

المرأة الفلسطينية في الاعلام: بين التهميش والتأطير



من يصنع الأخبار:
مشروع مراقبة وسائل الاعلام
الفلسطينية المحلية والاقليمية

2024



السياق الفلسطيني

يأتي هذا التقرير في ظل عدوان إسرائيلي مستمر على قطاع غزة، حيث يتعرض الفلسطينيون لحملة تطهير عرقي وإبادة جماعية ممنهجة، تمثلت في القصف العشوائي، التهجير القسري، واستهداف المدنيين بشكل مباشر، مع تصاعد غير مسبوق في أعداد الشهداء والجرحى. فقد بلغ عدد الشهداء حتى 5-10-2024 41,825 شهيداً وشهيدة، منهم 69% من النساء والأطفال، فيما تجاوز عدد المفقودين 10,000 مفقود، بينهم أكثر من 4,700 من النساء والأطفال. كما بلغ عدد الجرحى أكثر من 102,660 جريحاً وجريحة، بينما ارتكب الاحتلال 3,615 مجزرة بحق الفلسطينيين. وتشير الأرقام إلى استهداف النساء بشكل مباشر، حيث قُتلت 11,458 امرأة بمعدل امرأتين كل ساعة، إضافة إلى استشهاد 2,419 مسناً ومسنّة. تعكس هذه الأرقام حجم الإبادة الجماعية التي يتعرض لها الفلسطينيون، خصوصاً النساء والأطفال، في ظل غياب أي محاسبة دولية واستمرار الانحياز في التغطية الإعلامية الغربية التي غالباً ما تبرر هذه الجرائم أو تتجاهلها. وفي الوقت الذي توثق فيه المؤسسات الفلسطينية والدولية هذه المجازر يتعرض الصحفيون الفلسطينيون للاستهداف المباشر لمنع نقل الحقيقة، مما يجعل التغطية الإعلامية جزءاً من المعركة حيث قتل منذ بداية حرب الإبادة 171 صحافياً وصحافية واعتقل 44 صحافياً وصحافية.

لا يقتصر العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة، بل يمتد إلى الضفة الغربية، حيث صعد الاحتلال من عمليات القتل الممنهج، والاعتقالات، والاستيطان، وتهجير الفلسطينيين من أراضيهم. فمنذ بدء الحرب على غزة، شهدت الضفة تصاعداً في عمليات الإعدام الميداني على الحواجز العسكرية، واقتحامات المدن والمخيمات، حيث ارتقى مئات الشهداء، وجرى اعتقال الآلاف، بينهم نساء وأطفال.



كما كُثف المستوطنون اعتداءاتهم، تحت حماية جيش الاحتلال، عبر حرق المنازل والمزارع، وتهجير الفلسطينيين من القرى النائية. يهدف هذا التصعيد إلى فرض واقع جديد من التهجير القسري والاستيطان، ما يعكس تكامل العدوان في الضفة وغزة ضمن سياسة الإبادة الجماعية والتطهير العرقي التي ينفذها الاحتلال الإسرائيلي بحق الشعب الفلسطيني. إن هذه الجرائم الموثقة تُعد دليلاً على جرائم حرب وجرائم ضد الإنسانية.

ملخص التقرير

كشف تقرير الرصد للمحتوى الاعلامي الإخباري، والذي استندت إلى متابعة مكثفة لوسائل الإعلام العربية والفلسطينية على مدار 36 يوماً، عن ضعف التغطية الإعلامية لقضايا النساء خلال العدوان على غزة، وانحيازها الواضح لصالح الذكور. رغم أن انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي حظيت بتغطية واسعة (63%-66%)، إلا أن التركيز على الانتهاكات ضد النساء كان هامشياً (2%-4%)، كما غابت قصص صمود النساء تقريباً عن الإعلام، ولم تتجاوز التغطية 6%، مع إهمال تام لقضايا إعادة الإعمار. في التغطية السياسية، برز تهميش النساء بشكل واضح، حيث لم يتجاوز تمثيلهن 6.3% في "السياسات الداخلية" مقابل 93.7% للرجال، بينما تم تقديمهن بشكل رئيسي في قضايا النزوح والاستجابة الإنسانية (60% على إنستغرام)، ولكن دون تمثيل متوازن. كما أظهرت النتائج أن 89% من الأخبار كانت مجهولة المراسل، وتمثل المراسلات الإناث بنسبة ضئيلة جداً (2%)، في حين تم الاعتماد بكثافة على المصادر الثانوية (29%-42%)، مما أضعف نقل الروايات المباشرة للنساء.



فيما يتعلق بتمثيل الأشخاص في الأخبار، هيمن الذكور بنسبة 87.3% على المواقع الإخبارية مقابل 10% فقط للإناث، وغلب تصوير الضحايا على السرد الإعلامي، حيث تم تقديم الأشخاص كضحايا بنسبة 65.1% على فيسبوك و56% على إنستغرام، مع تركيز على المعاناة وإهمال قصص الصمود والمقاومة. كما فشل الإعلام في إبراز النساء كقائدات رغم أدوارهن القيادية خلال الحرب، ولم يتم تسليط الضوء على دورهن في إعادة بناء المنازل وإدارة شؤون الأسر. إضافة إلى ذلك، تجاهلت معظم التغطيات الإعلامية قضايا عدم المساواة بين الجنسين، حيث تراوحت نسبة عدم تسليط الضوء عليها بين 53.3%-82.8%، كما لم يتم تحدي الصور النمطية السائدة عن النساء في سياق الصراع.

في المجمل، أظهرت الدراسة أن التغطية الإعلامية خلال الحرب على غزة كانت غير متوازنة، مع تهميش واضح لدور النساء في الصمود والمقاومة، والاعتماد على روايات غير مباشرة بدلاً من إبراز أصوات النساء بشكل حقيقي. هذه النتائج تؤكد الحاجة إلى تحسين جودة التغطية الإعلامية لتكون أكثر شمولية، وتقديم سرديات تتجاوز الصور النمطية، وتعكس الدور الفعلي للنساء في مواجهة العدوان وإعادة بناء المجتمع.



المقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دورًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام ونقل الصورة الكاملة عن الواقع خلال فترات النزاع، إلا أن تغطية قضايا النساء في أوقات الحروب غالبًا ما تكون محدودة أو مشوهة. في السياقات المتوترة، مثل الحروب والاحتلال، تصبح النساء في الخطوط الأمامية للمعاناة، لكن حضورهن في الإعلام لا يعكس دائمًا أدوارهن المتعددة كضحايا، أو ناجيات، أو حتى فاعلات في مجتمعاتهن. تتسم التغطية الإعلامية للنساء خلال الحروب بالتركيز على الأبعاد الإنسانية والمآسي الفردية، بينما يتم تجاهل مشاركتهن في صنع القرار، والصمود، والعمل الإغاثي والمجتمعي.

في ظل الصراع المستمر في فلسطين، تتعرض النساء لأشكال مضاعفة من المعاناة بسبب الاحتلال الإسرائيلي، والقيود المفروضة، والتحديات الاجتماعية القائمة. ومع ذلك، فإن تغطية الإعلام الفلسطيني والعربي لقضايا النساء خلال فترات الحرب تبقى موضوعًا يتطلب تحليلًا عميقًا، خاصة في ظل الرقابة الإعلامية، والانحيازات السياسية، والتحديات التقنية التي تواجه الصحفيين والصحفيات. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تمثيل النساء الفلسطينيات في وسائل الإعلام خلال فترات الحروب والنزاعات، ومدى حضورهن في الأخبار كأطراف فاعلة أو كموضوعات خبرية يتم التطرق إليها. كما تسعى إلى الإجابة على تساؤلات جوهرية، مثل: كيف يتم تمثيل النساء الفلسطينيات في الإعلام خلال فترات الحرب؟ هل تقتصر التغطية على الجوانب الإنسانية فقط، أم يتم تسليط الضوء على أدوار النساء في المقاومة والصمود؟ ما مدى حضور النساء كصانعات للخبر في الإعلام الفلسطيني؟ وكيف يؤثر الإعلام في تشكيل صورة المرأة في سياقات الصراع؟

إن فهم طبيعة التغطية الإعلامية الاخبارية للنساء خلال الحروب لا يسهم فقط في توثيق الانتهاكات والاحتياجات الخاصة بهن، بل يلعب أيضًا دورًا في الدفع نحو تغطية إعلامية أكثر عدالة وتوازنًا، تعكس حقيقة الأوضاع الميدانية وتبرز أصوات النساء كشريكات أساسيات في مواجهة التحديات وبناء المستقبل.

المنهجية:

تم تنفيذ هذه الدراسة من خلال متابعة مكثفة لوسائل الإعلام العربية والمحلية لمدة 36 يومًا، حيث تم رصد الأخبار ذات العلاقة بالشأن الفلسطيني. شمل الرصد متابعة المواقع الإلكترونية وصفحات الفيسبوك والإنستغرام لتسع محطات إعلامية رئيسية، وهي: الجزيرة، العربية، فلسطين اليوم، تلفزيون فلسطين، بوست، تلفزيون الفجر الجديد، صدى نيوز، تلفزيون معا، والميادين.

تم اختيار هذه الوسائل الإخبارية بناءً على عدة معايير، أهمها معدلات المتابعة، وتوفر منصات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التنوع الأيديولوجي والخلفية السياسية لهذه القنوات، حيث يمثل تلفزيون فلسطين الإعلام الرسمي للدولة، في حين تعكس فلسطين اليوم التوجهات الإخبارية لأكبر الأحزاب المعارضة (حماس)، بينما تتخذ بعض المحطات الأخرى نهجًا مستقلًا.

