
| الهدف 1: توفير معلومات حول أعداد النساء العاملات في الإعلام في سوريا ووظائفهن ومناصبهن | |
| 1. مسح منظم عبر شبكة الإنترنت (باستخدام موقع Survey Monkey)، يرسل عن طريق البريد الألكتروني وحسابات فيسبوك. | عينة بطريقة كرة الثلج تضم:<br>• كبار مديري وسائل الإعلام الناشئة في سوريا موزعين على الإذاعات والصحف والمجلات/الدوريات المطبوعة.<br>حافظنا على السرية التامة خلال مراحل العملية كاملها، وأبقينا على جميع المعلومات الشخصية والردود محمية ومغفلة الاسم.<br>اتبعنا هذه الطريقة لمعالجة الخوف وعدم الثقة الشائعين في بيئات الصراع. أثبتت المحافظة على السرية فعالة من خلال استخدامها في شبكات الصحفيات السوريات. وقد ضمن لنا ذلك معدل استجابة أعلى. ومع ذلك، أدركنا أن تمثيلية العينة قد تكون مشكلة، لأن اختيار المشاركين اعتمد على ترشيحات قام بها أشخاص معروفون لشبكة الصحفيات السوريات. وعلى الرغم من أن هذه الشبكة واسعة النطاق، فمن المحتمل أن يكون هذا النهج قد استبعد أطرافًا معينة لم يتم الاتصال بها، أو لم تكن راغبة أو قادرة على الإجابة عن طريق الانترنت. وفي النتيجة، يبقى من الصعب تعميم النتائج بسبب تحيز الانتقاء. |
| 2. مقابلات شبه منظمة | عينة ملائمة من:<br>• العاملين في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا (الإذاعات والصحف والمجلات)<br>• كبار المديرين في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا<br>• الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا<br>• الناشطين السوريين العاملين مع المنظمات المانحة والمنظمات غير الحكومية ذات الصلة بوسائل الإعلام الناشئة في سوريا<br>ضمنت العينة المختارة مشاركة منابر إعلامية من مناطق مختلفة من حيث التغطية الجغرافية والأيديولوجيا. |
| 3. مجموعات النقاش المركزة | عينة ملائمة من:<br>• كبار المديرين في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا<br>• الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا<br>ضمنت العينة مشاركة منابر إعلامية من مناطق مختلفة من حيث التغطية الجغرافية والأيديولوجيا. |

| الهدف 2أ: دراسة تصوير النساء ومواقعهن في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا – دراسة كمية للمواد | |
|---|---|
| 1. مسح عبر شبكة الانترنت (الأداة نفسها المستخدمة في البند 1أ) | طريقة الاختيار المستخدمة في البند 1أ نفسها باستثناء المصادر الإذاعية |
| 2. وضع خريطة لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا | عينة بطريقة كرة الثلج من:<br>• مصادر وسائل الإعلام الناشئة في سوريا (الصحف والمجلات)<br>كانت هذه الطريقة محدودة بسبب البيانات غير الكاملة حول بعض وسائل الإعلام الناشئة. التمسنا الدعم من الموقع الإلكتروني لأرشيف المطبوعات السورية – وهو مشروع يسعى لجمع منشورات وسائل الإعلام الناشئة في منبر واحد على شبكة الانترنت. |
| **الهدف 2ب: دراسة تصوير النساء وتحديد مناصبهن في وسائل الإعلام السورية الناشئة – دراسة نوعية للمواد** | |
| 1. التحليل النقدي للخطاب على مستوى النص (انظر كتاب الرموز للحصول على التفاصيل) | انتقاء عينات بالطريقة الطبقية العشوائية من:<br>• 136 مقالاً من 24 صحيفة ومجلة مطبوعة مع مراعاة انتقاء حصص نسبية لفئات شملت تنوع وسائل الإعلام الناشئة خاصة فيما يتعلق بتوجهها وانتشارها الجغرافي<br>تم اختيار هذه الطريقة بناء على رغبتنا في ضمان تمثيل كل عنصر من وسائل الإعلام الناشئة وحصولها على فرص متساوية لاختيارها، إضافة لضمان حصول كل توليفة ممكنة من هذه العناصر على فرص متساوية لاختيارها، واتبعنا الخطوات التالية:<br>**أولاً** – تم تحديد الصحف والمجلات السورية المطبوعة التي نشأت بعد العام 2011 والتي لا تزال مستمرة.<br>**ثانياً** – تم تصنيف العناصر ضمن فئات/شرائح (أطفال، شباب، مرأة، معتقلون/ات، أخبار، إسلاميات، اجتماعية/ثقافية، سياسة محلية، سياسة مختلطة، المجتمع السياسي-المدني). وتم تحليل المصادر كافة ضمن الفئات التي تتضمن أربعة عناصر أو أقل، أما بالنسبة إلى الفئات التي تتضمن عدداً أكبر، فقد تم تحليل 50% من المصادر.<br>**ثالثاً** – تم اختيار المقالات كعناصر للتحليل. حيث اخترنا 2 - 4 مقالات من كل مطبوعة، و2 - 4 طبعات من كل وسيلة إعلامية ناشئة.<br>لضمان أكبر قدر ممكن من التغطية، فإن الاستثناءين الآتيين كانا ضروريين:<br>1.مجلات النساء: نظراً لتركيزها الكامل على النساء، فقد تم اتباع طريقة الانتقاء العشوائي التام للعينات منها.<br>2.الفئات التي اندثرت بسبب توقف اهتمام وسائل الإعلام الناشئة بها: وتتضمن المجلات التي ركزت على: -1 الكوميديا والسياسة، -2 حقوق المثليين، -3 الشباب والسياسة. وعلى الرغم من توقفها، إلا أن هذه الفئات أدرجت ضمن عملية انتقاء العينات. |

## 1.3 مواطن القوة والضعف في البحث

نقطتا القوة الأساسيتان في هذا البحث هما: إنه يولي اهتمامًا خاصًا بالعوامل السياقية، وليس فقط بالنص وحده، وهو أمر مهم جدًا إذا أخذنا في الحسبان سياق الصراع الدائر حاليًا في سوريا، وثانيًا، إنه يتبع نهجًا تشاركيًا استفاد بالشكل الأمثل من دوائر علاقات شبكة الصحفيات السوريات القائمة على الثقة، ومن معرفة الباحثين القوية بسوريا. يعتمد التحليل بقوة على قراءات الباحثين والمشاركين للنصوص الإعلامية وللوضع في سوريا، وعلى تفسيرهم لهما. وقد ساعد ذلك في القيام بتقييم عميق للنساء وقضايا النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا.

لكن الجانب السلبي من هذا النهج النوعي هو أنه استلزم تركيزًا مكثفًا يستغرق وقتًا طويلًا، وهو متأثر، إلى حد ما، بالرؤية الذاتية للمشاركين فيه، ولا يستطيع أن يغطي عينة أكبر وأكثر تمثيلًا من الناحية العلمية. على الرغم من ذلك، فإننا نرى أن هذه الطريقة النوعية قد منحت البحث قدرة أفضل على إنتاج فهم أعمق للنصوص المدروسة، وهذا هو الهدف الأساسي لتحليل المحتوى الإعلامي. علاوة على ذلك، فإن محدودية توفر نظام ترميز وظيفي مؤتمت ومتوافق مع اللغة العربية، قد جعلت استخدام تحليل المحتوى الكمي لعينة أكبر من النصوص الإعلامية أمرًا غير واقعي.

وفي الواقع، ظهر قيد آخر على المستوى الكمي، وهو يتعلق بالمسح. ذلك أن معظم الأجوبة عن الأسئلة غير المرتبطة بالرأي قد اعتمدت على تصورات من أجابوا عنها، لكن عدم وجود مطابقة للبيانات عبر الإنترنت (سواء من حيث الحجم والتغطية، على سبيل المثال)، يعني وجود احتمالية كبيرة للمبالغة في كثير من تلك الإجابات. وعلى الرغم من أن الاستبيانات بقيت مغفلة الاسم، ولم تُشارَك مع أي طرف ثالث، وذلك للتقليل من المبالغة الممكنة، فإن اسم الوسيلة الإعلامية أدرج في الاستبيان بهدف زيادة مسؤولية المجيبين عن إجاباتهم. على أية حال، على الرغم من احتمالات عدم الدقة، فإن هذه الأرقام تظهر حقًا اتجاهًا عامًا يساعد في فهم طبيعة وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث وسياقها، وهذا مفيد في المرحلة الراهنة وللمستقبل أيضًا.

لقد أنشأ هذا البحث إطارعمل ناجحًا لتحليل وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، وفي حال تكراره في المستقبل، فيُنصح بأن يمتلك الباحث معرفة متموضعة بالسياق الذي سيقوم بدراسته. ومن المهم أيضًا أن يتحلى الباحث بالنزاهة والشفافية وأن يتمتع بالحساسية فيما يتعلق بسياق الحرب وتسييسها، ومجتمع الوسائل الإعلامية المدروس، وتحيزاته الشخصية. فضلًا عن ذلك، إن السعي إلى كسب ثقة المجتمع المدروس من خلال التأكيد على مشاركته في البحث هو عنصر جوهري في إطارنا للعمل. وتلك المشاركة حاسمة، خاصة وأن البحث يجري في بيئة صراع معقدة. ولا يمكن فهم الديناميكيات المعقدة للجندر والصراع في سوريا فهمًا أفضل إلا بإجراء البحث مع النساء ووسائل الإعلام الناشئة، عوضًا عن إجرائه على النساء ووسائل الإعلام الناشئة.

# الفصل الثاني: الإطار البحثي

**الخطاب شكل من أشكال النشاط الاجتماعي، وهو تاريخي، ويقوم بعمل أيديولوجي، ويشّكل المجتمع والثقافة، وهو جزء لا يتجزأ من علاقات السلطة.**

*(Wodak, (1996); Fairclough & Wodak, (1997))*

## 2.1 التحليل النقدي للخطاب

أيقظت أبحاث التحليل النقدي للخطاب الوعي، وسلّطت الضوء على عدد من القضايا الحساسة، ومنها السلطة والأيديولوجيا والتفاوت الاجتماعي والهيمنة الممأسسة. يُستخدم التحليل النقدي للخطاب في هذه الدراسة لبحث كيفية تصوير العلاقات الجندرية في وسائل الإعلام الناشئة، ومن ثم لبحث مواقع النساء وأدوارهن، من أجل معالجة المظالم القائمة. ولتحقيق هذه الغاية، قمنا بتصميم إطار عمل يعتمد على نظريات التحليل النقدي للخطاب. لكن، من المهم بداية فهم ما هو "الخطاب" وتعريف التحليل النقدي للخطاب.

في العقود الماضية، اهتمّ اللغويون وعلماء الاجتماع والإنسانيات بدراسة الخطاب نظرًا لتأثيره في إدراك الواقع والهوية الذاتية. لكن، يبقى الخطاب مفهومًا معقدًا ومثيرًا للجدل. وقد اعتمدنا في هذه الدارسة على فهم "فيركلاو" للخطاب. وهكذا فالخطاب نظام اتصال يمتد إلى ما وراء اللغة المكتوبة والمنطوقة، ليصل إلى الصور البصرية وغير اللفظية في النص؛ هو نظام يولد من الوقائع المحيطة، ويحمل معانيها (Varga, 2010). ببساطة أكثر، الخطاب هو "أي استخدام للغة المنطوقة أو المكتوبة ينظر إليه على أنه ممارسة اجتماعية" (Fairclough, 1996, p.71). وبما أن الخطاب منتَج من منتجات الممارسة الاجتماعية والعمليات التي تعزز علاقات السلطة أو تثبطها، ومنتِج لها في الآن ذاته، فإن لدراسة السياق الاجتماعي الأوسع، الذي يتجاوز النص ذاته، أهمية حاسمة في نظرية التحليل النقدي للخطاب (Fairclough, 1995).

أما نظرية التحليل النقدي للخطاب فتعرَّف بناء على اهتمامها بالنظر إلى داخل النصوص لتقييم السلطة في الخطاب، لكنها تنظر إلى ما وراء النصوص، إلى البنى الاجتماعية والثقافية الأوسع وإلى العلاقات والعمليات المحيطة بها، وذلك بهدف تقييم السلطة على الخطاب. يجادل (Van Dijk,1993) بأن التحليل النقدي للخطاب "نقدي"، لأنه يسعى إلى كشف علاقات السلطة غير المرئية، وإحداث تغيير لدى أولئك المتضررين من التفاوت والظلم (Varga, 2010). أما (Wodak, 1997) **فترى أن كلمة "نقدي" بهذا المعنى، تعني أنه حتى إذا لم يكن المقصود من النصوص إثارة التفاوت، فإن ذلك ليس أمرًا مفروغًا منه، لأنها تسهم في الممارسات الاجتماعية (المرجع السابق). من الأمور التي تعتبر موضع اهتمام هذه الدراسة هي التفاوتات نحو النساء حيث يتسبب الخطاب المهيمن والممارسة الاجتماعية بمزيد من التفاوت.**

## 2.2 إطار التحليل النقدي للخطاب[8]

صُمم هذا الإطار للخطاب الصحافي المطبوع في وسائل الإعلام الناشئة: الصحف والمجلات. وبحسب التحليل النقدي للخطاب لدى فيركلاو (1992)، فإنه يقيّم الخطاب في ثلاثة أبعاد: النص الفردي، وإنتاج النص، والسياق الأوسع (Blommaert et. Al, 2000):

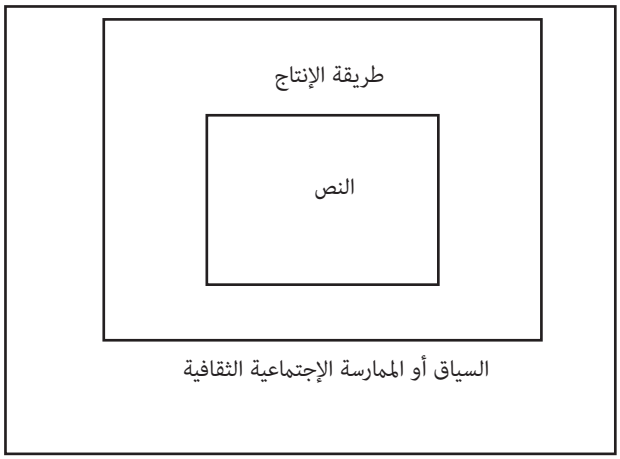
1. **مستوى النص:** يبحث هذا المستوى في سمات الخطاب اللغوية وتنظيمه بوصفه نصًا. فهو يبحث بما هو موجود في النص (بما في ذلك النص البصري) وما هو غير موجود فيه. وهذا يشمل بنية النص والمفردات والدلالات والقواعد واللغة والبلاغة والاستراتيجيات المنطقية والمنطلقات الأيديولوجية وغيرها.

2. **إنتاج النص واستهلاكه:** يبحث هذا المستوى في الخطاب بوصفه ممارسة منطقية أي شيئًا ما يُنتَج، ويُنشر، ويعاد إنتاجه، ويستهلك في المجتمع. وهذا يعني أنه عند تحليل النص يجب إيلاء الاهتمام بالجوانب التي تربط النص بالسياق، مثل التناص. تركّز الدراسة أساسًا على سياسة الإنتاج، ودور المنتجين وقوتهم. أما تحليل أنماط الاستهلاك فهو مهم، بيد أنه خارج نطاق هذا البحث الذي يقتصر على احتياجات الإنتاج كما يدركها المنتجون.

3. **السياق:** يبحث هذا المستوى في الخطاب بوصفه ممارسة اجتماعية، أي سمة للأيديولوجيا والسلطة وعمليات الهيمنة ضمن سياق سياسي-اجتماعي وتاريخي أوسع. ذلك أن إعادة تأطير الخطاب في سياقات معينة تسلط الضوء على بروز صراعات جديدة حول المعيارية، ومحاولات لهيمنات أو تحكمات جديدة، ومقاومة لأنظمة السلطة. نحن نقيّم تأطير الخطاب هذا وإعادة تأطيره ضمن السياق السياسي-الاجتماعي والتاريخي السوري.

---

8. أُنشئ هذا الإطار بشكل أساسي اعتماداً على أعمال كل من (Rich-ardson، 2006)؛ (Machin & Mayr، 2012)؛ (Bloor & Bul-caen، 2000)؛ (Blommaert & Gee، 2014)؛ (Fairclough وآخرين، 2013)؛ وفي الوقت نفسه يشير إلى كل من (Wodak، 1997 وFairclough، 1995)؛ (Hall، 1997)؛ (Stephan وآخرون، 2000)؛ (Titsher وآخرين، 2000)؛ (Lazar، 2005)؛ (Van Dijk، 2001)؛ (Wodak، 1996)




الشكل 6: إطار التحليل النقدي للخطاب

## 1. مستوى النص:

يُشار إلى الأفراد، في التحليل النقدي للخطاب، بوصفهم فاعلين اجتماعيين؛ ويُشار إلى الخيارات السيميائية بوصفها "استراتيجيات تصويرية" (Machin & Mayr, 2012). "تساعد هذه الخيارات في وضع الأفراد في مكانهم ضمن العالم الاجتماعي، وهي إما تلفت الانتباه إلى جوانب من هويتهم، أو تغفلها. ويمكن أن تدل هذه الخيارات ضمنًا على مجموعة من الأفكار والقيم وتتابعات النشاطات غير المنصوص عليها صراحة بالضرورة" (المرجع نفسه). أما الخيارات التصويرية المدروسة في هذا البحث فهي:

### 1. كيف تصوَّر هوية النساء؟

مكن أن يتم هذا باستخدام المميزات اللغويّة في الخيارات الدلالية:

- **الشخصنة واللاشخصنة:** يمكن استخدام الشخصنة لمنح عبارة ما ثقلًا إضافيًا، ويمكن استخدام اللاشخصنة لإخفاء قضايا معينة. فكر، على سبيل المثال، باستخدام الجملة الآتية: "تعرضت أمينة للتهديد من جانب تنظيم الدولة الإسلامية – داعش"، في مقابل "تعرّضت امرأة سورية للتهديد من جانب تنظيم الدولة الإسلامية – داعش". يمكن أن تنفع اللاشخصنة في حماية بعض النساء عن طريق إخفاء أسمائهن لدواعٍ أمنية في أثناء الصراع.

- **الفردية مقابل الجماعية:** عندما تكون الفردية متبوعة بفعل سلبي، فإنها تعزو المسؤولية عن فعل معين إلى فاعل معين، في حين يمكن أن تخفي الجماعية المسؤولية عن الفعل. مثلًا: "قتل جندي اسمه س الممرضة"، في مقابل "قتل جنود الممرضة". يمكن أيضًا أن يكون للفردية آثار أخرى، مثل ربط الانتهاكات الممنهجة، كالفساد مثلًا، بأفراد بعينهم بدلًا من ربطها بمؤسسة أو جماعة مسلحة أو نظام.

- **التخصيص مقابل التعميم:** يمكن أن يفيد التخصيص في التركيز على هوية شخص ما، إما بهدف الإشادة به، أو، وهو الأكثر شيوعًا، بهدف توجيه الأصابع إلى مجموعة معينة. مثلًا: "هاجم ثلاثة رجال من خلفية مسلمة البرلمان"، في مقابل "هاجم ثلاثة أخوة البرلمان". يمكن للتعميم أيضًا أن يكون سلاحًا ذا حدين، حيث يمكن أن يسيّس المواضيع، أو أن ينزع عنها الطابع السياسي. مثلًا: "اللاجئون على الحدود الأوروبية"، في مقابل "هناك 20 لاجئًا على الحدود الأوروبية".

- **ذكر الاسم أم الوظيفة:** وهذا خيار للتركيز على من هو الشخص (مثلًا: سماح) أو للتركيز على ما تقوم به (ناشطة). يشدد ذكر الاسم على الجانب الشخصي، ويمكن أن يفيد في خلق مزيد من الألفة، ويجعل العلاقة مع القارئ أقرب. بينما يشدد ذكر الوظيفة على الجانب المهني، ويمكن أن يحدّ الأشخاص ضمن دور معين، لكنه يمكن أيضًا أن يعطي مزيدًا من الثقل لتصريحاتهم. فكر على سبيل المثال بالجملة الآتية: "قالت رولا: إننا نحتاج إلى سلام عادل"، مقابل "قالت الناشطة: إننا نحتاج إلى سلام عادل".

- **الموضوعية والصفات:** يمكن أن تختزل الصفات امرأة ما إلى مظهرها فقط، بحيث تصبح معرّفة بجمالها وحده. مثلًا، انظر الفرق بين هاتين الجملتين: "هلا، تلك المرأة الجميلة المثيرة، تشغل اليوم منصبًا رفيع المستوى"؛ و"تشغل هلا، التي نجحت في إنقاذ المؤسسة من الإفلاس، اليوم منصبًا رفيع المستوى".

- **إغفال الاسم:** إن إغفال اسم طرف ما يسمح باسقاط الحجج. مثلًا: "قُتل ثلاثة مدنيين"، حيث تُستخدم صيغة المبني للمجهول لإخفاء المسؤولية، في مقابل "قتلت جبهة النصرة ثلاثة مدنيين".

- **التجميع:** أي التعامل مع المشاركين على أنهم مجرد أرقام. وفي حين إن هذه الطريقة ليست سلبية دائمًا لأنها تساعد على تأكيد فرضية ما، فإنها قد تساهم في نزع الطابع السياسي عن موضوع ما. مثلًا: "وصول آلاف اللاجئين".

- **استخدام الضمائر:** "نحن" مقابل "هم": وهذا يخلق تقسيمًا بين جماعتين. وغالبًا ما يترافق مع أفكار معينة، مثل الزعم أن جماعة ما أكثر تقدمًا من الأخرى، مثلً: السنّة مقابل الشيعة، النساء مقابل الرجال، الأكراد مقابل العرب، إلخ.

- **الإخفاء المتعمّد:** المُغفَل هنا مهم. أحيانًا يمكن أن يُغفل اسم الفاعل الأساسي، كما في هذا المثال: "استعيدت المنطقة"، مقابل "استعاد الجيش الفلاني المنطقة".

### 2. كيف تصوَّر أفعال النساء؟

*القواعد اللغوية* نظام خيارات يختار منها المتحدثون/الكتّاب بحسب الظروف:

**التعدّي والأفعال** "تصنع معنى" بما هو حاضر أو غائب (Halliday, 1994). يُستخدم التعدي لدراسة ما يبدو عليه الأشخاص لدى القيام بعمل ما – أي مَن يقوم بماذا ولِمَن ومتى وكيف (1). ولإجراء تحليل للتعدي فإننا نحتاج إلى تحديد الأفعال والعمليات المرتبطة بها، ومن ثم، تحديد الأنماط البديلة

في استخدام هذه العمليات. وللقيام بذلك، يجب علينا النظر إلى:

1. **المشاركين** (الفاعلين والمتأثرين بأفعالهم)، وهؤلاء يمكن أن يكونوا أشخاصًا أو أشياء، أو مفاهيم مجردة.
2. **العمليات** (الأفعال)، وهذه يمكن أن تكون **مادية** (عملية القيام بالفعل)، أو **عقلية** (عملية الإحساس)، أو **سلوكية** (تذوّق، حلم، ابتسم)، أو **لفظية** (قال، تحدث)، أو **علائقية** (عنى، صوّر/مثّل)، أو **وجودية** (فعل الكون).
3. *الظروف* (الظروف أو حروف الجر التي تظهر أين يحدث شيء ما، ومتى، وكيف). يمكن استخدام الأفعال بطرق عديدة لإظهار المشاركين على أنهم ذوو سلطة أو خاضعون، شرعيون أو غير شرعيين. ويمكن أن تساعد الأفعال في تحديد أدوار المشاركين أو الحوادث، حتى حيث لا يكون ذلك واردًا صراحةً. على سبيل المثال، يبدو فعل الاقتباس "أعلن" رسميًا نسبيًا، وتستخدمه المجموعات الرسمية. بينما يشير فعل "يتأفف" إلى أن الموضوع غير رسمي، ويوحي بالافتقار إلى السلطة. ويمكن أن توجهنا أفعال الاقتباس، مثل "تأفف" أو "ادعى" أو "صرخ" أو "شرح"، إلى النظر إلى بعض المشاركين من حيث أنهم ذوو مواقف سلبية، وإلى البعض الآخر على أنهم أكثر ودية. يجب علينا التفكير فيما إذا كانت الأفعال حيادية، وما الذي تعبر عنه، وكيف تجعلنا نشعر.

