



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

معالجة العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري على صفحتها على الفيسبوك

إعداد

ليانا ماجد جمال عزامطة

إشراف

د. معين الكوع

د. سماح صالح

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

2024

معالجة العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا
العنف الأسري على صفحتها على الفيسبوك

إعداد

ليانا ماجد جمال عزامطة

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/09/24 م، وأجيزت:


التوقيع
samah
التوقيع

التوقيع

التوقيع

د. معين الكوع
المشرف الرئيسي
د. سماح صالح
المشرف الثاني
د. ليث الأسدي
الممتحن الخارجي
د. فريد ابو ضهير
الممتحن الداخلي

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَلَا تَنْسُوا الْفَضْلَ بَيْنَكُمْ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾ [البقرة 237]

أهدي مجهودي في هذا البحث الى وأبي وأمي أدامهم الله لدعمهم اللامتناهي لي في مسيرتي العلمية والعملية وفي حياتي عامة ، والى أختي وأخي سندي الدائم والصف الأول الداعم والمحفز لي دائما على أمل أن أكون لهم خير قدوة.

الشكر

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (من صنع معروفًا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه، فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه).

أتوجه بالشكر الجزيل ل د. معين الكوع على ما بذله من مجهود وفير في الاشراف على هذه الرسالة وعلى مجهوده في جميع المسافات خلال فترة دراستي لمرحلة الماجستير فكان خير مرشد وخير معلم اذ لم يبخل علينا بالعلم والمعرفة.

كما أشكر د. سماح صالح المشرفة الثانية على رسالتي لما ساهمت به من ملاحظات دقيقة من أجل الارتقاء بهذه الرسالة الى المستوى المطلوب.

أوجه شكري الى جميع الكادر التعليمي من الدكاترة الأفاضل في قسم العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح على مجهودهم والى الجنود المجهولين الكادر الاداري في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح على جميع جهودهم.

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

معالجة العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري على صفحتها على الفيسبوك

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: ليانا ماجد جمال عزامطة



التوقيع:

2024/09/24

التاريخ:

فهرس المحتويات

ج.....	الإهداء
د.....	الشكر
ه.....	الإقرار
و.....	فهرس المحتويات
ي.....	فهرس الجداول
ي.....	فهرس الأشكال
م.....	فهرس الملاحق
ن.....	الملخص
1.....	الفصل الأول
1.....	الإطار النظري
1.....	المقدمة
2.....	أولاً: العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية
3.....	وظائف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية
4.....	الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة في عصرنا الرقمي
5.....	أنواع الجماهير في الأجهزة الحكومية
6.....	العلاقات العامة الرقمية والحد من العنف
8.....	ثانياً: العنف ضد المرأة
9.....	مبررات جرائم العنف ضد المرأة
10.....	أشكال جرائم العنف ضد المرأة
11.....	سبل مواجهة العنف ضد المرأة

11	ثالثاً: وزارة شؤون المرأة
11	أهداف ومهام وزارة شؤون المرأة
12	الإستراتيجيات التي وضعتها وزارة شؤون المرأة للنهوض بمطالب وحقوق المرأة
13	التحديات التي تواجه وزارة شؤون المرأة
13	صفحة وزارة شؤون المرأة على الفيسبوك
13	حدود الدراسة
15	الدراسات السابقة
15	الدراسات العربية:
21	الدراسات الأجنبية:
24	التعقيب على الدراسات السابقة
24	من حيث الهدف
25	من حيث المنهج
26	من حيث الأدوات والعينة
27	امتازت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
28	نظريات الدراسة
28	أولاً: النماذج الاتصالية للعلاقات العامة
28	النماذج الاتصالية الأربعة للعلاقات العامة
29	أولاً: نموذج الوكالة الصحافة أو نموذج الدعاية: (The Press Agency)
29	ثانياً: نموذج الإعلام العام: (The Public Information Model)
30	ثالثاً: نموذج الاتجاهين غير المتوازن: (The Two-Way Asymmetrical Model)
31	رابعاً: النموذج المتماثل ذو اتجاهين: (The Two-way Model)

32	علاقة النماذج بالدراسة
33	ثانياً: نظرية التأطير
33	مفهوم التأطير
33	التعريف بنظرية التأطير ونشأتها
34	الأساسيات النظرية
35	فرضيات النظرية
35	الأطر الإعلامية
36	عناصر الإطار الإعلامي وأنواعه
36	أنواع الأطر الإعلامية وتصنيفاتها
38	ثالثاً: نظرية ترتيب الأولويات
38	مفهوم ترتيب الأولويات
39	مفهوم نظرية ترتيب الأولويات
40	نشأة النظرية وتطورها
41	الأساسيات النظرية
43	مصطلحات الدراسة
44	مشكلة الدراسة
45	سؤال الدراسة المركزي والأسئلة الفرعية
45	السؤال الرئيس
45	الأسئلة الفرعية
46	أهداف الدراسة
46	أهمية الدراسة

46 الأهمية العلمية
48 الفصل الثاني
48 منهجية الدراسة
48 منهج الدراسة
49 مجتمع الدراسة
49 عينة الدراسة
49 أداة الدراسة
51 صدق الأداة وثباتها
51 إجراءات الدراسة
52 الفصل الثالث
52 عرض النتائج
70 الفصل الرابع
70 مناقشة النتائج
81 التوصيات
83 المراجع العلمية
91 الملاحق
B Abstract

فهرس الجداول

- جدول 1: اهتمام العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في قضايا العنف الأسري من خلال صفحتها الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك.....53
- جدول 2: الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في معالجة قضايا العنف الأسري.....58
- جدول 3: الأشكال الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري.....63
- جدول 4: المضامين الإعلامية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري.....66
- جدول 5: النماذج الاتصالية الأكثر استخدامًا في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في منشورات التوعية حول قضايا العنف الأسري.....68
- جدول 6: الأشكال الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري.....93

فهرس الأشكال

- شكل 1: لقطة شاشة لمنشور على صفحة الوزارة بتاريخ 2022/12/1 يبين اهتمام الوزارة بقضايا العنف ضد المرأة.....54
- شكل 2: لقطة شاشة لمنشور بتاريخ 2022/11/29 كمثل على موضوع تهميش المرأة في الوزارة 55
- شكل 3: لقطة شاشة لمنشور على صفحة الوزارة بتاريخ 2022 / 12 / 6 يوضح موضوع تمكين المرأة في المجتمع 56
- شكل 4: لقطة شاشة لخبرين منفصلين كمثل على أخبار الوزيرة والوزارة بتاريخ 2022/12/12 وموضوع الأخبار المتنوعة بتاريخ 2022/12 / 5 57
- شكل 5: لقطة شاشة منشور بتاريخ 2022/11/28 توضح إطار وضع حد للعنف ومسبباته..... 59
- شكل 6: لقطة شاشة بتاريخ 2022/11/28 تبين إطار انتهاك حقوق أساسية لدى المرأة..... 60
- شكل 7: لقطة شاشة بتاريخ 2022/11 / 27 تبين إطار وضع حد للتمييز والاقصاء..... 61
- شكل 8: لقطة شاشة لخبرين منفصلين يوضح الإطار العام التي قامت الوزارة بتأطير منشوراتها عبرها كإطار المسؤولية المجتمعية بنسبة 18.6% وإطار التركيز على الشخصيات النسائية بنسبة 1.3% 62
- شكل 9: لقطة شاشة بتاريخ 2022/11/29 يوضح مثال على التقرير الصحفي كأحد أنواع الصحفية التي استخدمتها الوزارة..... 64
- شكل 10: لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/8 يوضح مثال على الافتتاحية كأحد أنواع الصحفية التي استخدمتها الوزارة..... 65
- شكل 11: لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/11 يوضح مثال على المؤتمر الصحفي كأحد أنواع الصحفية التي استخدمتها الوزارة..... 95
- شكل 12: لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/8 يوضح مثال على المنشورات التوعوية..... 96

شكل 13: لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/10 يبين المنشورات الإرشادية التي تقوم الوزارة بنشرها على

الصفحة96

شكل 14: لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/18 تبين المنشورات الإخبارية التي تقوم الوزارة بنشرها عبر

صفحتها97

شكل 15: لقطة شاشة بتاريخ 2022/11 /25 تبين نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه.....97

شكل 16: لقطة شاشة بتاريخ 2022/12 /11 تبين نموذج المتماثل ثنائي الاتجاه98

شكل 17: لقطة شاشة بتاريخ 2022/1/21 يبين نموذج المعلومات العامة التي استخدمته الوزارة من خلال

منشوراتها عبر صفحتها99

فهرس الملاحق

91 ملحق أ: استبانة الدراسة

95 ملحق ب: الأشكال

معالجة العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري على صفحتها على الفيسبوك

إعداد

ليانا ماجد جمال عزامطة

إشراف

د. معين الكوع

د. سماح صالح

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذو أهمية، كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني. وبناءً على ذلك، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي قامت الباحثة بعمل مسح شامل لتحليل منشورات صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على الفيسبوك من تاريخ 1 يناير/ كانون الثاني 2022 حتى 31 ديسمبر/ كانون الأول 2023. حيث بلغت العينة (226) منشوراً نشرت على الصفحة.

وأوضحت النتائج أنَّ قضايا العنف ضد المرأة جاءت بأعلى نسبة بلغت 38%، بين باقي موضوعات التي تهتم لها العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية عبر صفحتها الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك. وأما الأطر فجاءت الأطر الخاصة (المحددة بقضية) بالمرتبة الأولى بين الأطر الإعلامية بنسبة بلغت 78%. وبالاعتماد على الأشكال الصحفية جاءت نسبة التقرير الإخباري هي أكبر نسبة بين الأنواع الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة والتي بلغت 44.8% بينما المضامين الإعلامية جاءت نسبة المنشورات التوعوية أكبر نسبة من المضامين الإعلامية في صفحة وزارة شؤون المرأة والتي بلغت 44% بينما جاء نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه أعلى نسبة من النماذج الاتصالية للعلاقات العامة في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية والتي بلغت نسبته 46.5%.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، العنف الأسري، العنف ضد المرأة، وزارة شؤون المرأة الفلسطينية.

الفصل الأول

الإطار النظري

المقدمة

نتيجة للتطور التكنولوجي والثورة الرقمية وظهور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح من الضروري مُجّارة هذه الحداثّة واستخدامها على نحوٍ يخدم المجتمع، إذ باتت مواقع التّواصل الاجتماعي أداة وصل رئيسة بين أيّ مؤسسة وجمهورها لما تتمتع به من سهولة التّواصل وسرعة انتشار الأخبار والمعلومات.