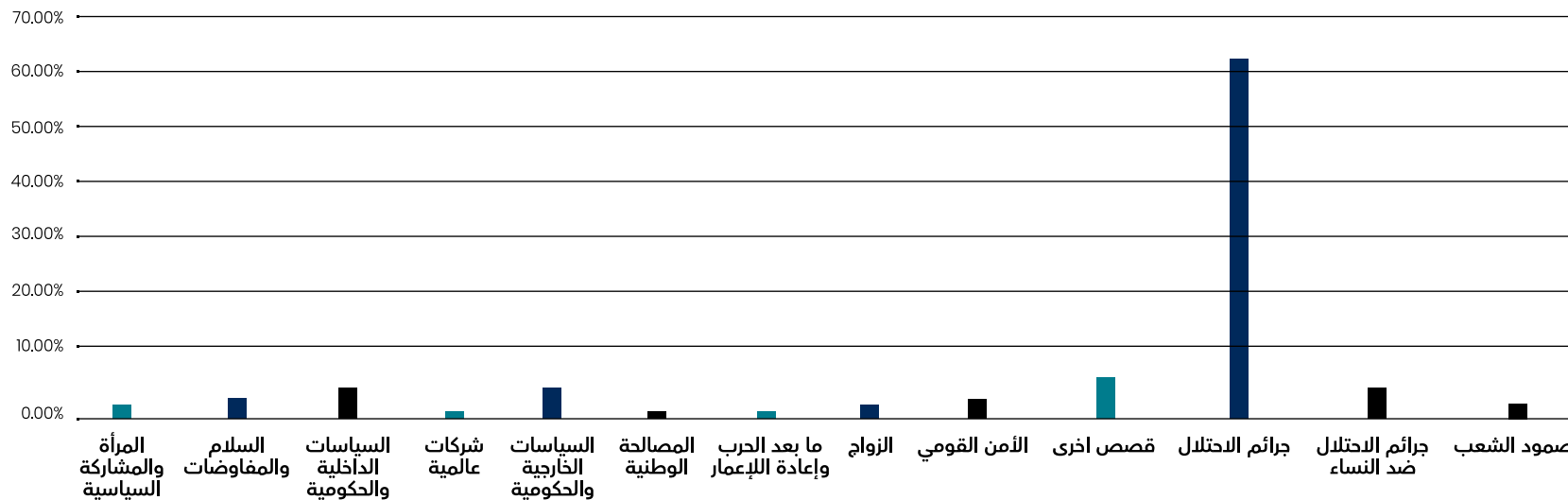
تكون فريق الرصد من 12 صحفيًا فلسطينيًا، عملوا على تحليل المحتوى الإخباري وفقًا لمعايير محددة، بما في ذلك مدى حضور النساء في الأخبار، طبيعة الأدوار التي يتم إسنادها إليهن، وأساليب التغطية الإخبارية لقضاياهن.

اعتمدت الدراسة منهجية تحليل المحتوى بالأسلوبين الكمي والكيفي، حيث تم تصنيف وتحليل البيانات بناءً على عدد ونوعية التغطيات الإخبارية المتعلقة بالنساء خلال فترة حرب الإبادة على قطاع غزة. كما تم اتباع نظام الرصد العالمي للصحافة (GMMP) الخاص بـ WACC، والذي يوفر إطارًا منهجيًا لتحليل التغطية الإخبارية للنساء، ويساعد في تقييم مدى توازن التغطية وانحيازاتها، إضافة إلى توضيح الأنماط السائدة في تصوير النساء في الأخبار. إذ يهدف هذا النهج إلى تقديم صورة متكاملة حول تمثيل النساء الفلسطينيات في الإعلام خلال فترات الحرب، مع التركيز على أنماط التغطية ومدى إنصافها، والتحديات التي تواجه الإعلاميين في إيصال أصوات النساء بموضوعية وعدالة.

المواضيع الاخبارية

من بين المواضيع التي حظيت بتغطية إعلامية واسعة على مواقع الويبسايت وفيسبوك وإنستجرام للتسع وسائل الإعلام التي شملتها الدراسة، كانت انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي والمستوطنين تحتل الصدارة، حيث تراوحت نسبة تغطيتها بين 63% إلى 66% على جميع المنصات. ومع ذلك، عند التخصيص أكثر في موضوع عنف المستوطنين وانتهاكات الاحتلال ضد النساء، كانت النسبة أقل بكثير، حيث تراوحت بين 2% إلى 4% على الويبسايت ووسائل التواصل الاجتماعي.

أما فيما يتعلق بموضوعات الصمود والتحدي، فقد كانت تغطيتها ضعيفة نسبياً، حيث تراوحت النسبة بين 2% إلى 6%. وبشكل أكثر تحديداً، فإن الأخبار التي تناولت قوة وصمود النساء كانت غائبة تمامًا عن مواقع الويبسايت، بينما ظهرت على منصات السوشال ميديا بنسب متواضعة تتراوح بين 1.5% إلى 3%.



من ناحية أخرى، كانت التغطية الإعلامية لمواضيع تعتبر في صميم الوضع الراهن الذي يعيشه الشعب الفلسطيني تحت الاحتلال، مثل قضايا الإعمار وإعادة البناء، ضعيفة جدًا. فعلى الرغم من أن 90% من المساكن في غزة تعرضت للهدم بشكل كلي أو جزئي، إلا أن نسبة تغطية هذا الموضوع لم تتجاوز 0.4% على الويبسايت والفيسبوك بينما كانت غائبة تمامًا على إنستجرام. كما كان تناول موضوع المشاركة السياسية للمرأة ضئيلاً جدًا، حيث لم تتجاوز نسبته 2% على الويبسايت ومواقع التواصل الاجتماعي.

بالإضافة إلى ذلك، كانت التغطيات الإعلامية لمواضيع أخرى مثل المفاوضات، النزوح، والاستجابة الإنسانية ضعيفة أيضًا، على الرغم من أن هذه القضايا تشكل جزءًا أساسيًا من الواقع الفلسطيني وتحدث بشكل مستمر في ظل الاحتلال. أما مواضيع المصالحة الوطنية فلم تصل تغطيته إلى 1%.

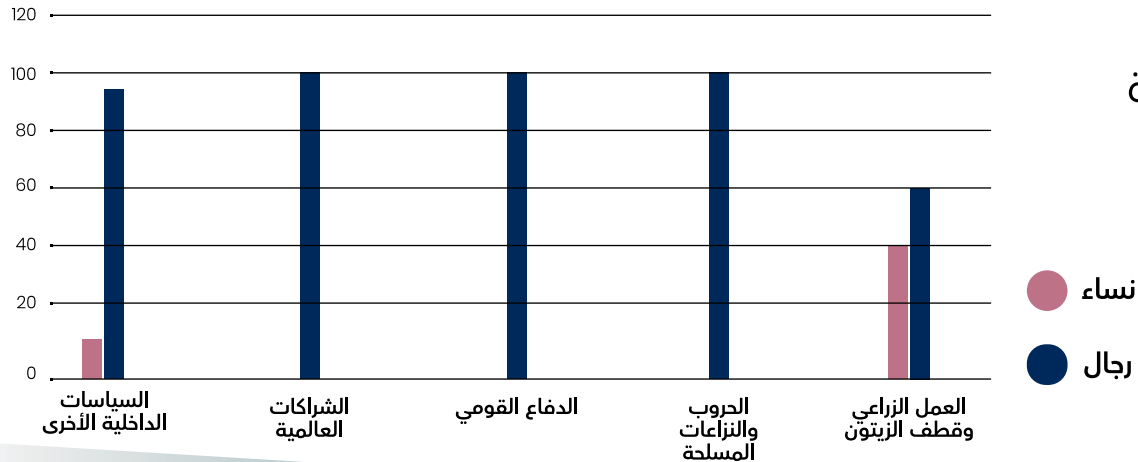


المواضيع الاخبارية حسب الجنس

النتائج المستخلصة من البيانات تشير إلى تباين واضح في تمثيل النساء والرجال عبر منصات الإنترنت المختلفة، حيث يتم تهميش النساء بشكل كبير في العديد من القضايا السياسية والاجتماعية. على سبيل المثال، في موضوع "السياسات الداخلية الأخرى" الذي يشمل القضايا المحلية والإقليمية والقومية، نجد أن نسبة تمثيل النساء ضئيلة جداً حيث بلغت 6.3%، في مقابل 93.7% للرجال. الأمر ذاته ينطبق على "الشراكات العالمية" حيث كانت نسبة تمثيل النساء 0.0%، بينما كان تمثيل الرجال 100.0%. كذلك، في قضايا مثل "الدفاع القومي، الإنفاق العسكري، والتدريب العسكري والعروض العسكرية" وال "حروب والنزاعات المسلحة" كانت نسبة تمثيل النساء 0.0%، مما يعكس تهميشاً واضحاً للنساء في هذه المواضيع.

من جهة أخرى، في القضايا الإنسانية مثل "النزوح والاستجابة الإنسانية"، نجد تمثيلاً أكبر للنساء، خاصة على منصات مثل إنستغرام حيث بلغ تمثيل النساء 60% في مقابل 40% للرجال، بينما على فيسبوك كانت النسبة 12% للنساء و98% للرجال، مما يعكس اهتمام أكبر بالجانب الإنساني والمعاناة التي تمر بها النساء في الأزمات.

هذا التوجه يبرز الدور الأساسي للنساء في التعامل مع الأزمات الإنسانية، إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة تمثيلاً متوازناً أو شاملاً.



