

دليل التحليل الجندي لوسائل الإعلام من أجل مشاريع التنمية

هذه بعض الأسئلة التي يستحق طرحها كجزء من تحليلك الجندي لمشروع إعلامي للتنمية. قد تتمكن من الحصول على المعلومات التي تحتاجها للإجابة على هذه الأسئلة من خلال المؤلفات والكتابات السابقة أو الاستطلاعات الموجودة. أو قد تحتاج إلى إجراء بعض الأبحاث الإضافية.

ما هي القضايا الرئيسية لحقوق المرأة في المجالات التي يركز عليها مشروع على سبيل المثال، في الصحة أو المسائلة السياسية؟

ما هو السياق

كيف تؤثر القوانين المتواجدة في المكان الذي تعمل فيه على النساء والرجال بطرق مختلفة؟

ما أنواع وسائل قنوات الاتصال التي يفضلونها ويمكّنهم الوصول إليها؟ تأكّد من التفكير في القنوات الرسمية (مثل التلفزيون) وغير الرسمية (مثل الأخبار المتداولة) والأشخاص الذين بالإمكان الوصول إليهم والتواصل معهم.

كيف يمكن لكل من الرجال والنساء التوصّل إلى المعلومات؟

ما هي العوامل الرئيسية التي تؤثر على توصّل النساء والرجال إلى المعلومات والمحتوى الإعلامي (مثل علاقات القوة، العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والجغرافية إضافة إلى الأعراف الاجتماعية)؟

ما هي التحديات التي تواجهها النساء في التوصّل والتعامل مع المعلومات وكيف يمكنهن التغلب على هذه التحديات (مثلاً أصول الملكية لأجهزة التلفزيون أو الهواتف المحمولة، القدرة على التنقل، الاستقلالية الذاتية والمعايير الجندرية، التي من شأنها أن تحدّد ما يمكن وما لا يمكن التوصّل إليه)؟

كيف تؤثر العوامل الخارجية مثل الاضطرابات السياسية، والنزاعات، والكوارث الطبيعية، والصعوبات الاقتصادية، وانقطاع التيار الكهربائي، وحرارة وسائل الإعلام الضعيفة، وما إلى ذلك، على احتياجات ومخاوف الرجال والنساء فيما يتعلق بالمعلومات وكذلك على قدرتهم في التوصّل إلى هذه الأخيرة ومشاركتها؟

ما هو الغرض من المحتوى والمعلومات المتوفرة حول الموضوع الذي تتناوله في ملك وما هي جودتها؟

تقييم المحتوى
الحالي

إلى أي مدى يتم دمج الاحتياجات والاهتمامات المختلفة للمرأة في هذه البرامج الإعلامية؟

إلى أي مدى تقوم وسائل الإعلام بالفعل بتصوير المرأة في أدوار إيجابية وغير تقليدية وتصويرها على أنها تتحدى الصور النمطية المتعلقة بالجنس البشري؟

ما هي العوامل التي تؤثر على طريقة "استخدام" النساء والرجال للمحتوى الإعلامي ومصادر المعلومات الأخرى، على سبيل المثال الدقة، التوقيت، الملاءمة، الجدارة بالثقة، الشكل؟ تذكر أن الأعراف الاجتماعية ستؤثر على كيفية تفاعل النساء والرجال مع المعلومات والمحتوى الإعلامي واستخدامهم له، بما في ذلك واجبات المرأة غير مدفوعة الأجر لرعاية أسرتها.

كيف يتعامل كل من النساء والرجال مع المحتوى الإعلامي؟

ماذا يفعل الرجال والنساء بالمعلومات التي يتلقونها؟ كيف تم معالجتها ومشاركتها وتطبيقها؟

ما هي التحديات المختلفة التي يواجهها كل من الرجال والنساء في القدرة على التصرف بناءً على المعلومات التي يتلقونها؟

الرجال والنساء معنيون على حد سواء بعملية جمع وإنشاء محتوى إعلامي كصحفيين وصانعي برامج ومحاورين ومتحدثين رسميين؟ كيف ذلك؟ وما الذي يعمل بشكل جيد وما الذي لا يعمل؟

إلى أي مدى يشارك كل من النساء والرجال في عملية انتاج المحتوى؟

ما هي المخاطر التي تواجه المرأة التي تشارك في الإنتاج الإعلامي (مثلاً مخاطر، حول السفر أو سمعتها) وكيف يتم تخفيف هذه المخاطر؟

ما مدى فهم المؤسسات الإعلامية لاحتياجات النساء والرجال وما مدى انتاجها لمحتوى يلبي هذه الاحتياجات؟

تحليل القطاع الإعلامي
الأوسع

ما هي المنصات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية للوصول إلى جماهير مختلفة؟

هل تقوم المؤسسات الإعلامية بإنتاج محتوى يراعي الفوارق بين الجنسين ويتحدى القوالب النمطية والتمييز بين الجنسين؟ ما هي العوائق التي تحول دون قيامهم بذلك (داخلياً وخارجياً)؟

شركاء آخرون ما هي المنظمات غير الإعلامية الأخرى، بما في ذلك منظمات حقوق المرأة، التي تعمل على قضايا تتناول مواضيع مماثلة أو تعالج عدم المساواة بين الجنسين؟

هل هناك فرص للتواصل معهم لتقوية عملك؟

كيف تقوم المؤسسات الإعلامية بدعم وترقية الموظفات التي تعمل داخلها، وكيف يتم إسناد الأدوار القيادية؟