وقد شهدت العلاقات العامة في السنوات القليلة الماضية تحوُّلاً على المداخل التي تركز على إدارة الاتّصال، فتأثرت بمواقع التّواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطتها وتأييدها، فاستفادت منها المنظمات في التّواصل بما يُعزّزُ بناءَ العلاقات التي تمثل جوهر العلاقات العامة المعاصرة (زين الدين، 2017، ص 290). ونتيجة لذلك انتقلت المؤسسات إلى العلاقات العامة الرقمية والتي تعني ممارسة العلاقات العامة من خلال أدوات وأنظمة رقمية حديثة وُفقاً لجهود وأنشطة مخططة ومُعَدَّة، تساعد على خلق اتّصال تفاعلي حوارِي بدلاً من الاتّصال أحاديّ الاتّجاه، بما يضمن مشاركة الجمهور، وتحقيق قدرة مسؤولي العلاقات العامة على التّحكم بالمحتوى المنشور، والسرعة في قياس تأثير الرسائل الاتّصالية (الصالح، 2021).

وقد برز دور العلاقات العامة في المؤسسات المجتمعية والحكومية التي تخدم المجتمع المحلي وتقدم الخدمات المادية والمعنوية وخصوصاً في مجال الدعم النسوي، وحماية المرأة من العنف بأشكاله المختلفة، حيث تعمل على توظيف وسائل التّواصل الاجتماعي لإيصال رسائلها وخدماتها الهادفة إلى حفظ حقوق المرأة وحمايتها من العنف (الأمير، 2019).

كما تمثلت الخطة العالمية للتنمية المستدامة لعام 2030 نقطة تحول في التفكير الإنمائي، حيث أعادت الخطة التأكيد على أنّ المساواة بين الجنسين شرط إلزامي لتحقيق التنمية المستدامة ونتيجة من نتائجها. ومع

ذلك لا يزال التمييز القائم على نوع الجنس من أوسع أشكال التمييز انتشارًا يضع حواجز أمام أكثر من نصف سكان العالم، فالأعراف التمييزية الراسخة، والقوالب النمطية والتحيزات والممارسات الضارة بالمرأة تمنعها من الاستفادة من جميع حقوقها، ومن تحقيق كامل طاقاتها (الأمم المتحدة، 2023). وتحقيقاً لأهداف خُطّة التنمية المستدامة سَعَتِ المؤسساتُ في كل الدول إلى معالجة القضايا الخاصة بهذه الأهداف كلَّ حَسَبِ اختصاصه، ومنها المؤسسات المعنية بالمرأة والأسرة، ومنها وزارة شؤون المرأة الفلسطينية التي تسعى للحد من الممارسات التي تُعيق تقدّم المرأة وتطوُّرها ومساهماتها في خدمة المجتمع وضمان نُموّه وتطوُّره.

حيث تقوم رؤية وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على تمكين المرأة وتعزيز قدراتها لتكون شريكًا في بناء وتنمية الوطن، وترسيخ مجتمع تحكمه القيم الإنسانية والحضارية والوطنية والمساواة، من خلال تعزيز مُقوّماتِ صُمودِها، ودعم مشاركتها في مواقع صُنْعِ القرار والحد من العنف ضدها، حيث تعبر عن الالتزام الحكومي بقضايا المرأة ورغبتها بالنهوض بواقع المرأة الفلسطينية، حيث تُعدُّ المهمة الأولى لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية هي الدفاع عن حقوق المرأة (صفحة وزارة شؤون المرأة فلسطين، 2024).

وتأتي هذه الدراسة لمعرفة كيفية معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري على صفحتها الرسمية على موقع الفيسبوك، ومعرفة مدى التزامها برؤيتها التي ألزمت نفسها بها في خطتها الإستراتيجية ونصّها السابق.

أولاً: العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية

يجب أن يكون ممارسو العلاقات العامة على دراية بالعالم الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التدريب والممارسة. وإنّ التطوُّر الرقميّ السريع يتطلب من العلاقات العامة إعادة ترتيب صفوفها في طريقة تعاملها مع كل الأحداث المحيطة بالمنظمة، وتطوير آليات عملها بما يتناسب مع كافة الظروف. ويمكننا أن نُعرِّف العلاقات العامة المؤسسية بأنّها الخلية التي تعمل داخل المنظمة وتكون مسؤولة عن عملية الاتصال المؤسسي (الزغبى، سليمان، و عبد الشافي، 2022).

وظائف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية

توسّعت الوظائف التي تُقدّمها العلاقات العامة الحكومية حدود تقديم الاستشارات والمعلومات للإدارة العليا في الحكومات كما كانت قديماً -حيث يمكن أن نشير إلى هذه الوظائف على الشكل التالي (خميس ، 2016):

1. الوظائف الإعلامية المعلوماتية: تعمل هذه الوظيفة على إعلام الجمهور والمجتمع بالأعمال والقوانين والأنظمة الجديدة التي تنوي الحكومة إطلاقها، أو تسعى إلى إنشائها، والتي يقوم بها المسؤول في الحكومة بالإضافة إلى القرارات التي تُصدرها الحكومة في كافة المجالات المختلفة، ومن ناحية أخرى فإن القيام في صناعة الإعلام السياسي هو ردّ فعلٍ سريع للرأي العام حول أمر طارئ جديد يتطلب استجابة سريعة لاحتواء المشهد قبل أن تتفاقم الأمور، وهذا يتطلب خبرة في البحث والرصد والتدقيق والتحليل، وكذلك تقديم الاستنتاج للمسؤولين في مختلف المؤسسات الحكومية ومتابعة الأخبار اليومية أمر في غاية الأهمية للوصول إلى الأحداث.

2. الوظيفة التفسيرية: على جهاز العلاقات العامة تقديم المبررات التفسيرية لقرارات الحكومة وسياساتها المختلفة لتوضيح رؤية الحكومة الجديدة وأسباب اختيارها ودعم كلامهم بالأدلة التي تحتوي على الأسباب والنتائج التي تسعى إلى تحقيقها، ويشمل ذلك كافة القرارات والسياسات الحكومية سواء على المستوى العالمي أو الوطني.

3. الوظيفة الإقناعية: تُركّز هذه الوظيفة على إقناع الجمهور والمجتمع باختيار خيارٍ ما، أو الاقتناع بسياسةٍ ما، أو اتخاذ قرارات تُصَبُّ في مصلحتهم، ثمّ توافق الحكومة على هذه القرارات والسياسات، وتتبنّاها وتدعم رأيها بالأدلة والبراهين التي تجعلها تتبنى هذه القرارات وتتصرف بموجبها.

4. الوظيفة التقييمية: تجمّع هذه الوظيفة كافة الأعمال والأنشطة المتعلقة بتقديم التقارير المرجعية، وإعداد البحوث والدراسات التي تستكشف وتفحص بشكل متعمق نتائج خطط وقرارات الحكومة الحالية وخططها،

والظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية داخل المجتمع، وقياس اتجاهات الجمهور نحوها. وتعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي يقوم بها فريق العلاقات العامة حيث تسعى العلاقات العامة إلى تقديم معلومات مفيدة عن اتجاهات الرأي العام، كما تعمل على تقديم دراسات بحثية مدققة لهذه الاتجاهات التي أثرت في الرأي العام، ومعرفة أصلها وفصلها، وكيف تشكلت، وما المراحل التي مرّوا بها حتى ظهورهم.

5. الوظيفة التثقيفية: تركز هذه الوظيفة على جمع القوانين والقرارات والوثائق الحكومية الرسمية والبيانات والخطابات الرسمية التي جاءت استجابةً لموقف الحكومة من موضوع أو قضية معينة، سواء محلياً أو دولياً، وتصنيفها وحفظها في الأرشيف، وأيضاً حفظ الأرشيف أسماء المؤسسات الصحفية والإعلامية بأشكالها المختلفة وأسماء العاملين بها حيث إنّ الأجهزة الوطنية تم إنشاؤها لتقديم كافة أشكال الدعم والتعاون لكافة المؤسسات الحكومية، وأمّا هيئة العلاقات العامة فهي تخدم المؤسسة التي تعمل بها فقط.
6. الوظائف التسهيلية: وتشمل هذه الوظائف جميع الخدمات والمنظمات المقدمة للوفود، كاستقبال الملوك والرؤساء وممثلي الدول ومرافقتهم، وتقديم كافة التسهيلات لإقامتهم في البلد المضيف لهم ومرافقيهم، فضلاً عن تسهيل العمل، ومشاركة الصحفيين في الاجتماعات واللقاءات والندوات والمؤتمرات، وتهيئة المناخ المناسب لنجاحهم، والعمل على تنظيم لقاءات صحفية مع القادة أو ممثليهم، وتسهيل عملهم والمؤسسة التي ينتمون إليها.

الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة في عصرنا الرقمي

أصبح من الواجب على المؤسسة -أيّاً كان مجال عملها؛ لتحقيق النجاح- الالتزام بجميع مبادئ العلاقات العامة الرقمية دون زيادة أو نقصان، ومن النشاطات التي يؤديها (الزغبى، سليمان، و عبد الشافي ، 2022): إدارة السمعة عبر الإنترنت: شجعت وسائل التواصل الحديثة من مواقع إلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي الجمهور على التواصل الدائم بالمؤسسة، وهذا يساعد على استمرار علاقة الأفراد بالمنظمة وتنمية هذه

العلاقة والمحافظة على استمرارها، فهي تمثل مركز الصورة الإلكترونية، ومصدر النشاط الإلكتروني للعلاقات العامة للمؤسسات الحكومية أو الخاصة، الربحية أو غير الربحية، الخدمية أو الإنتاج أو الصناعية.

وترى الباحثة أنّ كلّ ما أورده الباحثون حول أهداف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية ووظائفها صحيح ولا شك فيه، ومن وجهة نظري، فإنني أعتقد أن الغرض من العلاقات العامة يقتصر على إقامة علاقة جيدة من الثقة المتبادلة بين المؤسسة وموظفيها ومع الجمهور الذي يتعامل معهم، والحفاظ على تلك العلاقات بشكل مستمر ودائم.

أنواع الجماهير في الأجهزة الحكومية

يمكن تصنيف جماهير العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية إلى نوعين رئيسيين هما (خميس ، 2016):

1. الجمهور الداخلي: ويقصد به العاملون في مؤسسات الدولة؛ فتتقن الموظفين بالمؤسسة أو الهيئة أو الدائرة وسياساتها وعدالتها تساعدهم على عكس صورة حقيقية للمؤسسة أمام الآخرين، ولذا وجب الاهتمام بالجمهور الداخلي وتكثيف البرامج التدريبية والإرشادية له، ومن أهداف إقامة علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي ما يأتي:

- الحصول على ثقة الموظفين وضمان تأييدهم لسياسة المؤسسة.
- الاهتمام بالروح المعنوية للموظفين.
- اجتذاب الأكفاء من الموظفين للعمل في الإدارة.
- توعية الموظفين وإفهامهم بدورهم في المؤسسة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة.