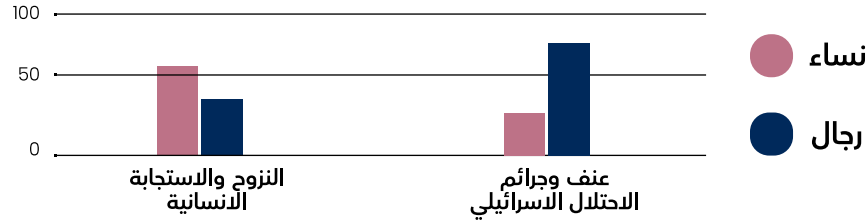
فيما يتعلق بعنف وجرائم الاحتلال الإسرائيلي، نلاحظ أن تمثيل النساء في هذا الموضوع لا يزال محدودًا، على سبيل المثال، في إنستغرام كانت نسبة تمثيل النساء في "عنف وجرائم الاحتلال الإسرائيلي والمستوطنين" 20.7%، مقابل 79.3% للرجال، بينما على فيسبوك كانت النسبة 13.3% للنساء و86.7% للرجال. وعلى الرغم من أن هذه النسب تظهر زيادة طفيفة في تمثيل النساء في هذه القضايا، إلا أن الرجال لا يزالون يشكلون الغالبية في التغطية الإعلامية. وهذه النسب بلا شك صادمة فمثلا العمل الزراعي في فلسطين، وخاصة خلال موسم قطف الزيتون هو عمل عائلي يشترك فيه الجميع إلا أن التغطية الإعلامية غالباً ما تتجاهل دور النساء في هذا المجال، على الرغم من أن النساء يشكلن نسبة كبيرة من القوى العاملة الزراعية (39% وفقاً للإحصاءات). في معظم الأخبار التي تتناول اعتداءات المستوطنين على الأراضي الفلسطينية خلال موسم قطف الزيتون، يتم التركيز على تصريحات رجال القرية أو رئيس البلدية، بينما يتم إغفال ذكر النساء اللواتي يلعبن دوراً أساسياً في العمل الزراعي وفي الصمود أمام هذه الاعتداءات.



مصادر الاخبار حسب الجنس

أظهرت نتائج التحليل أن 89% من الأخبار كانت مجهولة المراسل على الويبيسايت، وهي النسبة الأكبر مقارنة بالأخبار التي يُعرف فيها المراسل، حيث بلغت نسبة الأخبار التي يُذكر فيها المراسل الذكر 10%، بينما لم تتجاوز نسبة المراسلات الإناث 2%. هذه النسب ليست غريبة، خاصة أن جزءًا كبيرًا من الأخبار التي تم تحليلها تعود إلى محطات إعلامية محلية، والتي غالبًا ما تعتمد على نقل الأخبار من قنوات عربية أو محلية أكبر، مثل تلفزيون فلسطين أو الجزيرة والعربية. وبالتالي، فإن هذه المحطات المحلية لا تمتلك مراسلين خاصين بها، وتكتفي بنقل الخبر كمعلومة دون الإشارة إلى مصدره أو مراسله. وقد لوحظ أن مجهولية المراسل كانت أعلى على مواقع الويبيسايت مقارنة بمنصات السوشال ميديا. ويعود ذلك إلى أن منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وإنستجرام، تعتمد بشكل كبير على مقاطع الفيديو القصيرة، والتي غالبًا ما يظهر فيها صوت أو صورة الشخص الذي يقدم الخبر، مما يسهل تحديد جنس المراسل. على العكس من ذلك، تعتمد مواقع الويبيسايت في الغالب على مواد مكتوبة مصحوبة بصورة، مما يجعل تحديد جنس المراسل أكثر صعوبة. على إنستجرام، كانت نسبة المجهولية 83%، بينما كانت نسبة المراسلات الإناث 7%، والمراسلين الذكور 10%. أما على فيسبوك، فبلغت نسبة المجهولية 86%، في حين كانت نسبة المراسلات الإناث 5%، والمراسلين الذكور 9%.

مواضيع الاخبار
منصة إنستغرام

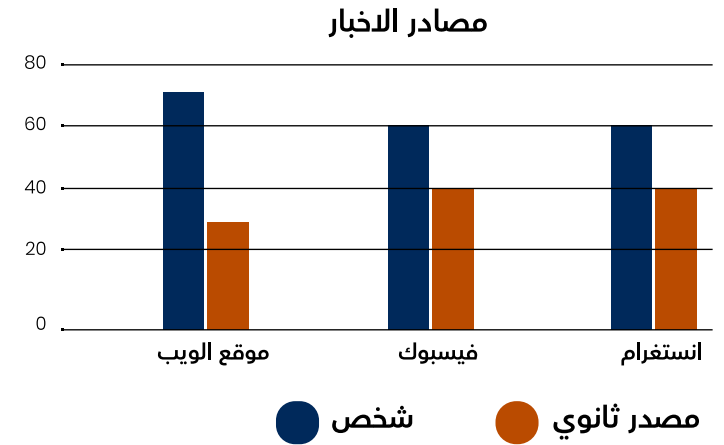
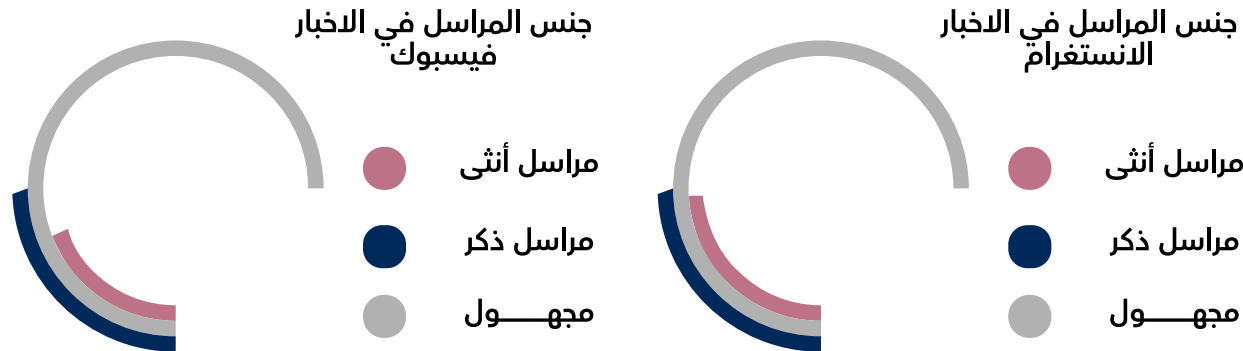


جنس المراسل في الاخبار
الموقع الالكتروني



مصادر الاخبار

تقسم مصادر الاخبار الى شخص ومصدر ثانوي. ونقصد بالشخص هنا اذ تم الإبلاغ عن الخبر بوساطة افراد أو مجموعات أو كيانات يدور حولها الخبر. ويقصد بالمصدر الثانوي اذ كان الخبر مبني على معلومات في تقرير او مقالة أو غيرها من المعلومات المكتوبة وقد لوحظ في النتائج ارتفاع نسبة المصادر الثانوية في الأخبار التي تم تحليلها، حيث بلغت 29% على الويسايت، و42% على إنستجرام، و41% على فيسبوك، تعكس هاته النتائج اعتمادًا كبيرًا على نقل الأخبار من مصادر أخرى بدلًا من التغطية المباشرة، خاصة في سياق الأحداث التي تلت أحداث السابع من اكتوبر، هذا الاعتماد على المصادر الثانوية، في ظل ظروف الحرب والاحتلال، يُعد إشكالية كبيرة، حيث أن التغطية الإعلامية في مثل هذه الأوقات الحرجة تتطلب دقة وسرعة في نقل المعلومات، وهو ما يصعب تحقيقه عند الاعتماد على مصادر غير مباشرة.



يمكننا ارجاع الاعتماد على المصادر الثانوية الى انه في سياق الحرب، حيث غزة تعيش تحت حصار شديد وتدمير ممنهج، تكون الحاجة إلى مصادر أولية مباشرة أكثر إلحاحًا. ومع ذلك، فإن ارتفاع نسبة المصادر

الثانوية يشير إلى ضعف القدرة على الوصول إلى الميدان بسبب القيود الأمنية واللوجستية، مما يدفع الوسائل الإعلامية إلى الاعتماد على تقارير منقولة من قنوات أخرى أو وكالات أنباء. هذا الوضع يؤثر بشكل خاص على تغطية المواضيع المتعلقة بالنساء، اللواتي يكنّ غالبًا في قلب الحدث وتكون معاناتهن مضاعفة انطلاقًا من أدوراهن التقليدية فمثلا النزوح القسري، وفقدان المأوى والأمن. وفقدان الخصوصية تأثيره على النساء أكبر من تأثيره على الرجال ومع ذلك، فإن الاعتماد على المصادر الثانوية يعني أن قصصهن غالبًا ما يتم تسطيحها أو إهمالها، حيث يتم نقل الأخبار من منظور خارجي دون فهم عميق للسياق المحلي. على سبيل المثال، قد يتم التركيز على أرقام الضحايا أو الدمار المادي، بينما يتم تجاهل التجارب الشخصية للنساء، مثل كيفية تعاملهن مع فقدان الأحبة، أو قيامهن بأدوار الرعاية وكيفية قيادتهن لمبادرات إغاثية في ظل ظروف بالغة الصعوبة.

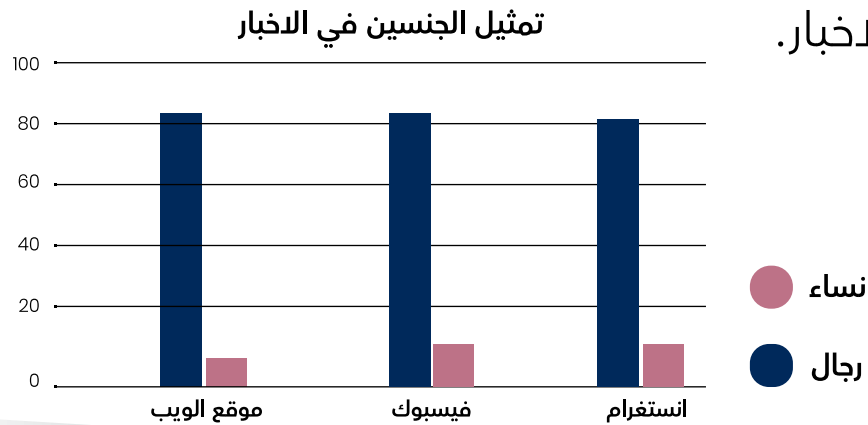
مثلا احدى الاخبار تقول استشهاد ام وابنتها في خان يونس، وخبر اخر يتحدث عن اعتداءات المستوطنين على الأراضي الفلسطينية ومئات الاخبار كان مضمونها شهداء وجرحى في قصف الاحتلال على غزة، وخبر يتحدث عن هدم البيوت في منطقة سلوان كل هذه الاخبار والمئات على شاكلتها تساهم في تسطيح رواية النساء لأنهن واقعا يكن في الحدث لكنهن غائبات في الخبر. وبهذا فان الاعتماد على المصادر الثانوية بنسب عالية في تغطية أخبار الحرب يساهم في تعزيز الصورة النمطية عن النساء، بتغييبهن عن المشهد.

