

قائمة مرجعية لفريق التحرير لتطوير البرامج المراعية للتّوع الاجتماعيّ وبرامج التّوع الاجتماعيّ التّحويليّة

تعمل بي بي سي ميديا أكشن على إحداث الفرق بتحسين جودة الحياة في جميع أنحاء العالم من خلال وسائل الإعلام. ومع أنّ النّساء والفتيات يُشكّلن ما يقرب من نصف سكّان العالم، إلا أنّ وصولهنّ إلى جميع أشكال وسائل الإعلام (الهواتف المحمولة والتلفزيونات والرّاديو والإنترنت) أقلّ بكثير من الرّجال.

استخدم هذه القائمة المرجعية للتأكد من أنّ برامجك تُحدث فرقًا حقيقيًا في حياة النّساء والفتيات: وذلك من خلال الوصول إليهنّ بشكل أكثر فعالية والاستجابة لاحتياجاتهنّ واهتماماتهنّ. بحيث يجب أن تكون البرامج دائمًا مراعية للتّوع الاجتماعيّ، ممّا يساعد على تحسين الحياة اليومية للمرأة. والأمثل لذلك، أن تكون البرامج ذات صبغة تحويليّة فيما يخص شأن التّوع الاجتماعيّ، بهدف تحسين وضع الفئات الأكثر هشاشة في المجتمع. لذلك، إستخدم هذه القائمة المرجعية في المراحل المختلفة المدرجة أدناه عند تصميم برامجك.

1. البحث / التّحليل التّكوينيّ وفهم جمهورنا:

- هل تفهم العوائق والفرص المتاحة للنّساء والفتيات والرّجال والفتيان وأسبابها الكامنة؟
- هل تفهم كيف يمكن للنّساء والفتيات الوصول (والتحكّم) في وسائل الإعلام (التلفزيون والرّاديو والهواتف المحمولة والإنترنت) وما هي الأساليب التي يمكن أن تحسّن ذلك (سواء في عملك أو في عمل الآخرين)؟
- هل للمشروع أهداف واضحة تتعلّق بالمساواة بين الجنسين؟ - هل ترمي هذه الأهداف إلى أن تكون مراعية للتّوع الاجتماعيّ أو أن تكون ذات صبغة تغييرية على مستوى التّوع الاجتماعيّ؟ (استخدم دليل الموقع بي بي سي ميديا أكشن المتعلق بالتّوع الاجتماعيّ ووسائل الإعلام "معايير مراعاة التّوع الاجتماعيّ" [gender sensitivity criteria](#) للإرشاد).
- هل تمّ تحديد معايير التّوع الاجتماعيّ التّمييزيّة¹ التي يحاول المشروع معالجتها؟
- هل يخبرنا تحليل الجمهور / ملاحظتنا بآراء النّساء والفتيات والرّجال والفتيان؟ هل يخبرنا كيف نكسر الحواجز أمام النّساء والفتيات ومساعدتهنّ على الوصول إلى فرص جديدة.
- ما الذي يجده أعضاء الجمهور من الإناث والذكور مفيدًا وغير مفيد وملهمًا؟ ما الذي يعجبهم أقلّ ولماذا؟ ما الذي يروونه كفجوات في محتوى البرنامج، وما هي الموضوعات التي يرغبون في رؤيتها أكثر وأقلّ؟

¹ الأعراف الاجتماعيّة هي القوانين والمعتقدات والممارسات الرّسمية وغير الرّسمية التي تساعد على تحديد الفهم الجماعيّ للمواقف والسلوكيات المقبولة. وعلى هذا التّحو، يمكنها إمّا قيادة عمليّات التّغيير الاجتماعيّ أو العمل كمكابح وحواجز لمثل هذه العمليّات. (ماركوس، آر وبيج، إي (2014) تغيير المعايير التّمييزيّة التي تؤثر على الفتيات المراهقات من خلال أنشطة الاتّصالات: رؤى للسياسة والممارسة من مراجعة الأدلّة. لندن: معهد التنمية الخارجيّة ODI). معايير التّوع الاجتماعيّ: لدى جميع المجتمعات معايير جنسانية قويّة تصف كيف يتوقع أن يتصرّف الرّجال والنّساء وما يعنيه أن تكون امرأة أو رجلًا. (ماركوس، آر وبيج، إي (2014) تغيير المعايير التّمييزيّة التي تؤثر على الفتيات المراهقات من خلال أنشطة الاتّصالات: رؤى للسياسة والممارسة من مراجعة الأدلّة. لندن: معهد التنمية الخارجيّة ODI).