2. الجمهور الخارجي: ويتمثل بالمستفيدين من خدمات المؤسسة سواء من الأجهزة الحكومية الأخرى أو الإدارات الخاصة أو وسائل الإعلام أو الأفراد، ويركز هنا على أهمية التعامل مع هذه الجماهير بصدق، والعمل على إبراز الحقائق؛ ليكوّن ذلك هو الوسيلة الوحيدة لكسب ثقتهم وبناء علاقة جيدة معهم، حيث

وجب على المنظمة قياس الرأي العام، وإعلام المسؤولين والجمهور، ومقاومة الدعاية، وخلق فهمٍ إيجابي وصحيح. كما يجب أن توفر معلومات دقيقة، وتصحح المعلومات الخاطئة، وتتواصل مع قادة الرأي العام. ويجب على الإدارة أن تستجيب لآراء الجمهور واتجاهاته، وأن تكون على استعداد لتغيير سياستها إذا لزم الأمر، مع إعطاء الأولوية لما هو صحيح وجيد.

وترى الباحثة أن التدريب المتخصص للموظفين في أقسام العلاقات العامة أمرٌ بالغ الأهمية للأداء الفعال، وأن تعيين الأفراد المناسبين في هذه الأدوار يؤثر بشكل كبير في نجاح القسم والمؤسسة حيث يُعدُّ التدريبُ ضروريًا ليس فقط لغير المتخصصين، ولكن أيضًا لجميع موظفي الإدارة؛ لمواكبة مشهد المعلومات المتطور ومنع الركود التنظيمي.

العلاقات العامة الرقمية والحد من العنف

تأخذ وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً كبيراً من حياة المرأة؛ فهي العالمُ الجديد الذي تبحث فيه عن مكان آمنٍ للخروج من صممتها عن الانتهاكات التي تتعرض لها، والتي تمارس فيه هامشاً من حريتها لم تكن تتمتع بها من قبل، وتُعدُّ وسائلُ التواصل الاجتماعي محرّكاً قوياً في اتجاه الدفاع عن حقوق المرأة والحشد للتعامل مع قضاياها. وتعتبر العلاقات العامة الرقمية والمتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة مضمونة وآمنة للتواصل مع الجمهور خصوصاً المرأة وإيصال الرسائل المستهدفة لها. وأشار "باركر" إلى أن الرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثيرٌ كبيرٌ على الأفراد المستهدفين وخصوصاً موقع فيسبوك (الحداد، 2023).

وتتطلب أهمية وسائل التواصل الاجتماعي من فرضية الاتجاه النشط أو المشارك، ويتجاوز تصورهما نطاق الرقابة والبرمجة البناءة، ليصل إلى مدى المساهمة والمشاركة الإعلامية المباشرة والصريحة في مواجهة مشكلة العنف الأسري، من خلال جهود توعوية مدروسة ومتكاملة تُنفَّذ في إطار سياسة وطنية. وهذا يعني أنه يمكن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي؛ من خلال الحملات الإعلامية التي تسعى إلى استبدال

المعلومات المغلوطة حول مفهوم العنف ومخاطره وآثاره على الأسرة والمجتمع، بمعلومات صحيحة ودقيقة، وذلك باستخدام وسائل الإعلام المخصصة لهذا الغرض (بيت الاعلام، 2023). ويحاول ممارسو العلاقات العامة باستمرار توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، والحضور بشكل مستمر عبر تلك الشبكات بهدف استثمار أفضل إمكانياتها ومميزاتها؛ لمواكبة تحديات العصر، وبناء صورة ذهنية حسنة عن مؤسساتهم تلائم الجمهور؛ لذلك فُرضَ على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغييرات، والتحديات المعاصرة؛ للقيام بمهامها على أفضل وجهة (هتيمي، 2015).

ويمكن استخدام هذا الدور لتوجيه انتقادات للسلوك الإجرامي، والتركيز على نبذ العنف والقضاء عليه، بل وتشجيع مكافحة العنف بكافة الوسائل. ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في المجتمع وتأثيرها في نفوس المتلقين، يمكن إجراء ندوات تناقش فيها كيفية القضاء على الأسباب التي تؤدي إلى العنف، والتقليل من حدة المشكلات وعواقبها والعمل على إزالتها؛ من خلال وضع خطط البرامج والدراسات ووضع المقترحات والرؤى التي تؤدي إلى القضاء على العنف الأسري.

ويبرز دور العلاقات العامة الرقمية في وضع الإستراتيجيات ورسم الخطط التي تعمل على مكافحة ومواجهة جرائم العنف، وللحدِّ من انتشاره؛ لأنها الأسرع في الوصول إلى روحه ووجدانه، والقادرة على التعرفِ على المشاكل والأحداث التي يعاني منها ولها التأثير الأقوى؛ لوضع الحلول لها، ومعرفة كيفية التعامل معها، إذ تعمل هذه الإستراتيجية على توعية المجتمعات بما يحدث في المجتمعات الأخرى من أحداث وجرائم عنف، فيمارسون سياسات للتعامل مع مثل هذه الأحداث والجرائم في حال وصولها إليها، وذلك لتعريف وتوضيح آثارها السلبية (خربوش، 2018).

ومن خلال المواضيع التي يطرحها والمتعلقة بأنماط الحياة في المجتمعات الأخرى، تستطيع وسائل التواصل الاجتماعي نقل الأفراد من عالمهم المحدود إلى عالمٍ أوسع وأكثر اتساعاً، بحيث تُسَخَّرُ لِمُواجهَةِ حوادث العنف التي انتشرت في المجتمعات للحد من انتشارها، وإمكانية الاستفادة منها في تنمية وتفعيل الوعي

الوطني لدى الأفراد، حيث يستطيع الناشر تشكيل الصور وتشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته وانطباعاته الناتجة عن الرسائل الإعلامية التي تنقله له مما يساهم في تكوين الرأي حول كيفية مكافحة جرائم العنف (شرام، 2007).

وهكذا يمكن القضاء على العنف والحوادث الإجرامية من خلال التركيز على التنمية التي تقيد الوعي والفهم، ووعي جمهور متلقي الرسائل الإعلامية بما يعود بالنفع عليهم وعلى وطنهم، ومن خلال الوعي الوطني يزداد حُبُّهم لوطنهم، ويريدون له أن يكون آمناً مِنْ أَيْ سُوءٍ، ويمكن من وضع إستراتيجية لمنع انتشار العنف والسيطرة عليه؛ لأنَّ العنف لا يولد إلا العنف (مصطفى هـ، 2009).

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بتوجيه رسائلها إلى الجمهور المتلقي، ولهذه الرسائل مردودها عند الجمهور إماً بالإيجاب وإماً بالسلب، ومن منطلق الدور الذي تلعبه العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية من حيث التثقيف والتعليم والترفيه وتقديم المعلومات والبيانات والأخبار الخاصة بالوزارة يمكن اغتنام هذا الدور في توجيه النقد للسلوك العنف أو الإجرامي، والتركيز على نبذ العنف والقضاء عليه، بل والتشجيع على مكافحة العنف بكل السبل المتاحة.

ثانياً: العنف ضد المرأة

عرَّفت الجمعية العامة للأمم المتحدة (2006) العنف بأنه "أي عمل عنيف تدفع إليه عصبية الجنس وينتج عنه أذى أو معاناة للمرأة، سواء من الناحية البدنية أو الجنسية أو النفسية، ويشمل ذلك التهديد بالحرمان من الحرية سواء في الحياة العامة أو الخاصة. وهناك اتفاق على أنَّ العنف ظاهرة مرضية، وقضية عالمية ومحلية، تمارس في جميع الدول والمجتمعات، وتشمل النساء في مختلف أعمارهن، فالعنف لا يرتبط بدين أو عرق أو مستوى ثقافي أو اجتماعي أو اقتصادي، فهي ظاهرة أصبحت انتهاكاً لحقوق الإنسان، وظاهرة عالمية تعاني منها المرأة بمختلف أشكالها في كل مكان وزمان (شرون، 2016).

وبحسب إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2022) بلغت نسبة النساء المعنفات في فلسطين بأعمار (15-64) سنة ما نسبته (58,2%)، سواء المتزوجات أو اللواتي سبق لهن الزواج، وشكّل العنف النفسي ما نسبته (57,2%)، والعنف الجسدي (18,5%)، والعنف الجنسي جاء بنسبة (9,4%) (مركز الإعلام الفلسطيني وفا، 2024).

مبررات جرائم العنف ضد المرأة

وضحت منظمة الصحة العالمية أنّ هناك عدة مبررات لممارسة العنف ضد المرأة، منها (Denis, 2002):

1. عدم إطاعة الرجل.

2. عدم الاهتمام بالمنزل والأطفال، والمساءلة عن المال والصديقة.

3. الخروج دون موافقة الرجل.

وترى الباحثة أنّ غياب التوعية يُعدُّ من أهم الأسباب التي يمكن أن تزيد من وتيرة العنف الأسري؛ لذلك وَجَبَ على الجهات المعنية استغلال مميزات العلاقات العامة الرقمية في توعية الجمهور بالحد من العنف والوقوف على أسبابه إضافة إلى رفضه ومحاربته بكل أشكاله.

وأما خصائص الرجل الذي يمارس العنف ضد المرأة فتتمثل في تناول الكحول، والدخل المنخفض، وذوي التحصيل العلمي المنخفض، ومَنْ تَعَرَّضُوا للعنف في طفولتهم (Denis, 2002, p. 123).

وتجادل الباحثة هنا بأنّ قلة التوعية ومعرفة الرجل بحقوق المرأة قد تكون أحد الخصائص في الرجل الذي يمارس العنف الجسدي، الجنسي، اللفظي...، على المرأة بالإضافة إلى التمييز بين المرأة والرجل وجعل الرجل بمكانة أعلى من مكانة المرأة فقط لكونها امرأة.