الأشخاص في الاخبار

تُظهر النتائج أن تمثيل الذكور في الأخبار يفوق بشكل كبير تمثيل الإناث على جميع المنصات، حيث بلغت نسبة الذكور 87.3% على الويبيسايت، و82.8% على إنستجرام، و84.2% على فيسبوك، بينما لم تتجاوز نسبة الإناث 10% على الويبيسايت، و17.2% على إنستجرام، و15.8% على فيسبوك. هذه النسب تعكس تحيزًا إعلاميًا واضحًا لصالح الذكور، حيث يتم إبرازهم في الأدوار القيادية والعامة، بينما يتم تقليص دور النساء أو تجاهلهن. ولعل النتائج التي تحدثنا عنها أعلاه في محاور جنس المراسل والمصادر والمواضيع التي تتم تغطيتها تعد تفسيرًا طبيعيًا لهذه النتيجة فقلة ظهور المرأة في الأخبار يعود لعدة عوامل مترابطة ومعقدة أولها ارتفاع نسبة المصادر الثانوية في التغطية الإعلامية، حيث تعتمد العديد من الوسائل الإعلامية على نقل الأخبار من مصادر أخرى بدلًا من التغطية المباشرة، مما يؤدي إلى ضعف تمثيل النساء، خاصة إذا كانت المصادر الأصلية لا تعطي الأولوية لدورهن. بالإضافة إلى ذلك، فإن انخفاض نسبة المراسلات الصحفيات يساهم في تقليص ظهور النساء في الأخبار، حيث أن غياب الصحفيات عن الميدان يعني أن قصص النساء وتجاربهن غالبًا ما يتم تجاهلها أو نقلها بشكل سطحي.



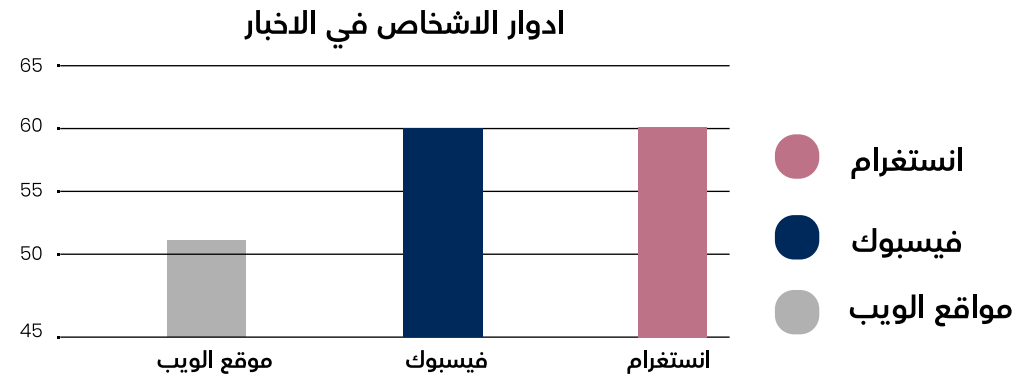
هذا الوضع يعكس أيضًا التركيبة المجتمعية والسياسية الفلسطينية، حيث أن المشاركة السياسية للنساء تظل ضعيفة نسبيًا وهذا ما أظهرته النتائج حيث أن موضوع المشاركة السياسية للمرأة لم ينعكس في الأخبار إلا بنسبة 2% من مجموع المواضيع، كذلك ضعف تمثيل المرأة سواء في المؤسسات الحكومية أو الأحزاب السياسية. وبما أن الأخبار غالبًا ما تركز على الأحداث السياسية والقيادية، فإن ضعف تمثيل النساء في هذه المجالات ينعكس بشكل مباشر على صورة المرأة في الإعلام. بمعنى آخر، انعكاس صورة المرأة في الأخبار هو انعكاس لدورها في المجتمع وتمثيلها في المؤسسات ومشاركتها السياسية. فحسب بيانات الجهاز المركزي الإحصائي الفلسطيني لعامي 2018-2019، هناك فجوة واضحة في مشاركة النساء في مناصب صنع القرار؛ حيث بلغت نسبة النساء في المجلس المركزي 5.4%، وفي المجلس التشريعي 11.3%، وفي المجلس الوطني الفلسطيني 10.6%، وفي اللجنة التنفيذية 6.7%، وفي مجلس الوزراء 13.6%، وفي السلك الدبلوماسي 11.2%. وبناءً على هذه النتائج نستطيع تفسير سبب غياب المرأة عن الأخبار بالتأكيد ليس هذا السبب الوحيد لكنه من الأسباب المؤثرة بشكل كبير في سماع رواية النساء سواء في الأخبار أو في الأوساط الاجتماعية والثقافية والقانونية المختلفة. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن أغلب موضوعات الأهلار ذات طابع سياسي وأغلب المتحدثين تغلب عليهم الصفة الرسمية لذلك هناك علاقة قوية بين تمثيل المرأة سياسيا وظهورها في الاخبار.



دور الشخص في قصة الاخبار

تُظهر النتائج أن أكثر من نصف الأخبار على مواقع الويبسايت (51%) ومنصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام وفيسبوك (59.9%) لا يتم فيها تحديد دور الشخص بشكل واضح، مما يشير إلى ضعف في التغطية التفصيلية للأحداث. هذه النتيجة ترتبط ارتباطًا وثيقًا بنتيجة نوع المصدر التي تم تحليلها سابقًا، حيث أن ارتفاع نسبة المصادر الثانوية (29% على الويبسايت، و42% على إنستغرام، و41% على فيسبوك) يعني غالبًا غياب الأشخاص عن الرواية الإعلامية. عندما تعتمد الوسائل الإعلامية على نقل الأخبار من مصادر أخرى بدلًا من التغطية المباشرة، فإنها تفقد القدرة على تحديد أدوار الأفراد في القصة، مما يؤدي إلى إهمال القصص الشخصية وشهادات شهود العيان.

هذا الوضع يعكس تحديًا هيكليًا في العمل الإعلامي، حيث أن الاعتماد على المصادر الثانوية يقلل من فرص التفاعل المباشر مع الأشخاص الذين يعيشون الحدث، مما يؤدي إلى رواية إعلامية عامة وسطحية. بالإضافة إلى ذلك، فإن ضعف الموارد الإعلامية وغياب المراسلين الميدانيين في العديد من المؤسسات الإعلامية يزيد من هذا التحدي، حيث يتم الاعتماد على موضوعات الأخبار من مصادر أخرى دون القدرة على التحقق من دقتها أو تعميقها.



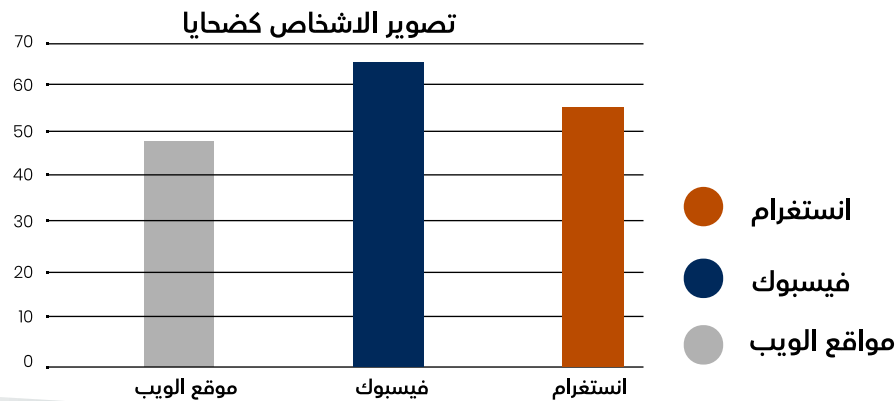
في ذات الوقت لا يمكننا تجاهل أن طبيعة الأخبار السريعة، خاصة على منصات التواصل الاجتماعي، تساهم في تعزيز هذا النهج السطحي، حيث يتم التركيز على نقل الحدث بسرعة بدلاً من تقديم تحليل عميق أو قصص شخصية. هذا النهج لا يقلل فقط من جودة التغطية الإعلامية، بل أيضاً يحد من فهم الجمهور للحدث بشكل شامل، خاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا إنسانية أو اجتماعية تتطلب رواية أكثر تفصيلاً.



القصص الاخبارية وخطاب الضحية.

تُظهر النتائج أن تصوير الأشخاص كضحايا في القصص الإخبارية يختلف بين المنصات الإعلامية. على مواقع الويب، تم تصوير الأشخاص كضحايا بنسبة 47.8%، بينما كانت النسبة أعلى على منصات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت 56.0% على إنستغرام و65.1% على فيسبوك. هذا الاختلاف يعكس طبيعة كل منصة وطريقة تفاعل الجمهور مع المحتوى. على الويب، حيث يعتمد المحتوى بشكل أكبر على النصوص والتحليل، تكون التغطية أقل عاطفية وأكثر توازنًا. أما على منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام وفيسبوك، فإن الطبيعة البصرية والتفاعلية للمنصات تجعلها أكثر ميلًا لتسليط الضوء على الجوانب العاطفية والمأساوية للأحداث، مما يسهل تصوير الأشخاص كضحايا.

على سبيل المثال، قناة العربية على السوشال ميديا تعتمد بشكل كبير على الريلز والقصص الشخصية التي تظهر معاناة الأطفال والنساء وأهل غزة من الجوع والنزوح. هذه القصص غالبًا ما تكون مصحوبة بمقاطع فيديو قصيرة تظهر الدمار والمعاناة الإنسانية بشكل مباشر، مثل طفل يبكي بسبب الجوع أو عائلة تفقد منزلها بسبب القصف. هذه الطريقة في العرض تجذب انتباه الجمهور بشكل سريع وقوي، حيث أن المحتوى العاطفي والمؤثر يكون أكثر انتشارًا وتفاعلًا على منصات التواصل الاجتماعي.