2. تصميم المحتوى:

استخدم إرشادات دليل موقع بي بي سي ميديا أكشن المتعلق بالتّوع الاجتماعيّ ووسائل الإعلام حول إعداد برنامج [making a programme](#) وراجع مورد التّوع الاجتماعيّ ووسائل الإعلام هذا

[gender and media resource](#)

- كيف يعالج المحتوى الخاصّ بك الاحتياجات والاهتمامات والأولويات المختلفة للنساء والفتيات والرّجال والفتيان؟
- كيف يتمّ تصوير النساء والرّجال في المحتوى؟ هل يتحدّون التّمييز ضدّ النساء والفتيات والصّور التّمطيّة السّلبية عن التّوع الاجتماعيّ؟ (تذكّر أنّه يمكن إظهار الرّجال والنساء على حدّ سواء بطرق تعزّز الصّور التّمطيّة الموجودة). هل تحتاج إلى تقديم المساعدة للجمهور من خلال برنامجك لتحديّ المواقف السّلبية؟ هل يحاول المحتوى تغيير السلوكيّات المتعلّقة بمعايير جنديّة تمييزيّة محدّدة؟
- من يشارك في إنشاء المحتوى، وهل تشارك النساء وهل هنّ قادرات على المشاركة في قرارات المحتوى لبرنامجك؟ هل يمكنك إشراك أشخاص محلّيّين من ذوي الخبرة في التّوع الاجتماعيّ/منظّمات حقوق المرأة الذين يمكنهم تقديم المشورة بشأن المحتوى - وهل تقوم بتخصيص وقتٍ كافٍ لهذا في الجداول الرّمنيّة لإنتاجك؟ كيف يمكنك دعم النساء والفتيات من جمهورك للمشاركة في إنشاء المحتوى؟
- إذا كان البرنامج يعالج قضايا حساسة للغاية (مثل العنف القائم على التّوع الاجتماعيّ)، فهل (1) تسعى للحصول على المشورة من الخبراء للتأكد من أنّ المحتوى لا يتسبّب في إحداث صدمات؟ وهل (2) توفّر معلومات حول وسائل اتصال المساعدة والدّعم ذات الصّلة؟ وهل (3) تقوم بحماية سلامة ورفاهيّة المساهمين في برنامجك؟
- هل تحتاج إلى دعم شركائك للتّفكير في قضايا المساواة بين الجنسين وفهم أهميّة المحتوى الإعلامي الذي يراعي الفوارق بين الجنسين والتّغيير الجنديّ في التّأثير على المعرفة والمواقف والسلوكيّات؟ هل تحتاج إلى العمل معهم للتأكد من أنّ مكاتبتهم تدعم الموظفين والموظّفات على حدّ السّواء (من قبيل دعم النساء في القيادة، ودعم الأشخاص مع العائلات، والسياسات المتعلّقة بالتّحرّش الجنسيّ، إلخ)؟

3. البثّ ومشاركة الجمهور:

- هل برامجنّا متاحة للنساء والفتيات والرّجال والفتيان (مثلاً أوقات البثّ ذات الصّلة بالنساء والفتيات والرّجال والفتيان ومن يقرّر الوصول إلى التّلفزيون / الرّاديو / الهاتف؟) وهل نستخدم المنصّات والصّيغ الصّحيحة للوصول إليهم؟ وما هي أفضل الطّرق للوصول إلى النساء؟ فكّر في كيفيّة وصول الأشخاص وتحكّمهم في التّلفزيون والرّاديو والمحتوى عبر الإنترنت والمحمول بشكل مختلف. ووضّع في اعتبارك مقدار وقت الفراغ المتاح للنساء والرّجال والمستويات المختلفة للوصول والتّحكّم في وسائل الإعلام المعنيّة.
- هل ندعم النساء والفتيات للمشاركة في برامج المناقشة/ البرامج الجماهيريّة الحيّة/ برامج مجموعات الاستماع، وهل نتصدّى للتّحدّيات المحدّدة التي تواجههنّ للمشاركة والتّفكير الجادّ في كيفيّة تجنّب أيّ مخاطر قد يواجهنها من خلال المشاركة في البرنامج؟

- هل نشرك الرجال والفتيان ونشجعهم على تعزيز المساواة بين الجنسين وحقوق المرأة؟

4. المراجعة التحريرية:

- من يشارك في المراجعات التحريرية، ومن الذين يتمّ سماع أصواتهم؟ هل يمكن للأشخاص المحليين ذوي الخبرة في قضايا النوع الاجتماعي مراجعة المحتوى بانتظام لاقتراح الأفكار والتحسينات؟
- من الذي يظهر في الأحداث الرئيسية للوقائع / الدراما؟ هل نوازن بين المساهمين الذكور والإناث (الخبراء، آراء المواطنين، المستجوبين، القادة)؟ هل نسمع تنوعًا في أصوات الذكور والإناث؟
- هل نسمع أصوات أثنوية حول مجموعة متنوعة من القضايا (أي ليس فقط "قضايا المرأة")؟
- هل يتحدّى المحتوى بشكل فعّال التمييز بين الجنسين والقوالب النمطية التي تفرق بطريقة سلبية بين الجنسين؟ هل يتمّ إظهار النساء كصانعات قرار ونماذج يحتذى بها وقائدات مجتمعيّات، وهل يتمّ إظهارهنّ على أنّهنّ قادرات على تجاوز التحدّيات؟ هل يتمّ إظهار الرجال على أنّهم مهتمّون بصحة المرأة والطفل ومشاركة المهام المنزليّة؟
- هل يشجّع المحتوى السلوكيات التي يمكن أن تكون ذات صبغة تغييرية على مستوى النوع الاجتماعي؟
- هل تغيّر محتوى البرنامج بمرور الوقت من مُراع للنوع الاجتماعيّ محتوى ذي صبغة تغييرية على مستوى النوع الاجتماعيّ؟
- هل يقوم شركاء الإعلام بإشراك الجماهير النسائية وهل يتحدّون الصور النمطية السلبية عن النساء والرجال؟
- هل يتمّ تصنيف تحليل جمهورنا وتعليقاته حسب النوع الاجتماعيّ (فصل نتائج الاستطلاع / التعليقات للنساء والرجال) وتقسيم البيانات حسب عوامل أخرى على سبيل المثال العمر، والهويّة، والإعاقة، والوضع الاجتماعيّ والاقتصاديّ (غنيّ وفقير)، والموقع الجغرافيّ حسب ما يقتضيه السياق)؟
- هل تخبرنا البيانات بمدى فعالية وصولنا إلى النساء والفتيات والرجال والفتيان ومساعدتهم على إبداء الملاحظات والمشاركة بنشاط في مشاريعنا ومحتوى برامجنا المحدد؟ وهل تخبرنا بآراء النساء والفتيات والرجال والفتيان حول التغيّرات في المواقف والسلوكيات والأعراف الاجتماعية؟

5. معتقدات الموظّفين ومواقفهم:

- هل هناك وعي كاف بالقضايا التي تؤثر على النساء والفتيات فيما يتعلّق بالإعلام بين أعضاء فريقك؟ إذا كان الأمر كذلك، شاهد هذا الفيديو القصير [video](#) للوكالة الأمريكية للتنمية الدوليّة للمساعدة في مناقشة العوائق التي تواجهها النساء وأسباب ذلك؟