أشكال جرائم العنف ضد المرأة

- العنف النفسي: وهو أي فعل مؤذي للمرأة ولعواطفها نفسياً، كالإهمال والإهانة وسوء المعاملة. وينجم عن هذا النوع من العنف الخوف والاكتئاب واليأس وقلة تقدير الذات (Subramaniam & Zulkarnain, 2017).
- العنف الاجتماعي: ويمثل الحرمان من الحقوق الاجتماعية والشخصية، ومنعها من التواصل مع محيطها الخارجي والانخراط في المجتمع، كمنعها من زيارة الأهل والأقارب والمشاركة في المناسبات الاجتماعية، وهذا يؤثر في استقرارها الانفعالي ومكانتها الاجتماعية (ضيف الله، 2010).
- العنف الجسدي: ويعني استخدام القوة الجسدية ضد المرأة، كالضرب والركل والصفع والقتل. وهذا يؤدي إلى مشاكل جسدية ونفسية خطيرة عند النساء (Kaloudi, M.I., G, J, & a, 2017).
- العنف اللفظي: ويعتبر من أكثر الأنواع خطراً على الصحة النفسية، وهو الأكثر شيوعاً سواء في المجتمعات الغنية أو الفقيرة (ضيف الله، 2010).
- العنف الصحي: ويعني الحرمان من الظروف الصحية الملائمة، كعدم مراجعة الطبيب وأخذ المطاعيم والتغذية الجيدة أثناء الحمل (عامر و المصري، 2014).
- العنف المادي والاقتصادي: ويتمثل في أخذ مال المرأة والحرمان من المصروف والبخل والتنازل عن حقوقها في الميراث، ويرجع سبب هذا النوع من العنف إلى فقر الرجل أو البطالة أو تحريض أهل الزوج (زكي، 2017).
- العنف الجنسي: ويتمثل هذا النوع في سلوك عدواني بهدف الاستغلال الجنسي، ويمارس العنف الجنسي بأشكال عدة، كرفض الزوج استعمال وسائل منع الحمل، واستخدام القوة لإجبار الزوجة على إقامة علاقة غير راضية عنها (عامر و المصري، 2014).

سبل مواجهة العنف ضد المرأة

هنالك عدة طرق من شأنها وقاية المرأة من العنف، تتمثل في ثلاثة مستويات للوقاية، وهي (مسمار، 2022):

1. الوقاية الأولية: وتعني توعية الرأي العام بالعنف ضد المرأة وخطورته على الأسرة.

2. الوقاية الثانوية: وهي توفير الخدمات الكاملة للنساء المُعْتَفَات.

3. الوقاية الثالثية: توفير خدمات إعادة التأهيل لِلْجُنَاةِ وَأَسْرِهِمْ.

وترى الباحثة أنّ النقطة الأولى من هذه النقاط ذات أهمية كبرى في مواجهة العنف الأسرى؛ لكون الأسرة

هي النواة الأولى في التنشئة، ولكسب الأفراد السلوك القويم أهمية في ضبط السلوك، والتزام الفرد بالحق

واجب، وبالتالي رفض المجتمع لكل أشكال العنف.

ثالثاً: وزارة شؤون المرأة

تأسست وزارة شؤون المرأة عام 2003 بعد صدور قرار المجلس التشريعي الفلسطيني بتشكيلها، حيث اعتبرت

هيئة حكومية رسمية على المستوى الوطني. وقد وضعت الوزارة -منذ تأسيسها- رؤيتها ورسالتها وعلاقتها

مع الوزارات الأخرى، وركزت عليها الآلية الوطنية لتعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة في كافة

المجالات، وزيادة الاهتمام السياسي الحكومي بقضايا النوع الاجتماعي والديمقراطية وحقوق الإنسان؛ من

خلال إعطائها أهميتها في تطوير الخطط والسياسات والبرامج التي تقدمها الوزارات، وكذلك في القوانين

والتشريعات، وذلك من أجل التنسيق والتأثير في تطوير وتعديل السياسات والقوانين التي تلبّيها احتياجات

المجتمع الفلسطيني (عاصي، 2006، صفحة 39).

أهداف ومهام وزارة شؤون المرأة

ويرتكز عمل الوزارة على مجموعة من المهام التي واجهت تحدياً منذ بداية تأسيسها، وأهمها: وضع

إستراتيجيات تحسين وضع المرأة الفلسطينية مراجعة وتعديل التشريعات، وإجراء البحوث لِسَدِّ الفجوة بين

الخطط والواقع، وتشكيل فريق من خبراء النوع الاجتماعي، ومراقبة دمج المرأة في المبادرات الحكومية، ودعم

منظمات المجتمع المدني، وزيادة تمثيل المرأة في مختلف المجالات. وإعداد ونشر التقارير الوطنية عن المرأة لتستفيد منها (الربضي، 2009، صفحة 85).

ووضعت وزارة شؤون المرأة في فلسطين خطة عملٍ تتضمّن 7 مجالاتٍ رئيسة، ولكنّ بسبب قيود الميزانية تمّ تقليصها إلى 3 محاور أساسية هي: الفقر بين الشابات، والتعليم، والمشاركة السياسية. وأنشأت الوزارة وحدات للمرأة في مختلف الوزارات، وعملت على مكافحة العنف ضد المرأة، ومراجعة وتحليل التشريعات، واعتماد وثيقة حقوق المرأة. كما أعطت الوزارة أولوية لزيادة مشاركة المرأة في صنع السياسات واتخاذ القرارات؛ بهدف زيادة الوعي وفهم حقوقها وأهميتها في مراكز صنع القرار (لبادة، 2016).

الإستراتيجيات التي وضعتها وزارة شؤون المرأة للنهوض بمطالب وحقوق المرأة

وتتمثل الإستراتيجية الأبرز في النهوض بمطالب وحقوق المرأة على المستوى المحلي، والتي تتمحور حول تعزيز وتمكين المرأة سياسياً؛ من خلال الوصول إلى مراكز صنع القرار، ومن ناحية أخرى اقتصادياً بهدف تحسين الدخل الشخصي والأسري، واجتماعياً من خلال إظهار نشاط المرأة الفلسطينية عالمياً من خلال إظهار إمكاناتها الثقافية والعلمية، ومشاركة المؤسسات النسوية بالشراكة مع منظمات المجتمع المدني ومختلف القطاعات في الوزارات الحكومية، وذلك من أجل خدمة دور وأهداف الوزارة التي تركز على البرامج والقرارات الصادرة عن الحكومة والرقابة عليها، ومتابعة السياسات التي تقوم بها الهيئة والجهات الرسمية، ومدى استجابتها لقضايا النوع الاجتماعي، وتعتمد الإستراتيجية على الاتفاقيات والمؤتمرات الدولية بحيث يعمل قسم التخطيط داخل الوزارة لوضع الأسس والمعايير التي تتناسب مع الاحتياجات الوطنية. ومن أهم الإستراتيجيات التي تمّ تطويرها ضمن خطة عمل الوزارة برنامج مكافحة العنف ضد المرأة، بحيث تم إنشاء لجنة وطنية لمكافحة العنف ضد المرأة من خلال التصديق عليها، وصادق عليه مجلس الوزراء الفلسطيني، بالإضافة إلى مشروع "قرار العنف ضد الأسرة" بأغلبية ثلاثة أعضاء الوزارات: وزارة العدل، ووزارة شؤون المرأة، ووزارة الشؤون الاجتماعية (لبادة، 2016).

التحديات التي تواجه وزارة شؤون المرأة

أبرز المعوقات التي تواجه الوزارة وتمنعها من أداء عملها على أكمل وجه هو الانقسام، وما نتج عنه من ازدواجية في القرارات وخلافهما بين الضفة الغربية وقطاع غزة، وغياب دور المجلس التشريعي الذي يتمتع بالأغلبية الكبرى، ودورها في إصدار القرارات الداعمة للمرأة، والوضع المالي الذي يمنع تنفيذ العديد من المشاريع، بالإضافة إلى العادات والتقاليد والنظرة الذكورية التي تمنع المرأة من ممارسة العديد من الأنشطة والحصول على حقوقها التي تضمن لها حياة أفضل، وتتمثل العادات والتقاليد التي لا تزال سائدة في المجتمع وآراء أصحاب القرار في الوزارات المختلفة التي لا تؤمن بالمساواة بين الرجل والمرأة، وأنَّ إحدَثَ أيِّ تغيير لصالح المرأة يتطلب إقناع شريحة كبيرة من المجتمع بأهميتها ودورها الفعال، وبالتالي صعوبة تحقيقه (لبادة، 2016).

صفحة وزارة شؤون المرأة على الفيسبوك

تم إنشاء صفحة وزارة شؤون المرأة فلسطين على الفيسبوك بتاريخ 16 أيار/مايو 2011، وهي صفحة حكومية تابعة لوزارة شؤون المرأة في فلسطين، تُعنى بقضايا المرأة والمساواة، والحرية والعدالة الاجتماعية، ويبلغ عدد متابعيها 27 ألف متابعًا حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة (صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية، 2024).

وعلى ضوء ذلك تأتي هذه الدراسة كمحاولة لتسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية، وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذو أهمية، كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية.

حدود الدراسة

الحد الموضوعي: تناولت الدراسة موضوع كيفية معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري، وذلك بتحليل مضمون لصفحة الوزارة الرسمية على الفيسبوك.

الحد المكاني: تَمَثَّلُ الحُدُّ المَكَانِيُّ للدراسة في الصفحة الرسمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية على موقع الفيسبوك، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الرابط الآتي:

<https://www.facebook.com/MinistryofWomensAffairs>

وبالرغم من التقييد والملاحقة للمحتوى الفلسطيني، لا يزال فيسبوك من شركة ميتا يحتل المقدمة فعلياً في وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر حضوراً بين الفلسطينيين، تَرَاجَعُ قليلاً، لكنْ بَقِيَ في الصدارة، وبلغت نسبة المشتركين في الموقع حوالي 92.2% من مستخدمي الإنترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة والداخل الفلسطيني المحتل. كما بَلَغَ عددُ المشتركين الذكور 51.4%، كما بلغ عدد المشتركين الإناث 48.6% (ipoke ، 2023).

الحد الزمني: شملت منشورات وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على صفحتها على الفيسبوك من تاريخ 1 يناير/ كانون الثاني 2022 حتى 31 ديسمبر/ كانون الأول 2023. وهي فترة زمنية كافية للتعرف على مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية بالتوعية بقضايا العنف الأسري من خلال صفحتها الرسمية على منصّة فيسبوك. ووقع الاختيار على هذه الفترة؛ لأنه -وبحسب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني 2022- تَعَرَّضَتْ 58.2% من النساء المتزوجات أو اللواتي سبقَ لَهُنَّ الزواجُ في فلسطينَ للعنف (على الأقل مرة واحدة) مِنْ قِبَلِ أزواجهن كيفما كان شكله، وكان العنف النفسي أكثر نوع عنف يمارس ضد النساء حيث تَعَرَّضَتْ 57.2% من النساء للعنف النفسي (على الأقل مرة واحدة)؛ وتَعَرَّضَتْ 18.5% من النساء للعنف الجسدي (على الأقل مرة واحدة)؛ وتَعَرَّضَتْ 9.4% من النساء للعنف الجنسي (على الأقل مرة واحدة) (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023). حيث لاحظنا أنّ هناك ارتفاعاً في العنف لدى المرأة في فلسطين، وانطلاقاً من هذه الإحصاءات والمؤشرات جاءت هذه الدراسة لبيان أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذو أهمية كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني.