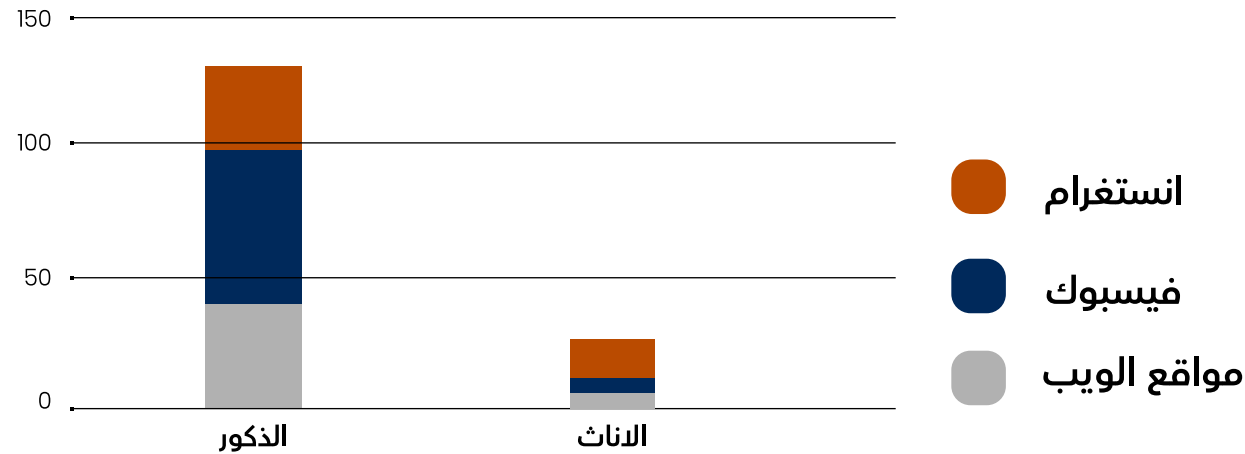
وقد لاحظنا خلال عملية الرصد أن تصوير الأشخاص كضحايا على السوشال ميديا أسهل بسبب عدة عوامل منها الطبيعة البصرية للمنصات التي تسمح بعرض المعاناة بشكل مباشر عبر الصور والفيديوهات القصيرة. والتفاعل السريع للجمهور مع المحتوى العاطفي، حيث أن القصص المؤثرة تحصل على تفاعل أكبر من حيث الإعجابات والمشاركات. ومع ذلك، فإن التركيز المفرط على تصوير الأشخاص كضحايا قد يعزز الصور النمطية عن الضعف والمعاناة، بينما يقلل من تسليط الضوء على قصص الصمود والمقاومة. فمثلا فيديو لامرأة تبكي بسبب عدم قدرتها على توفير طعام لاطفالها، من السهل جدا انتشاره او فيديو اخر لرجل توفي أبناؤه الثلاثة يقول فيه "الحين بدي اوزع قلبي على ثلاث قبور" وقد كنا في موضوع الرصد حريصين على إتاحة خيار رؤية الشخص في الاخبار كضحية وفي ذات الوقت كصامد وناج حتى لا يتم التحيز او التأطير في الاجابات.



الذكور والاناث كضحايا وناجين في الاخبار

تشير النتائج المجمعة من Instagram و Facebook والموقع الإلكتروني إلى وجود اختلافات كبيرة بين الجنسين في تمثيلهم كضحايا أو ناجين في القصة. بشكل عام، تم تصنيف نسبة أعلى من الذكور كضحايا أو ناجين مقارنة بالإناث، حيث بلغت نسبة الذكور الذين تم تصنيفهم على هذا النحو 36.8% على Instagram، و56.9% على Facebook، و41.8% على الموقع الإلكتروني. في المقابل، كانت نسبة الإناث اللاتي تم تصنيفهن كضحايا أو ناجيات أقل بشكل ملحوظ، حيث بلغت 20.0% على Instagram، و4.1% على Facebook، و3.8% على الموقع الإلكتروني. هذه الفجوة الواضحة بين الجنسين قد تعكس اختلافات في كيفية تمثيل الذكور والإناث في القصص، حيث يبدو أن الذكور أكثر عرضة لتمثيلهم كضحايا أو ناجين مقارنة بالإناث وذلك يعود لان أغلب القصص عنهم.

الذكور والاناث كضحايا وناجين في الاخبار



المرأة وقضاياها في قصص الأخبار

بعض قصص الاخبار تركز على مجموعة من النساء او على امرأة بعينها وهناك قصص أخرى تتناول أمورا تؤثر على المرأة بطريقة ما كأن تكون القصة عن انعدام خصوصية النساء في مناطق النزوح أو عن الصحة الإنجابية للنساء وقت الحروب. ان تحليل النتائج المتعلقة بتركيز القصص الإخبارية على النساء يُظهر ضعفًا كبيرًا في تسليط الضوء عليهن، سواء كأفراد أو كمجموعات، عبر المنصات الإعلامية المختلفة. ففي مواقع الوييسايت، تركز 6.2% فقط من القصص على امرأة معينة أو مجموعة نساء، بينما تتجاهل 93.8% منهن، مما يعكس غيابًا واضحًا للمرأة في المحتوى الإعلامي المكتوب. وعلى إنستجرام، ترتفع هذه النسبة قليلًا إلى 13.1%، مما يشير إلى أن الطبيعة البصرية للمنصة قد تساهم في إبراز بعض القصص النسائية، لكن الغالبية العظمى (86.9%) لا تزال تهمش دور النساء وقضاياهن. أما على فيسبوك، فتبلغ نسبة القصص التي تركز على النساء 10%، ما يشير إلى تحسن طفيف مقارنة بالوييسايت، لكنه لا يزال يعكس ضعف الاهتمام الإعلامي بقضايا النساء. تعكس هذه النتائج تحيزًا إعلاميًا يُكرس الصورة النمطية التي تهمش النساء وتبرز الرجال كأصحاب الأدوار الرئيسية في المجتمع. فقلما تتناول الاخبار قضايا النساء في مناطق النزوح أو ظروف حياتهن، أو صحتهن الانجابية فيما اختقت اخبار تتعلق بالنساء ذوات الاحتياجات الخاصة او رواية المرأة في قضايا الاعمار فيما اختفى صوتها كليا في الاخبار التي تتحدث عن المفاوضات. وهنا لا بد من الاشارة الى أن بعض هاته القضايا يتم تناولها في التقارير أو المقالات الموسعة لكن بالكاد نلاحظ تواجدها في الاخبار.

القصص الاخبارية وقضايا عدم المساواة

تشير البيانات إلى أن الأغلبية العظمى من المحتوى الإعلامي لا يلقي الضوء بوضوح على قضايا عدم المساواة بين المرأة والرجل. ففي الفئات المختلفة، تراوحت نسبة الاخبار التي لا تسلط الضوء على هذه القضايا بين 53.3% إلى 82.8، مما يعكس ضعف التغطية الإعلامية لقضايا المرأة وعدم إبراز الفجوات الجندرية بوضوح. كما أن نسبة كبيرة الاخبار (45.4% و 20.9%) لم يستطع المشاركون افي عملية الرصد من اتخاذ قرار أو لم يكونوا متأكدين بشأنها، مما قد يشير إلى غموض أو عدم وضوح الطرح الإعلامي لهذه القضايا. في المقابل، لم تتجاوز نسبة الاخبار التي رأى المشاركون أنها تسلط الضوء على قضايا عدم المساواة 3.1% في أفضل الأحوال. وهذه النتيجة منطقية في ظل البيانات التي استعرضناها اعلاه ان الاخبار السريعة مجهولة المصدر لن تكون عميقة في محتواها على اي مستوى كان. ونقصد هنا بقضايا المساواة ليس تعمد ذكر النساء لكن الاشارة في الخبر ان الرواية تأخذ كافة اطياف المجتمع بعين الاعتبار.

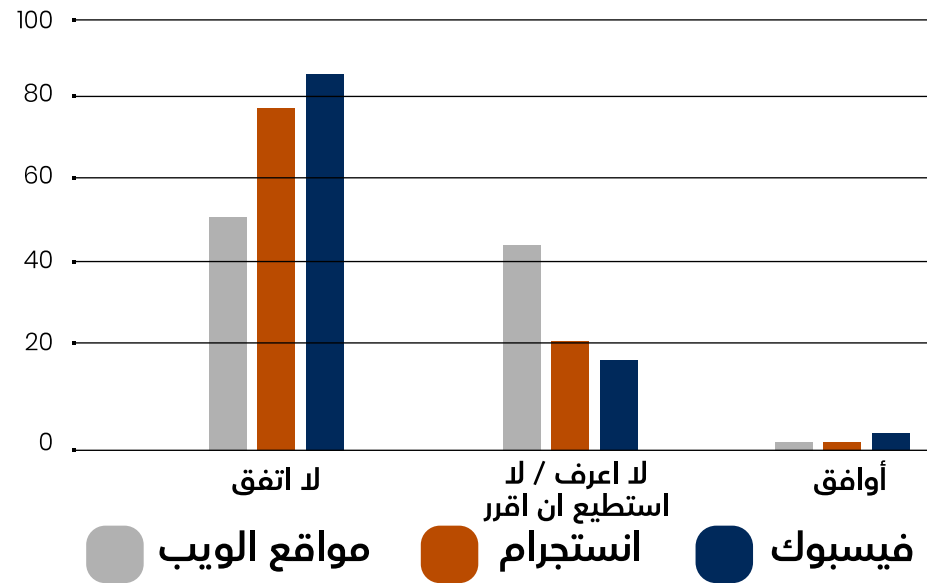
تغطية قضايا المساواة بين الجنسين في الاخبار



القصص الاخبارية وتحدي الصور النمطية

تشير النتائج التي تم رصدها خلال فترة الحرب على غزة، والتي شهدت حصارًا وقصفًا وتجويعًا مستمرًا، إلى أن المحتوى الإعلامي فشل إلى حد كبير في تحدي الصور النمطية السائدة عن الصراع النسب المرتفعة لـ "لا أتفق" (52.6% على الوييسايت 77.8% على إنستغرام، و 84.6% على فيسبوك تعكس أن الغالبية العظمى من المحتوى الاخباري لم يقدم روايات جديدة أو مختلفة تتحدى الأفكار المسبقة. في المقابل، النسب المرتفعة لـ "لا أعرف / لا أستطيع أن أقرر" (45.4% على الوييسايت 20.9% على إنستغرام، و 13.3% على فيسبوك تشير إلى أن جزءًا كبيرًا من المحتوى لم يستطع المشاركين في عملية الرصد من تكوين رأي واضح حول ما اذا كانت تصور الصمود ام لا، مما يعكس ضعفًا في وضوح الرسالة الإعلامية أو عدم كفاية المعلومات المقدمة في الخبر.