**3. ما المخفيّ، أو المسلّم به، في النص؟**

**استخدام الصياغة الاسمية –** عندما يُستبدل الفعل بتركيب اسمي، فإن ذلك يُمكن أن يخفي القوة والمسؤولية عن فعل ما، ما الذي حدث بالضبط، ومتى حدث؟ يترتب على استبدال فعل أو عملية ما بصيغة اسمية الآثار الآتية:

1. إخفاء المسؤولية عن فعل ما: "أنا أعتذر عن الفشل"، بدلًا من "أنا فشلت في إعادة الكتب في الوقت المحدد".
2. إخفاء الفاعل والطرف المتأثر بالفعل: "منعت المظاهرة الطلابَ من حضور الصف" بدلًا من "تظاهر الطلاب بسبب ارتفاع رسوم التسجيل، ما أدى إلى اضطراب الصف".
3. جعل الفعل بؤرة الإهتمام، واعتبار النتائج أقل أهمية: "الفشل المؤسف في إرسال التقرير تسبب بهذا التأخير"، مقابل "أعتذر لأنني لم أرسل التقرير في الوقت المحدد، مما تسبب بتأخر استلام الأموال الجديدة".
4. إدخال مشاركين جدد في العملية: "قال نبيل إن المظاهرة منعت الطلاب من حضور الصفوف"، بدلًا من "تظاهر الطلاب بسبب ارتفاع رسوم التسجيل، ما أدى إلى اضطراب الصف"؛
5. استخدام الصيغة الاسمية لكيان ثابت ذي استخدام عام: "العولمة فرصة لنا جميعًا".
6. تضمين العملية في جمل معيّنة مع تجنب ذكر الفاعلين والزمن والخصوصية من خلال التبسيط: "كذبتْ"، بدلًا من "عندما سألتها القوات التي احتجزتها عن نشاطها، فقد كذبت لحماية أصدقائها".
7. ضغط التفاصيل وتبسيط الحلول: "لا يسمح للطلاب بالتظاهر ضد رفع الرسوم، لأن ذلك يسبب اضطراب العملية التعليمية"؛ هذه الجملة تخفي مقدار زيادة الرسوم، وأثر ذلك في الطلاب.

**الافتراضات المسبقة –** ويحدث ذلك عند افتراض المعاني، وهو ما يمكن أن يحدث من خلال:

1. الأفعال، أو تغيير حال الأفعال، أو الأفعال التي تتضمن معنى ما: "هل ستتوقف عن ضرب زوجتك؟".
2. أداة التعريف "ال"، وضمائر الملكية (ه/ها): مثلًا: "القضية الحقيقية هي...".
3. الأسئلة: مثلًا: إذا سأل أجنبي امرأة سورية: "كيف تجاوزت القيود الثقافية المفروضة عليك لمتابعة تعليمك؟"، فإن ذلك ينطوي على فرضية ضمنية بوجود قيود ثقافية على متابعة تعليمها، على الرغم من أن ذلك قد لا يكون هو الوضع فعلًا.

**4. ما هي الخيارات المفرداتية المستخدمة – معاني الكلمات والصياغة والاستعارة؟**

يمكن لاختيار الكلمات أو المفردات أن يعبّر عن خطابات/مواضيع/أيديولوجيات مختلفة. تفترض الخيارات المفرداتية أنواعًا معينة من الهويات والقيم وتتابعات النشاطات التي ليس من الضروري أن تعرض صريحةً. إنها أشبه بخارطة يرسمها لنا المؤلف. ونحن نبحث هنا عن الأنماط التي يؤكد أحدها الآخر أو يعارضه. أما الأسئلة ذات الصلة في هذا الخصوص فتشمل:

- ما الكلمات المفتاحية؟
- ما أنماط الصياغة؟
- ما الخطاب/الموضوع المستخدم؟
- ما الأيديولوجيات المستخدمة أو من هو صاحبها؟
- ما الاستعارات المستخدمة (أي استخدام الرمزية أو المقارنة لإحداث تأثير بلاغي)؟

**5. ما الذي قيل، وما الذي لم يقل؟**

**الصيغة:** وهي تشير إلى مواقف المتحدث، ومحاكماته، وتعليقاته حول حقيقة اقتراح ما، أو درجة التزامه بما يدّعيه. ويبرز هذا من خلال الأفعال المساعدة (يمكن، يستطيع، إلخ) أو نفيها.

**الحقيقة وتوضّع الأفعال:** يحدث ذلك عندما يبقى جزء من المعلومات غير مذكور، أو عندما يحجب عبر وروده لاحقًا في الجملة أو العبارة أو الفقرة. يسلّط (Van Dijk 1991) الضوء على أن من الممكن التقليل من أهمية الأفعال عندما تورد في موضع لاحق في جملة، أو تطمر في فقرة، (قارن مثلًا: "قُتل أطفال" بـ "قتلت براميلُ النظام المتفجرة أطفالًا").

**التغطية:** وهي تستخدم لخلق غموض استراتيجي ضمن الادعاءات. وتحدث عندما يتجنب المتحدث المباشرة أو الالتزام التام. (مثلًا: "يقول بعض الناس إن التعددية الثقافية قد عفا عليها الزمن"، بدلًا من "أعتقد أن التعددية الثقافية قد عفا عليها الزمن"). وتُستخدم التغطية لإخفاء استخدام الصور النمطية؛ (مثلًا: "على الرغم من أنني لست واثقًا من صحة ذلك، لدي انطباع أن الرجال الليبيين متحيزون جنسيًا").

## 2. مستوى ممارسة الخطاب – إنتاج الخطاب

إن إحدى الحصائص الجوهرية للخطاب هي طبيعته التاريخية. ذلك أن النصوص تبني على بعضها البعض الآخر، فتتقبل بعض الخطابات وتتحدى البعض الآخر (Fairclough, 1995). وفي كل لحظة معينة، تعمل النصوص في خدمة مصلحة معينة. ومن ثم، فالتحليل النقدي للخطاب ينظر إليه بطريقة حساسة للزمن فيما هو يحلل ممارسة الخطاب – أي إنتاجه واستهلاكه. ويحقق التحليل النقدي للخطاب ذلك عبر تفحّص العلاقات بين النصوص المختلفة، وعبر أزمنةٍ مختلفة، ومنتِجين مختلفين. بعبارة أخرى، يركز هذا التحليل على التناص. إذ يكشف التحليل التناصي استراتيجيات منتج نص معين في تقدم المعرفة والأفكار والمعتقدات، أو إعادة صياغتها. وهو يساعد أيضًا في تعقب الأيديولوجيات السائدة أو الصراع الأيديولوجي من أجل إحداث تغيير ثقافي ضمن إطار زمني محدد.

مع فهمنا هذا للتناص، فإننا نستخدم التحليل النقدي للخطاب في هذا التقرير لتحليل كل من: -1 التوقيت أو اللحظة التاريخية، وتأثيره في منتجي النص ومستقبليه، -2 علاقات السلطة فيما يخص الإنتاج الإعلامي في إنتاج الخطاب (ما القصة التي يتم تسليط الضوء عليها؟ وكيف يتم تحريرها؟ ومن يقوم بكتابتها؟ السياق ودور الأيديولوجيا، إلخ). في الحالة السورية يجري هذا التحليل على المستوى الإداري المحلي وعلى المستوى التحريري. وهو يمتد ليشمل الاتجاهات الإعلامية، التي تتأثر غالبًا بالاتجاه السائد في المؤسسات الإعلامية الكبيرة كالجزيرة والعربية. وهذه غالبًا ما تضع أولوياتها وأجنداتها التي تتسلل إلى الوسائل الإعلامية الناشئة عن طريق صحفيين مستقلين. إذ عندما يعمل الصحفيون المستقلون مع وسائل الإعلام الناشئة، فالأرجح أن يحملوا معهم تلك الأجندات، سواء عن معرفة أو بدونها.

تشمل المعلومات الحقيقية التي يسهل توفيرها تلك المتعلقة بتاريخ النشر وجنس الكاتب والمحرر. إلا أن السعي وراء المعلومات الأقل مباشرة أصعب، وهذه تشمل أمورًا مثل توجه مصدر ما وأيديولوجيته، أو الجمهور المحتمل. وهذه يمكن تقديرها، من بين أمور أخرى، من اللغة والكلمات المفتاحية المستخدمة، والمصادر المشار إليها، والأشخاص المقتبس عنهم، وتركيب الجدال والمحاججة المستخدمين للوصول إلى النتائج. ومن المفيد أيضًا النظر إلى تماسك النص، وطريقة ربط الجمل معًا. على سبيل المثال، يمكن أن يحتوي نص كامل على ضمير واحد هو "هنّ"، الذي يستخدم للإشارة إلى النساء المحرومات. أما غياب ضمير "نحن"، فيمكن أن ينطوي على فكرة عدم الارتباط بالمجموعة التي يخلقها منتج النص.

تأخذ هذه الدراسة في الحسبان نطاقها المحدود، وصعوبة الوصول إلى جمهور وسائل الإعلام الناشئة داخل سوريا بسبب الصراع الدائر، لذلك تحلل أساسًا علاقات السلطة في الإنتاج الإعلامي. لكن التحليل يأخذ أرقام الجمهور كما قدمتها المؤسسات الإعلامية الناشئة ذاتها. تتناول الدراسة الأسئلة الآتية في تحليلها:

- ما علاقات السلطة المخفية من حيث الجندر؟ وأين تكمن (في مراحل الإنتاج، الاستهلاك، التحرير، إلخ)؟
- من الذي يمارس السلطة في النص؟ وخطاب من هو (مع تركيز خاص على الرجال مقابل النساء)؟
- من الذين استشيروا في الاقتباس منهم؟
- من هو الجمهور المثالي؟
- ما الذي يحاول الكاتب أن يخبرنا به؟ ولماذا؟
- هل يرتبط النص بأي حدث أو لحظة تاريخيين؟ إذا كان الجواب نعم، فما تأثير ذلك؟
- أين موقع النص؟ وما تأثير ذلك؟

يتضمن الجدول الآتي مقتطفًا من كتاب الرموز الذي أعده الباحثون لهذه الدراسة، التي تتناول ملامح أخرى أيضًا:

الجدول2: مقتطفات من كتاب رموز الباحثين

| العنوان | الموضوع | التاريخ | عدد الكلمات | جنس الكاتب | جنس المحرر | الصفحة Y من X | التوجه الأيديولوجي | الحالة (+، -، أو مثيرة (للاهتمام؟ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | |

## 3. مستوى السياق

لا يمكن تحدي النصوص بغية معالجة التفاوت وعلاج الأخطاء الاجتماعية إلا بتحليل النصوص وادعاءاتها الأيديولوجية على ضوء الحقائق على الأرض، وواقع الممارسات والعلاقات الاجتماعية. وللقيام بذلك لا بدّ من فهم المجتمع والثقافة و الممارسات المؤسسية والسياق التاريخي على أرض الواقع، وبعبارة أخرى، لا بدّ من فهم منظومة المعارف والمعتقدات، بالإضافة إلى العلاقات الاجتماعية والهويات الاجتماعية، وأخيرًا، الموقع والتوقيت اللذين يشكلان سياق النص المعني. وفقًا لذلك، فإن هذا البحث يدرس قضيتين:

**الممارسة الاجتماعية:** الممارسات الاجتماعية سلوكيات تنطوي على قواعد أو أعراف محددة مكرسة اجتماعيًا، مع وجود إمكانية لدرجة من السلوك الفردي الفريد. أحد الأمثلة على الممارسة الاجتماعية هو القداسات الدينية التي تتضمن درجة من المعرفة بالأعراف. إن المعرفة والمهارات المطلوبة للمشاركة في الممارسات الاجتماعية غالبًا ما تعتمد على المعرفة المُشارَكة اجتماعيًا، التي يكتسبها المرء بالتجربة أو بالتعلم من بيئته. وعلى الرغم من رسوخ الممارسات الاجتماعية واستمرارها، فإنها ليست ثابتة لا تتغير. ولفهم الممارسة الاجتماعية فيما يخص النساء في سوريا، فقد قيّمنا المعتقدات المتعلقة بالعلاقات الاجتماعية حول أدوار النساء، وذلك بطرح الأسئلة الآتية:

- ما المعتقدات التي يحملها السكان المحليون حول هوية النساء ودورهن؟
- كيف تتماشى هذه المعتقدات، أو تتناقض، مع المعتقدات حول هوية الرجال ودورهم؟
- ما العلاقات الاجتماعية بين النساء والرجال كما تعكسها وسائل الإعلام الناشئة؟
- ما العلاقات الاجتماعية بين منتج النص وقارئ وسائل الإعلام الناشئة أو المستمع إليها؟

**السياق التاريخي:** لا تحدث الممارسات الاجتماعية خارج سياق معين، ولا سيما حين يكون هذا السياق مزيجًا الانتفاضات والصراع، كما هي الحال في سوريا حاليًا. ذلك أن هذا السياق هو ما أدى إلى زيادة وسائل الإعلام الناشئة، ولقد كان هذا السياق، وما يزال، عاملًا أساسيًا في تشكيل وسائل الإعلام المذكورة. إذ مع تفكك السلطة السياسية واستمرار العنف واقتصاد الحرب والأزمة الإنسانية، واستخدام الخدمات الاجتماعية بوصفها أدوات حرب، وظهور جهات غير حكومية، فقد برزت إلى السطح صراعات على السلطة على المستويين الصغير والكبير. وقد تشكلت هذه الصراعات، وإلى درجة بعيدة، على يد الفاعلين المسيطرين على الأرض والسكان المحليين في أنحاء مختلفة من سوريا وفي أي وقت من الأوقات. ويشكل الصراع بين الأيديولوجيات المختلفة هنا مكوّنًا أساسيًا في سعيها إلى تطبيع خطابات معينة. هناك أيضًا أيديولوجيات غير مرئية، وهي تثير القلق بالدرجة ذاتها. ويستمر استخدام هذه أيديولوجيات غير المرئية لعدم وجود غيرها، ومن ثم فهي الوحيدة المتوفرة. أحد الأمثلة على ذلك هو الخطاب الوصائي "الأبوي" الذي غالبًا ما يستخدم، ويعاد استخدامه، من غير إدراك حتى بين أكثر الجماعات تقدمية. ولأن هذه الخطابات هي السائدة، فإنها تروَّج بقوة، ولها تأثير في تشكيل هوياتنا وتفسيراتنا للعالم. في زمن التغيير، تتوفر خطابات جديدة متيحةً لنا مواقف جديدة من الموضوعات، يمكننا انطلاقًا منها أن نتحدث ونقرأ العالم. تغيّر هذه الخطابات الجديدة إنتاج النصوص واستقبالها، ومن ثم، فهي تغير النص ذاته. ولهذا السبب تركّز هذه الدراسة على تحليل الأيديولوجيا والجيوسياسة واللحظة التاريخية، وتتفحّص نتائجها على النص قيد المراجعة، على وجه الخصوص، وعلى وسائل الإعلام الناشئة، على وجه العموم، مع التركيز على الفترة الواقعة بين عامي 2011 و2015، في أعقاب الانتفاضة. أما الأسئلة التي سيتم تقييمها، حيثما كان ذلك ممكنًا، فهي الآتية:

- ما الأيديولوجيا المستخدمة أو المتبعة؟
- ما العوامل السياقية في سوريا التي قد تكون أثّرت في إنتاج نصوص وسائل الإعلام الناشئة؟
- من الجمهور المتصوَّر للنصوص قيد المراجعة؟
- ما العوامل السياقية في سوريا التي قد تكون أثّرت في تفسير نصوص وسائل الإعلام الناشئة، والإلتزام بها محليًا؟
- كيف تؤثر الجهات غير الحكومية على الأرض في خطاب وسائل الإعلام الناشئة؟
- هل كان من الممكن إنتاج هذه النصوص في وقت سابق؟ هل هي إعادة إنتاج لخطاب قومي/ديني قديم؟
- هل كان من الممكن إنتاج هذه النصوص في سياق آخر غير السياق السوري؟

# الفصل الثالث: الصلات النظرية والبنيوية

## 3.1 الصلات النظرية: الجندر ووسائل الإعلام والحرب

*رؤى الطويل*

بما أن وسائل الإعلام تشكل صلة وصل بين الحوداث والناس، فهي تمتلك القدرة على التحكم بما يفكرون به من خلال المعلومات التي تختار نشرها، وكذلك عبر الطريقة التي تتبعها لتغطية تلك المعلومات وترتيب أولوياتها. يشرح ماككومز ودونالد (1972)، في خلاصة الدورية الأكاديمية (Public Opinion Quarterly)، أن:

> "يلعب المحررون وموظفو غرفة الأخبار والمذيعون، لدى اختيار الأخبار وعرضها، دورًا مهمًا في تشكيل الواقع السياسي. ذلك أن القرّاء لا يطلعون فحسب على قضية بعينها، بل وعلى درجة الأهمية المولاة لتلك القضية، وذلك بحسب حجم المعلومات المقدّمة عنها في تقرير إخباري، وموقعها ضمن الأخبار."

وذلك يعني أن وسائل الإعلام تؤثر في الرأي العام، وتقرره على نحو يومي. ولذلك تكتسب الدراسة النقدية لتصوير الجندر وموقعه في وسائل الإعلام أهمية فائقة. على الرغم من أن التغطية الإعلامية تتغير، وهناك علامات على مزيد من المساواة الجندرية، ما تزال هناك أدلة على أن قطاع الإعلام والأدوار المختلفة داخله موزعة على أساس جندري (Beyrly and Ross 2006; Gill, 2007). هناك عمومًا نقص في تمثيل النساء، وغالبًا ما تُصوَّر النساء على أنهن ضحايا، وأنهن سلبيات واتكاليات دائمًا، مع لمسة إضافية من الاستشراق والعنصرية نحو النساء ذوات البشرة الملونة والمسلمات، اللواتي يحتجن إلى "الرجال البيض" لإنقاذهن (Macdonald,1995, 2006; Spivak, 1988; Abu-Lughod, 2013; Parry-Giles, 2000). تلاحظ بيرلي وروس (2006) في كتابهما "المرأة والإعلام: مقدمة نقدية" أن شؤون الأخبار والإعلام ينظر إليها على أنها تكاد تكون مجالًا حصريًا بالرجال. وفي بحث تجريبي سابق (1995c)، وجدت روز روس أن النساء كنّ مدركات للتحيز نحو الرجال في التقارير الإخبارية، وكنّ يعتقدن أن الأخبار لا تعكس اهتماماتهن أو حياتهن اليومية (Beyrly and Ross, 2006).

ثمة مسألة أساسية أخرى، وهي أن "الطرق التي تصور بها النساء في وسائل الإعلام الإخبارية تبعث رسائل مهمة إلى جمهور المشاهدين والمستمعين والقرّاء حول مكانة النساء ودورهن وحيواتهن" (Allan, 2005: 88). يرى آلان أن الإعلام هو، وعلى نحو يثير الجدل، المحدِّد والمشكِّل الأساسي للأجندة الإخبارية، وأنه يؤدي وظيفة ثقافية في التأطير المجندر للقضايا العامة، وفي الخطابات المجندرة التي يروجها بإصرار. وتُعزّز الصور النمطية والخرافات بشكل كبير في تغطية القضايا الحساسة المرتبطة بالجندر، ومن بينها الاغتصاب. إذ في العديد من الأماكن حول العالم – ومن بينها سوريا- لا تزال التقارير التي تغطي حالات الاغتصاب تتبع صيغة معينة هي إلقاء اللوم على المرأة، حيث يتحول التركيز عن فعل الاغتصاب الحقيقي وقوة المغتصِب، لينصبّ على مظهر المرأة ومكان الحادثة ووقتها (Marhina, 2008). في أوقات الحرب، تأخذ الحكاية بعدًا قوميًا، حيث يُستخدم الاغتصاب، فعلًا وتصويرًا، سلاح حرب ضد العدو. ليست التقارير عن حالات الاغتصاب مسألة توافق مع المواقف المتعلقة بالاعتصاب فحسب، بل وتسهم في تشكيلها أيضًا. ولها تداعيات خطيرة على النساء، إذ كما تشرح بويل، حيث يلقي الإعلام –ومن بعده المجتمع- باللوم على الضحية، فإن ذلك يقود النساء إلى "شعور زائف بالأمان نحو تلك الأصناف من النساء المغتصبات وأصناف الرجال الذين يرتكبون الاغتصاب، وهو ما يجعلهن عرضة للخطر تمامًا" (Boyle, 2012). علاوة على ذلك، "هو أيضًا يثني النساء عن الإبلاغ عن حالات الاغتصاب" (المرجع السابق).

وهكذا، فإن الصور النمطية الجندرية، سواء استُخدمت بقصد أو بغير قصد، تلعب دورًا في تأكيد ثنائية الظلم والتفاوت. وبما أن وسائل الإعلام تعزز تلك الصور النمطية، فإن مصداقيتها توضع على المحك. فلا يمكن للنضال من أجل الحرية أن يتجزأ. وكل شيء ينعكس على المستوى الرمزي؛ فلا يمكن تحقيق تحول سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي من دون تغيير حقيقي في وسائل الإعلام. وهذا يتطلب من الصحفيين والصحفيات أن يدركوا طبيعة اللغة والصور التي يستخدمونها وسيلةً لإيصال قضاياهم، وما تتمتع به اللغة والصور من قوة. يمكن أن تكون الصحافة أداة للقمع أو للتحرير. ومن المهم أن يقرر كل من الصحفيين والمنتجين كيف يستخدمونها.

## 3.2 الإعلام والنساء في سوريا والمنطقة قبل الانتفاضة

*رولا أسد*

تتصف الصورة التي تقدم بها وسائل الإعلام العربية عامة المرأة بأنها صورة سلبية. استنادًا إلى دراسة أجراها صندوق الأمم المتحدة للسكان في عام 2006 على النساء العربيات والإعلام،[9] أظهر 23 مشروعاً بحثياً حول هذا الموضوع، أن الصورة الأكثر التصاقًا بالمرأة في وسائل الإعلام، ومن بينها الإعلام السوري، هي استخدام جسد المرأة وسيلة للترويج؛ فتختزل النساء إلى سلع، ويتم التركيز على ملامحهن الجنسية.

9. جميع الأرقام والإحصاءات التي ترد في الفصل 2-3 جاءت من هذا التقرير، ما لم يشر إلى غير ذلك.