الدراسات السابقة

يستعرض هذا القسم عددًا من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وقسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى قسمين هما الدراسات العربية والدراسات الأجنبية، وجرى ترتيبها زمنيًا في كل قسم من الأحدث إلى الأقدم، وينتهي هذا القسم بالتعقيب على الدراسات السابقة.

الدراسات العربية:

1. دراسة بدير (2022) بعنوان: "تقييم النخبة الإعلامية لمعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات العربية

لقضايا العنف الأسري (دراسة ميدانية)". هدفت الدراسة لرصد ومعرفة وتحليل تقييم النخبة الإعلامية (المهنية والأكاديمية) لمعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات العربية لقضايا العنف الأسري. واستخدمت الباحثة منهج المسح، وعَيَّنَة قُصْدِيَّة من النُخبة الإعلامية المتابعة لقضايا العنف الأسري من خلال البرامج الحوارية، بالتطبيق على 150 مفردة من النخبة الإعلامية قُسمَتْ مُنَاصَفَةً بين النُخبة الأكاديمية أعضاء هيئة التدريس بدرجاتهم العلمية المختلفة، والنُخبة العاملة في المجال الإعلامي.

وخلصت الدراسة إلى أنَّ برنامج الساعة التاسعة على القناة الأولى جاء في مقدمة البرامج الحوارية التي تناولت قضايا العنف الأسري والتي حرصت النخبة الإعلامية عَيَّنَة الدراسة على متابعتها، يليه برنامج توقيت مصر على قناة بي بي سي. وجاء العنف الجسدي على رأس أشكال العنف الأسري كما رأته النخبة الإعلامية. واعتمدت عَيَّنَة الدراسة على مشاهدتها للبرامج الحوارية التي تتناول قضايا العنف الأسري بنسبة 83.3%، يليها العنف اللفظي في المرتبة الثانية بنسبة 58%. وأشارت النخبة الإعلامية عَيَّنَة الدراسة إلى أنَّ هذه البرامج ركَّزَتْ على تَنَاوُلِ تفاصيلِ قضايا العنف الأسري، ثم أسباب قضايا العنف الأسري. وفي تقييم النُخبة الإعلامية لتعاطي البرامج الحوارية مع قضايا العنف الأسري، تَصَدَّرَتْ القائمة عبارة "الاعتماد على مصادر متنوعة في معالجة قضايا العنف الأسري"، تليها عبارة "استضافة الخبراء والمتخصصين لتقديم التحليلات العلمية والشروحات للقضايا والتفسيرات". حوادث العنف

المنزلي"، و"التركيز على مخاطر وأضرار العنف المنزلي" على الفرد والمجتمع من خلال تقديم نماذج من واقع المجتمع". كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية لتعامل البرامج الحوارية مع قضايا العنف الأسري وشدة التعرض لها.

2. دراسة خثير وخالدي (2022) بعنوان: "المعالجة الصحفية لقضايا العنف الأسري -دراسة تحليلية لبرنامج "ناس وحكايات" للقناة الجزائرية وان". هدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون في معالجة القضايا الاجتماعية، واستهدفت الدراسة تسليط الضوء على أهم البرامج التي عالجت موضوع العنف ضد المرأة، وفي الوقت الذي يعرف فيه الجميع أن الإعلام له دور كبير في صناعة ثقافة متطورة تجاه المرأة تأتي هذه الدراسة حول العلاقة بين وسائل الإعلام المتمثلة في التلفزيون وبين ظاهرة العنف ضد المرأة. واستخدم المنهج الوصفي التحليلي للكشف عن الظاهرة ووصفها، وأداة تحليل المضمون من خلال عينة قسدية تتكوّن من (6 حصص) محتوى جرى حصرها في الفترة الممتدة ما بين شهر جون إلى نوفمبر من عام 2021. وتوصلت الدراسة إلى: أن المساهمة في نشر الوعي من خلال البرامج الاجتماعية المقدمة ومن ضمنها قضايا العنف ضد المرأة الجاهدة في معالجتها، بالإضافة إلى تركيزها على الوعظ والإرشاد وحلّ المشاكل الإنسانية والخلافات العائلية بالمنطق والأسلوب العلمي والأخلاقي الرفيع، ودورها في إلقاء الضوء على قضايا العنف ودورها الفعال في زيادة الوعي.

3. دراسة عبد المعطي (2021) بعنوان: "معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر 2030". هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر 2030. واعتمدت الدراسة على نظريتي تحليل الخطاب الإعلامي وبناء الأجندة، وتندرج الدراسة تحت تصنيف الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة تحليل مضمون عينة من المواقع والصفحات الإلكترونية المصرية المعنية بقضايا المرأة المصرية، وإجراء تحليل كمي وكمي لها خلال الإطار الزمني للدراسة الممتد من 25 أيلول 2020 حتى 25 كانون الأول 2021. وتوصلت الدراسة إلى: أن وجود

الاهتمام من قِبَلِ المواقع والصفحات النسائية عَيَّنَة الدراسة بالحقوق السياسية للمرأة بنسبة 24.2% وقضايا الحماية والأمن بنسبة 22.2% والحقوق الاقتصادية بنسبة 20.7% والحقوق الاجتماعية بنسبة 13.7%. كما كشفت عن وجود اتفاق في أجندة الاهتمامات المواقع والصفحات النسائية التي هي عَيَّنَة الدراسة بقضايا المرأة وحقوقها العامة، كما أظهرت أنّ أبرز القضايا السياسية التي عالجتها المواقع والصفحات النسائية هي قضايا التوعية السياسية للمرأة وحقوقها في التمثيل النيابي، بالإضافة إلى تهنئة المرأة بالمناصب القيادية.

وَتَمَثَّلَتْ أبرز القضايا الاقتصادية في تشجيع المشاريع الجديدة والمساواة في فرص العمل مع الرجل، وجاءت أبرز قضايا التمكين الاجتماعي لها في توعيتها بالقوانين والتشريعات الخاصة بها، وتوفير الخدمات الصحية لها، ومساندة المرأة ذات الهمم، وكانت أبرز قضايا حماية المرأة وتوفير الأمن لها في الحماية من العنف الأسري والحماية من التحرش الجنسي، والحد من الزواج المبكر، وحماية المرأة المُعَيَّلَة، وحفظ حقها في الميراث.

4. دراسة مسمار (2022) بعنوان: "جرائم العنف ضد المرأة وآثارها على المجتمع من وجهة نظر العاملين في مراكز حماية الأسرة: دراسة ميدانية على المجتمع الأردني". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على جرائم العنف ضد المرأة وآثارها على المجتمع الأردني من وجهة نظر العاملين في مراكز حماية الأسرة، ودراسة الآثار الناجمة عن العنف ضدها، سواءً أكانت نفسية، أم اجتماعية، أم اقتصادية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. واعتمدت الاستبانة أداة لها لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة بالعاملين في مراكز حماية الأسرة البالغ عددهم 280 فرداً، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بحجم 100 فرد.

وَأُظْهِرَتِ النَّتَائِجُ عَدَمَ وُجُودِ فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أفراد عَيَّنَة الدراسة نحو الآثار النفسية والاجتماعية والاقتصادية لجرائم العنف ضد النساء في المجتمع تُعزى للمتغيرات الديمغرافية، والمؤهل

العلمي، وحجم الأسرة، والدخل الشهري، كما جاءت تصورات المبحوثين نحو الآثار النفسية لجرائم العنف ضد النساء في مستوى متوسط، والآثار الاجتماعية في مستوى متوسط، والآثار الاقتصادية في مستوى متوسط.

5. دراسة أحمد ومهران (2019) بعنوان: "أهداف ووظائف العلاقات العامة عبر تطبيقات الاتصال الرقمية

رؤية نقدية ومستقبلية". هدفت الدراسة إلى تحليل وتفسير الدور الذي تلعبه وسائل وتطبيقات الاتصال الحديثة في تغيير شكل وأنماط وظائف العلاقات العامة لدى المنظمات، على اختلاف مجالاتها الإنتاجية والخدمية، وكذلك لدى الجمهور العام في ممارستهم اليومية لأشكال التفاعل الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومِنَصَّات الإعلام الرقمي. وتنتمي الدراسة إلى الدراسات التحليلية التي تندرج تحت تحليل الأدبيات كميًّا؛ للوقوف على آخر التطورات العلمية والإيجابيات وتدعيمها. وَتَمَثَّلَتْ عَيِّنَةُ الدراسة ببحوث ومؤلفات العلاقات العامة الرقمية العربية والأجنبية في جامعة القاهرة من عام 2010 إلى عام 2018 والبالغ عددها (100) بحث. وَتَمَثَّلَتْ أداة الدراسة في دليل تحليل تتضمن الإشكاليات البحثية في مجال العلاقات العامة الإلكترونية. وَتَوَصَّلَتْ الدراسة إلى أن: أغلبية الدراسات التي تمَّ تحليلها أكَّدَتْ ضرورة وأهمية التكامل بين كلِّ الوسائط الإلكترونية لتنمية فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية وكفاءة وظائفها الاتصالية والتسويقية، وأهمية تضمين وظائف العلاقات العامة الرقمية في المجالات الحياتية المختلفة بكافة المنظمات الإنتاجية والخدمية؛ بهدف تيسير الأعمال ومُؤَكِّبَةِ مُتَعَبِّرَاتِ التَّحَوُّلِ نَحْوِ التَّكْنُولُوجِيَا الرقمية.

6. دراسة خيرى وفلاي (2019). بعنوان "معالجة الصحافة الإلكترونية الجزائرية لظاهرة العنف ضد

الأطفال "الشروق أون لاین أنموذجاً". هَدَفَتْ هذه الدراسة إلى الكشف عن آلياتِ المُعَالَجَةِ الإعلَامِيَّة لظاهرة العنف ضد الأطفال في صحيفة الشروق أون لاین كأنموذج للصحافة الإلكترونية الجزائرية. ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت على المنهج الوصفي بالاستناد إلى أسلوب المسح الشامل للمواد الإعلامية المتضمنة للموضوع خلال المستهدف خلال عام 2017، باستخدام أداة تحليل المضمون، بِعَيِّنَةٍ قَصْدِيَّةٍ

مُكَوَّنَةٌ مِنْ 60 مادة إعلامية، قَصْدِيَّةٌ قَوْمُهَا (60) مادة إعلامية، وبالاستناد إلى نظرية التأطير الإعلامية. وتَوَصَّلَتِ الدِّراسةُ إلى: عدم اهتمام الصحيفة بتوظيف الأدوات العاطفية والعقلية التي تناولتها نظرية التأطير الإعلامية، بعدم اهتمام الصحيفة بتوظيف كلِّ مِنَ الأدوات العاطفية والعقلية التي تناولتها نظريَّةُ التحليل. وتناولتِ الصَّحيفةُ الظَّاهِرَةَ المَدْرُوسَةَ ضِمْنَ إطارٍ خاصٍّ بنسبةٍ مرتفعةٍ جدًّا، وحازَ الإطارُ العامُ نسبةً ضئيلةً. وأظهرتُ كذلك أنَّ التقريرَ الصحفيَّ مِنْ أيرزِ الفنونِ الصحفيةِ المستخدمةِ، تَلاهُ الخبرُ الصحفيُّ، مع غيابٍ لِباقيِ الفنونِ رغم أهميتها في تناولِ قضايا العنف، وحيارةِ الصحيفةِ للعنوانِ الرئيسِ بنسبةٍ عالية، تَلاهُ العُنْوانُ الفَرعِيُّ. واحتلتِ الصُّورُ الواقعيةُ النسبةَ الكُبْرَى، ثم الصورُ الواقعيةُ بنسبةٍ ضئيلة، تليها الصورُ الشخصيةُ بنسبةٍ ضئيلةٍ جدًّا وغيابِ الوسائطِ المتعددة.