تحدي الصور النمطية في الاخبار

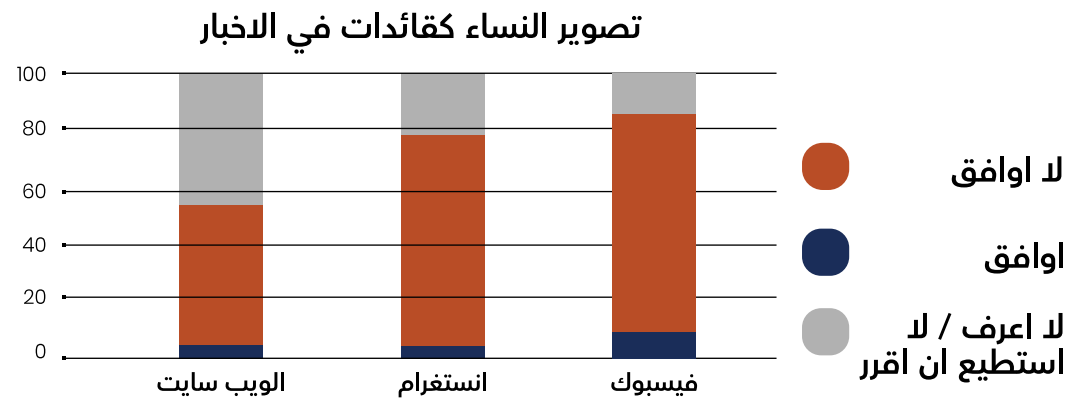


في سياق الحرب، حيث تتبدل الأدوار الاجتماعية وتصبح النساء، على سبيل المثال، معيلات أساسيات ومسؤولات عن الرعاية في ظل غياب الأزواج بسبب النزوح أو الاستشهاد، كان من المتوقع أن تظهر وسائل الإعلام هذه التحولات الجذرية في الأدوار. ومع ذلك، يبدو أن المحتوى الإعلامي لم يسلط الضوء بشكل كافٍ على هذه التغيرات، مما يعكس قصورًا في تغطية الجوانب الإنسانية والاجتماعية للصراع. بدلًا من ذلك، ظلت القصص الإعلامية، في الغالب، محصورة في إطار الصور النمطية التقليدية، دون أن تعكس تعقيدات الواقع الجديد الذي فرضته الحرب.



تمثيل النساء كقائدات في الحرب

تشير النتائج إلى أن المحتوى الإعلامي خلال الحرب على غزة فشل إلى حد كبير في تصوير النساء كقائدات، على الرغم من الأدوار الجذرية التي اضطلعت بها النساء في ظل الظروف القاسية التي فرضتها الحرب. النسب المرتفعة لـ "لا أوافق" (52.2% على الويبيسايت و 77.0% على إنستغرام، و 82.3% على فيسبوك) تعكس أن الغالبية العظمى من المحتوى الاخباري لم يقدم صورة كافية أو مقنعة عن النساء كقائدات. في المقابل، النسب المرتفعة لـ "لا أعرف / لا أستطيع أن أقرر" (45.5% على الويبيسايت و 20.9% على إنستغرام، و 13.3% على فيسبوك) تشير إلى المحتوى الاخباري لم يكن واضحاً كفاية ليتمكن المشاركون من تكوين رأي حوله.



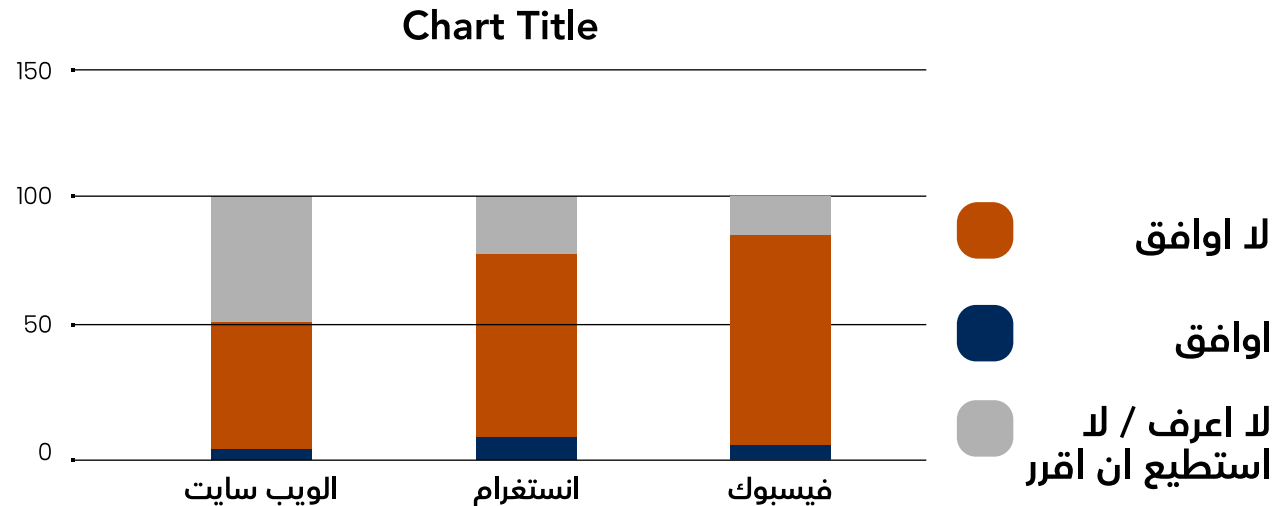
تمثيل صمود النساء في القصص الاخبارية

تشير النسب المئوية إلى عدة نقاط مهمة تتعلق بتصوير الصمود الفلسطيني في المحتوى الإعلامي خلال الحرب على غزة. يُظهر تحليل البيانات أن الغالبية العظمى من المحتوى الاخباري لم يصور الصمود الفلسطيني بشكل كافٍ أو مقنع، حيث بلغت نسبة "لا أوافق" 50.9% على الويبيسايت، و71.9% على إنستغرام، و79.7% على فيسبوك. هذا يعكس فشل الإعلام في تسليط الضوء على الممارسات اليومية للصمود، مثل إعادة بناء المنازل رغم خطر الهدم، أو الاستثمار في التعليم، أو تنظيم الفعاليات الثقافية والتوعوية. بالإضافة إلى ذلك، تشير النسب المرتفعة لـ "لا أعرف / لا أستطيع أن أقرر" (45.5% على الويبيسايت و20.9% على إنستغرام، و13.8% على فيسبوك) إلى أن طرح وتناول قضايا وقصص الصمود لم يكن واضحاً كفاية ليتمكن الراصدون تكوين رأي واضح حول ما إذا كان في الرسالة الإعلامية.



كما تبرز الاختلافات بين المنصات، حيث كانت نسبة "لا أعرف / لا أستطيع أن أقرر" مرتفعة على الويبيسايت (45.5%)، مما يشير إلى أن المحتوى المقدم على هذه المنصة كان أقل وضوحًا أو أقل تأثيرًا في توصيل الرسالة. في المقابل، كانت نسبة "لا أوافق" أعلى على إنستغرام (71.9%) وفيسبوك (79.7%)، مما يشير إلى أن المحتوى على هذه المنصات كان أكثر وضوحًا، ولكن بشكل سلبي، حيث لم يصور الصمود بشكل فعال. في سياق الحرب والحصار، كان من المتوقع أن يركز الإعلام على ممارسات الصمود اليومية التي يعبر بها الفلسطينيون/ات عن إصرارهم على الحياة، مثل إعادة البناء والتعليم والنشاط الثقافي. ومع ذلك، تشير النتائج إلى أن المحتوى الإعلامي فشل في عكس هذه الممارسات، مما يعكس قصورًا في التغطية الإعلامية وعدم قدرتها على مواكبة تعقيدات الحياة تحت الاحتلال.

أخيرًا، تؤكد النسب المنخفضة لـ "أوافق" (3.6% على الويبيسايت، 7.2% على إنستغرام، و5.4% على فيسبوك) أن المحتوى الإعلامي لم يكن فعالًا في تقديم صورة إيجابية أو واقعية عن صمود الفلسطينيين/ات. هذا قد يكون بسبب تحيز المحتوى أو عدم تقديمه معلومات كافية أو مقنعة لتسليط الضوء على هذه الممارسات.



التحليل

أبو محمد من قرية دوما ترك منزله قسرا يسكن في خيمة لا تحميه برد الشتاء ولا حر الصيف..