وهكذا صورت المرأة على أنها مثيرة جنسيًا، فاسدة الأخلاق والطباع، تظهر صفات سيئة، ربة بيت لا تعمل، جميلة وشابة ولا يعنيها إلا مظهرها، كائن مستضعف، جاهلة وضيقة الأفق، فاسدة العقل، لا يهمها الشأن العام، هشة، بدينة وقبيحة، أو صورت وفق صورة نمطية ترى فيها مجرد أم أو أخت أو ابنة أو زوجة. كذلك طغت عليها صورة المرأة الحضرية التي تمارس مهنًا معينة، كأن تكون ممثلة مثلًا.

لكن استنادًا إلى الدراسة ذاتها، لم يخل الأمر من صور إيجابية قدمتها وسائل الإعلام؛ إذ صورتها عاملة، قادرة على القيادة، مشاركة في الشأن العام، متعلمة، ذات أخلاق عالية، مناضلة، متفوقة في مجالاتها، مواطنة، رياضية، عاملة عصرية. وكسرت الصورة النمطية لتقدم المرأة الريفية أيضًا. ومن اللافت للنظر أنها -أي الصور الإيجابية- تنتقد الصور السلبية كثيرة التكرار. هكذا جاءت المرأة العاملة مقابل الزوجة أو ربة البيت غير العاملة،[10] وكذلك جاءت المرأة القيادية مقابل المرأة التي لا تشارك في الشأن العام. وهذا يوضح التناقض القائم داخل المؤسسات ذاتها في تصويرها للنساء (Kothar and UNFPA, 2006).

لا يختلف الوضع كثيرًا في سوريا؛ حيث يسيطر الإعلام الحكومي على الخطاب العام، وتحتكر السلطة وسائل الإعلام. وهكذا يتناول الإعلام مواضيع النساء في الأخبار باعتبارها مواضيع من مستوى ثان أو خلفية للموضوع الرئيسي. على سبيل المثال، في القضايا السياسية والاقتصادية، قلّما تظهر النساء خبيرات أو متحدثات، وبالكاد نسمع آراء النساء بالقرارات السياسية أو التطورات الاقتصادية، كما لا نسمع رأيهن بتأثير أي موضوع فيهن. وهنا يمكن ذكر مثال كيفية تعامل الإعلام مع سلسلة الحملات التي قامت بها المنظمات النسائية لتغيير قانون الجنسية أو قانون الأحوال الشخصية وتأثيره في النساء. إذ لم يأت الإعلام الحكومي على ذكر أي من تلك الحملات، ما يعني أن أصوات النساء بخصوصها لم تُسمع.

وعلى العكس، كرس الإعلام الحكومي وشبه الحكومي (الخاص) الصور النمطية للمرأة حين حصر تغطيته لقضايا النساء بأمور الجمال والصحة، ولا سيما الإنجاب والرضاعة، والأسرة والتربية والرشاقة. إضافة إلى ذلك، يرتبط وجود النساء في المجال العام بالأعمال الخيرية، أو نشاطات النخبة من النساء، كسيدات الأعمال اللواتي هنّ –في معظمهن- إما بنات رجال أعمال متنفذين أو زوجاتهم. وقد زادت التغطية المتعلقة بالمرأة الريفية قبل 2011 بسنوات قليلة، نتيجة اهتمام السيدة الأولى أسماء الأخرس بتلك الفئة كما تجلّى عبر إحدى مؤسساتها الأهلية.

أما على صعيد المهنة، فنجد أن المشهد الإعلامي العربي عمومًا يسوده الرجال من حيث عدد العاملين فيه. وذلك ينطبق على وسائل الإعلام السورية؛ إذ يفوق عدد الإعلاميين عدد الإعلاميات في مهنة الإعلام؛ والأمر نفسه ينطبق على مناصب صنع القرار والنشر. كذلك بدا وضع المرأة الإعلامية في الدول العربية متشابهًا في جميع الوسائل الإعلامية. حيث تقدَّم على أنها موضوعية وملتزمة بعملها؛ أو لا تُكلّف، إلا نادرًا، بصنع مضامين؛ بينما تُكلّف بمهمات ثانوية؛ أو تسهم في نهضة المجتمع؛ أو حضورها ضعيف في مراكز صنع القرار؛ وهناك اعتراف بأن حضورها مهم لكن أثره قليل؛ أو مستويات حضورها في المؤسسات منخفضة لأنها أنثى؛ أو مكافحة وقوية الشخصية؛ أو تفتقر إلى الثقافة المجتمعية. إن زيادة عدد الإعلاميات في وسائل الإعلام يترتب عليه تحسّن أداء تلك الوسائل.

جاءت سوريا في المرتبة الخامسة من أصل تسع دول من حيث نسبة الإعلاميات في قطاع التلفزيون (26,2 %)، وفي المرتبة الرابعة من حيث نسبة ظهور الإعلاميات في قسم الأخبار (43,9 %)، في حين بلغت نسبة الإعلاميات في قطاع الإخراج التلفزيوني 6,5 %.[11]

تظهر المذيعات أساسًا مقدمات البرامج الصباحية والاجتماعية والثقافية. لكنّ الجديد هو ظهور المذيعة السياسية، مثل المذيعة لونا الشبل في برنامجها زوايا وأعمدة، بالإضافة إلى ظهور بعض المذيعات في البرامج الرياضية، وهؤلاء كنّ في السابق رياضيات، ومنهن أليسار معلا.

أما فيما يتعلق بالمناصب الإدارية، فقد عينت أول امرأة في موقع مديرة التلفزيون، هي ديانا جبور، وأخرى مديرة القناة الأولى الرسمية، هي سهير سرميني. في حين بلغ عدد الصحفيات المسجلات لدى اتحاد الصحفيين 38 % من مجمل أعضاء الاتحاد.

## 3.3 وسائل الإعلام في سوريا قبل الانتفاضة[12]

*يارا بدر*

تعتبر سوريا تاريخيًا من أوائل الدول في العالم العربي التي انتشرت فيها الصحافة المطبوعة. فقد صدرت أول مجلة مطبوعة سورية في عام 1851، كما أُقر أول قانون مطبوعات في عام 1865. وشهدت بداية القرن العشرين ثورة حقيقية في الصحافة؛ حيث أصدرت ماري عجمي أول مجلة تعنى بحقوق المرأة في الشرق الأوسط، اسمها "العروس" في عام 1910. وفي عام 1920، بلغ عدد المطبوعات 31 مجلة، و 24 جريدة دورية. واستمر هذا الزخم الصحفي حتى وصل إلى أوجه في سوريا بعد الاستقلال في عام 1947، حيث أُقر قانون مطبوعات جديد برقم 39 لعام 1949 ورفع كثيرًا من القيود التي كانت مفوضة على حرية إصدار الصحف المستقلة و الحزبية وملكيتها.

بلغ عدد المطبوعات في سوريا رقمًا قياسيًا في الخمسينيات، إذ

10. هذه هي الحال ولو من منظور مجندر، ذلك أن ربة البيت تعتبر عاملة دون أجر لأن عملها في المنزل لا يدخل في الحسابات.

11. اتحاد إذاعات الدول العربية، دراسة أجريت سنة 1998

وصل إلى 52 مطبوعة. وكان هذا هو الوضع إلى أن جاءت الوحدة بين سوريا ومصر في عام 1958، حيث كان أحد شروط عبد الناصر لإتمام الوحدة مواءمة الوضع القانوني في سوريا مع الوضع القائم في مصر. وكان معنى ذلك حلّ الأحزاب السياسية والبرلمان والصحافة والمجتمع المدني. انصاعت القوى السياسية السورية لهذه الشروط على اعتبار أن الوحدة أهم من الديمقراطية، وشكل ذلك أقسى ضربة وجهت لحرية الرأي والتعبير والصحافة تلقاها المجتمع السوري.

وفي الفترة التي تلت الانفصال، أي بين عامي 1961 و1963، استعادت الصحافة السورية حيويتها، وعادت إلى الواجهة مرة أخرى، مع ذلك لم يكن مسموحًا للصحف أن تعارض الانفصال. في عام 1963، استلم حزب البعث السلطة، وأعلن حالة الطوارئ، وأعلن الأحكام العرفية التي أوقفت تراخيص الصحف والمطبوعات، وأغلقت الصحف والمجلات، وصادرت المطابع وأدوات الطباعة، وحجزت على ممتلكات الكثير من المطابع ودور النشر.

دخلت سوريا بعد ذلك مرحلة الإعلام الحكومي المُسيّس؛ حيث جاء في المادة (3) من نظام وزارة الاعلام السورية: "تكون مهمة وزارة الإعلام استخدام جميع وسائل الإعلام لتنوير الرأي العام، وترسيخ الاتجاهات القومية العربية في القطر، ودعم الصلات مع الدول العربية والدول الصديقة، وفقًا لمبادئ حزب البعث العربي الاشتراكي وسياسة الدولة". وكانت جميع القوانين التي صدرت لاحقًا متسقة مع هذا التوجه.

### العقد الأول من حكم بشار الأسد 2000-2010

شهد العقد الممتد من 2000 إلى 2010، مع استلام رئيس الجمهورية "بشار الأسد" السلطة في سورية، موجة أمل بإخراج سوريا من سياج الترهيب الذي سيّجت به السلطة الشمولية البلاد عبر عقود متواصلة من حالة الطوارئ والأحكام العرفية، ولاسيما إشارة الأسد في خطاب القسم عند توليه الحكم إلى: "لابُدّ من الإصلاح والتطوير في مؤسساتنا التربوية والتعليمية والثقافية والإعلامية بما يخدم قضايانا الوطنية والقومية، ويعزز تراثنا الأصيل، ويؤدي إلى نبذ ذهنية الانغلاق والسلبية". لكن الواقع فرض استمرار سوريا بكونها جمهورية للصمت، إذ إنّ كلمات الأسد صيغت بدقة، حيث أشار إلى إصلاح المؤسسات الإعلامية فقط، من دون التطرّق إلى إصلاح الذهنية والبنية الفكرية التي تحكم وظيفة الإعلام، ودوره وحريته واستقلاليته.

بدأت التغييرات بصدور قانون المطبوعات رقم 50 في 22 سبتمبر/أيلول 2001، الذي مثّل بذاته منظومة متكاملة من الضوابط الصارمة المقيدة لحرية الصحافة والتعبير تستهدف الصحف والمجلات وغيرها من المطبوعات الدورية. المادة 51 (أ) تجرِّم نقل "الأخبار غير الصحيحة"، ونشر "أوراق مختلقة أو مزورة"، من دون أن يتضمن المرسوم تعريفًا محددًا لأي من تلك التعابير التي تتسم بكثير من الإبهام، مما يسمح بالتوسع في تأويلها على نحو يسوِّغ فرض قيود جائرة إذا ما شاءت السلطات. ثم تقضي المادة بتوقيع أقصى العقوبات "إذا كان النشر أو النقل قد تم عن سوء نية، أو سبب إقلاقًا للراحة العامة أو تعكيرًا للصلات الدولية، أو نال من هيبة الدولة، أو مس كرامتها، أو مس الوحدة الوطنية أو معنويات الجيش والقوات المسلحة، أو ألحق ضررًا بالاقتصاد الوطني وسلامة النقد". وتورد المادة 29 من القانون قائمة من المواضيع المحظور نشرها. أمّا المادة 56(د) فنصّت على إلغاء رخصة "كل مطبوعة تدعو إلى تغيير دستور الدولة بطرق غير دستورية"، وعلى معاقبة المسؤولين عنها بـ"العقوبات المنصوص عليها في القوانين النافذة". وقد اتُّهم منتقدو الحكومة الذين ينادون بنظام حكم ديمقراطي باقتراف جرم جنائي خطير، ألا وهو محاولة "تغيير الدستور بطرق غير شرعية"؛ وإن كانت غير عنفيّة. ومن ثم فإن المادة 56(ب) تضمن في واقع الأمر أنه ما من مطبوعة في سورية سوف تجرؤ على نشر مقالات تدعو إلى تغيير الدستور على نحو يغيِّر دور الحزب الحاكم على سبيل المثال.

في حين لم ينص قانون المطبوعات رقم 50 لعام 2001 على الحق في إنشاء المحطات الإذاعية أو التلفزيونية أو الإعلام الإلكتروني، ولم يتناول سوى المطبوعات الورقية، وبذلك بقيت سيطرة الدولة مطلقة عليها، فإنّ السلطات سمحت لبعض الإذاعات الخاصة بالعمل وفق مرسوم تشريعي خاص، ولبعض مواقع الإعلام الألكتروني، كما منحت موافقات لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة، إلا أن ذلك تمّ خارج إطار الحق القانوني، واعتمادًا على سياسة رضى الحكومة عن أصحاب المحطات أو المواقع، مما يجعلهم عراة في مواجهة الحكومة، كما حدث مثلًا مع إذاعة "الشام" الخاصة، حيث أغلقت بناءً على قرار شفهي من وزير الإعلام من دون إبداء الأسباب.

وسعّت السلطات السورية طيف انتهاكاتها ضدّ حرية الرأي والتعبير من جهة، والحق في الحصول على المعلومات من جهة أخرى، لتشمل مختلف الوسائل الإعلامية. وارتكبت أكثر من خمسين انتهاكًا لحقوق الإعلاميين/ات خلال المرحلة الممتدة من 2008 حتى منتصف 2009. ومنها توقيف إعلاميين/ات سوريين، ومحاكمتهم، ومنع آخرين من السفر، وتقييد حريّة الحركة لإعلاميين/ات سوريين أو مراسلي/ات

12.كتب هذا الفصل استناداً إلى المركز السوري للإعلام وحرية التعبير. وجرى دعمه بالمصادر الآتية:-
1 حالة الإعلام و حرية التعبير سوريا:
https://scm.bz/?page=category&category_id=78
2- حالة الإعلام وحرية التعبير سوريا 2007 عام من الرقابة الحديدية:
https://scm.bz/?page=category&category_id=79&lang=ar
3- حالة الإعلام والحريات الصحفية سوريا 2008 - 2009 صمت الأقلام وضجيج الرقابة:
https://scm.bz/?page=category&category_id=80&lang=ar
4- ترويض الإنترنيت:
https://scm.bz/?page=category&category_id=36&lang=ar
5- سوريا عشر سنوات : الإعلام, مازن درويش, 5 آب 2010.
https://damascusbureau.org/ar/11657

وكالات إعلامية يعملون في سوريا، من دون أن نغفل عن ذكر حجب المواقع الإلكترونية، ولا سيما المرتبطة بمراكز تعنى بقضايا حقوق الإنسان. وثّق "المركز السوري للإعلام وحرية التعبير" منع أعداد من المطبوعات الخارجية من التوزيع في الأسواق السورية خاصة خلال العام 2009، بسبب وجود مواد تخالف السياسة السورية.

**اتحاد الصحفيين:**

يحصر المرسوم التشريعي رقم (58) لعام 1974، والمعمول به حتى اليوم، حق الانتساب إلى اتحاد الصحفيين بأولئك العاملين في مؤسسات الدولة. وهذه هي الحال على الرغم من وجود عشرات الصحف الخاصة التي تضم صحفيين لا يستطيعون الانضمام إلى هذا الاتحاد، وليس لهم الحق بتشكيل نقابات خاصة مستقلة. إلاّ أنّ أسوأ ما في النظام الداخلي للاتحاد هو مواده التمييزيّة، ومنها المادة 10(ج) التي أعطت الحق للعاملين في أية وسيلة إعلامية تابعة لحزب البعث العربي الاشتراكي أو المنظمات الشعبية بالتسجيل في جدول الصحفيين المشاركين، بينما منعته عن باقي الأحزاب السياسية. كذلك تنص المادتان 6 و18 ضمن شروط العضوية في الاتحاد وشروط مزاولة المهنة على أن يكون الصحفي عربيًا سوريًا أو من في حكمه من اللاجئين الفلسطينيين، فكانت بذلك تمييزية ضد الجماعات الإثنية غير العربية.

**الإعلام الكردي السوري:**

عانت الصحافة الكردية في سوريا -بالإضافة إلى جملة المشاكل التي تعاني منها الصحافة السورية- من مشكلة أساسية، تكمن في الإنكار وعدم الاعتراف. إذ حتى يومنا هذا ماتزال الحكومة السورية تحظر النشر باللغة الكردية، بغض النظر عن الوسيلة أو الموضوع، في حين إن النشر باللغات الأجنبية مثل الإنكليزية أو الفرنسية مسموح. وفي النتيجة، ظهرت الصحافة الكردية بوصفها صحافة حزبية أساسًا تابعة للأحزاب السياسية الكردية المحظورة. وهذا ما فرض عليها طبيعة خاصة من حيث المواضيع والطرح، حيث إنها تعنى بشكل خاص بنشر الثقافة الكردية. لقد عملت هذه الصحافة بسرية في مراحلها الأولى، وبأدوات تقنية بسيطة، حتى أنها كانت في بداياتها تنسخ بخط اليد، وكانت الصحيفة الواحدة تدور على مجموعة كبيرة من الأشخاص سرًا لتفادي العقوبات القاسية، بما فيها الاعتقال. هذه كانت حال جريدة "صوت الأكراد"، وهي جريدة ناطقة باسم أول حزب كردي أُسس في سوريا عام 1957.

**الوضع قبل العام 2011 وباختصار**

تشغّل الماكينة الأمنية في سوريا نظامًا من الرقابة، يعمل، كما تحدّث الصحفي مازن درويش، "بدون وجود أي غطاء قانوني". ذلك أن أعمالها لا يشملها قانون المطبوعات ولا أي مجموعة من القواعد أو العقود. وهذا يشكل خرقًا للدستور السوري ولحقوق المواطن السوري الأساسية. حيث إن الرقابة القانونية لا تقيد حرية التعبير والصحافة فحسب، بل وتساهم في خسارة المطبوعات السورية ماليًا. في أعقاب انتفاضة آذار/ مارس 2011، كان لوسائط التواصل الاجتماعي والتقانات الحديثة وكاميرا الهاتف المحمول وغيرها دور فاعل، حيث استخدمها الشباب السوري، نساء ورجالًا، وسائل تعبير رافعًا صوته من خلالها.

# القسم الثاني:

## تصوير النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا (2011-2016)

النتائج والتحليل

# الفصل الرابع: السلطة على الخطاب: تصوير النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا

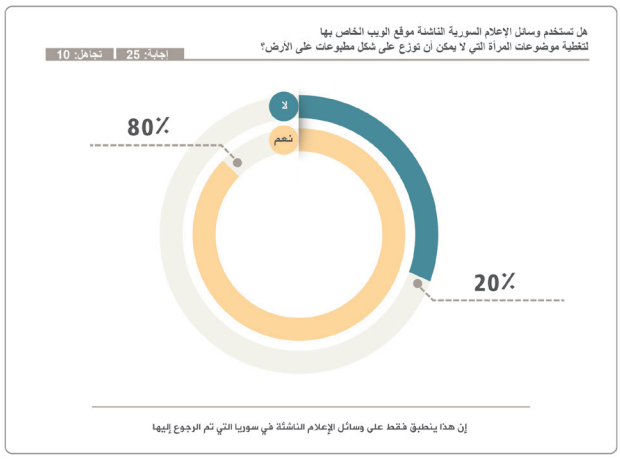
بحسب التحليل النقدي للخطاب المستخدم في هذا البحث، يمكن أن تعزى السلطة على الخطاب في تصوير النساء في أي وسيلة إعلامية إلى واحد أو أكثر من العوامل الآتية: 1) السياق، 2) المنتجون وسياسة الإنتاج، 3) الأيديولوجيا وعلاقات السلطة المخفية التي تؤثر في النص. في سوريا، ظهرت فرصة كبيرة في بداية الانتفاضة، عندما انفتح المجال أمام المجتمع المدني، وسهّل نمو المؤسسات الإعلامية. إن العامل السياقي الذي يقرر السلطة على الخطاب موجود، بالطبع، ضمن حالة الصراع الحالية وظهور أمراء الحرب والأيديولوجيات الإقصائية التي أبرزت جميعًا النظام السلطوي والبطريركي الموجود من قبل. أما العامل الثاني فقد أطلقته وسائل الإعلام الناشئة ذاتها من حيث تغطية قضايا النساء، ومن حيث مدى تأكيد نمط تشغيلها أن النساء يتمتعن بشراكة متساوية في الأدوار والعمليات الإنتاجية. أما العامل الثالث فهو خاضع للّغة والاستراتيجيات التي يستخدمها المنتجون، بقصد أو بغير قصد، لتأطير النساء في نصوصهم. وفيما يأتي تفاصيل هذه العوامل الثلاثة:

## 1.4 العوامل البنيوية والسياقية الجديدة: التسلط والبطريركية وأمراء الحرب والرقابة التي أعاقت ثورة تتعايش معها بالتوازي

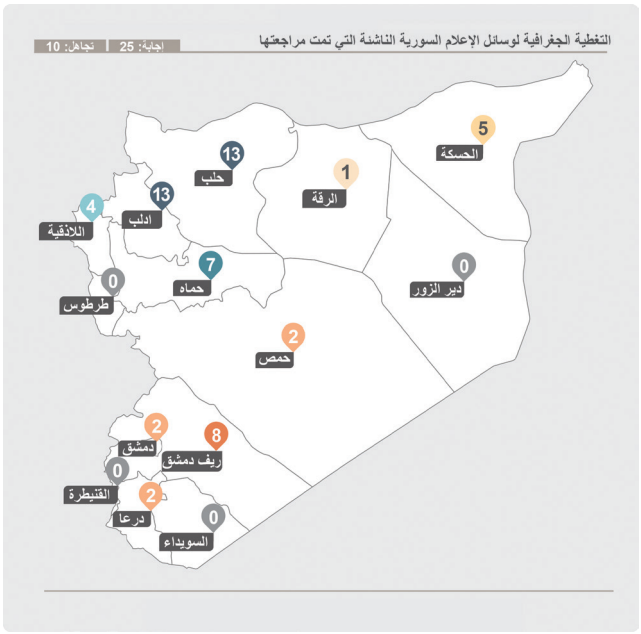
يتضمن هذا المستوى من البحث تفحّصًا للخطاب بوصفه ممارسة اجتماعية، أي بوصفه سمة للأيديولوجيا والسلطة وعمليات الهيمنة ضمن سياق اجتماعي-سياسي وتاريخي أوسع. وهذا يتضمن تحليلًا للسياق الاجتماعي-السياسي على أرض الواقع، مع نظرة إلى محاولات قوى الهيمنة الجديدة للسيطرة وفرض حكمها على المناطق والناس. تتراوح هذه القوى من النظام، إلى المجموعات المتطرفة والمحاكم الشرعية، إلى المجموعات المسلحة التي تعتبر "معتدلة".

### أ. السياق الحالي

إن أفضل وصف للصراع في سوريا اليوم هو أنها مكان توجد فيها انتفاضة شعبية ضد الاستبداد، وحرب أهلية، وحرب بالوكالة، في آن واحد. لقد أحيت الانتفاضة في سوريا المجتمع المدني وقوته. في بحث سابق عن المجتمع المدني في سوريا، رصدت رنا خلف وآخرون (2014) وجود أكثر من 94 منظمة مجتمع مدني غير مختصة بالأعمال الإنسانية في سوريا، أسست بين العامين 2011 و2014. وعلى الرغم من جميع الصعاب، عززت هذه المنظمات، في عملها، قيم الثورة: قيم الحرية والمساواة والديمقراطية.