7. دراسة علي وآخرين (2016) بعنوان "أطر معالجة الصحف المصرية لقضايا المرأة: دراسة تحليلية".

هدفت الدراسة إلى التَّعَرُّفِ على أُطُرِ معالجةِ الصُّحفِ المِصرِيَّةِ لقضايا المرأة، وذلك من خلال تحليل عدد من الصحف الإلكترونية (صحيفة الأهرام، وصحيفة الوفد، واليوم السابع الإلكتروني)، من الفترة 2015/1/1 حتى 2016/6/30. واستخدمتِ الدِّراسةُ المَنْهَجَ الوَصْفِيَّ التَّحْلِيلِيَّ، بالاعتماد على أداة تحليل المضمون للفترة للصحف الإلكترونية المذكورة، واستندتِ الدِّراسةُ على نظرية التأطير الإعلامية. وتَوَصَّلَتِ الدِّراسةُ إلى عِدَّةِ نَتائِجٍ أهمُّها: صحيفة اليوم السابع جاءت في مَقْدِمَةِ صُحفِ الدِّراسةِ اهتماماً بقضايا المرأة، حيث سجلت (276) مادة إخبارية بنسبة (39.4%). وجاء الخبر والمقال في المرتبة الأولى في صُحفِ الدِّراسةِ مِنْ حَيْثُ الفُنُونُ الصحفيةُ المُستخدمةُ في مُعالجةِ قضايا المرأة. وأنَّ الصُّحفَ الإلكترونيَّةَ الثلاثَ اتَّفَقَتْ في اعتمادها على المندوب في المرتبة الأولى، وأنَّ المعالجة الإيجابية لقضايا المرأة جاءت بالترتيب الأول. وجاء إطار الصراع والاهتمامات الإنسانية في الترتيب الأول للصُّحفِ جميعها، وهو ما يعكس شدة منافسة وصراع المرأة وكفاحها مِنْ أَجْلِ جُلِّ قضاياها، وميل الصحفيين لتأطير الأخبار المتعلقة بقضايا المرأة حول الصراع والنزاع، بالإضافة إلى التركيز على النواحي الإنسانية لقضايا المرأة.

8. دراسة فوزية (2015) بعنوان: "قضايا العنف الأسري في الصحافة الإلكترونية-دراسة تحليلية لموقع

الشروق أون لاين". سعت الدراسة للتعرف إلى معرفة التغطية الصحفية التي تناولها موقع الشروق أون لاين في نشر أخبار تَحُدُّ مِنْ ظاهرة العنف الأسري وتقديمه لمضامينه، ومعرفة نوعية مصادره، وكذلك القيم التي يقدمها في المجتمع، مثل قيمة التوجيه والتوعية والتعليم وغيرها التي تساهم في الحد من ظاهرة العنف الأسري، من خلال تحليل مواضيع الصحافة بهدف الحصول على معلومات كافية حول كيفية تناول الموقع لقضايا العنف الأسري. وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات المسحية، واستخدام أداة تحليل المضمون، وتألَّفَ مجتمعُ الدراسة من جميع المقالات الصحفية الإلكترونية في الموقع من تاريخ 01/01/2015 إلى تاريخ 30/04/2015 وذلك باستخدام حصر شامل لكل ما نُشِرَ حول هذا الموضوع. وتوصَّلتِ الدراسةُ إلى عدة نتائج أهمُّها: اهتمام الصحافة الإلكترونية محل الدراسة بقضايا العنف الأسري من خلال قيامها بالتوعية والتوجيه، لكن حجمه قليل مقارنة مع المواضيع الأخرى التي تناولها الموقع. وتَنَوَّجَهُ مواضيعُ العنف الأسري على مستوى الموقع إلى الجمهور العام؛ من أجل توعية أفراد المجتمع بخطورة الظاهرة، ثم الجمهور الخاص من أجل لفت أنظار المسؤولين والدعوة إلى إيجاد حلول، وتهدف مواضيع الموقع إلى توعية والتوجيه والحد من الظاهرة.

ويستخدم الموقع عدة إستراتيجيات وهي التنوع في استخدام اللغة والمصطلحات، وهذا من أجل التأثير على أفراد المجتمع. وأظهرت النتائج أنَّ قَالِبَ المَقَالِ الصحفي هو الأكثرُ استعمالاً في معالجة قضايا العنف الأسري، ثم التقرير، يليه الخبر، ثم التحقيق، وأدناها الكاريكاتور والندوة، وأمَّا التعليق والريبورتاج فلم يلقيا أيَّ أهمِّيَّةٍ، وقد اعتمد على الصور والرسومات، وهذا لإضفاء نوع من المصداقية والموضوعية.

الدراسات الأجنبية:

9. Amanova (2023): "Advocacy of violence against women through the implementation of cyber public relations at the Rifka". Annisa women's Crisis Center".

الترجمة إلى العربية: "مناصرة قضايا العنف ضد المرأة من خلال تنفيذ العلاقات العامة السيبرانية في مركز ريفكا أنيسة الخاص بأزمات المرأة". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تنفيذ العلاقات العامة عبر الإنترنت في مركز أزمات المرأة في ريفكا أنيسة في الدعوة إلى توعية الجمهور بالعنف ضد المرأة، والتعرف على العوائق التي تواجهها إدارة أنشطة العلاقات العامة السيبرانية، ودراسة تأثير تنفيذ العلاقات العامة السيبرانية على مناصرة العنف ضد المرأة. واستخدمت الدراسة طريقة دراسة حالة نوعية من خلال المراقبة والمقابلات المتعمقة مع المسؤول الإعلامي في المركز. وتَوَصَّلَتِ النتائج إلى: أن نقص الموارد البشرية في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي أعاق المركز في تحسين أنشطة العلاقات العامة السيبرانية لمناصرة الوعي العام. والتركيز على استخدام مَنَصَّةِ أنستغرام كأداة للدعوة عبر الإنترنت. وعلاوة على ذلك كان لتطبيق أنشطة الدعوة الخاصة بمجلس الكنائس العالمي في ريفكا أنيسة تأثير كبير على جوانب محو الأمية المجتمعية فيما يتعلق بالخطاب المتعلق بالعنف ضد المرأة، وكذلك التغييرات في سلوك ضحايا العنف والمجتمع الأكبر في الاستجابة للعنف ضد النساء.

10. Oztay (2021): "The relationship between awareness and behavioral the context of the issue of violence against women from the perspective of digital public relations and online events".

الترجمة إلى العربية: "العلاقة بين الوعي والتغيير السلوكي في سياق قضية العنف ضد المرأة من منظور العلاقات العامة الرقمية والفعاليات عبر الإنترنت". هدفت هذه الدراسة إلى تنفيذ مقياس تمّ تطويره للعلاقات العامة الرقمية والأحداث عبر الإنترنت ومفاهيم التوعية، على الأشخاص الذين شاركوا في 7 ندوات مختلفة عبر الإنترنت حول المرأة والعنف، وطرح قوة إحداث أيّ تغييرٍ سلوكي في مدى الوعي بالأحداث عبر

الإنترنت في نطاق العلاقات العامة الرقمية. حيث تمّ استخدام المنهج الكميّ، وطريقة المسح من خلال وُضِعَ مقياس بناء على نموذج الحدث عبر الإنترنت المُصمَّم وُفِّقًا للعلاقات العامة الرقمية، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة جمع البيانات. وكشفت نتائج الدراسة: أن الوعي المرتفع الذي يحركه الحدث عبر الإنترنت هو زيادة التغيرات السلوكية في العلاقات العامة الرقمية، وأن النساء بالمقارنة مع الرجال أكثر استجابة لتطبيقات العلاقات العامة الرقمية، ولديهن مستوى أفضل من الوعي بالمقارنة مع الرجال، وأنّ الفئة العمرية 18-25 هي أكثر استجابة وذات مستوى أفضل من الوعي بتطبيقات العلاقات العامة الرقمية مقارنة بالفئة العمرية 26-33، كما أنّ الخلفية التعليمية للوالدين لا تشكل فرقاً في هذا. ويمكن ملاحظة أنّ تطبيقات العلاقات العامة الرقمية تساعد في خلق الوعي فيما يتعلق بالأحداث عبر الإنترنت، كما تمهد الطريق للتغيرات السلوكية.

11. Lucimara & others (2020): "Domestic violence against women amidst the pandemic: coping strategies disseminated by digital media".

الترجمة إلى العربية: "العنف المنزلي ضد المرأة وسط الوباء: إستراتيجيات المواجهة التي تنتشرها وسائل الإعلام الرقمية". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إستراتيجيات التعامل مع العنف المنزلي ضد المرأة التي نشرتها وسائل الإعلام الرقمية في بداية جائحة COVID-19. واستخدمت الدراسة وثائقية بمنهج نوعي، وتمثّلت العيّنة في الفترة من 11 مارس إلى 30 أبريل 2020 من أربعة مصادر: الصحف والبوابات الإلكترونية، والشبكات الاجتماعية، والصفحات الحكومية الرسمية، وبوابات القطاع الثالث. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لكل من المصادر السابقة الذكر. وتوصّلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تم تحديد سبعة وسبعين إستراتيجية في الصحافة الإلكترونية و93 في الشبكات الاجتماعية و45 في البوابات الحكومية و40 في مؤسسات القطاع الثالث. وظهرت ثلاث فئات تجريبية: إستراتيجيات التواصل مع النساء؛ الإستراتيجيات المعتمدة من قبل خدمة العملاء؛ إستراتيجيات لإعلام السكان. وكانت معظم الإستراتيجيات عبارة عن تعديلات للخدمات القائمة، تركزت على الإبلاغ عن العنف من قبل النساء.