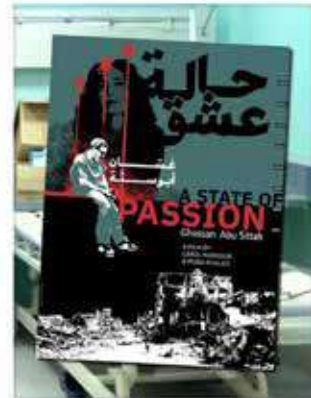
في هذا الخبر الذي بثه تلفزيون الفجر الجديد، والمتمثل في فيديو مصور لمقابلة مع أبو محمد، ضحية انتهاكات المستوطنين، أن العنوان ركز على نزوح أبو محمد وحده، متجاهلاً ذكر أسرته المكونة من 15 فرداً. ربما يعود هذا إلى العقلية الاجتماعية التي ترى الرجل كمعيل رئيسي للأسرة، خاصة مع استخدام كنية "أبو" التي توحي تلقائياً بوجود عائلة. ومع ذلك، فإن هذا التناول يعكس صورة نمطية للرجل كحامٍ ومُعيل، دون إبراز دور النساء أو معاناتهن في هذه الأزمة. فالفيديو لم يسلط الضوء على أوضاع النساء في عائلة أبو محمد، رغم أن عبء الإعالة والرعاية غالباً ما تتحمله الإناث في المجتمعات التقليدية، وخاصة في البيئات البدوية مثل عائلة أبو محمد. والمذيع هو الآخر لم يطرح أي سؤال حول وضع النساء، كما أن أبو محمد نفسه لم يتطرق إلى هذا الجانب.



فلسطين تحصد جوائز في ختام الدورة ال 45 من مهرجان القاهرة السينمائي الدولي.

يركز هذا الخبر كما يظهر من عنوانه على الإنجاز الجماعي لفلسطين في مهرجان القاهرة السينمائي الدولي، بينما لم يُعطِ مساحة كافية للتفاصيل الفردية، خاصة تلك المتعلقة بالمخرجتين كارول منصور ومنى الخالدي، اللتين فاز فيلمهما "حالة عشق" بجائزة أفضل فيلم وثائقي طويل. مع أن ذكر إنجازهما جاء في متن الخبر، إلا أن غياب خبر مستقل عنهما أو عن الفيلم يُظهر تقيلاً من أهمية تسليط الضوء على الإنجاز كما أنه لم يذكر أي تفاصيل ولو بسيطة عن الفيلم

نلاحظ أيضاً أن الخبر أبرز دور المهرجان في دعم القضية الفلسطينية والسينما الفلسطينية، بينما لم يستغل الفرصة لتسليط الضوء على دور السينما الفلسطينية النسائية خاصة في ظل التحديات التي تواجهها صناعة السينما في فلسطين. مع أن الخبر أشار إلى فوز أفلام أخرى من إخراج نساء، مثل "أحلام كيلو متر مربع" و"أحلام عابرة"، إلا أن هذه الإشارات كانت عابرة ولم تُعطِ التفاصيل الكافية التي تستحقها. فمع أن الخبر نجح في تسليط الضوء على أهمية الفن في نقل معاناة الشعب الفلسطيني، إلا أنه فوت فرصة لتسليط الضوء على كيفية تمكين النساء في صناعة السينما.



"الأونروا": حليب الأطفال في غزة يكاد ينتهي وحياة الرضع في خطر

"قالت وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين "أونروا"، اليوم الاثنين، إن "إمدادات حليب الأطفال لديها تكاد تنتهي في قطاع غزة، ما يعرض حياة الرضع للخطر". وأشارت "الأونروا" في منشور على منصة "أكس"، إلى أنه لم يتبق إلا 6 صناديق لتوزيعها في غزة، في حين يعتمد عليها نحو 8500 رضيع في القطاع للحصول على الحليب، موضحة أن "الكمية المتبقية كانت من دفعة تسلمتها قبل 3 شهور".

وشددت على أن النقص بالإمدادات يعرض حياة الرضع وأكثر من 200 ألف شخص يعتمدون على خدماتها للخطر في قطاع غزة. وأضافت الوكالة الأممية أن نحو 19 ألف طفل في القطاع دخلوا المستشفى بسبب سوء التغذية الحاد خلال الأشهر الأربعة الماضية، مؤكدة أن العدد تضاعف عن مطلع العام الجاري.

وفي وقت سابق، أفاد الدكتور أحمد الفرا، مدير مستشفى التحرير للأطفال والولادة في مجمع ناصر الطبي، في تصريحات صحفية أن قوات الاحتلال الإسرائيلي تمنع دخول حليب الأطفال منذ ثلاثة أشهر ما أدى إلى أزمة حادة في توفيره بعد نفاذه من الأسواق. وأشار الفرا إلى خطورة عدم توفر الحليب والتراكيب الخاصة، سواء في المستشفيات أو الصيدليات، حيث يعتمد الأطفال، خصوصا الرضع بشكل حيوي على هذا المصدر.



ركز الخبر بشكل كبير على الأطفال كضحايا رئيسيين للأزمة، في حين أن دور النساء، وخاصة الأمهات، كان غائبًا إلى حد كبير. فمن الغريب أن الخبر لم يعطِ مساحة كافية لصوت النساء اللاتي يعانين مباشرة من نقص حليب الأطفال، رغم أنهن الأكثر تأثرًا بهذه الأزمة. في ذات الوقت، كان يمكن للخبر أن يعتمد على مصادر نسائية، مثل الأمهات، لتقديم رؤية أكثر توازنًا وتعكس تجاربهن الواقعية. فلم نسمع من الأمهات ولم نسمع عنهن أيضًا. من الملاحظ أيضًا أن المصادر المستخدمة كانت ذكورية بشكل أساسي، مثل تصريحات طبيب، في حين أن غياب المصادر النسائية يعكس تحيزًا جنديًا غير مباشر. فقد كان من الممكن أن يتطرق الخبر إلى الجانب العاطفي والنفسي للأزمة، مثل معاناة الأمهات اللاتي لا يستطعن إطعام أطفالهن، مما كان سيعطي عمقًا أكبر للقصة. في الواقع ربما نجح الخبر في تسليط الضوء على الأزمة الإنسانية، لكنه فشل في تقديم منظور جندي متوازن، حيث أغفل دور النساء ومعاناتهن، وهو ما كان يمكن أن يجعل التغطية أكثر شمولية وإنسانية.

في ذات السياق نلاحظ أن هناك توجهًا واضحًا في العديد من مواقع الأخبار نحو التركيز على الأرقام والتصرّيات الرسمية، مما يعطي انطباعًا بالموضوعية والمصداقية. ومع ذلك، فإن هذا النهج غالبًا ما ينزع الصفة الإنسانية عن الأفراد، ويحولهم إلى مجرد أرقام وإحصاءات، مما يفقد القصة عمقها العاطفي والإنساني. في حين أن الأرقام مهمة لتوضيح حجم الأزمة، إلا أنها لا تكفي وحدها لفهم تأثيرها الحقيقي على حياة الناس.

من الغريب أن نرى كيف يتم تجاهل الجوانب الإنسانية، مثل قصص الأفراد الذين يعانون من الأزمة، رغم أن هذه القصص هي التي تجعل الخبر أكثر تأثيرًا وواقعية. في ذات الوقت، كان يمكن لهذه المواقع أن توازن بين الأرقام والتصرّيات الرسمية من جهة، وبين القصص الشخصية والتجارب الإنسانية من جهة أخرى، مما كان سيعطي صورة أكثر اكتمالًا وصدقًا. إذ أن التركيز المفرط على الأرقام والبيانات الرسمية قد يعزز المصداقية الإحصائية، لكنه يفقد الخبر روحه الإنسانية. كان من الممكن أن تتبنى هذه المواقع نهجًا أكثر توازنًا يدمج بين الحقائق الرقمية والقصص الشخصية، مما يجعل الأخبار أكثر تأثيرًا وأقرب إلى واقع الناس.

تحليل فيديو "ولاء: أربعة أرغفة وقصة صمود"

يقدم الفيديو قصة ولاء، امرأة نازحة من شمال غزة إلى الجنوب، وهي تحاول تلبية احتياجات أسرتها في ظل ظروف قاسية. يتضح من الفيديو أن ولاء تواجه معاناة مزدوجة: فهي ليست فقط ضحية الاحتلال والحرب، بل أيضًا تعكس الصورة الملموسة للصمود النسائي في ظروف النزوح. المشهد الذي يظهر ولاء وهي تخبز أرغفة الخبز لأطفالها يعبر عن قدرة النساء على الصمود

كذلك يظهر الفيديو أن النزوح لا يؤثر على الرجال والنساء بنفس الطريقة. فللنساء خصوصية في هذه التجربة بسبب ما يواجهنه من تحديات إضافية. في حالة ولاء، يتضح من الفيديو أنها لا تواجه فقط الجوع والبرد، بل تتحمل أيضًا مسؤولية العناية بأطفالها والمحافظة على استقرار الأسرة في ظل النزوح. وبهذا فإن الفيديو يُسلط الضوء على تأثير النزوح على هوية المرأة، حيث تظهر ولاء كخريجة جامعية كانت تطمح لبناء حياة مستقرة، لكن النزوح قلب هذه المعادلة، وأصبح هدفها اليوم هو مجرد تأمين احتياجات أسرتها الأساسية.

لقد عكس الفيديو رسالة مفادها أن النساء في ظروف النزوح يسعين إلى الحفاظ على كرامتهن حتى في أشد الأوقات. موقف ولاء الرفض للمساعدة من الآخرين عندما قالت "المهم ما نمد أيدينا لحدنا" عاكس ثقافة مجتمعية اعتادت البكائيات وسؤال الشفقة من النساء.

عندما تُعرض لقطات لولاء وهي تشارك خبزها مع جارتها النازحة، يُظهر الفيديو أن النساء النازحات يخلقن شبكة من الدعم المتبادل، رغم قلة الموارد. هذه الفكرة من التضامن النسوي تُعتبر عنصرًا أساسيًا في مقاومة واقع النزوح، حيث يتحول التعاون بين النساء إلى قوة حقيقية تواجه التحديات اليومية.