الشكل 7: وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالدراسة والتي اضطرت لاستخدام النشر الإلكتروني نتيجة القيود على الأرض




الشكل 8: التغطية الجغرافية لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا المشمولة بالدراسة

في هذه الفترة، ظهرت أيضًا وسائل الإعلام، وازداد عددها، وتنوعت تغطيتها والمواضيع التي ركزت عليها. إلا أن هذه الوسائل تواجه عددًا من التحديات، من بينها الافتقار إلى المعرفة الإعلامية. يأتي هذا النقص من أن الكثير من العاملين الأساسيين في تلك الوسائل هم مواطنون صحفيون لم يحصلوا على تأهيل كاف. يضاف إلى ذلك حداثتها في الميدان، وصغر حجمها، والوضع غير الآمن في سوريا. علاوة على ذلك، تتأثر وسائل الإعلام هذه بالحدود الجغرافية، وبالكيفية التي تعمل بها علاقات السلطة على أرض الواقع. يبين الشكلان البيانيان 7 و8 أنه على الرغم من أن عددًا من وسائل الإعلام هذه تعمل من مناطق في سوريا لا يسيطر عليها النظام ، فإنها

تواجه تحديات جدية في الوصول إلى مناطق أخرى، سواء أكانت واقعة تحت سيطرة النظام، أو داعش أو أطراف أخرى، بما في ذلك حزب الاتحاد الديمقراطي الكردي، والكتائب الثورية المختلفة.

يمكن أن يعزى التحدي المتمثل بالوصول إلى مناطق معينة إلى حالة الحرب، وفشل الدولة، وتصاعد العنف. إلا أن ذلك مرتبط في عدد من المناطق بصعود الجماعات المسلحة إلى السلطة، واستبدادها، وتحكمها بوسائل الإعلام الناشئة، لا من حيث حرية حركة الصحفيين فقط، بل ومن حيث الأخبار التي تغطيها أيضًا.

غالبًا ما تدعم الشبكات العابرة للحدود هذه الجماعات، وهي تشمل جماعات متطرفة، مثل داعش والنصرة، ومجموعات الثوار "المعتدلة"، وحزب الاتحاد الديمقراطي الكردي. وهذه المجموعات المسلحة تصبح استبدادية على نحو متزايد عندما تواجه تحديات. وقد استخدمت في مناطق كثيرة إما الدين وإما الأيديولوجيا لتحكم، وكان لذلك أثره في المجتمع المدني بصورة عامة، وفي النساء بصورة خاصة. مارست تلك الجماعات الرقابة المباشرة على وسائل الإعلام الناشئة في حالات عديدة.

**ب. الرقابة فيما يتعلق بتغطية قضايا النساء**

تخضع وسائل الإعلام الناشئة للتفتيش على الحدود الإقليمية والحواجز، ويمكن أن تمنع إذا كانت تنشر مواضيع أساسية معينة تتعلق بالنساء، مثل الزواج المبكر. تحاول الجماعات المسلحة تفحّص محتوى المجلات قبل السماح بدخولها إلى منطقة ما. ولا تنجو الصور من ذلك؛ حتى في الصور الكرتونية، يجب تصوير النساء مرتديات الحجاب قبل أن تسمح تلك الجماعات بدخول المجلات إلى مناطق معينة. ونتيجة لذلك، فإن وسائل الإعلام الناشئة مقيدة اليوم كما كانت تحت سيطرة النظام الكاملة، عندما كانت وزارة الإعلام تتحكم بالنشر، وهي تراقب نفسها قبل التعبير عن أفكارها حتى تتجنب عناء التعامل مع السلطات على أرض الواقع.

يبدو إن مجموعات الثوار المعتدلة ليست "معتدلة" عندما يتعلق الأمر بالنساء. إذ في أحاديث مع عدد من العاملين في وسائل الإعلام الناشئة، صرّح 20% منهم إنهم يلجؤون إلى المواقع الإلكترونية لتغطية مواضيع معينة متعلقة بالنساء، لأنهم لا يستطيعون نشرها في وسائل الإعلام المطبوعة على الأرض. إذا أخذنا في الحسبان أن الأغلبية لم تلجأ إلى هذا الخيار، على الرغم من القيود الواضحة على تغطية قضايا معينة، فإن ذلك يطرح السؤال حول ما إذا كانت الرقابة الذاتية موجودة في الواقع.

**ت. المجموعات المسلحة والصحفيات**

لقد تعرضت حقوق النساء لضربة قوية نتيجة سيطرة الجماعات المتطرفة وحتى مجموعات الثوار المعتدلة. فكان من الأمور الرئيسية الحد من حق الصحفيات في التنقل داخل سوريا، لأن النساء ممنوعات الآن من السفر إلا بوجود ذكر مرافق لهن. هذا السياق يحد بشدة من عمل الصحفيات. شرح أحد منتجي وسائل الإعلام الناشئة ذلك قائلًا: *"لم نعد قادرين على توظيف صحفيات على الأرض، فلا يمكنهن الخروج من دون رجال؛ وعلى الرغم من أننا ندعم الصحفيات إذا احتجن إلى جلب رجل أو آخرين معهن، فإن الأمر يبقى مع ذلك بالغ الصعوبة"*.

ولقد ازداد الوضع سوءًا في بعض الحالات؛ حيث بدأ الموظفون الرجال بفرض قواعد إضافية تهدف إلى حماية زميلاتهم الصحفيات. صرحت إحدى الصحفيات قائلة: "لا يسمح لي زملائي بالذهاب إلى الميدان معهم، على الرغم من أنني أرغب في ذلك فعلًا، وأستطيع القيام به". وأشار أحد المديرين إلى أنه يشعر بضغط كبير عند وجود نساء ضمن فريق العمل يعملن داخل سوريا، لأنه يخشى من إلقاء اللوم مؤسسته إذا حدث لهن مكروه. ولجعل الأمور أعقد، فإن بعض العائلات تمنع بناتها –مهما بلغن من العمر- من العمل في الميدان. ونظرًا لوصمة العار الزائدة في حالة الاعتقال، فإن صحفيات كثيرات يبتعدن عن العمل على الأرض. ذلك أنهن يخشين أن تتعرض سمعتهن للتشويه وأن تصبح خياراتهن محدودة إذا ما تعرضن للاعتقال. وهناك حديث عن صحفية تعرضت للضرب على يد عائلتها، وطردت من طائفتها بسبب اعتقالها. يوضح هذا القيود الشديدة على حركة الصحفيات داخل سوريا.

**ث. استضعاف العاملين والعاملات في وسائل الإعلام**

نصف العاملين في وسائل الإعلام الناشئة الذي أجابوا عن استبياننا يعيشون خارج سوريا، و73% من هؤلاء يعيشون في تركيا. وعلى الرغم من أن وضع الصحفيين في سوريا هو الأسوأ، فإن الصراع يجعل الصحفيين الذين يعيشون خارج سوريا يعيشون أيضًا حالة من الاستضعاف الشديد. معظم أعضاء وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، الذين يعملون من تركيا، يعملون دون عقود، لأن تلك الوسائل غير مسجلة في تركيا، وهو ما يخلق لها صعوبات نظرًا للشروط التي يتوجب عليها تحقيقها، مثل تقديم تأمين وتوظيف مواطنين أتراك... إلخ، وهو أمر يصعب عليها تحمله بسبب ميزانياتها المحدودة. وهكذا، فمعظم صحفيي وصحفيات وسائل الإعلام السورية الناشئة الموجودة في تركيا يعملون بلا رخصة عمل، وبلا عقود ملزمة قانونيًا، وبلا تأمين، وبلا تعويض لدى العمل أو الاجتماعات خارج المكتب، ولا يحصلون إلا على إجازة سنوية قصيرة جدًا (12 يومًا). وغالبًا ما يتحمل مديرو وسائل الإعلام الناشئة وموظفوها جميع المخاطر والتكاليف الناتجة عن أخطار العمل، كالإصابات التي يتعرضون لها في أثناء أداء مهمة ما. وتلك الإصابات محتملة الحدوث جدًا نتيجة الصراع الدائر. لا يمكن الحصول على عقد قانوني إلا بعد الإقامة في تركيا مدة ثلاث سنوات. ويواجه أولئك الصحفيون صعوبات جدية لعدم وجود وثائق تثبت أنهم صحفيون. صرّح أولئك الصحفيون أنهم يعملون دون تصاريح عمل، ما يعرضهم لخطر الإيقاف عن العمل في أي وقت.

## 4.2 الإنتاج: التغطية ومشاركة النساء

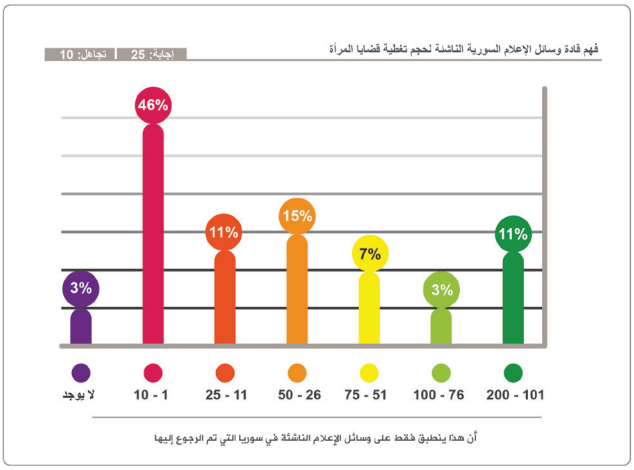
لمزيد من تقييم "السلطة على الخطاب"، درس البحث إنتاج النص كممارسة منطقية، متفحصًا ما يأتي:

1. تغطية قضايا النساء.
2. سياسات الإنتاج: الصحفيات وأدوارهن.

### أ. تغطية قضايا النساء

**ما مدى تغطية قضايا النساء؟**

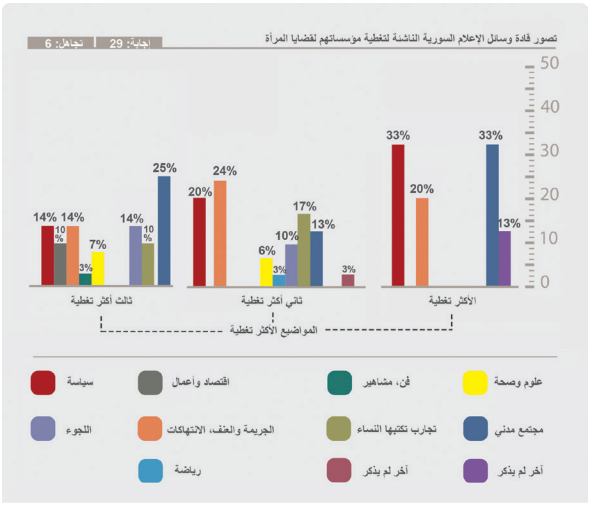
لقد سُلّط الضوء على مدى ضعف تغطية قضايا النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، حيث بالكاد بلغت 200 مقالة سنويًا بين عامي 2011 و2016، وهذا في أفضل الحالات، أما المتوسط فكان أقل من ذلك بكثير (انظر الشكل 9).




الشكل 9: الإجابات عن السؤال "بشكل تقريبي كم عدد الأعمال الإعلامية المتعلقة بالنساء والتي قمتم بإنتاجها بين آذار/مارس 2011 وآذار/مارس 2015؟"

**ما المواضيع التي تمت تغطيتها؟**

لدى السؤال عن تغطية المواضيع المتعلقة بقضايا النساء، أفاد مديرو وسائل الإعلام الناشئة في سوريا أن تركيزهم الأساسي ينصب على المواضيع السياسية، بينما لا تنال قصص نجاح النساء إلا الحد الأدنى من الاهتمام. يوضح الشكل 10 درجة الأولوية المولاة لمواضيع مختلفة. المواضيع التي تحظى بأعلى أولوية هي مواضيع السياسة والمجتمع المدني، والعنف ضد النساء بدرجة أقل. أما المواضيع التي تأتي في الدرجة الثانية من الأهمية فهي، مرة أخرى، مواضيع السياسة والعنف ضد النساء، تليها روايات تجارب النساء مأخوذة من مصدرها الأصلي. والمواضيع التي جاءت في الدرجة الثالثة من الأولوية هي قضايا المجتمع المدني، ثم المواضيع المتعلقة بالعنف ضد النساء واللاجئين والسياسة. وتطرق الذكر كذلك للمواضيع المتعلقة بالاقتصاد وقصص النجاح والأعمال والعلم والرياضة والصحة، لكنها لم تكن على رأس الأولويات.




الشكل 10: أولوية التغطية بحسب المواضيع لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا المشمولة بالبحث

كانت هذه النتائج مثيرة للاهتمام بطرق كثيرة. إذ على الرغم من أن المقصود بمصطلح "سياسة" ليس واضحًا دائمًا، فإن البيانات النوعية التي جمعت خلال مجموعات النقاش المركزة تشير إلى أن التركيز الرئيسي ينصب على النساء المعتقلات والعنف ضد النساء. وإلى حد أقل، غطت وسائل الإعلام الناشئة مواضيع حول كيفية تغير وجهات نظر النساء نتيجة الصراع، ودور النساء، والنساء المثقفات والمربيات والمعيلات لأسرهن.

إضافة إلى ذلك، كانت الاختلافات بين الصحفيات والصحفيين في وسائل الإعلام تلك واضحة. فقد بدا أن الصحفيات يركزن أكثر على الإنتاج الفكري للنساء، وعلى غياب المرأة عن المجالس المحلية، والزواج عبر الانترنت، وما شابه. في حين بدا صحافيون كثيرون مستمرين في تناول المواضيع المتعلقة بالنساء تحديدًا فقط في حال كان الموضوع اجتماعيًا ومتعلقًا بالعواطف أو التغذية. وتبقى معالجة مواضيع السياسة والقضايا التي تعتبر "أصعب" حكرًا على الرجال.

**على الرغم من القيود التي فرضها الوضع العنيف على وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، فإن هناك جهودًا لتحدي التصوير النمطي للنساء بأنهن ضحايا ومستضعفات، وهناك دليل على وجود اتجاه صغير، لكنه مهم، لتغطية تجارب النساء وقصص نجاحهن.** علاوة على ذلك، تبدي وسائل الإعلام الناشئة في سوريا علامات على أنها تفهم فهمًا جيدًا التحيزات الجندرية ضد النساء. لكن، على الرغم من النوايا الطيبة لدى عدد من قادة وسائل الإعلام الناشئة فيما يخص المساواة الجندرية، يبقى سؤال مهم هو: متى ستترجم تلك النوايا الطيبة إلى أفعال، وكيف؟

تزداد تغطية قضايا النساء بالتزامن مع مناسبات معينة مثل يوم المرأة وعيد الأم. لكن، عمومًا، لا يبدو أن تغطية قضايا

النساء تتنوع كثيرًا من عام إلى آخر. على الرغم من وجود الكثير من المقالات والبرامج الإذاعية الجديدة والشجاعة التي تحدث طغيان القوى على الأرض وفي المجتمع، فإن تصوير النساء على أنهن ضحايا بقي اتجاهًا سائدًا. يسلط الجدول 3 الضوء على المواضيع الأساسية التي تناولتها المقالات التي تمت مراجعتها في هذا البحث بحسب ترتيبها الزمني.

الجدول 3 – المواضيع التي غطتها وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث – بحسب السنة[13]

| السنة | المواضيع التي غطتها وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث<br>(*) تشير إلى الموضوع المكرر أكثر من مرة |
|---|---|
| 2011، 2012 | **أطراف الصراع**<br>عنف النظام وأساليبه<br>أخطاء المعارضة<br>**المجتمع:** ثورة المجتمع<br>**النساء:** ضحايا يسببن المعاناة للأمهات |
| 2013 | **أطراف الصراع**<br>عنف النظام والحرب<br>حزب الله<br>الائتلاف الوطني لقوى الثورة والمعارضة<br>**المجتمع المدني وقيم الثورة**<br>الحنين إلى السنة الأولى من الثورة<br>الثورة وانطلاقتها السلمية<br>المجتمع المدني<br>**الوضع الراهن**<br>الشهداء وعدد القتلى<br>الطائفية<br>فشل الدولة ونقص الخدمات والموارد والمعاناة الاقتصادية<br>البطالة<br>الحكم المحلي<br>**النساء**<br>الضحايا: اللاجئات، النازحات، المعتقلات<br>البطلات: دليل على قوة النساء<br>**المناسبات**<br>مؤتمر جنيف<br>**مواضيع جديدة**<br>المثلية الجنسية<br>الفساد في المساعدات الإنسانية<br>المصالح المحلية والدولية في سوريا |
| 2014 | **أطراف الصراع**<br>نف النظام والحرب*<br>حزب الله*<br>تنظيم الدولة الإسلامية (داعش)*<br>الكورد<br>**المجتمع المدني وقيم الثورة**<br>خطف الناشطين واعتقالهم<br>حنين العودة إلى سوريا<br>**الوضع الراهن**<br>الشهداء وعدد القتلى*<br>الطائفية*<br>فشل الدولة ونقص الخدمات والموارد والمعاناة الاقتصادية<br>اقتصاد الحرب والفساد*<br>النزاعات الجانبية للجماعات المسلحة<br>الوضع الأمني المحلي – النهب |
| 2014 | **النساء**<br>الضحايا: اللاجئات*، النازحات*، المعتقلات*، الأرامل، الاتجار بالأشخاص، الزواج المبكر، الزواج القسري، العنف الجنسي<br>القوة/الفاعلية: دور النساء في الثورة<br>إقصاء النساء من المجالس المحلية<br>علاقة المرأة النمطية بالرجل<br>**المناسبات**<br>يوم المرأة*<br>عيد الأم*<br>مؤتمر جنيف*<br>**مواضيع جديدة**<br>الحب خلال الثورة<br>وسائل التواصل الاجتماعي<br>تأثير الصراع في الشباب |
| 2015 | **أطراف الصراع**<br>عنف النظام والحرب*<br>حزب الله*<br>تنظيم الدولة الإسلامية (داعش)*<br>الكورد*<br>**المجتمع المدني وقيم الثورة**<br>نمو في عدد منظمات المجتمع المدني*<br>**الوضع الراهن**<br>الشهداء وعدد القتلى*<br>الطائفية*<br>فشل الدولة ونقص الخدمات والموارد والمعاناة الاقتصادية *<br>الصراعات الجانبية بين الجماعات المسلحة*<br>اقتصاد الحرب والفساد**<br>الضحايا: المعتقلون*<br>المجازر*<br>سبل العيش<br>الاضطهاد<br>**النساء**<br>الضحايا: اللاجئات*، النازحات*، المعتقلات*<br>القوة/الفاعلية: عمل النساء لأسباب اقتصادية<br>**المناسبات**<br>يوم المرأة*<br>رمضان<br>**مواضيع جديدة**<br>أسلمة الثورة السورية<br>الإسلام<br>سوء معاملة الأطفال وتجنيدهم<br>المقاتلات الكرديات<br>أقلمة الحرب السورية<br>الأخبار العربية – مصر<br>أزمة اللاجئين السوريين في أوروبا |

13. (*) تشير إلى أن موضوعًا متكرر أكثر من مرة في سنة معينة.

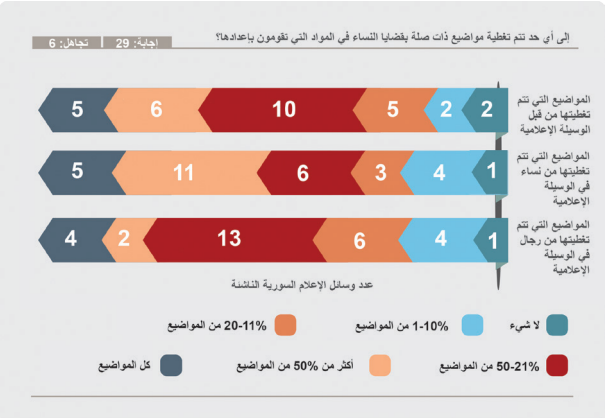
## كيف تُختار المواضيع وتُكتب في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا؟

استنادًا إلى معظم أعضاء وسائل الإعلام الناشئة في سوريا فإن الأحداث على الأرض هي التي تتحكم بالتغطية، وفي حالات أخرى، يقترح المحرر أو المدير مواضيع معينة. ويقال إن هذه المواضيع مخصصة لحادثة معينة، أكثر منها

وليدة تخطيط مسبق. في كثير من الحالات، يختار الصحفي/الصحفية الموضوع بحسب شخصيته/ها وبما يتلاءم مع المبادئ التوجيهية للوسيلة الإعلامية. وفي بعض الأحيان، قد يسبق ذلك نقاش مع رئيس التحرير، الغاية الأساسية منه التحقق من ضمان أمن الفريق العامل على الأرض. على سبيل المثال، لا يستطيع الصحفيون غالبًا انتقاد جبهة النصرة إذا كانوا موجودين في مناطق سيطرتها، أو يمنعون من التوعية بحقوق المثليين لأن الموضوع يعتبر محرمًا اجتماعيًا، أو نتيجة الشك في كيفية تناول الموضوع.

من القضايا الأخرى التي طرحت هي تحويل طبيعة وسائل الإعلام إلى ما يشبه المنظمات غير الحكومية والمشاريع، ما جعلها في حاجة ماسّة إلى دعم المانحين. وفي النتيجة، يمكن تقييد وسائل الإعلام الناشئة بالحاجة إلى ضمان رضى المانحين. لوحظ أيضًا أن حتى الممولين أصحاب أصدق النوايا يمكن أن يتسببوا بأذى لقضية المساواة يفوق ما يقومون به من خير، وذلك حين يطالبون بتمثيل أعلى للنساء دون أن يقدموا ما يرافق ذلك من تدريب أو شرح للأسباب التي تجعل منه مهمًا. وقد دفع ذلك عددًا من العاملين في وسائل الإعلام الناشئة إلى الشعور بأن المواضيع مفروضة عليهم. وانتهى بهم الأمر إلى زيادة تغطية قضايا النساء، لا لرغبتهم في ذلك، وإنما لأن "قضايا النساء رائجة، وتجذب التمويل". ومن ناحية العاملين، عبرت وسائل الإعلام الناشئة في سوريا أيضًا عن إحباطها من تركيز الممولين المبالغ به على أعداد النساء العاملات والمشاركات في ورشات العمل، وحصصهن فيها، وهو ما يمكن أن يكون على حساب كفاءتهن، فيؤثر بدوره في عمل الوسيلة الإعلامية. ووجهت انتقادات حادة أيضًا لمنح كل الجوائز الإعلامية لنساء وليس لرجال، وأثيرت الشكوك حول ذلك.