12. Ali (2016): "Exploring the use of public relations in organising activism: Implications for addressing gender- based violence in the developing world".

الترجمة إلى العربية: "استكشاف استخدام العلاقات العامة في تنظيم النشاط: الآثار المترتبة على معالجة العنف القائم على النوع الاجتماعي في العالم النامي". هدفت هذه الدراسة إلى تحديد كيفية استخدام إستراتيجيات العلاقات العامة بين النشاط لتنظيم الحملات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بالنشاط العنف المبني على الجنس. وتوصّلت الدراسة إلى: استخدام العلاقات العامة كأداة للعمل المجتمعي وكتقنية تواصل فردية لتنظيم النشاط، ولتعزيز أجندة القيمة العالمية. كما تقدم العلاقات العامة إستراتيجيات قد تخلق تغييراً إيجابياً في الاستجابة للعنف القائم على النوع الاجتماعي (GV). وترتكز العلاقات العامة تقليدياً على إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة لبناء صورة مؤسسات الشركات، وأنّ الاهتمامات المهنية والأكاديمية للعلاقات العامة غالباً ما تتماشى مع المؤسسات الربحية. وعليه أوصت الدراسة: استخدام العلاقات العامة في القطاعات غير الربحية، بما في ذلك المنظمات غير الحكومية أو التطوعية المهتمة بتنظيم حملات لتعزيز صحة المجتمع ورفاهيته. وأن يعمل كأداة استطرادية لتعزيز أصوات الأشخاص المهمشين لتغيير المجتمع وتعزيز المساواة.

13. Andryani & others (2016): " Online media to address violence against women during COVID-19 pandemic".

الترجمة إلى العربية: "وسائل الإعلام الإلكترونية للتصدي للعنف ضد المرأة خلال جائحة كوفيد-19". يهدف هذا البحث إلى تحديد العقبات وتحليل الحل الإستراتيجي الذي اتخذته العلاقات العامة لمركز أزمات المرأة ريفكا أنيسا في استخدام منصات الإعلام عبر الإنترنت للتصدي للعنف ضد المرأة أثناء جائحة كوفيد-19 في يوجيا كارتا. ويستخدم هذا البحث منهج دراسة الحالة النوعية من خلال الملاحظة المتعمقة والمقابلات في قسم العلاقات العامة في ريفكا أنيسا، وتمّ استخدام إدارة الأزمات ومفاهيم الإعلام الجديد لتحليل الإستراتيجيات في معالجة المشكلة. وتوصّلت النتائج إلى: أنّ تفشي جائحة كوفيد-19 أدى إلى ارتفاع مستوى العنف ضد المرأة. كما تشكل القيود الاجتماعية أثناء الوباء عقبة أمام ريفكا أنيسا في الوصول إلى

ضحايا العنف والمجتمع الأوسع. وتقوم ريفكا أنيسا بتحويل برامج الاستشارة المعتادة وجهاً لوجه لضحايا العنف إلى برامج استشارات عبر الإنترنت، ويستخدمون منصات الوسائط عبر الإنترنت للدفاع عن الوعي العام، واختيار نوع الوسائط عبر الإنترنت الذي يناسب شخصية الجمهور المستهدف بشكل انتقائي.

التعقيب على الدراسات السابقة

هدفت هذه الدراسة إلى لتسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذي أهمية كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية. إضافة الى استخدام أداة تحليل المحتوى كأداة للبحث والمنهج الوصفي التحليلي وعينة غير عشوائية قصدية والتي بلغ حجمها (86) منشوراً. وقد اختلفت الدراسات السابقة عن هذه الدراسة من عدة جوانب من حيث الهدف، والمنهج المتبع، وأدوات البحث والعينة كما يأتي:

من حيث الهدف

لقد ركزت الدراسات السابقة على قضية العنف ضد المرأة وتمكينها بالمجتمع، ويدل ذلك على أهمية موضوع العنف والسعي للوقوف على أسبابه والحد منه من خلال رسائل التوعية الموجهة للجماهير بهدف التأثير عليهم وتغيير اتجاهاتهم، فجاءت دراسة Andryani & others (2016) لتحديد العقبات وتحليل الحل الإستراتيجي الذي اتخذته العلاقات العامة لمركز أزمات المرأة ريفكا أنيسا في استخدام منصات الإعلام عبر الإنترنت للتصدي للعنف ضد المرأة أثناء جائحة كوفيد-19 في يوجيا كارتا. ودراسة Ali (2016) التي درست كيفية استخدام إستراتيجيات العلاقات العامة بين النشطاء لتنظيم الحملات. ودراسة Lucimara & others (2021) التي هدفت إلى معرفة إستراتيجيات التعامل مع العنف المنزلي ضد المرأة التي نشرتها وسائل الإعلام الرقمية في بداية جائحة COVID-19. ودراسة Oztay (2021) التي جاءت لتنفيذ مقياس تمّ تطويره للعلاقات العامة الرقمية والأحداث عبر الإنترنت ومفاهيم التوعية، على الأشخاص الذين شاركوا في 7 ندوات مختلفة عبر الإنترنت حول المرأة والعنف، وطرح قوة إحداهن أيّ تغيير سلوكي في مدى الوعي

بالأحداث عبر الإنترنت في نطاق العلاقات العامة الرقمية. ودراسة Amanova (2023) التي هدف إلى معرفة كيفية تنفيذ العلاقات العامة عبر الإنترنت في مركز أزمات المرأة في ريفكا أنيسة في الدعوة إلى توعية الجمهور بالعنف ضد المرأة. وأمّا دراسة فوزية (2015) جاءت للتعرف إلى معرفة التغطية الصحفية التي تناولها موقع الشروق أون لاين في نشر أخبار تُحدُّ من ظاهرة العنف الأسري وتقديمه لمضامينه من خلال تحليل مواضيع الصحافة. وهدفت دراسة بدير (2022) لرصد ومعرفة وتحليل تقييم النخبة الإعلامية (المهنية والأكاديمية) لمعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات العربية لقضايا العنف الأسري. ودراسة خثير وخالدي (2022) التي هدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون في معالجة القضايا الاجتماعية، وقد استهدفت هذه الدراسة تسليط الضوء على أهم البرامج التي عالجت موضوع العنف ضد المرأة. ودراسة عبد المعطي (2021) التي هدفت إلى رصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر 2030. ودراسة مسمار (2020) التي هدفت إلى التعرف على جرائم العنف ضد المرأة وآثارها على المجتمع الأردني من وجهة نظر العاملين في مراكز حماية الأسرة، ودراسة الآثار الناجمة عن العنف ضدها: النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية. ودراسة أحمد ومهران (2019) التي جاءت لتحليل وتفسير الدور الذي تلعبه وسائل وتطبيقات الاتصال الحديثة في تغيير شكل وأنماط وظائف العلاقات العامة لدى المنظمات. ودراسة خيرى وفلاي (2019) التي هدفت إلى الكشف عن آليات المعالجة الإعلامية لظاهرة العنف ضد الأطفال في صحيفة الشروق أون لاين كإنموذج للصحافة الإلكترونية الجزائرية. ودراسة علي وآخرون (2016) التي هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر معالجة الصحف المصرية لقضايا المرأة.

من حيث المنهج

دراسة Andryani & others (2016) التي استخدمت منهج دراسة الحالة النوعية. ودراسة Ali (2016) ودراسة Lucimara & others (2021) ودراسة خثير وخالدي (2022) ودراسة مسمار (2020) ودراسة خيرى وفلاي (2019) ودراسة علي وآخرون (2016) التي اعتمدت في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي. ودراسة Oztay (2021) التي استخدمت المنهج الكميّ. ودراسة Amanova (2023) التي استخدمت

طريقة دراسة حالة نوعية. وأمّا دراسة فوزية (2015) ودراسة بدير (2022) التي تتدرج ضمن الدراسات المسحية. وأمّا دراسة عبد المعطي (2021) فتتدرج الدراسة تحت تصنيف الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الوصفي التحليلي. ودراسة أحمد ومهران (2019) التي تنتمي إلى الدراسات التحليلية التي تتدرج تحت تحليل الأدبيات كميًا.

من حيث الأدوات والعينة

استخدمت دراسة Andryani & others (2016) أداة الملاحظة المتعمقة والمقابلات في قسم العلاقات العامة في ريفكا أنيسا. ودراسة Lucimara & others (2021) التي اعتمدت على عيّنة خلال الفترة الممتدة من 11 آذار/ مارس إلى 30 نيسان/أبريل 2020 من أربعة مصادر: الصحف، والبوابات الإلكترونية، والشبكات الاجتماعية، والصفحات الحكومية الرسمية، وبوابات القطاع الثالث.

واعتمدت دراسة Oztay (2021) على الاستبانة كأداة جمع البيانات. ودراسة Amanova (2023) التي استخدمت المراقبة والمقابلات المتعمقة مع المسؤول الإعلامي في المركز. وبينما اتفقت الدراسة الحالية بالأداة والعينة مع دراسة فوزية (2015) التي استخدمت أداة تحليل المضمون، وذلك باستخدام عينة الحصر الشامل. ودراسة بدير (2022) التي استخدمت عينة قصدية من النخبة الإعلامية المتابعة لقضايا العنف الأسري من خلال البرامج لحوارية. ودراسة خثير وخالدي (2022) التي أداة تحليل المضمون من خلال عينة قصدية. ودراسة عبد المعطي (2021) التي استخدمت أداة تحليل مضمون. ودراسة مسمار (2020) التي اعتمدت الاستبانة كأداة لها لجمع المعلومات. وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بحجم 100 فرد. ودراسة أحمد ومهران (2019) التي تمثّلت عيّنتها ببحوث ومؤلفات العلاقات العامة الرقمية العربية والأجنبية في جامعة القاهرة من عام 2010 إلى عام 2018 والبالغ عددها (100) بحث. وتمثّلت أداة الدراسة في دليل تحليل تتضمن الإشكاليات البحثية في مجال العلاقات العامة الإلكترونية. ودراسة خيري وفلاحي (2019)

التي استخدمت أسلوب المسح الشامل للمواد الإعلامية المتضمنة للموضوع خلال المستهدف خلال عام 2017، باستخدام أداة تحليل المضمون، بعينة قصدية وبالاستناد إلى نظرية التأطير الإعلامية.

ودراسة علي وآخرون (2016) التي اعتمدت من خلال تحليل عدد من الصحف الإلكترونية (صحيفة الأهرام، صحيفة الوفد، اليوم السابع الإلكتروني)، من الفترة 2015/1/1 حتى 2016/6/30. باستخدام أداة تحليل المضمون واستندت الدراسة على نظرية التأطير الإعلامية.