تحليل فيديو "روح الروح" واستشهاد خالد نبهان: كسر الصور النمطية وإبراز الإنسانية في قلب المأساة

يقدم الفيديو الوثائق لاستشهاد خالد نبهان (أبو ضياء) في مخيم النصيرات بقطاع غزة مشهدًا إنسانيًا عميقًا، يبدأ بلحظة وجعٍ شخصي تحولت إلى رمزٍ عالمي للمعاناة الفلسطينية. المشهد المؤثر لـ "روح الروح"، حيث يحمل أبو ضياء جثمان حفيده ريم فودعًا إياها بدموع تهز المشاعر، ليس مجرد تسجيل لخسارة فردية، بل نافذة تُطل على مأساة جماعية يعيشها شعب تحت الحصار. اللقطات التي تظهره يُلاعب الأطفال في جلسات ترفيهية، أو يوزع المساعدات بابتسامة رغم الألم تكشف تناقضًا صارخًا مع الصورة النمطية التي قد يخلقها مظهره الخارجي (لحية وزى تقليدي)؛ فبدلًا من "الإرهابي" الذي تتخيله بعض الخطابات الإعلامية المُتحيّزة، نرى جدًا حنونًا، وفصلًا اجتماعيًا، يُجسد القيم الإنسانية في أصعب الظروف.

الفيديو، من خلال توثيقه لحياة أبو ضياء اليومية، يُدين ليس فقط العنف الذي أنهى حياته، بل أيضًا الصور المُجتزأة التي تُقدّم الفلسطينيين كـ "ضحية" أو "مقاتل" فقط، متجاهلة قصص العطاء والتضامن. مشاهد توزيعه الطعام، أو جلوسه بين الأطفال لرسم البسمة على وجوههم، تُذكّر العالم بأن غزة ليست ساحة حرب فحسب، بل مجتمعًا مليئًا بالحياة والكرامة.



هذه التفاصيل الصغيرة تُعري فشل الإعلام العالمي في نقل التعقيد البشري للصراع، وتكشف كيف تُحوّل الروايات الشخصية البسيطة الأرقام إلى وجوه، والمعاناة إلى قضية إنسانية عالمية. لا يكتفي الفيديو بإثارة التعاطف، بل يطرح أسئلة قانونية وأخلاقية حول استهداف المدنيين في المخيمات، التي يفترض أن تكون محمية وفق القانون الدولي. استشهاد أبو ضياء، الذي نجا من فقدان حفيده ليموت بعدها بقصيف آخر، يُظهر الدورة المأساوية للعنف التي لا تُفرّق بين الأجيال. رغم ذلك، يبقى الأمل حاضرًا عبر الصور الأخيرة له وهو يُنظم فعاليات للأطفال، كأنه يزرع البهجة في وجه الموت.



التوصيات العامة:

1. تعزيز التغطية المتوازنة لقضايا النساء:
 - تجنب الصور النمطية التي تحصر النساء في أدوار الضحايا فقط، وإبراز أدوارهن كقائدات، ومقاومات، وعاملات في مختلف المجالات أثناء الحروب.
 - تخصيص مساحات أوسع في وسائل الإعلام لتغطية قصص نجا ونجاح النساء وتأثيرهن في السياقات الحربية وما بعدها.
2. تبني نهج أخلاقي ومسؤول في التغطية:
 - وضع مدونات سلوك وأخلاقيات صحفية تلزم الإعلاميين بتغطية قضايا النساء في الحروب بمهنية تحترم كرامتهن ولا تستغل معاناتهن لتحقيق الإثارة الإعلامية.
3. تمكين الصحفيات وتعزيز دورهن في الإعلام:
 - تشجيع مشاركة الصحفيات في تغطية النزاعات والحروب، وتوفير بيئة عمل آمنة لهن لضمان تقديم زوايا أعمق وأكثر حساسية لقضايا النساء.
 - تدريب الصحفيين والصحفيات على تقنيات التغطية العادلة لقضايا النساء في الحروب، بما يشمل تجنب التحيز اللغوي وإبراز التنوع في أدوار النساء.
 - المتابعة القضائية على المستوى الدولي لجرائم الاحتلال الاسرائيلي خاصة فيما يتعلق باستهداف الصحفيين والصحفيات.

4. تعزيز التعاون بين وسائل الإعلام والمنظمات النسوية والحقوقية:

- بناء شراكات بين وسائل الإعلام والمنظمات النسوية لضمان تغطية دقيقة وشاملة لقضايا النساء في الحروب.
- استخدام البيانات والإحصائيات من المنظمات المعنية لتعزيز مصداقية التغطية الإعلامية والابتعاد عن السرديات غير المبنية على حقائق.

5. تطوير محتوى إعلامي يعكس واقع النساء في الحروب:

- إنتاج تقارير وبرامج وثائقية تبرز تجارب النساء الحقيقية في النزاعات، وتعطينهن مساحة للتعبير عن وجهات نظرهن.
- استخدام المنصات الرقمية لتعزيز وصول أصوات النساء في الحروب إلى جمهور أوسع، وإشراكهن في صناعة المحتوى الإعلامي.

6. الضغط لتضمين قضايا النساء في السياسات الإعلامية:

- العمل على إدراج معايير ملزمة للمؤسسات الإعلامية لتغطية قضايا النساء في النزاعات ضمن سياساتها التحريرية.
- تعزيز السياسات الداعمة لوجود نساء في مواقع صنع القرار داخل المؤسسات الإعلامية لضمان تمثيل أوسع لقضاياهن.

التوصيات الخاصة بمنصات السوشال ميديا:

1. تعزيز المحتوى البصري التفاعلي:

- استخدام مقاطع الفيديو القصيرة (ريلز) والقصص المصورة (Stories) لتسليط الضوء على قصص النساء في الحروب، مع التركيز على الجوانب الإنسانية والصمود. في ذات الوقت أن يكون لمقدم وصانع القصة تعليقه بتقديم خلفية عن الواقع بحيث يكون هناك مزج بين الطابع الرسمي الذي عطي مصداقية للخبر وبين الطابع الانساني الذي يتعمق في التفاصيل ولا يقدم الاشخاص على انهم ضحايا او ادوات لكسب التفاعل. مثلا عند تغطية قصة لامرأة تتحدث عن ظروف ولادتها من الجيد ذكر ارقام عدد الولادات أو عدد النساء والاطفال الذين لاقوا حتفهم في هذه الحرب من مصادر حقوقية مثل المنظمات الدولية.
- إنشاء حملات تفاعلية تسمح للنساء بمشاركة تجاربهن الشخصية مباشرة على المنصات، مما يعطي صوتًا أكبر لهن.

2. زيادة تمثيل النساء في المحتوى:

- تشجيع المنصات على إبراز النساء كصانعات للخبر، وليس فقط كموضوعات خبرية، من خلال مقابلات مباشرة وتقارير ميدانية. مثل في حالة الحرب في غزة كان يمكن انشاء منصة تتيح للنساء نشر الاخبار على أن يتم التحقق منها.

3. تحسين جودة المحتوى العاطفي:

- تجنب التركيز المفرط على تصوير النساء كضحايا فقط، والتركيز أيضًا على قصص الصمود والمقاومة. مع العلم أن وضعها كضحية لا ينفي تصوير أوجه الصمود، فالنساء في غزة ضحايا حرب الإبادة لكنهن في ذات الوقت يقاومن ويخلقن طرق للنجاة والمقاومة.

- استخدام المحتوى العاطفي بشكل متوازن، بحيث يعكس المعاناة دون أن يعزز الصور النمطية السلبية.

4. تعزيز التعاون مع المؤثرات النسويات:

- التعاون مع المؤثرات النسويات على منصات السوشال ميديا لزيادة الوعي بقضايا النساء في الحروب.
- استخدام هذه المنصات لنشر تقارير مفصلة عن أدوار النساء في الصمود والمقاومة، مع إشراك المؤثرات في صناعة المحتوى.

5. تحسين التغطية السريعة والمباشرة:

- الاستفادة من سرعة انتشار المحتوى على السوشال ميديا لتغطية الأحداث بشكل فوري، مع الحرص على إبراز دور النساء في هذه الأحداث.
- استخدام البث المباشر (Live) لتقديم تقارير ميدانية مباشرة من النساء في مناطق النزاع.

التوصيات الخاصة بمواقع الويبسايت:

1. تحسين التغطية التفصيلية:
 - زيادة التركيز على القصص الشخصية للنساء، بدلاً من الاعتماد على الأرقام والإحصاءات فقط.
 - إنتاج تقارير طويلة ومفصلة تعكس تجارب النساء في الحروب، مع إعطاء مساحة أكبر لصوتهن.
2. زيادة تمثيل النساء في المصادر:
 - الاعتماد على مصادر نسائية في التقارير الإخبارية، مثل الأمهات، الناشطات، والقائدات المحليات.
 - إجراء مقابلات مع نساء من مختلف الفئات العمرية والخلفيات الاجتماعية لتقديم رؤية أكثر شمولية.
3. تحسين التغطية الإخبارية للقضايا النسائية:
 - تخصيص أقسام خاصة في المواقع الإلكترونية لتغطية قضايا النساء في الحروب، مثل الصحة الإنجابية، النزوح، والمشاركة السياسية.
 - إنتاج محتوى يعكس التحديات التي تواجهها النساء في ظل الاحتلال والحرب، مع تسليط الضوء على مبادراتهن المجتمعية.
4. تعزيز الشفافية في المصادر:
 - تقليل الاعتماد على المصادر الثانوية، والتركيز على التغطية المباشرة من الميدان.
 - توضيح دور النساء في القصص الإخبارية، مع ذكر أسمائهن وأدوارهن بشكل واضح.

5. تحسين التغطية الإعلامية للقضايا الإنسانية:

- التركيز على الجوانب الإنسانية للأزمات، مثل معاناة النساء في توفير الغذاء والرعاية للأطفالهن. إنتاج تقارير تعكس تأثير الأزمات الإنسانية على النساء بشكل خاص، مع إعطاء مساحة أكبر لصوتهن.

6. إنشاء أرشيف للقصص النسائية:

- تطوير أرشيف إلكتروني يجمع قصص النساء في الحروب، يمكن للصحفيين والقراء الرجوع إليه لتحسين التغطية الإعلامية.
- تشجيع الصحفيين على استخدام هذه القصص في تقاريرهم لتعزيز تمثيل النساء في الإعلام.