بيّن تحليل أدوار الرجال والنساء وجود تقسيم واضح للأدوار، حيث يسود الرجال في قيادة وسائل الإعلام الناشئة وفي تغطية الأخبار على الأرض داخل سوريا. علاوة على ذلك، لوحظ أن النساء ضمن المؤسسات الإعلامية الناشئة يرجح أن يتناولن المواضيع المتعلقة بالنساء أكثر من الرجال. (انظر الشكل 11)



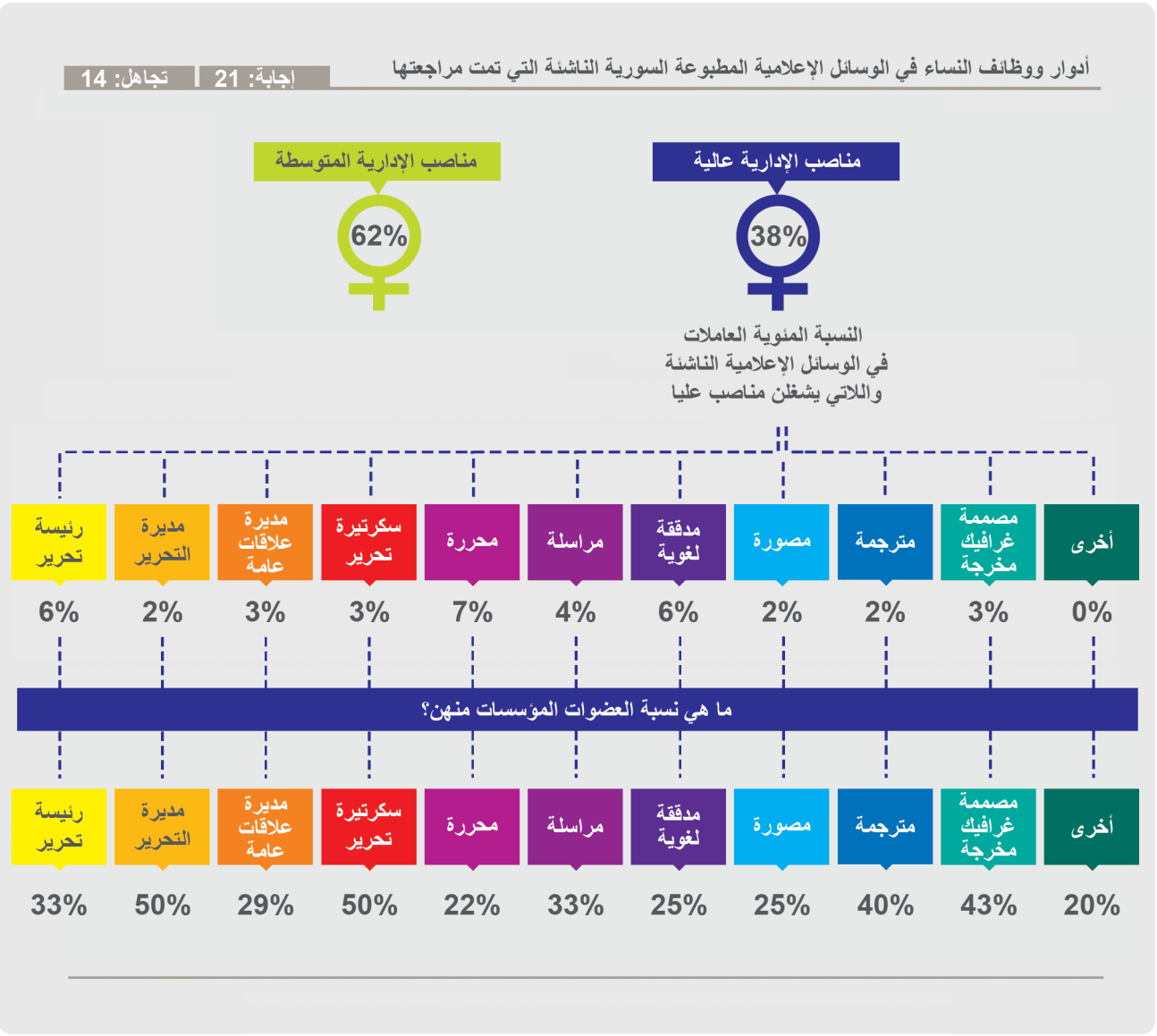

الشكل 11: تغطية المواضيع المتعلقة بالنساء في المؤسسات الإعلامية، وبحسب تغطية النساء والرجال لها.

### ب. تمثيل الصحفيات في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا: أدوارهن وفعاليتهن

إحدى النتائج الإيجابية جدًا هي أن حصة النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا كبيرة نسبيًا. والأهم من ذلك هو شمول هذه الوسائل بصورة أكبر لنساء من خلفيات اجتماعية واقتصادية كانت مستبعدة من المشاركة في السابق. أشار من أجابوا عن أسئلة المسح إلى أن أكثر من نصف القوى العاملة (54%) في وسائل الإعلام الناشئة الإذاعية، وأكثر من الثلث (35%) في الوسائل المطبوعة من النساء. وعلى الرغم من احتمال تحيّز المشاركين في الاستبيان لإعطاء أجوبة متوافقة مع قيم شبكة الصحفيات السوريات، تبقى تلك النتائج إيجابية.

على أية حال، إحدى القضايا التي تجب ملاحظتها فيما يتعلق بوسائل الإعلام المطبوعة هي أن أرقام النساء هذه مبالغ فيها نتيجة وجود المتطوعات والعاملات بدوام جزئي. إذ تظهر بياناتنا أن 38% فقط من النساء العاملات في وسائل الإعلام المطبوعة الناشئة في سوريا يشغلن مناصب رئيسية، في حين تشغل 62% منهن مناصب ثانوية (انظر الشكل 11). يبيّن ذلك أنه مازال مرجحًا في وسائل الإعلام الناشئة أن يشغل الرجال المناصب القيادية، ولا سيما في حالة الإعلام المطبوع. علاوة على ذلك، وجدنا أن 4% فقط من الصحفيين الرئيسيين من النساء. ويعزى ذلك غالبًا إلى القيود التي يفرضها سياق العمل على الأرض -كما شرحنا مسبقًا- حيث هناك الكثير من القيود التي تحد من قدرة النساء على الحركة، مثل الضغط الاجتماعي وعواقب التعرض للاعتقال على السمعة. على الرغم من ذلك، أشارت بعض النساء إلى رغبتهن في تحمل المخاطرة، لكن لم يسمح لهن بذلك. شرحت إحدى الصحفيات ببلاغة دافعها في العمل على الأرض بالقول: **"ها نحن نجلس هنا وراء باب زجاجي، ولا نعلم متى سنخطو خارجه"**.

ربما من الأفضل أن يترك الخيار في هذه المسألة للصحفيّات بدلًا عن فرضها عليهن. وفي الحقيقة، أشار عدد من قياديي وسائل الإعلام الناشئة إلى أن النساء أقدر على القيام بالعمل الميداني بجودة عالية. فهن قادرات على الاتصال بالنساء، ويرجح أن يُعتبرن جديرات بالثقة. وتجلى ذلك بأن أحد المجالس المحلية أعطى معلومات لصحفيّة، في حين رفض إعطاءها لزملائها الرجال. أشار من أجابوا عن الاستبيان أيضًا إلى أن النساء أميل إلى سرد قصصهن لنساء أخريات، وليس لرجال.




الشكل 12: أدوار النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا المشمولة بالبحث.

في الوقت ذاته، يسيطر الرجال على المناصب في مجال التحرير والإنتاج، على الرغم من عدم وجود تهديدات أمنية يسببها السياق إذا كان العمل يجري من خارج سوريا. ولدى السؤال حول هذا الموضوع، قالت إحدى منتجات وسائل الإعلام الناشئة: "أنا واثقة من أنني لو تصفحت أية مجلة، فلن أجد أي موضوع عن النساء – حتى الكتّاب رجال! آه، هناك كاتبة واحدة، وهي تكتب الشعر!". وإذا أردنا تغيير هذا الوضع، فيجب تشجيع المزيد من النساء، وتحفيزهن على الكتابة.

**أما من حيث الأجور، فإن وسائل الإعلام الناشئة في سوريا تعكس إحدى السياسات الإيجابية في سوريا، وقد حافظت على تلك السياسة، ألا وهي الأجر المتساوي للرجال والنساء.** وأحد المجالات التي يمكن تحسينها هنا هو زيادة احتمال حصول كل من الرجال والنساء على فرص متساوية بوظائف بدوام كامل.

**العمل معاً**

لدى سؤال الرجال عن تصورهم للعمل مع النساء، قالوا إن النساء دقيقات، ويملكن قدرات وافرة، لكنهن قد يشعرن بالإحراج من العمل في مكان يوجد فيه الرجال. قال لنا أحد الصحفيين: "تحظى النساء بكثير من الاهتمام؛ وهن يقمن بابتزازنا، وكأن كل ما نريد القيام به في الحياة هو ظلمهن!".

ولدى سؤال النساء عن تصورهن للعمل مع الرجال، أجبن إن الرجال غير ملتزمين بعملهم، وغير منظمين وغير دقيقين، ولا يتحلّون بالصبر، وأقل حسًا بالمسؤولية من النساء. شددت النساء على انعدام الصبر هذا على نحو خاص حين يتعلق الأمر بالحمل. علاوة على ذلك، عبّرت النساء عن عدم رضاهن من النظر إليهن على أنهن يأخذن أدوار الرجال، ويلقبن بألقاب الرجال. **قالت امرأة إنها عندما تغضب لتأخر أحد زملائها في تسليم عمله، يكون رده: "روّقنا أبو عبدو".**

من المهم لكل من النساء والرجال العاملين في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا أن يكونوا متنبهين لتحيّزاتهم وافتراضاتهم نحو بعضهم بعضًا، لأن ذلك لا يؤثر في محتوى عملهم وخطابهم فقط، بل وفي كيفية عملهم معًا أيضًا.

## 4.3 تأطير النساء: اللغة وعلاقات السلطة المخفية

*"هناك مبالغة في الموقف العام في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، عندما تقوم امرأة بعمل ما إيجابيًا أو سلبيًا، وكأننا نقول: آه هل حقًا فعلت امرأة ذلك؟!"*
*(أحد منتجي وسائل الإعلام الناشئة)*

تقوم اللغة التي يختار منتجو نصوص وسائل الإعلام الناشئة في سوريا باستخدامها بتأطير النساء بطرق معينة، سواء أقصدوا ذلك أم لا. ذلك أن هذه اللغة تبني على مواقف وافتراضات أيديولوجية، وتستخدم استراتيجيات مختلفة لتعزيزها. وهنا تكمن السلطة على النساء والتمييز ضدهن في وسائل الإعلام الناشئة.

### أ. الأيديولوجيات في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا

من الصعب تحديد المواقف الأيديولوجية لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا. ذلك أن الخطوط بينها غير واضحة في كثير من الحالات، حيث مازال الكثير منها في مراحله البدائية، ولا تملك بعد هوية واضحة. مع ذلك، لوحظ اتجاهان أيديولوجيان عامان يؤثران في النساء، وهما: 1) الأيديولوجيا الليبرالية/العلمانية، 2) والأيديولوجيا الدينية. وغالبًا ما تتداخل الخطابات القومية والبطريركية مع الاتجاهين كليهما، حيث الخطاب القومي أميل إلى العلمانية، أما الخطاب البطريركي فأميل إلى الدين.

لاحظت الدراسة أن وسائل الإعلام والمقالات ذات الأيديولوجيات الليبرالية هي التي تركز على المواطنة وحقوق الإنسان عمومًا، وعلى حقوق النساء والمثليين خصوصًا. كذلك ركز البعض منها على المجتمع والأطفال والشباب ومواضيع أخرى مختلطة. في حين إن وسائل الإعلام والمقالات ذات الأيديولوجيات القومية قد ركزت بدورها على: قضايا الكرد والشباب والأطفال والنساء والسياسة والأخبار. وفي حالة المقالات ذات التوجه العلماني وخطابها الخاص بالنساء، فإن كثيرًا منها توخى الحذر من المجتمع في حال رفع مستوى التوقعات، فيما امتلكت مقالات أخرى أفضل النوايا، لكنها وقعت في فخ استخدام الإطار البطريركي نفسه الذي يؤطر النساء بالطرق التقليدية. على الرغم من أن تجاوز العادات القديمة والفرضيات التقليدية حول العلاقات الجندرية هو أمر صعب على نحو لا شك فيه، فقد لوحظ أن هناك فشل في الخوض عميقًا بما يتجاوز الفرضيات والحكمة المقبولتين عمومًا. هناك حاجة لمزيد من المواجهات القوية مع تصوير النساء والخطاب السائد حول الجندر. على الرغم من أن مقالات عديدة قد استخدمت المصطلحات والمفاهيم الخاصة بحقوق النساء، فإن ذلك لم يترافق مع تقديم حجج مقنعة وذات صلة بالسياق المحلي عن معنى هذه الحقوق وأهميتها. إن الإرادة الطيبة الواضحة والجهود الجادة التي تقوم بها وسائل إعلامية ناشئة عديدة يجب أن تترافق مع نهج أكثر دراية وتمحيصًا في التعامل مع القضية. في الوقت نفسه، بدت الوسائل الإعلامية ذات الأيديولوجيات القومية وكأنها أكثر اهتمامًا باستخدام النساء لخدمة قضيتها منها بترويج قضية المساواة الجندرية بحد ذاتها، مثال على ذلك هو المقالات التي تناولت المقاتلات الكرديات اللواتي لا يقاتلن بالضرورة في سبيل المساواة للنساء.

أما وسائل الإعلام والمقالات ذات الأيديولوجيات الإسلامية الدينية، فقد تبين أنها تركز على الأخبار والإسلام والشباب والأطفال والسياسة والمجتمع. وتميزت هذه الوسائل بأنها تستخدم السرديات الدينية أو الإسلامية. ومراجعها وخطاباتها جهادية في كثير من الأحيان. وهي نادرًا ما تتضمن كاتبات، وتروج في معظم الحالات لحل أي مشكلة بـ"العودة إلى الله". أما من حيث المواضيع التي تغطيها هذه الوسائل، فمن المثير للاهتمام أن بعضها يحاول أن يكون حساسًا نحو الأقليات الأخرى، إلا أنها عمومًا ليست حساسة جدًا لقضايا المساواة الجندرية. وهي تروج لفكرة أن النساء ينتمين إلى المجال الخاص وفقًا للأدوار التقليدية، مع النمط الذي لا يرى النساء إلا بالارتباط بالرجال؛ أي بوصفهن أمهات أو أخوات أو زوجات أو جدات. وتتميز وسائل الإعلام الناشئة الدينية بأنها الوسائل التي يرجح أن تستخدم النساء لإثارة التعاطف وترويج قضيتها، ولا سيما باستخدام جمل مثل "استشهد عدد من المواطنين بينهم أطفال ونساء". نادرًا ما تصور هذه الوسائل النساء على أنهن ثائرات فاعلات، وعندما يحدث ذلك، فإن نجاحهن يعزا إلى هويتهن المسلمة.

### ب- الافتراضات

لوحظ أن كلًا من المواقف الأيديولوجية الدينية والليبرالية/العلمانية تتشارك في افتراضات متشابهة نسبيًا. وكانت هذه هي الحال غالبًا حتى حيث كانت النوايا طيبة، لأن تلك الافتراضات كانت إلى حد بعيد افتراضات غير خاضعة للتفحص أكثر منها تحيزات واعية. وغالبًا ما استندت إلى موقف الكاتب أو المجتمع من المساواة الجندرية، سواء أكان ذلك عن وعي أم لا. هناك، في حالات كثيرة، نقص في الإيمان بقدرات النساء، وإيمان بأن النساء تابعات للرجال، وقناعة بأن النساء، ضحايا أو مصابات، هن أداة جيدة لإثارة التعاطف. لكن لم تكن هذه هي الحال دائمًا؛ فقد كانت هناك أمثلة تدل على وجود افتراضات قوية أن النساء يمتلكن قدرات كبيرة وأنهن قادرات على امتلاك قوة كبيرة. من أجل تقديم نقد بنّاء، فسنركز أساسًا على الافتراضات السلبية لتسليط الضوء عليها ومجابهتها. يلخص الجدول أدناه بعض هذه الافتراضات كما تجلت في مقالات وسائل الإعلام الناشئة قيد المراجعة.

الجدول 4: الافتراضات السلبية لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا قيد المراجعة

| الموضوع | افتراضات وسائل الإعلام الناشئة في سوريا |
|---|---|
| قدرات النساء | النساء ضعيفات وبحاجة إلى المساعدة<br>النساء عاجزات<br>لا تملك النساء القوة أو الخيار في المناطق الواقعة تحت سيطرة المحاكم الشرعية<br>النساء غير جيدات في القتال<br>تستفيد النساء العاملات من محاباة رؤسائهن الذكور في العمل: يعود نجاحهن إلى جمالهن وليس إلى موهبتهن<br>يمكن لعدد قليل من النساء تحمل عبء العمل الصحفي، فالمرأة تنهار بسهولة، ولا يمكنها المقاومة |
| هوية النساء | تعرَّف النساء بعلاقتهن برجل ما، كأن تكون أخته أو أمه أو زوجته أو ابنته<br>النساء كلهن متماثلات<br>يجب أن تحافظ النساء على أنوثتهن في القتال<br>النساء ضحايا<br>جميع النساء السوريات محجبات ومحافظات (حالة معظم الصور) |
| دور النساء ووظيفتهن | ينحصر دور المرأة في المجال الخاص، العناية بمنزلها وتربية أطفالها<br>أولوية المرأة هي لمنزلها حتى لو كانت في مخيمات اللاجئين |
| سلوك النساء | تقف النساء دائمًا في صف أطفالهن ضد الآباء<br>تسرف النساء في الإنفاق، خاصة على منتجات التجميل<br>لا تقرأ النساء أيًا من وسائل الإعلام الناشئة<br>النساء سلبيات وخاضعات |
| علاقة النساء بالرجال وبالمجتمع | تعاني النساء من تهديد مستمر ويحتجن إلى حماية<br>إذا اغتصبت امرأة، فإنها تخسر كرامتها<br>ترتبط كرامة الرجل والعائلة بعذرية المرأة<br>لا يمارس العنف العائلي إلا ضد النساء |

### ج- الاستراتيجيات المستخدمة لترويج الأيديولوجيات وتعزيز الافتراضات والتحيزات

#### الافتراضات

من حيث استخدام اللغة، فإن الافتراضات المذكورة أعلاه جاءت على شكل افتراضات مسبقة، ظهرت في الوسائل الإعلامية الناشئة من خلال استخدام: (1) الأفعال؛ (2) "ال" التعريف قبل النساء؛ (3) الأسئلة. استخدمت الأفعال بطريقة تبقي النساء سلبيات وخاضعات؛ صورت النساء على أنهن "مفعول به" ولسن "فاعل"؛ أي أن الأمور تجري للنساء، بدلا من تقوم النساء بالأمور. هناك بعض الحالات الإيجابية التي صورت فيها النساء على أنهن "يفعلن". أما الأفعال الشائعة التي تكون النساء فيها بموقع الفاعل فهي "تقاوم"، "تحلم"، "تلهم أشياء معينة"، من جهة، و"تحزن"، "تعاني"، من جهة أخرى. وقلما صورت النساء على أنهن "يفكرن" أو"يكنّ"، وهو أمر اشكالي سواء أكان مقصودًا أم لا. استخدمت "ال" التعريف لإظهار النساء كافة على أنهن ضحايا، كما في "تعاني النساء السوريات...". كذلك، استخدمت للتعريف بامرأة في علاقتها برجل، كأن يقال "زوجة فلان"، وبذلك فهي تحدد بتلك العلاقة، بدلًا من تصويرها على أنها شخصية مستقلة. أما الأسئلة فاستخدمت لدى الحديث عن النساء كوسيلة للتعبير عن الرفض. على سبيل المثال، سألت إحدى الكاتبات: "أين أضعنا قيمنا؟"، وذلك للتعبير عن انتقادها لامرأة مدخنة، ما يعكس افتراضًا بأن سلوك تلك المرأة يرتبط بقلة الأخلاق والقيم.

يتضمن الجدول أدناه طرقًا أخرى مستخدمة للتعريف بالنساء. ويمكن الإطلاع على المزيد حول هذه الأنواع من الخيارات في تصوير النساء، وكذلك على شرح للمصطلحات، في الفصل 2-2 أعلاه.

يمكن استخدام **الشخصنة والتخصيص** بطريقة إيجابية عند صوغ عبارات تتحدث عن نساء مشهورات، أو عند ذكر مهنة المرأة (صحفية، محامية، إلخ). لكنهما يستخدمان، في حالات أخرى، لتعزيز الصور النمطية التي تربط المرأة برجل معين (مثال: التعريف بها بوصفها زوجة فلان بدلًا من ذكر اسمها)، أو قولبتها في دور معين (مثال: عندما يوحى بأن المرأة المسلمة ليس لها سوى الأدوار التقليدية).

**التعميم والتجميع والجمعنة:** عندما تكون النساء ضحايا أو أمهات، هناك ميل إلى الحديث عنهن على أساس من التعميم والتجميع والجمعنة، ويعاملن كما لو أنهن مجرد أرقام إحصائية ووسيلة لإثارة التعاطف. تستخدم هذه التكتيكات أيضًا بدرجة أقل عندما تكون النساء ناشطات أو مشاركات في عمل يعتبر بطوليًا.

تستخدم تسمية المرأة **باسمها** عند انتقادها، أما ذكر وظيفتها فيستخدم عند الإشادة بنجاحها. أي ينظر إلى فشل المرأة على أنه ناجم عن أنها "امرأة"، وليس عما تقوم به. أما بالمعنى الإيجابي، ففي معظم الحالات، يعزا نجاح امرأة ما إلى ما تقوم به.

يستخدم **التشييء** لاختزال النساء إلى مظهرهن الجسدي وتحديدهن بناء عليه، بدلًا من الإشارة إلى قدراتهن. نادرًا ما استخدم التشييء استخدامًا إيجابيًا.

يستخدم **إخفاء الاسم أو ذكره** ضد النساء، ولا سيما في تغطية أفعال العنف (مثل الاغتصاب)، بوصفه وسيلة لإخفاء مرتكبي تلك الأفعال، والتركيز على إظهار النساء بمظهر الضحايا. في حالات أخرى معينة، استخدم هذا الأسلوب لإخفاء أسماء النساء بغرض حمايتهن.

يستخدم **الإخفاء المتعمّد** لمواضيع تتعلق بالمجتمع، أو بأمراء الحرب والرجال الذين يرتكبون العنف ضد النساء، وسيلة لإخفاء هذه القضايا، وتركها دون مساءلة. وتطرح، بدلًا منها، قضايا أخرى مهمة لتلك الجهات.

لقد استخدمت **الخيارات المفرداتية (اختيار الصياغة واستخدام الاستعارات)** إما لتمكين النساء أو للحد من قدراتهن. أحد

الأمثلة على اللغة غير التمكينية المستخدمة في مقالة مأخوذة من إحدى الوسائل الإعلامية المشمولة بالبحث: "يشار إلى فرع الأمن بأنه "بيت خالته (زوجة الأب)". يوحي ذلك بأن من الممكن مقارنة المكانين باعتبارهما مكانين للاستجواب، والضغط بهدف الحصول على معلومات حساسة. وفي الوقت نفسه، استخدمت الخيارات المفردانية لتمكين النساء في أحيان آخرى.

تستخدم **التغطية** غالبًا لخلق الغموض على نحو غير مباشر. على سبيل المثال، في تغطية العنف ضد النساء، نادرًا ما أجري تحقيق عميق في دوافع ذلك وأسبابه. علاوة على ذلك، في بعض الحالات، اقتصرت المطالبات بالديمقراطية بالدعوة إلى إسقاط نظام الأسد الاستبدادي، وكان ذلك وسيلة لتفادي توجيه الانتقادات ضد انتهاكات الجماعات المسلحة "المعتدلة".

يستخدم **ذكر الوظيفة** للربط بين مجموعة نساء وحس قوي بالفعالية. ولهذا أيضًا أثر في تقويض الصور النمطية، على سبيل المثال: حيث تعمل النساء في أعمال غير تقليدية.

كانت **الجمعنة** وسيلة لتصوير جميع النساء وكأنهن متماثلات – وغالبًا ما يصورن في دور الضحية.

استخدمت **التعابير العامة** لتنميط النساء بأنهن محافظات وتقتصر مشاركتهن على الأدوار التقليدية.

**استبعاد** النساء، من الصور على سبيل المثال، ساعد في خلق انطباع بأنهن لا يلعبن أي دور فعال في المجال العام.

# الفصل الخامس: القوة في الخطاب: تصوير النساء في نصوص وسائل الإعلام الناشئة في سوريا

قيّم هذا البحث سمات الخطاب اللغوية وتنظيمه نصًا وصورةً في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا. عند هذا المستوى، قيم البحث تمثيل وتصوير:

- هوية النساء – من هن النساء، وما هي احتياجاتهن؟
- أفعال النساء – ماذا تفعل النساء، وما الذي يُفعَل لهن؟

## 5.1 لاتجاهات والروايات: من هن النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، وما هي احتياجاتهن؟

تصور النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا بتعابير إيجابية أو فاعلة في بعض الحالات، وبتعابير سلبية أو عاطلة في حالات أخرى، ويصورن في حالات أخرى بطريقة متناقضة تستمر في حصرهن في أدوار تقليدية محددة مسبقًا، على الرغم من إشادتها بهن. ووفقًا لذلك، يقسم الجدول 5 تصوير النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا إلى ثلاث فئات[14]. تتضمن الفئة الأولى أمثلة على التصوير الإيجابي، وتتضمن الفئة الثانية أمثلة على التصوير السلبي، أما الفئة الثالثة فتتضمن أمثلة على التصوير المتناقض. على أية حال، ليس الوضع دائمًا واضح المعالم وسهل التحديد، لأنه يعتمد كثيرً على السياق. على سبيل المثال، إن التعريف بامرأة على أنها "أخت" يمكن أن يكون تحديدًا إيجابيًا، ينطوي على قوة كبيرة. لنأخذ، على سبيل المثال، كتاب أطفال عن مغامرة عائلية، حيث يلعب الأخ والأخ جنبًا إلى جنب وهما متساويان، دون أن يكون الأخ مسيطرًا كما في الأدوار التقليدية للرجال.

الجدول 5: عينة من التعابير المستخدمة لتصوير النساء في وسائل الإعلام السورية الناشئة المشمولة بالدراسة

| الفئة 1 | الفئة 2 | الفئة 3 |
|---|---|---|
| ثائرات فاعلات (4 مقالات) | تنتمي إلى رجل (أم، أخت، زوجة) (5 مقالات) | «أساسيات في المجتمع، لكن فقط بوصفهن أمهات». |
| متحديات للسلطة المستبدة | ضحايا – اضطهاد النظام والصراع؛ عرضة للفقر والزواج المبكر والنزوح (14 مقالة) | «فاعلة في العمل، لكن فقط بسبب غياب الرجل» |
| جزء من قوة العمل | | |
| رائدات أعمال | | لهن دور إيجابي، لكن فقط إذا شاركن في أدوار تقليدية مثل الطبخ والتنظيف وتربية الأطفال |
| مؤسِّسات مؤسسات | مغتصَبات (3 مقالات) | |
| عضوات في المجالس المحلية | لاجئات (مقالتان) | |

| الفئة 1 | الفئة 2 | الفئة 3 |
|---|---|---|
| مبتكِرة (تكراران) | غير قادرات على ممارسة العمل السياسي (مقالتان) | إذا كانت «بطلة»، فذلك ضمن فيلم تظهر فيه ضعيفة وبريئة |
| فنية | محل تعاطف | |
| قادرة رغم كل الصعاب | مفرطات في الإنفاق | إذا كانت نشيطة سياسيًا، فغالبًا ما تقدم على أنها تعمل لصالح أجهزة أمن أجنبية |
| مثابرة | عاهرة | |
| مديرات | مطيعة | |
| ناشطات | نكرة | إذا كانت أرملة، فهي عاجزة |
| متعلّمت | | |
| حرات | لعنة | إذا كانت مبتكِرة، فهذا موضوع إخباري |
| معلّمات | مثقلة بالأعباء | |
| مثقفات | ضعيفة | إذا تعرضت للزواج المبكر، تكون القضية قدرتها على رعاية العائلة، وليس الأخطار الصحية التي قد تتعرض |
| ممرضات | حزينة | |
| عاملات في مجال الإغاثة | متألمة | |
| شريكات للرجال | | إذا تولت الدور الرئيسي في مسرحية، فذلك لعدم وجود رجال جيدين لذلك الدور |
| قائدات | | |
| | | إذا كانت كبيرة في العمر، فهي عبء. |

ينتمي عدد من مقالات وسائل الإعلام الناشئة قيد المراجعة إلى الفئة الأولى، لكن أغلبيتها ليست كذلك. وغالبًا ما تفشل حتى المصادر الإعلامية الأكثر تقدمية وذات النوايا الحسنة في تصوير النساء بصورة إيجابية تسمح لهن بأن "يكن" كما يردن. ولا بد من الملاحظة أيضًا أن للرجال أدوار محددة مسبقًا ومفروضة عليهم في تغطية وسائل الإعلام الناشئة، وهذا ما يحدّ من حرياتهم الفردية في الهوية. وعلى الرغم من تبيُّن أن الرجال يُمنحون مزيدًا من القوة، فإنهم يعانون من مشكلات مشابهة في تقرير المصير فيما يخص الهوية. على أية حال، يركز هذا التحليل على وضع النساء في وسائل الإعلام الناشئة وليس على تصوير الرجال.

اعتمادًا على هذه الفئات، حُدّدت أربعة اتجاهات رئيسية في كيفية تصوير وسائل الإعلام الناشئة في سوريا عمومًا للنساء. وهذه الاتجاهات تفترض أن النساء في وسائل الإعلام الناشئة هن:

14. (*) تشير إلى أوصاف شائعة، وتكررت عدة مرات من جانب وسائل الإعلام الناشئة المشمولة بالبحث.

**أ. فاعلات في المجال العام، ويحظين بأعظم تقدير حين يكن شهيرات**

تعرّف الفئة الأولى من الجدول 5 النساء بصورة إيجابية استنادًا إلى دورهن، وما يقمن به خارج الفضاء الخاص. وغالبًا ما تقارن أدوار معينة، مثل الصحفية ومحامية حقوق الإنسان والكاتبة والقائدة، مع امرأة مشهورة، وتماثل بها. وهذه عادة ما تكون شخصية سورية معروفة مثل مجد الشربجي أو سمر يزبك أو رزان زيتونة أو منتهى الأطرش أو غادة شعاع أو زينة ارحيم أو سهير الأتاسي، أو شخصية غير سورية، مثل سيمون دو بوفوار.

تستخدم أسماء النساء كاملة بصورة أساسية عندما تنسب إليهن أدوار معينة، أو عند تغطية أخبار "الشهيدات" الفتيات، وليس النساء. وبخلاف ذلك، فإن اسم المرأة الأول يستخدم وحده في معظم الحالات، أو إنها تعرّف بعلاقتها برجل ما. وفي حين يمكن إخفاء الأسماء لأسباب أمنية، وهو أمر يمكن تفهمه، كأن يكون ذلك لحماية سلامة مصدر وسريته (وهو ما يحدث غالبًا مع أسماء الرجال أيضًا)، فإن القضية هنا هي الممارسة شائعة المتمثلة بنزع الصفة الشخصية عن النساء، وذلك بحصرهن في علاقتهن مع قريب رجل أو مع الزوج، حتى لو كان هذان الأخيران قد توفيا. غالبًا ما تصور المرأة على أنها أم رجل (أم فلان)، أو زوجته (حرم فلان) أو ابنته (بنت فلان). أما الرجل فيمكن تصويره على أنه أب (أبو فلان)، وهذا الفلان عادة ابن ذكر، وقلما يسمى بناء على أنه أخو فلانة أو زوجها. وضع هذا الاتجاه في الفئة الثانية من الجدول 5.

**ب. غير موجودات أو محصورات ضمن المجال الخاص**

في أكثر من اثنتي عشرة مقالة من المقالات التي جرى تحليلها، لم نعثر على أي ذكر للنساء. أحد الأسباب الرئيسية لذلك هو اللغة العربية ذاتها، وهي لغة متحيزة جندريًا، تفضل استخدام الصيغ المذكرة. على سبيل المثال، نص في وسيلة إعلامية مخصصة للأطفال، لا يستخدم إلا الكلمة المذكّرة "طفل" لدى وصف يشمل الطفلات أيضًا. هذا هو الاستخدام النموذجي للعربية الفصحى في حالة الأسماء بصيغة الجمع؛ حيث تكون هناك مجموعة مختلطة من الجنسين، ومن ثم لا يجب إلقاء اللوم على الصحفيين. على أية حال، وبغض النظر عن هذه الخصوصية اللغوية، فقد لوحظ ميل إلى تغييب النساء من التغطية الإعلامية لمواضيع معينة، وبالتحديد الحرب والقتال والمجالس المحلية والمعتقلين.

علاوة على ذلك، تفرط جميع الوسائل الإعلامية تقريبًا، عدا المجلات النسائية، في تصوير الرجال في تغطيتها على حساب النساء، حتى عند معالجة قضايا تتعلق بالمجتمع. وقد لوحظ هذا الافراط في التركيز أيضًا في المجلات التي تغطي مواضيع المثليين ضمن وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، حيث المثليين، دون المثليات، هم من تغطى أخبارهم. فيما مالت تغطية قضايا النساء إلى الزيادة في مناسبات سنوية معينة مثل يوم المرأة وعيد الأم.

أما على صعيد التغطية وفقًا للتوجه الإيديولوجي، فإن وسائل الإعلام التي تعرّف نفسها بأنها إسلامية تتجه إما إلى تجاهل وجود النساء بالمطلق، أو حصرهن ضمن المجال الخاص. أشارت إحدى المجلات صراحة إلى أن "دور المرأة محدود بالمجال الخاص، وفق قواعد الدين الإسلامي وتعاليمه". وإذا صورت امرأة في هذه الوسائل على أنها ناجحة، فغالبًا ما يعزا ذلك إلى أنها مسلمة مكرسة لدينها. وعادة يتبع تعبير "النساء المسلمات" بنصائح أو أوامر بالبقاء في المجال الخاص، ليكن أمهات وبنات وزوجات صالحات ومطيعات. لكن، ليست وسائل الإعلام التي تعد نفسها دينية هي الوحيدة التي تحصر النساء بالأدوار التقليدية؛ فقد لاحظنا ذلك أيضًا في كثير من المصادر التي تقدم نفسها على أنها علمانية. وهكذا فقد عرّفت وسائل إعلامية كثيرة النساء بأنهن أمهات أو أخوات أو زوجات، تنحصر أدوارهن بتربية الأولاد والطبخ والتنظيف. وقد كان ذلك صحيحًا سواء صورت النساء في المنزل أو في مخيمات اللاجئين، ضحايا الصراع أو مواضيع جمال. حتى عندما تدخل النساء عاملات في قوة العمل، فإن مبرر ذلك كان يرجع أساسًا للصدفة أو الحاجة الماسّة أو غياب مرشحين ذكور للقيام بالعمل؛ لم تعتبر النساء قادرات على القيام بذلك الخيار بأنفسهن. وبالتأكيد كانت هناك أيضًا استثناءات إيجابية جديرة بالملاحظة تحدت تلك الصور السابقة. على أية حال، كان تصوير النساء في الأدوار التقليدية هو النهج السائد.

**ج. معمّمات ومستخدمات بوصفهن "ضحايا"**

على الرغم من أن بعض الاتجاهات قد تكون متجذرة في الممارسات الاجتماعية-الثقافية التي تعود إلى ما قبل الانتفاضة في سوريا، فإن اتجاهًا جديدًا مثيرًا للقلق قد ظهر. وهذا تحديدًا هو تصوير النساء السوريات على أنهن ضحايا ضمن سياق الصراع الدائر في البلاد، وذلك بهدف استخدامهن لخدمة قضايا أخرى، ليست متعلقة بالنساء تحديدًا. لطالما وجد أن النساء يصورن على أنهن ضحايا، وذلك في نصوص وسائل الإعلام الناشئة في سوريا التي تحمل أجندة قضية سياسية معينة. ويميل تصوير النساء على أنهن ضحايا عنف النظام، وعنف داعش بدرجة أقل. وقلّما تظهر انتقادات للانتهاكات التي ترتكبها المجموعات المسلحة "المعتدلة" بحق النساء، سواء أكانت في مناطق سيطرة النظام أم في المناطق الخارجة عن سيطرته. علاوة على ذلك، فإن النساء هن الجنس الوحيد الذي يصور بصورة منتظمة على أنهن ضحايا سلبيات لا يملكن القدرة على المقاومة أو القوة، ليكون لهن كيان خاص. يسهم هذا الخطاب بصورة غير مباشرة في إيقاع النساء السوريات في فخ أنهن ضحايا عاجزات وسلبيات، ولا يساعد في نشوء أية حركة مقاومة.

**تصوّر النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا على أنهن نازحات، ولاجئات، ويعانين من الفقر والعنف. وفي الوقت ذاته، على الرغم من أن الرجال يتعرضون كذلك لخطر النزوح واللجوء والفقر والعنف، فإنهم يصوّرون مقاتلين أو معتقلين أو شهداء.** وفي حين تستخدم جميع الأطراف

المتحاربة أجساد النساء أداة يكون الاغتصاب فيها سلاحًا من أسلحة الحرب، فإنه لم يُذكر على الإطلاق تقريبًا أن الرجال تعرضوا أيضًا للاغتصاب.

إضافة إلى تصوير النساء على هذا النحو المنذر بالخطر، هناك خطاب في العديد من وسائل الإعلام الناشئة يغذي وصمة العار التي تلحق بالنساء عندما يوصف اعتقالهن في تلك الوسائل، وخاصة في حال تعرضهن للاغتصاب في السجن. تلمّح بعض المقالات إلى أن أولئك النساء يصبحن عبئًا على عائلاتهن وعلى المجتمع، مما يضيف بعدًا آخر إلى معاناة النساء. على العكس من ذلك، يصور الرجال الذين يطلق سراحهم بعد فترة من الاعتقال أبطالًا وناجين. لا أحد يشير إلى احتمال ارتكاب انتهاكات جنسية ضد السجناء الذكور، مما قد يحكم عليهم بحال من الصمت والصدمة العميقين لأن هذه المواضيع من المحرمات في المجتمع. وبدلًا من مواجهة المفاهيم الخاطئة في المجتمع، يبدو أن عددًا من المقالات تعزز تلك المفاهيم فيما يخص كلًا من النساء والرجال. ويبين الجدول أدناه هذه المفارقة في تصوير النساء مقابل الرجال، على الرغم من تعرض كل منهما لذات الصراع والعنف:

الجدول 6: تصوير الرجال مقابل النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا

| النساء | الرجال |
|---|---|
| الأم = الحب والصبر | الأب = العدوانية |
| الابنة = مطيعة وهادئة ومتعاونة | الابن = عنيف، غير مطيع |
| ضعيفة؛ مذعنة | قوي؛ صلب |
| مضحيّة | مقاتل |
| تمتثل للعادات والتقاليد | هو من يضع القوانين |
| وجه إنساني | وجه منطقي |

**تبرز قضية أخرى فيما يخص الروايات التي تصور "النساء كضحايا" في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، وهي التركيز الزائد على المرأة المعتدى عليها في مقابل المعتدي، وجعل فعل الاعتداء نفسه محور الاهتمام، مع تجاهل المعتدي في اللغة المستخدمة.** في حالات الاغتصاب، على سبيل المثال، نادرًا ما يُركَّز على مرتكب العنف الجنسي. تضيع وسائل الإعلام الناشئة في سوريا فرصة إلحاق العار بالمغتصبين عبر لفت الانتباه إلى أفعالهم، والإقرار بحق النساء في التماس العدالة في مواجهة المجرمين. بدلًا من ذلك، واستنادًا إلى معظم نصوص وسائل الإعلام الناشئة، تبقى تلك النساء "ضحايا" عاجزات بحاجة إلى الحماية ضد مجرمين غير مرئيين.

في الوقت الراهن من الصراع في سوريا، ينظر عدد من السكان المحليين إلى الزواج المبكر على أنه وسيلة لحماية بناتهم من العواقب المختلفة للوضع، من الفقر إلى الاغتصاب إلى الموت. لقد حاولت وسائل الإعلام الناشئة صوغ انتقاد للزواج المبكر، وهو أمر مرحب به، لكن هذا الانتقاد غير كاف في كثير من الحالات، ولا بد من تشذيبه وتحسينه. إذ بدلًا من شرح لماذا يمكن أن يتسبّب الزواج المبكر في نهاية المطاف بأذى لفتياتهم عبر تعريضهن للاتجار بالبشر والعنف وللموت والمشاكل الصحية، فإن إحدى المقالات تجعل الحجة هي أن "الزواج المبكر يحول الأولاد إلى رجال"، لكن المحاذير هي "إذا تزوجت الفتيات مبكرًا، فلن يعرفن كيفية تدبير أمور أسرهن". وتصرح مقالات أخرى أن الزواج المبكر انتهاك لحقوق المرأة الإنسانية، لكنها لا تشرح المزيد، ولا تمنح النساء قوة حقيقية تتجاوز الاعتراف بأن لهن "حقوق". وبالإضافة إلى عدم تقديم شرح مقنع حول ما الخطأ في الزواج المبكر، فإن المطبوعة آنفة الذكر تتابع في إعادة إنتاج الفكرة التي تصور الفتيات الصغيرات ضحايا وعذاباتهن. ومرة أخرى، توضع النساء معًا بصورة غير مباشرة على أنهن ضحايا عاجزات، يمكن أن يفقدن "كرامتهن" و"مستقبلهن".

### د. مواضيع للجمال، وغير قادرات على ممارسة العمل السياسي

لا يقتصر الفهم الذي يرى أن غاية المرأة هي أن تقدم نفسها موضوعًا للجمال على مقالات الجمال الموجهة للنساء، بل إن ذلك حاضر أيضًا في مقالات في مجلات الأطفال، وفي مقالات تعرّف نفسها بأنها تتبع أيديولوجية علمانية. على سبيل المثال، في في مجلة معينة للأطفال، كانت الصفحات المخصصة للفتيان تدور حول حل الألغاز مستخدمة عناوين مثل "الفتى الذكي فلان"، في حين كانت الصفحات المخصصة للفتيات تدور أساسًا حول صناعة الحرف اليدوية والمجوهرات النسائية مستخدمة عناوين تعطي الأولوية لجمالهن فوق أي أمر آخر، مثل "الأميرة الصغيرة".

لا تكمن المشكلة هنا في أن النساء قد يرغبن، وقد لا يرغبن، بالتركيز على جمالهن وبأن يكن حسناوات، وإنما في فكرة أن هذا ما يعرّفن به، وما يتضمنه ذلك من أنهن غير قادرات على أن يكن فاعلات في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية في سوريا. هذه هي النتيجة إذا كان دورهن الأساسي هو أن يكن جميلات. عندما تعتبر النساء العاملات في المجال السياسي، مثل سهير الأتاسي، مذنبات لقيامهن بعمل خاطئ، فغالبًا ما ينصب النقد على شخصهن، ويركز على هويتهن، بوصفهن نساء، وعلى مظهرهن، بدلًا من التركيز على عملهن. لقد نشرت بعض وسائل الإعلام الناشئة انتقادات لإنفاق سهير الأتاسي على شعرها وماكياجها، في حين كانت الأسئلة الجوهرية المثارة حولها تتعلق بممارساتها الإدارية. غالبًا ما ينتقد الرجال أيضًا بطريقة مشخصنة، لكن نادرًا ما يكون التركيز على جنسهم أو مظهرهم. مثال آخر على ذلك هو انتقاد وسائل الإعلام الناشئة لإحدى الصحفيات الموالية للنظام، حيث صورت وهي تبدو سعيدة في صورة "سيلفي" وخلفها مجموعة من الجثث. على الرغم من أن المقالة أشارت فعلًا إلى أن النقطة الجوهرية هي الخرق الواضح لأخلاقيات الصحافة، فإنها لم تتمكن من مقاومة توسيع الانتقاد عبر اختزالها إلى مجرد شيء والإشارة إلى مظهرها، بالقول: "لقد استفادت من جمالها وحصلت على ما تريد". أما الرجال، فنادرًا ما يختزلون إلى مجرد أشياء بهذه الطريقة. وعندما لا

يكون انتقاد الرجال موضوعيًا، ويميل إلى الشخصنة، فيمكن غالبًا أن يمتد إلى قريباتهم. على سبيل المثال، ادعت إحدى المقالات التي تتهم بعض الرجال بالفساد إن دافعهم إلى ذلك كان "دفع فواتير الهاتف المحمول لزوجاتهم وصديقاتهم". تحت عبارات من هذا القبيل تكمن معتقدات وافتراضات بأن النساء عاجزات عن شيء سوى أن يكنّ جميلات، ما يفترض أنهن غير ملائمات للعمل السياسي. وتصور إحدى المقالات هذا بطريقة حيوية، حيث تذكر إن "المجلس المحلي الذي تشارك فيه النساء توقف عن العمل، بينما المجلس المحلي الآخر لم يتوقف"، وبذلك فهي تعزو فشل المجلس المحلي إلى مشاركة النساء بدلًا من عوامل أخرى، كأفعال أعضاء المجلس على سبيل المثال.

**إذًا، ما الذي تحتاج النساء إليه وفقًا لوسائل الإعلام الناشئة في سوريا؟**

إن تصوير النساء على أنهن فاعلات يشير إلى قوتهن وفعاليتهن، أما تصويرهن على أنهن ضحايا أو مواضيع جمال، أو تجاهل وجودهن وقدراتهن السياسية كليًا، فيشير إلى أن النساء بحاجة إلى الحماية والتعاطف والنصيحة والمساعدة. هل هذا هو قصد وسائل الإعلام الناشئة؟ إذا لم يكن هذا قصدها، وإذا كانت تؤمن أن النساء بحاجة إلى أن يكنّ ما يردن أن يكنه، وأن يصبحن ما هنّ قادرات عليه، وإذا كانت تريد أن تيسر للنساء أمر تحقيق هذه الخيارات، وأن تخلق بيئة تمكنهن من ذلك، فإن هناك حاجة إلى مزيد من التحليل النقدي لكيفية تأطير النساء في وسائل الإعلام الناشئة. تم تسليط الضوء على بعض هذه المخاطر في الفصل الرابع.

## 5.2 لاتجاهات والروايات
## ما الذي تفعله النساء وما الذي يُفعل لهن؟

يلاحظ أن النساء في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا سلبيات (مفعول بهن) أكثر بثلاث مرات من كونهن إيجابيات (فاعلات). وكما يتجلى في تصوير هوية النساء، فإن الفعل يقع غالبًا عليهن كضحايا للعنف، ومن ضمنه الاغتصاب والتعذيب والموت والاعتقال والأخذ رهينة والاتجار بالبشر. تُصوّر النساء كذلك على أنهن خاضعات لأحكام المجتمع ونظامه البطريركي، وللابتزاز الجنسي، والنزوح وخطر اللجوء، والزواج المبكر، بالإضافة إلى الإقصاء الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والسياسي. ومن الأفعال والصفات المستخدمة غالبًا بالتوازي مع هذا التصوير نجد: "تكافح"، "تخدم"، "تشعر بالعجز"، "حزينة"، "محتاجة". أما عند تصوير النساء فاعلات، فإنهن يظهرن في وسائل الإعلام الناشئة ثائرات وصانعات قرار ومثقفات ومهنيات ورائدات أعمال وأمهات. والأفعال المستخدمة على نحو شائع بالتوازي مع هذا التصوير تشمل: "تقرر"، "تصرّ"، "تعمل"، "تدرس"، "تعترض"، "تقاوم"، "تثابر". يصور أحد المقالات ببلاغة عمل المرأة في مقاومة جميع الصعاب والعمل ضدها في مواجهة طغيان النظام والقوى المتطرفة والمجتمع وقمعهم. ويسلط مقال آخر الضوء على مقاومة النساء هذه عندما يكن فعالات، بالقول "إن النساء السوريات يحطمن الصورة التقليدية المرسومة لهن".

أما فيما يخص الأفعال المستخدمة، فإن وسائل الإعلام الناشئة تصور النساء بصورة أساسية بأنهن مشاركات في عمليات مادية ولفظية تتمحور حول الفعل والقول. وبدرجة أقل، تظهر النساء مشاركات في عمليات سلوكية مرتبطة بالإحساس والحلم. هناك أيضًا تصويرات قليلة للنساء مشاركات في عمليات عقلية متعلقة بالإدراك والملاحظة. ولا تصور النساء، إلا في حالات نادرة، على أنهن مشاركات في عمليات علائقية ووجودية متعلقة بتحقيق الكينونة والصيرورة، ويميل هذا غالبًا لأن يكون محدودًا بالأدوار التقليدية، أو بالصراع.

**ما لم تكن النساء "حالمات" أو "متطلعات إلى" أو "آملات"، فنادرًا ما يوصفن في وسائل الإعلام الناشئة في سوريا بأنهن مشاركات في عمليت تسمح لهن بأن "يكنّ" أو "يصبحن".**

وبإلقاء نظرة أعمق على كل فعل أو عملية مرتبطين بالنساء في عينة وسائل الإعلام الناشئة في سوريا التي درسناها، فقد لاحظنا أنه:

- عندما "تقوم المرأة بفعل"، فهي تحارب وتقاوم، أو تفوز بجائزة ما، أو تدرس، أو تعمل؛ وهي في مناسبات أخرى: تتكلم، أو تبكي، أو تصلي، أو تدفع ثمن العنف.
- عندما "تقول المرأة شيئًا"، يسمح لها بأن تكون حازمة (باستخدام أفعال مثل: تشير، تصرّ، تعلق، توافق، ترى، تقرر، تُظهر، تُعلن). لكن لا يكون ذلك إلا بهدف إضافة سرد معين، وليس بهدف توجيهه. تضمن تصوير النساء على أنهن حازمات في النصوص المدروسة، صورة أم تأمر طفلها بأن "يذهب" ومنتهى الأطرش، وهي امرأة قيادية من التاريخ السوري، تطلب طلبًا معينًا. أما عند تصوير النساء على أنهن معبّرات في نصوص وسائل الإعلام الناشئة، فقد تبين أنهن يتكلمن ويظهرن مشاعر الضعف أو السعادة أو الحزن أو الامتنان.
- عند مشاركة النساء في عمليات سلوكية، فإنهن يصورن في وسائل الإعلام الناشئة بصورة أساسية بأنهن يشعرن بالحزن أو الكآبة أو السعادة أو المفاجأة، أو بأنهن يحلمن: بالمشاركة الاقتصادية والاستقلال المادي، أو بمتابعة تعليمهن، أو بالمشاركة في بناء سوريا، أو بالعمل في مجال معين، أو بمجرد البقاء على قيد الحياة يومًا آخر!
- عند مشاركة النساء في عمليات عقلية، فإنهن يصورن بصورة أساسية على أنهن يدركن ويلاحظن، لا على أنهن يفكرن.
- عند مشاركة النساء في أفعال علائقية ووجودية، فإنهن يصورن بصورة أساسية على أنهن: جزء من عائلة أو مجتمع، أو أمهات، أو مقاتلات، أو معتقلات، أو شهيدات، أو أنهن يصبحن كذلك.

## 5.3 الصور كنصوص
## النساء في صور وسائل الإعلام الناشئة في سوريا

***مهند دهني***

"افتح أية مجلة بشكل عشوائي، وإذا عثرت على صورة ما لامرأة، فهي ستكون على الأغلب صورة لامرأة لاجئة، وسيكون وجهها مخفيًا وكذلك سيكون رأيها".
**أحد منتجي وسائل الإعلام الناشئة في سوريا**

مع تطور التكنولوجيا، باتت اللغة البصرية عنصرًا أساسيًا ومهمًا في مجالات التواصل والإعلام بجميع أشكالها. وفي الحقيقة، نحن نتواصل اليوم وننقل الأخبار عن طريق الصورة أساسًا، ذلك أن الصورة صارت جزءًا أساسيًا ومهمًا في حياتنا اليومية.

يمكن فهم اللغة البصرية على أساس أنها شيفرة بصرية، لا بد للقارئ من أن يفك رموزها ليفهم مضمونها. واستنادًا إلى فرديناند دو سوسير: "حتى نفهم صورة ما، يجب علينا أن نفكّ شيفرة الرموز والمعاني التي تحتويها، وأن نقرأ الصورة كما نقرأ نصًا مكتوبًا لنكتشف معناه". وبحسب رأيه، لكل رمز معنى. وكما يقولون: الصورة تعادل ألف كلمة.

واللغة البصرية لها قواعدها ورموزها التي تستخدم لإيصال فكرة أو للإبلاغ عن حدث معين. ويمكن فعل ذلك على نحو مستقل أو ضمن نص ما مرتبط بسياق معين. لكل صورة شكلٌ بصري نستطيع أن نراه، ومضمون هو ما يراد إيصاله للمتلقي. ولاختيار الشكل أهمية بالغة في إيصال المضمون على نحو ملائم، وهو يؤثر في فهم الصورة. علاوة على ذلك، لا بد من فهم السياق الذي جاءت منه، وإلا فإنها تبقى ثنائية الأبعاد، وتفقد بعدها الثالث. يستند هذا المفهوم إلى العمل التحليلي للصور الذي قام به الكاتب والمصور الهولندي تون هندريكس في كتابه (Beeldspraak: Fotografie als visuele communicatie (2003))
عن النظرية السيميائية للفيلسوف والكاتب الفرنسي رولان بارت (Roland Barthes) كما شرحها في كتابه "مبادئ السيميائية" (Elements of Semiology) (Barthes, 1964).

لدى النظر إلى الأبعاد الثلاثة لعينات صور وسائل الإعلام الناشئة في سوريا المدروسة لأغراض هذا البحث، فإنه من الواضح أن هناك عجز ونقص في المعرفة فيما يخص مفهوم اللغة البصرية، ولا سيما في مجال الإعلام المطبوع والرقمي. هناك مشكلات في عملية الاختيار، وعلامات على قلة الخبرة في مجال الصور. وربما يكون ذلك مرتبطًا بفهم وظيفة الصورة المرافقة للنص فهمًا خاطئًا، وهو أنها شيء ثانوي ومكمل للنص. وأحيانًا تستعمل الصورة طريقة لتعبئة الفراغ في الإخراج.

من الصعب القول ما إذا كان هذا بسبب المحرر أو المصور؛ إذ قد يكون هناك سبب آخر ألا وهو عدم كفاية الموارد لتوكيل خبراء في الفنون البصرية بتلك المهمة. واستنادًا إلى رأي الكاتب والأستاذ الجامعي وولترز-نوردهوف (Wolters- Noordhoff)، في كتابه القواعد الأساسية للصحافة، فإن المحررين باحثون ومديرون مبدعون، لا تقتصر وظيفتهم على ترتيب المقال وتنسيقه فحسب، بل تمتد أبعد من ذلك لتضمن أن الصورة المرافقة للنص تحقق الشروط الآتية:

- تحتوي على قيمة صحافية وإخبارية؛
- ملفتة للانتباه؛
- تقدم معلومات؛
- تضفي على الصفحة رونقًا جذابًا يجذب القارئ.

بالمقارنة مع هذه المعايير، فإن الصور المدروسة هي عمومًا شاملة، وليست مخصصة. على سبيل المثال، أغلب صور النساء السوريات في وسائل الإعلام الناشئة هي صور نمطية، وتقدم الشريحة السنية المحافظة من المجتمع السوري، كما تبين الصورة 1. علاوة على ذلك، وبالإضافة إلى التصوير المستمر للنساء على أنهن ضحايا الحرب، فإن معظم الصور المدروسة تصورهن محجبات ومن نفس الخلفية الاجتماعية-الاقتصادية المستبعدة. هذا النوع من الصور بات إحدى كليشات الصور في وسائل الإعلام الناشئة، مثل صورة المرأة المنكسرة التي تكافح لتأمين احتياجات أطفالها. صحيح أن هذه الصور حقيقية، لكن موقعها يمثل تعميمًا حول النساء السوريات. إذ لا تبدو جميع النساء السوريات مثل هذه الصورة الشائعة، لكن تكرار هذا التصوير البصري يخلق صورة معينة عن النساء السوريات. وكما كتبت سوزان سونتاغ في كتابها عن التصوير (On Photography): "إن تصوير الناس هو انتهاك لهم، لأنك تراهم على نحو لا يرون به أنفسهم قط، ولأن لديك معرفة (...)؛ إنه يحول الناس إلى أشياء يمكن امتلاكها رمزيًا" (Sontag, 1973).

لا شك في أن الخلفيتين الثقافية والأيدولوجية للمحرر تلعبان دورًا كبيرًا في اختيار الصور. ويصعب عليه التعامل مع هذه المسألة بموضوعية. والدليل على ذلك هو الخيارات التي اتخذت لدى نشر صور النساء الكرديات السوريات، إذ كان التباين جليًا بين صورهن وصور باقي النساء السوريات. وهذا يشير إلى محاولة -وربما غير مدركة- لإظهار النساء بحسب انتمائهن في الصورة النمطية الموافقة للأيديولوجيا المرغوب برؤيتها.

الصور الأولى

علاوة على ذلك، فإن تفضيلات القارئ وتوقعاته تؤخذ، بالتأكيد، بعين الاعتبار لدى اختيار الصور للنشر والتي يفترض أن تمثل النساء ودورهن في الثورة السورية. هناك محاولات كثيرة لإظهار دور النساء في الثورة وشرحه، وذلك باستخدام الصور، لكن الكثير من الاختيارات البصرية في وسائل الإعلام الناشئة فشلت بوضوح في تقديم الناحية الإيجابية من دور النساء، بوصفهن عنصرًا فعالا في هذا الحراك الشعبي. مثال على ذلك هو الصورة أدناه، حيث لا نستطيع رؤية وجوه النساء في الصورة. على الرغم من وضوح أن وجوهن قد أخفيت لأسباب أمنية، فعلى نحو ما، أخفى ذلك قوتهن بالإضافة إلى هويتهن.

الصور الثانية

وهنا أعود إلى فكرة الشكل والمضمون في الصورة، لأن الاختيار الخاطئ للشكل ينقل مضمونًا غير ملائم لسياق النص، كما أن مهمة المصور ليست فقط توثيق حادث ما بواسطة الصورة؛ وإنما دوره إيصال ما لا يستطيع النص نقله، أي التفاصيل. النص والصورة عنصران متكاملان لإيصال الرواية على نحو ملائم وكامل.

من الملفت للنظر أيضًا اختيار بعض الصور لسياق نصين مختلفين؛ وبعبارة أخرى، استخدمت الصورة ذاتها مرات عدة لمواضيع مختلفة في سياقات مختلفة، كما هي الحال مع الصورة 3، وأحيانا استعارة صورة من سياق آخر، وإرفاقها بنص لا تمت إليه بصلة، بغية تعبئة فراغ في الإخراج/التصميم أو لأن المحرر ملزم بإرفاق صورة، ولا سيما صورة امرأة.

الصور الثالثة

للصور عمومًا مصداقية عند المتلقي، لأنها التقطت في لحظة معينة من الواقع؛ ومن ثم، فهي تعتبر حقيقة وتوثق جزءًا من الواقع. لكن، في وسائل الإعلام الناشئة، كما في الإعلام الذي يستخدم الصور، نحن لا نعرف ما حصل خارج إطار الصورة التي قدمت لنا. أي إننا لا نرى سوى جزء من الحقيقة، وليس الحقيقة كلها، كما تبين الصورة 4. في هذه الصورة لامرأة سورية تبدو وحيدة ومتعبة مع أطفالها الثلاثة، نحن لا نعرف إن كان زوجها أو شريكها واقفًا في الجوار خارج إطار الصورة أم لا!

الصور الرابعة

باختصار، من المهم الأخذ بعين الاعتبار أن العناصر التي يختارها المصور في تشكيل الصورة مهمة في نقل حالة معينة للمتلقيين. في حالات كثيرة، يكون الفرق واضحًا بين ما إذا كان المحرر أو المصور رجلًا أو امرأة، وذلك من الخيارات التي يقومان بهما من حيث الشكل والجوانب الأخرى لصورة بعينها. مثلًا: حين يكون المحرر رجلًا يرجح أن تكون النساء مهمشات أو غائبات في الصور المختارة. وليس من الضروري أن يكون هذا التهميش مقصودًا.

ومن المهم أن يكون المحرر على دراية وخبرة باستخدام اللغة البصرية، ووظيفة الصورة ضمن النص. يجب أن يعرفوا كيف يتعاملون مع الصور على نحو صحيح، وعدم استخدامها لملء الفراغ أو لتجميل المطبوعة.

ولا بد من إدراك الفرصة التي تقدمها الصورة للصحافة المطبوعة، وخصوصًا بوصفها وسيلة لجذب القراء، وشد اهتمامهم. ومن ثم، لا بد من الاستثمار على نحو صحيح في المصورين والمصورات لضمان أن يكونوا احترافيين ويملكون معرفة متخصصة في هذا المجال. لا يكفي التساهل في إرفاق أية صورة بالنص، وليس مقبولًا الطلب من الصحفي أو الصحفية التقاط أية صورة متاحة من دون تدريبهم التدريب الملائم.

# الأفكار والتوصيات الختامية: "وهلأ لوين؟"

*"... عانت المرأة أيضًا من الدكتاتور الصغير القابع في المنطق الذكوري. وعلى الرغم من أن الربيع العربي جلب رياح التغيير، إلا أن هذا التغيير يبقى غير مكتمل، وتبقى الحرية المنشودة منقوصة إن لم تتصد الثورة للمفاهيم الذكورية المعششة في عقولنا"*
*اقتباس من إحدى وسائل الإعلام الناشئة في سوريا، 2015*

تصوّر نادين لبكي في نهاية فيلمها "وهلأ لوين" تصويرًا جميلًا كيف ينجح طرفان مختلفان في منع انقسامات الحرب الأهلية، التي أصابت بقية أنحاء البلاد، من الوصول إليهم، من خلال سلسلة من المواقف السعيدة والحزينة، الصعبة والسهلة، المعقدة والبسيطة. لكن الطرفين يصلان، في النهاية، إلى نقطة تحول عندما يسيران معًا لدفن أحد موتاهما، حيث يفرض العرف دفنه في جانب من القرية دون الآخر.

يبين هذا التشبيه أنه سواء كنا قادرين على تقرير كيفية تأثير السياق الخارجي فينا أم لا، وأنه في حين أننا قد نتمكن من التأثير في إنتاجنا لخطابنا، فإن القضية الكبرى تكمن في فشل خطابنا في تحدي المظالم البنيوية، وعلاقات السلطة المخفية من أجل خلق سياق أفضل للخطاب وطرق أفضل لإنتاج الخطاب. ولذلك، ننهي هذا التقرير بلفت الانتباه إلى بعض الأدوات التي ناقشناها في التحليل النقدي للخطاب وعلى امتداد التقرير. لا بد من استخدام هذه الوسائل نقطة انطلاق للتفكير والنقاش النقديين حول القضايا التي أثيرت في هذا التقرير.

كان لدى منتجي وسائل الإعلام الناشئة في سوريا الذين قمنا بمقابلتهم وفرة من التحليل النقدي، وخرجوا بالتوصيات الآتية حول كيفية المضي قدمًا:

**توصيات وسائل الإعلام الناشئة في سوريا**

- **تناول قضايا النساء بمزيد من العمق، وهناك حاجة إلى حلول أشجع، بل وأكثر جذرية إذا أردنا إحداث تغيير حقيقي.** وبحسب قول أحد منتجي وسائل الإعلام "إذا تعاملنا مع القضايا المتعلقة بالمعتقلات فإننا لا نقدم حلولًا لها – فهن سيتعرضن للتعذيب والضرب خلال اعتقالهن مع خوفهن من حصولهن على الطلاق من أزواجهن بعد إطلاق سراحهن وليس من الألم الجسدي".

- **توجيه المواضيع المتعلقة بالنساء لكل من الرجال والنساء.**

- تصوير **النساء على أنهن مستقلات ويمتلكن قوتهن الخاصة والتعامل معهن على هذا الأساس.** يجب ألا يصنفن مع الأطفال وكبار السن؛ ولا حاجة لأن يكون دورهن تقليديًا، ولا لأن يوضعن بموقع الضحايا. فهذه السرديات تسهم في وقوع انتهاكات بحق النساء.

- **توسيع تغطية قضايا النساء خارج نطاق الحوادث والمناسبات.**

- **تشجيع المزيد من التفكير النقدي لتجاوز الهوس بجسد المرأة** والعذرية التي ترتبط بها كرامة المجتمع بطريقة غير منطقية.

- **تقديم المزيد من الدعم الإعلامي للنساء في نضالهن على المستوى المؤسسي وفي المنزل.** وبحسب أحد المدونين السوريين: "ما هو الدعم الإعلامي المقدم للنساء اللواتي أصبحن معيلات لعائلاتهن؟"

- **ضمان ألا يقوم الرجال أساسًا بتغطية المواضيع المتعلقة بالنساء،** حيث يتسبب ذلك في استمرار عدم سماع آراء النساء وأصواتهن ووجهات نظرهن.

- **التوقف عن تصوير النساء على أنهن مجرد تابعات؛ فهن يتمتعن بالقدرات، ويستطيعن التفكير والعمل؛ وهن يستطعن أن يكن ما يردن، أو أن يصبحن كذلك. ويمكن أن يوجدن وأن يصبحن متحققات بالكامل بما هن أهل له.**

**توصيات إلى مجموعات المجتمع المدني:**

- **أن تكون حساسة لموضوع الجندرفي عملها وخطابها وأن تشجع التفكير النقدي فيما يخص قضايا الجندر.**

- **تدريب عاملي الوسائل الإعلامية الناشئة على أن يكونوا حساسين جندريًا في تغطيتهم الإعلامية، حيثما كان ذلك قابلًا للتطبيق.**

- **العمل مع الوسائل الإعلامية الناشئة على تفكيك علاقات السلطة المخفية والظالمة في المجتمع، ولا سيما تلك المتعلقة بالنساء.**

**توصيات للمانحين:**

- **أخذ السياق المحلي وظروف الوسائل الإعلامية الناشئة في الحسبان لدى تقديم الدعم لتلك الوسائل، وذلك لضمان أن تكون جهود تشجيع مشاركة النساء، وتغطية قضايا النساء ذات معنى للأطراف المحلية.**

- **تقديم مساعدة فنية ومالية تساعد الوسائل الإعلامية الناشئة على فهم المساواة الجندرية، ومن ثم على ترويجها في عملهم.**

# الملحقات

## الملحق 1: كتاب رموز التحليل النقدي للخطاب

### مستوى السياق

**ما هي الممارسة الاجتماعية التي تؤثر وتتأثر بخطاب وسائل الإعلام الناشئة؟**
أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

- ما هي المعتقدات المتبناة محلياً حول هوية النساء ودورهن؟
- كيف تتشابه أو تختلف هذه المعتقدات مع المعتقدات حول هوية الرجال ودورهم؟
- ما هي العلاقات الاجتماعية بين النساء والرجال التي تعكسها وسائل الإعلام الناشئة؟
- ما هي العلاقات الاجتماعية بين منتج نص وقارئ وسائل الإعلام الناشئة؟

**ما هو السياق التاريخي الذي تأثر وأثر في خطاب وسائل الإعلام الناشئة؟**
أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

- ما هي الإيديولوجيا التي تم استخدامها/اتباعها؟
- ما هي عوامل السياق في سوريا التي يمكن أن تكون قد أثّرت في إنتاج نصوص وسائل الإعلام الناشئة؟
- من هو الجمهور الفعلي للنصوص قيد المراجعة؟
- ما هي عوامل السياق في سوريا التي يمكن أن تكون قد أثّرت في تفسير نصوص وسائل الإعلام الناشئة وشرائها محلياً؟
- كيف يؤثر اللاعبون/ات غير الحكوميين/ات على الأرض في خطاب وسائل الإعلام الناشئة؟
- هل كان من الممكن إنتاج هذه النصوص في وقت سابق؟ هل هو خطاب قومي/ديني قديم؟
- هل كان من الممكن إنتاج هذه النصوص في سياق آخر غير السياق السوري؟

### مستوى الإنتاج

أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

- ما هي علاقات القوة المخفية الخاصة بالجندرة، وأين تكمن (في الإنتاج، الاستهلاك، التحرير.. إلخ)؟
- من الذي يمارس السلطة في النص، لمن تعود ملكية الخطاب (مع تركيز محدد على الرجال مقابل النساء)؟
- ما هي أيديولوجية وسائل الإعلام الناشئة هذه أو تلك؟
- من الذين تمت استشارتهم والاقتباس منهم؟
- من هو الجمهور المثالي لنص معين؟
- ما الذي يحاول الكاتب/ة القيام به/إخبارنا به؟
- هل يرتبط النص بأي حدث/لحظة تاريخية؟ وإذا كان الجواب نعم فما هو تأثير ذلك؟

### مستوى النص

أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

1. كيف يتم تصوير هوية النساء؟ مقارنتها بتصوير هوية الرجال

2. كيف يتم تصوير أفعال النساء؟
   - كيف يتم استخدام صيغة المبني للمجهول أو كيف يتم تصنيف العمليات؟
   - ما هي الأفعال المستخدمة (مادية، ذهنية، سلوكية، علائقية أو لفظية)؟
3. ما هي الأفكار المخفيّة في النص أو تلك المسلّم بها؟

أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

- هل يمكن أن يُنتجَ ترتيبٌ مختلف للكلمات خطاباً مختلفاً؟
- كيف يتم تصوير الأحداث؟
- ما هي المعرفة التي يجب إضافتها لهذه المعرفة كي تصبح واضحة ومفهومة على النحو المطلوب؟
- إضفاء الغرابة على النص: ما الذي يمكن لشخص خارجي أن يجده غريباً فيما يُقال؟
- الموضوع/الفكرة الرئيسية: لماذا يختار المؤلفون/المتحدث هذا الموضوع بالذات، وكيف كان من الممكن تصويره بطريقة أخرى؟

4. ما هي خيارات المفردات المستخدمة؟

أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

- ما هي الكلمات المفتاحية؟
- ما هو استخدام المفردات؟
- لماذا تم استخدام هذه الكلمات دوناً عن غيرها؟
- ما هي أنماط الصياغة؟
- ما هو الخطاب/الموضوع المستخدم؟
- كيف يتم طرح البنية الخاصة به؟
- هل تم استخدام لغة غنية وصفيّة لتسليط الضوء على الخطاب؟ كيف ذلك؟
- التوازي – ما هي المقارنات والتضادات المستخدمة جنباً إلى جنب؟

5. ما الذي يذكر وما الذي لا يتم ذكره؟

أمثلة عن الأسئلة التي يُحتمل طرحها:

- ما الذي بإمكاننا إضافته للنص/النصوص كي تصبح كاملة المعنى؟
- ما هي الرسالة التي ينوي المؤلف إيصالها لنا؟ ما الذي يحاول/تحاول القيام به؟
- لماذا تم اختيار هذه الصورة بحد ذاتها؟
- ما هي حالات التكرار الموجودة مع هذا النص ومع نصوص أخرى؟
- ما هي الممارسات الإعلامية الاحترافية التي ساعدت هذا الخطاب بصفة خاصة؟
- تصوّر ما لم يقال: ما الذي لم يذكر لكننا نفترض بأنه كان سيتم ذكره؟
- ما الذي يذكر/لا يذكر، ما هي وجهة النظر التي يتم نقلها؟

# الملحق 2: المسح التقييمي[15]

## أولاً: حول مؤسستك الإعلامية

1. ما هو اسم المؤسسة الإعلامية التي تعملين لحسابها؟

| عشر كلمات كحد أقصى |
|---|
| |

2. كم عمر هذه المؤسسة؟

| أقل من سنة | سنة واحدة | سنتان | 3 سنوات | 4 سنوات | 5 سنوات أو أكثر |
|---|---|---|---|---|---|

إن كان عمر مؤسستك أكثر من خمس سنوات، ينتهي الاستبيان برسالة: «شكرا لوقتك، طالما أن عمر المؤسسة التي تعمل لديها هو أكثر من خمس سنوات فإنها لا تندرج ضمن المؤسسات الناشئة التي هي الشريحة المستهدفة. وبذلك ينتهي الاستبيان».

3. بصورة رئيسة ما هو نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل/ين لديها (اضغط على أحد الإجابات الآتية)

| راديو<br>حين الضغط هنا ينتقل للسؤال ٤ | صحيفة<br>حين الضغط هنا ينتقل إلى السؤال رقم ٧ | مجلة<br>حين الضغط هنا ينتقل إلى السؤال رقم ٧ | غير ذلك<br>يرجى التحديد |
|---|---|---|---|
| | | | |

إذا كان الجواب «غير ذلك»، ينتهي الاستبيان برسالة: شكرا لوقتك، حسب إجابتكم فإن المؤسسة التي تعملون بها لا تندرج ضمن الشريحة المستهدفة في الاستبيان، وبذلك فإن هذا الاستبيان ينتهي هنا».

**أسئلة موجهة للعاملين في الراديو:**

4. ما هي تغطيتك الإعلامية؟

| أ) الوسيلة | ب) نسبة التغطية المباشرة | ت) ما هي نسبة الوصول إلى الشريحة المستهدفة سنوياً (عدد الناس الذين يتم الوصول إليهم)؟ | ث) ما هي النسبة المؤية لمستمعيك من العدد الفائت؟ | ج) في أي من المحافظات السورية؟ | د) هل لديك تغطية خارج سوريا؟ |
|---|---|---|---|---|---|
| نوع البث<br>(يرجى اختيار كل ما ينطبق على طبيعة البث)<br>AM FM<br>أخرى، يرجى التحديد | لا يوجد<br>0.5 - 2 ساعة يومياً<br>2 - 6 ساعة يومياً<br>7 - 11 ساعة يومياً<br>12 - 16 ساعة يومياً<br>أكثر من 16 ساعة يومياً | 0 - 1,000<br>1,001 – 10,000<br>10,001 – 100,000<br>100,001 – 250,000<br>250,001 –500,000<br>500,001 – 750,000<br>750,001 - 1 مليون<br>1.1 – 2 مليون<br>2.1 – 5 مليون<br>5.1 – 20 مليون | 0 - 5 %<br>6 - 10 %<br>11 - 20 %<br>21 - 30 %<br>31 - 40 %<br>41 - 50 %<br>51 - 60 %<br>61 - 70 %<br>71 - 80 %<br>81 - 90 % | الحسكة<br>الرقة<br>حلب<br>السويداء<br>دمشق<br>درعا<br>دير الزور<br>حماة<br>حمص<br>إدلب | نعم<br>يرجى التحديد<br>لا |

15. N.B: Sentences in blue are those used for programming the online survey on Survey Monkey.

| أ) متوسطة | ب) نسبة التغطية المباشرة | ت) ما هي نسبة الوصول إلى الشريحة المستهدفة سنوياً (عدد الناس الذين يتم الوصول إليهم)؟ | ث) ما هي النسبة المؤية لمستمعيك من العدد الفائت؟ | ج) في أي من المحافظات السورية؟ | د) هل لديك تغطية خارج سوريا؟ |
|---|---|---|---|---|---|
| | | أكثر من 20 مليون<br>غير متأكد | 91 - 100 %<br>غير متأكد | اللاذقية<br>القنيطرة<br>ريف دمشق<br>طرطوس<br>يرجى التحديد | |
| على الإنترنت | العدد الإجمالي لزوار موقعكم الالكتروني عام ٢٠١٤ بلغ..... | | | | |

5. هل لديك برنامج مخصص يتعلق بالنساء. (يرجى الإجابة فقط على خيار واحد، نعم أو لا)

| | |
|---|---|
| **نعم** | اسم البرنامج / البرامج |
| **لا**، لكن يوجد حلقات في برامج أخرى مخصصة لقضايا النساء | اسم الحلقة / الحلقات |
| **لا**، لا يوجد برنامج أو حلقات مخصصة لقضايا النساء في الراديو الذي أعمل لحسابه | |

6. كم عدد التقارير أو المقابلات التي أجريتها حول قضايا النساء خلال الأشهر الخمسة أو الستة الماضية، أي منذ كانون الأول 2015؟

| لا يوجد | 1 – 10 | 11 - 25 | 26 - 50 | 51 - 75 | 76 - 100 |
|---|---|---|---|---|---|
| 101-200 | 201-300 | أكثر من 300 | لست متأكداً | | |

اذهب إلى السؤال رقم 11

**أسئلة للعاملين/ات في الصحف أو المجلات المطبوعة:**

7. ما هو مقدار التغطية الإعلامية التي تنفذها؟

| تكرار التغطية | ما هي النسبة التقديرية للتوزيع سنوياً؟ | ما هي المحافظات التي تقوم بتغطيتها؟ | هل تقوم بتنفيذ التغطية في دولة أخرى؟ |
|---|---|---|---|
| يومياً<br>مرتين في الأسبوع<br>أسبوعياً<br>مرتين في الشهر | 0 - 100<br>101 - 250<br>250 – 1,000<br>1,001 – 2,500 | الحسكة<br>الرقة<br>حلب<br>السويداء | نعم<br>يرجى التحديد<br>لا |

| تكرار التغطية | ما هي النسبة التقديرية للتوزيع سنوياً؟ | ما هي المحافظات التي تقوم بتغطيتها؟ | هل تقوم بتنفيذ التغطية في دولة أخرى؟ |
|---|---|---|---|
| شهرياً | 5,000 – 2,501 | دمشق | نعم<br>يرجى التحديد |
| كل ثلاثة أشهر | 7,500 – 5,001 | درعا | |
| نصف سنوية | 10,000 – 7,501 | دير الزور | لا |
| سنوية | 15,000 – 10,001 | حماة | |
| | 20,000 – 15,001 | حمص | |
| | 30,000 – 20,001 | إدلب | |
| | 40,000 – 30,001 | اللاذقية | |
| | 50,000 - 40,001 | القنيطرة | |
| | أكثر من 50,000 | ريف دمشق | |
| | غير متأكد | طرطوس | |
| | | يرجى ذكر المدينة | |

8. هل لديكم موقع إلكتروني؟

| نعم | لا |
|---|---|

إن كان الجواب «نعم»، بالإمكان المتابعة إلى السؤال رقم 9، وإن كانت الجواب «لا» اذهب للسؤال رقم 10

9. هل استخدمتم موقعكم الإلكتروني لإنتاج مادة حول النساء لم تستطيعوا نشرها في الصحيفة أو المجلة؟

| | |
|---|---|
| نعم | يرجى توضيح سبب عدم النشر (بما لا يزيد عن ٥٠ كلمة) |
| لا | |

10. بشكل تقديري، كم عدد المواد (تقارير، مقابلات، زوايا) التي قمت بإعدادها حول قضايا النساء خلال الشهور الستة أو الخمسة الماضية، أي منذ كانون الثاني 2015؟

| لا يوجد | 1 – 10 | 11 - 50 | 51 - 100 | 101 - 200 | أكثر من 200 |
|---|---|---|---|---|---|
| لست متأكداً | | | | | |

11. كم هو عدد العاملين/ات في فريق مؤسستك؟

| | العاملون/ات بدوام كامل | العاملون/ات بدوام جزئي | متطوعون/ات | العدد الكلي |
|---|---|---|---|---|
| ذكور | | | | |
| إناث | | | | |

إن كان عدد الموظفات **الإناث العاملات** في المؤسسة هو صفر؛ اذهب إلى السؤال رقم 14، وإلا فاستمر بالاستبيان. إذا كانت مؤسستك هي محطة راديو، اذهب إلى السؤال رقم 12، وإن كانت مجلة أو صحيفة فاذهب إلى السؤال رقم 13.

12. يرجى ذكر عدد أفراد فريق العمل من الإناث في محطة الردايو التي تعمل بها. (يرجى الإجابة بحسب ما ينطبق من المناصب المذكورة أدناه، بعد ذلك اذهب للسؤال رقم 14)

| المنصب | عضوة مؤسسة (نعم / لا) | عدد الموظفات اللاتي يشغلن مناصب إدارية مبتدئة | عدد الموظفات اللاتي يشغلن مناصب إدارية متقدمة |
|---|---|---|---|
| مديرة المحطة | | | |
| مديرة البرامج | | | |
| مديرة علاقات عامة | | | |
| مديرة قسم | | | |
| معدة | | | |
| مذيعة | | | |
| مراسلة | | | |
| مدققة لغوية | | | |
| مصورة | | | |
| مترجمة | | | |
| مهندسة صوت | | | |
| مخرجة برامج | | | |
| مسؤولة موقع | | | |
| قسم الترويج | | | |
| مسؤولة المالية | | | |
| أخرى ( يرجى التحديد) | | | |

13. يرجى ذكر عدد العاملات من الإناث في الصحيفة أو المجلة التي تعمل بها (يرجى الإجابة بحسب ما ينطبق من المناصب المذكورة أدناه).

| المنصب | عضوة مؤسسة (نعم / لا) | عدد الموظفات اللاتي يشغلن مناصب إدارية مبتدئة | عدد الموظفات اللاتي يشغلن مناصب إدارية متقدمة |
|---|---|---|---|
| رئيسة تحرير | | | |
| مديرة التحرير | | | |
| مديرة علاقات عامة | | | |
| سكرتيرة تحرير | | | |
| محررة | | | |
| مراسلة | | | |
| مراسلة | | | |
| مدققة لغوية | | | |
| مدققة لغوية | | | |
| مصورة | | | |
| مترجمة | | | |
| مصممة غرافيك / مخرجة | | | |
| أخرى ( يرجى التحديد) | | | |

**تغطية قضايا النساء**

14. يرجى ترتيب التغطية التي تنفذ في وسيلتك أو مؤسستك للمواضيع التالية وفق حصولها وذلك من الأكثر للأقل. يرجى الإجابة على ما ينطبق من المواضيع أدناه، وأعط رقم 1 للمواضيع التي ترد أكثر، و6 لتلك التي ترد أقل.

| مواضيع التغطية | الرقم |
|---|---|
| السياسة | |
| اقتصاد وأعمال | |
| مسائل اجتماعية | |
| الجريمة والعنف، انتهاكات | |
| فن، مشاهير | |
| علوم وصحة | |
| رياضة | |
| اللجوء | |
| موضوعات أخرى (يرجى التحديد) | |

15. إلى أي حد تتم تغطية موضوعات ذات صلة بقضايا النساء في المواد الي تقوم بإعدادها؟

| لا يوجد (نسبة القضايا ذات الصلة بالنساء في المواد هي 0%) | نادراً (نسبة القضايا ذات الصلة بالنساء في المواد هي أقل من 10%) | أحياناً (نسبة القضايا ذات الصلة بالنساء في المواد هي بين 11 - 40%) | غالباً (نسبة القضايا ذات الصلة بالنساء في المواد هي بين 41 - 75%) | دوماً (نسبة القضايا ذات الصلة بالنساء في المواد هي 76 – 100%) | غير متأكد |
|---|---|---|---|---|---|

16. يرجى ترتيب التالي حسب المواضيع التي ترغب بتغطيتها حول قضايا النساء، مقابل القضايا التي يفرضها الواقع السوري عليك. بإمكانك اختيار خمسة خيارات من القائمة أدناه. ضع رقم 1 للخيار الأكثر أهمية، و5 للأقل أهمية.

| قضايا النساء حول مواضيع مثل: | معدل اهتمامك الشخصي | معدل اهتمام مؤسستك | معدل ما يفرضه الواقع الراهن |
|---|---|---|---|
| النساء والأسرة | | | |
| الصحة الإنجابية والجنسية للمرأة | | | |
| علاقات الحب عند النساء | | | |
| قصص النجاح (نساء ناجحات) | | | |
| الأثر السلبي للحالة الراهنة على النساء | | | |
| النساء ضحايا للعنف | | | |
| الأدوار الجديدة التي تلعبها النساء في الوقت المعاصر | | | |
| نساء قياديات | | | |
| القوانين الوطنية وحقوق النساء | | | |
| أحوال النساء في مخيمات اللجوء | | | |
| النساء والدين | | | |
| مطبخ | | | |
| الموضة | | | |
| لجمال والرشاقة | | | |
| أخرى ( يرجى التحديد) | | | |

**معلومات عامة**

17. أنا

| أنثى | ذكر |
|---|---|

18. العمر

| أقل من 16 | 16-20 | 21-25 | 26-30 | 31-35 | 36-40 | 41 - 45 | 46 - 50 | 51 - 55 | أكثر 55 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

19. أعيش

| داخل سوريا | خارج سوريا |
|---|---|
| قائمة مدرجة بأسماء المحافظات | قائمة مدرجة بأسماء الدول |

20. وظيفتي الحالية

| | |
|---|---|
| راديو (قائمة مدرجة) | صحيفة أو مجلة (قائمة مدرجة) |
| مدير/ ة المحطة | رئيس/ ة تحرير |
| مدير/ ة البرامج | مدير/ ة التحرير |
| مدير/ ة علاقات عامة | مدير/ ة علاقات عامة |
| مدير/ ة قسم | سكرتير/ ة تحرير |
| معد/ ة | محرر/ ة |
| مذيع/ ة | مراسل/ ة |
| مراسل/ ة | مدقق/ ة لغوية |
| مدقق/ ة لغوي/ ة | مصور/ ة |
| مصور/ ة | مترجم/ ة |
| مترجم/ ة | مصمم/ ة غرافيك، مخرج/ة |
| مهندس/ ة صوت | أخرى (يرجى التحديد) |
| مخرج ة برامج | |
| مسؤول/ ة موقع | |
| قسم الترويج | |
| مسؤول/ ة المالية | |
| أخرى (يرجى التحديد) | |

**مقترحات حول التقييم (اختياري)**

21. ما هي القضايا الرئيسية التي تلتقي مع أهداف هذه الدراسة ولم يتناولها التقرير في حين كان ينبغي تناولها؟ وهل تود إضافة أي شيء آخر؟

50 كلمة كحد أقصى

## References


Allan, S. (ed.) (2005). Journalism: Critical Issues. Maidenhead and New York: Open University Press.

Abu-Lughod, L. (2013). Do Muslim Women Need Saving? United States: the President and Fellows of Harvard College.

Beyrly, C. and Ross, K. (2006). Women and Media: A Critical Introduction. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

Blommaert, J. and Bulcaen, C. (2000). Critical Discourse Analysis. Annual Review of Anthropology, 29, 447–466. Retrieved from: http://www.jstor.org/stable/223428 [Accessed 09 Apr. 2016]

Bloomaert, J. and Jef V.(1998). Debating Diversity: Analyzing the Discourse of Tolerance. London: Routledge.

Bloor, Meriel, and Thomas Bloor. (2013). The Practice of Critical Discourse Analysis: An introduction. London: Routledge.

Boyle, H. (2012). Rape and the Media: Victims' Rights to Anonymity and Effects of Technology on the Standard of Rape Coverage. European Journal of Law and Technology, Vol. 3, No. 3.

Fairclough, N. (1989). Language and Power (2nd ed.). New York: Longman.

Fairclough, N. (1995). Media Discourse. London: Arnold. New York: Longman.

Fairlough, N., & Holes, C. (1995). Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Harlow, UK: Longman.

Fairclough, N. (1996). Technologisation of Discourse. Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis, 71-83.

Fairclough, N. and Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis, in T. van Dijk (ed.), Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction: Vol 2: Discourse as Social Interactions. London: SAGE Publications Ltd.

Gee, J. P. (2014). How to Do Discourse Analysis: A Toolkit. New York: Routledge.

Ghazzawi, R., Ramadan, O., & Mohammed, A. (2015). Peace building Defines Our Future Now: A Study of Women's Peace Activism in Syria. Turkey: Badael Foundation. Retrieved from: http://badael.org/wp-content/uploads/2015/10/Syria_october22.pdf [Accessed 21 Jun. 2016]

Gill, R. (2007). Gender and the Media. Cambridge: Polity Press.

Goatly, A. (2000). Critical Reading and Writing. London: Routledge.

Hall, S. (1997). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Thousand Oaks, CA: SAGE in association with the Open University.

Halliday, M. A. K (1994). Spoken and Written Modes of Meaning. In David Graddol and Oliver Boyd-Barrett (eds.). Media texts. Authors and Readers. Clevedon: Multilingual Matters. 51-73.

Holmes, M. (2007). What is Gender? Sociological Approach. London: SAGE Publications Ltd.

Hodge, R. and Gunther K. (1993). Language as Ideology (2nd ed.). London: Routledge.

Karlsberg, M. (2005). The Power of Discourse and the Discourse of Power: Pursuing Peace through Discourse Intervention. International Journal of Peace Studies, Vol10, No.1.1-25.

Khalaf, R., Ramadan, O., & Stolleis, F. (2014). Activism in difficult times: Civil society groups in Syria 2011–2014. Badael Project and Friedrich-Ebert-Stiftung.

Klein, N. (2007). The shock doctrine: The rise of disaster capitalism. New York: Metropolitan Books/Henry Holt.

Lazar, M. (Ed.). (2005). Feminist critical discourse analysis: Gender, power and ideology in discourse. Springer.

Macdonald, M. (1995). Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media. London: Arnold.

Macdonald, M. (2006). Muslim women and the veil: Problems of image and voice in media representations. Feminist Media Studies, 6(1), 7-23.

Machin, D., & Mayr, A. (2012). How to do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction. London: SAGE Publications Ltd.

Marhina, N. (2008). Just Representation? Press Reporting and the Reality of Rape. The Lilith project. Retrieved from: http://i4.cmsfiles.com/eaves/2012/04/Just-Representation_press_reporting_the_reality_of_rape-d81249.pdf [Accessed 19 Apr. 2016]

McCombs M., Shaw D. (1972). The Agenda-Setting Function Of Mass Media. Public Opinion Quarterly. Retrieved from: http://poq.oxfordjournals.org/content/36/2/176 [Accessed 19 Apr. 2016]

Parry-Gill, S. (2000). Mediating Hillary Rodham Clinton: Television News Practices and Image-Making in the Postmodern Age. Critical Studies in Media Communication. 205-226.

Richardson, J. E. (2006). Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis. Palgrave Macmillan.

Searle, J. R. (1995). The Construction of Social Reality. London: Allen Lane.

Stefan, T., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). Methods of text and discourse analysis. London: SAGE Publications Ltd.

Spivak, G. C. (1988). Can the Subaltern Speak? Cary Nelson and Lawrence Grossberg, (eds.), Marxism and the Interpretation of Culture, 271-313. Urbana: University of Illinois Press

The Syrian Centre for Media and Freedom of Expression. (2007). The Case of Media and Freedom of Expression Syria. Retrieved from: https://scm.bz/?page=category&category_id=78 [Accessed 09 May. 2016]

The Syrian Centre for Media and Freedom of Expression. (2007). The Case of Media and Freedom of Expression Syria 2007 a Year of Ironic Surveillance. Retrieved from: https://scm.bz/?page=category&category_id=79&lang=ar [Accessed 09 May. 2016]

The Syrian Centre for Media and Freedom of Expression. (2008). Taming of the Internet. Retrieved from: https://scm.bz/?page=category&category_id=36&lang=ar [Accessed 09 May. 2016]

The Syrian Centre for Media and Freedom of Expression. (2009). The Case of Media and Freedom of Expression Syria( 2008 – 2009): the Silence of Crayons and the Noise of Surveillance. Retrieved from: https://scm.bz/?page=category&category_id=80&lang=ar [Accessed 09 May. 2016]

The Syrian Centre for Media and Freedom of Expression. (2010). Syria Ten Years: the Media. Retrieved from: https://damascusbureau.org/ar/11657 [Accessed 09 May. 2016]

UNFPA. (2006). Arab Women and Media: Arab Women's Development Report.

Van Dijk, T. A. (1999). Discourse Analysis as Ideology Analysis in Christina S. and Anita W., (eds.), Language and Peace. Amsterdam: Harwood Academic Press.

Van Dijk, T. A. (2001). 18 Critical discourse analysis. In The handbook of discourse analysis, 349-371.

Varga, O. (2010). From women to gender: a diachronic exploration of participant representation in texts from the United Nations. Finland: Abo Academy University Press.

Wodak, R. (1996). Disorders of Discourse. Longman.

Wodak, R., & Meyer, M. (2001). Methods of Critical Discourse Analysis. London: SAGE Publications Ltd.

**الترجمة:**
عبد الله فاضل

**التدقيق العربي:**
سماح الحكواتي

**التصميم والإخراج:**
علا الشيخ حيدر

**انفوغرافكس:**
شادي جابر
علا الشيخ حيدر

**الباحثة/الكاتبة الرئيسية:**
رنا خلف
**مديرة المشروع:**
رولا أسد
**الباحثات**
رنا خلف
رولا أسد
رؤى الطويل
**تحليل الصور:**
مهند دهني
**الكتاب المشاركون:**
يارا بدر
موريس عائق
بشار قطريب
**العمل الميداني**
شبكة الصحفيات السوريات

شبكة الصحفيات السوريات
Syrian Female Journalists Network

EuroMed Rights – Euro-Mediterranean Human Rights Network
EuroMed Droits – Réseau euro-méditerranéen des droits humains
الأورو -متوسطية للحقوق- الشبكة الأوروبية المتوسطية لحقوق الإنسان

Hivos
people unlimited