وفي ذلك اتفقت الدراسة الحالية من حيث الأداة والعينة (تحليل المضمون وعينة المسح الشامل) مع دراسة فوزية (2015) ودراسة خيرى وفلاحي (2019) وفي أداة تحليل المضمون مع دراسة خثير وخالدي (2022) ودراسة عبد المعطي (2021) ودراسة علي وآخرون (2016). بينما اختلفت مع دراسة Andryani & Amanova others (2016) ودراسة Lucimara & others (2021) ودراسة Oztay (2021) ودراسة Amanova (2023) ودراسة بدير (2022) ودراسة مسمار (2020) ودراسة أحمد ومهران (2019).

كما اتفقت الدراسة الحالية من حيث المنهجية (المنهج الوصفي التحليلي) مع دراسة كل من Ali (2016) ودراسة Lucimara & others (2021) ودراسة خثير وخالدي (2022) ودراسة مسمار (2020) ودراسة خيرى وفلاحي (2019) ودراسة علي وآخرون (2016) بينما اختلفت مع دراسة Andryani & others (2016) ودراسة Oztay (2021) ودراسة Amanova (2023) ودراسة فوزية (2015) ودراسة بدير (2022) ودراسة عبد المعطي (2021) ودراسة أحمد ومهران (2019).

امتازت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

بأن الدراسة الحالية ستضيف للمعرفة الإنسانية حيث سيتم التعرف من خلال النتائج التي ستصل إليها الدراسة إلى الدور الذي تقوم به العلاقات العامة الرقمية في الاتحادات النسائية محددة بـ"وزارة شؤون المرأة" كنموذج لها، والتواصل مع الجمهور من خلال وسائل الاتصال الرقمية في قضايا العنف ضد المرأة، حيث إن هناك نقصاً كبيراً في المؤلفات المتعلقة بهذا الموضوع -على حد علم الباحثة-. وتمثلت أهمية الدراسة

في النتائج التي ستفسرها الدراسة والتي يمكن وضعها محلّ التطبيق العملي، وأيضاً النتائج التي توصلت إليها الباحثة والحلول التي تطرحها الدراسة، هذا، وقد يستفيد من نتائج الدراسة المهتمون بمجال العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية في التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والحقوقية، وجعل هذه الدراسة نواة لدراسات أخرى مشابهة لبيدّ النقص في الدراسات النادرة التي تناولت معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري.

نظريات الدراسة

أولاً: النماذج الاتصالية للعلاقات العامة

إنّ الاتّصال جُزءٌ من السياق الاجتماعي والثقافي الذي تتم فيه عملية الاتصال، والذي بدوره أوجدَ عدّة نظريّاتٍ ونماذجٍ تُساعدُ في فهمِ إستراتيجيّاتِ الاتصال (Tench & Yeomans, 2017, p. 148). وقدّم "جيمس جرونج" أربعة نماذج تعطي تقييماً لممارسة الاتصال في العلاقات العامة (عياد، 2008).

وتُعزِّزُ النماذجُ الاتصالية للعلاقات العامة عن كيفية اتصال المنظمة بالجمهور وإدارة هذا الاتصال خلال ممارستها للعلاقات العامة، وهي أربعة نماذج: نموذج الوكالة الصحفية (نموذج الدعاية)، ونموذج الإعلام العام، ونموذج الاتجاهين غير المتوازن، والنموذج المتماثل ذو الاتجاهيين (Stromback & kiouisis, 2011).

النماذج الاتصالية الأربعة للعلاقات العامة

يؤكد كلٌّ من "جيمس جرونج" و"تود هانت" أنّ العلاقات العامة تدور حول إدارة الاتصال بين المنظمة والجمهور (حسن، 2015)، حيث قام كلٌّ من "هانت وجرونج" بوضع أسسٍ لأربعة نماذج في العلاقات العامة، وهي:

أولاً: نموذج الوكالة الصحافية أو نموذج الدعاية: (The Press Agency)

ظهر نموذج الوكالة الصحافية في القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة الأمريكية، وهو أول نموذج في تاريخ العلاقات العامة (حسن، 2015، صفحة 96). وكان الهدف الأساسي من تطبيق هذا النموذج هدفاً دعائياً تسعى المؤسسة من خلاله إلى الانتشار، وقد ظهر عندما كانت المؤسسات الصحافية تهدف إلى كسب القراء والمعلنين، كما تمَّ استخدامه من قِبَل المؤسسات المختلفة بهدف التحكم في سلوك الجماهير الداخلية والخارجية. ويتميز هذا النموذج بالتدفق أحادي الاتجاه من المؤسسة إلى الجمهور فقط، دون الاهتمام بالتغذية الراجعة، وكان الهدف من استخدام البحث هو قياس ردود أفعال الجمهور تجاه المؤسسة بشكل غير رسمي إذا لزم الأمر، ولم يكن إبلاغ الجمهور بالحقائق أمراً ضرورياً بالنسبة للمنظمة (عياد، 2008). ويهدف كذلك إلى نشر المعلومات للجماهير كالترويج الصحفي لحدث رياضي أو اجتماعي أو سياسي أو غيرها من الأحداث المتنوعة (Mclisky & Phlips, 2011, p. 118).

وقد رَبَطَ كُلُّ مَنْ "جرونج وهانت" الباحثان في مجال العلاقات العامة (1984)، هذا النوع من النشاط مباشرة مع الدعاية بقولهم: إنَّ هذا النشاط يخدم وظيفة الدعاية في الصحافة، ولذلك فهو عبارة عن معلومات ناقصة ومشوهة، وربما تشكل نصف الحقيقة، وهذا هو الهدف من ذلك النموذج هو الترويج دون أيِّ جوانب أخلاقية تتحكَّم في عملية الاتصال (Tench & Yeomans, 2017).

ثانياً: نموذج الإعلام العام: (The Public Information Model)

ظهر نموذج الإعلام العام في بداية القرن العشرين، واقترح هذا النموذج عام 1984، حيث كان الأكثر استخداماً في ظل عدم توفر الإنترنت والتواصل عبر المواقع الاجتماعية الإلكترونية كما هي الآن (Tench & Yeomans, 2017). وكان الهدف الأساسي لهذا النموذج هو نشر وتعميم المعلومات بهدف تحسين سمعة المؤسسة. وهنا يتم الاتصال على مرحلتين، حيث تقوم المؤسسة بإرسال رسائلها الاتصالية إلى الجمهور من خلال إدارة العلاقات العامة. ويقوم النموذج بتوظيف الصحفيين في المؤسسة

لتزويد الجمهور بالمعلومات الدقيقة. ويتضمن هذا النموذج اتصالاً أحادي الاتجاه من المؤسسة إلى الجمهور، ولكنه يتصمّن جزءاً من الاتصال المتماثل، حيث تحرص المؤسسة على جودة المعلومات التي يجب أن تُنقل إلى الجمهور دون غيرها إذا لم تولي اهتماماً كافياً لاستجابة الجمهور، فإن مصالح المؤسسة تصبح الهدف الرئيسي لعملية الاتصال (عياد، 2008).

وأشار عتوم (2010) إلى أنّ نموذج الإعلام العام يختلف عن نموذج الوكالة الصحفية، حيث إنّ نموذج الإعلام العام يعتمد على نشر الحقائق وصحة البيانات والتصريحات ليس بغرض البيع أو الترويج، باتجاه واحد (ينقل المعلومات من المؤسسة للجمهور)، ويعتمد هذا النموذج على المؤسسات التي لا تهدف إلى تحقيق الأرباح والمؤسسات الحكومية والتعليمية، حيث إنّهُ كَلَّمَا زادت حاجة الجماهير للمعلومات زاد جُهْدُ الموظفين في توفيرها (ص. 20).

ثالثاً: نموذج الاتجاهين غير المتوازن: (The Two-Way Asymmetrical Model)

ظهر نموذج الاتجاهين غير المتوازن في القرن التاسع عشر عام 1920، وبدأت المؤسسات بتطبيقه، وكان هدفه الأساسي الإقناع عبر الاتصال غير المتوازن، ويعتبر هذا النموذج نموذجاً لإدارة استجابة الجمهور والمجتمع تجاه المؤسسة، ووفقاً لذلك تسعى المؤسسة إلى تحقيق مصلحتها الخاصة، وممارسة الرقابة الاجتماعية بما يعود بالنفع عليها (عياد، 2008).

وتهتم المؤسسة من خلال هذا النموذج بالجمهور من أجل تصميم وتطوير الحملات الاتصالية بما يساهم في تحقيق جهود المؤسسة الإقناعية. ويهدف استخدام نموذج الاتجاهين غير المتوازن في برامج العلاقات العامة إلى توظيف البحث لتحديد أفضل الرسائل الاتصالية الأكثر قدرة على كسب التأييد الجماهيري دون أي تغيير في السلوك التنظيمي للمؤسسة، والهدف الأساسي هنا هو تغيير سلوك الجمهور بما يخدم المؤسسة فقط (عياد، 2008).

يهدف هذا النموذج إلى تغيير آراء الناس وسلوكهم بالإقناع بهدف تحسين سمعة المؤسسة، ولم يهتم النموذج بتغيير آراء المؤسسات، ويستخدم في الأعمال التنافسية، كما تتلقى المؤسسات تغذية راجعة، حيث إنَّ الاتصال باتجاهين ولكنه غير متوازن (Mclisky & Phlips, 2011, p. 118).

عندما تتبنى إدارة العلاقات العامة في المؤسسة النموذج غير المتماثل، فإنها تفترض أنَّ الاستفادة ستتحقق لجمهور المؤسسة من خلال التعاون معها. كما يفترض أنه إذا كَوَّنَ الجُمهورُ المختلف صوراً صحيحةً عن المؤسسة وفَهِمَ سياسَتها وأهدافها، فسيحدث نوع من التكامل بين المؤسسة والجمهور، ويتوقع للنموذج غير المتماثل أن يتقبله الجمهور (حسن، 2015).

وترى "بوتان" أن ذلك يتناقض مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية باعتبارها مناهج أساسية في العلاقات العامة. وتتميز المؤسسة التي تتبع هذا النموذج بعدم ممارستها "التوازن" فلا تغير المؤسسة سياستها نتيجة تأثرها بالرأي العام، ولكنها تعمل دائماً على التأثير في اتجاهات وسلوك الجمهور بهدف السيطرة والرقابة (حسن، 2015).

رابعاً: النموذج المتماثل ذو اتجاهين: (The Two-way Model)

يُعَدُّ هذا النموذج مكماً للنماذج الثلاثة السابقة، وظَهَرَ في أواخر القرن العشرين عام ١٩٦٠، ويؤكد أهمية الاستماع للجمهور في التواصل وإنشاء الحوار، بحيث تهدف المؤسسات في استخدامها هذا النموذج إلى توظيف الأبحاث لتقديم معلومات تسهل عملية إقناع الجمهور بشكل يُرضي جميع الأطراف، حيث إنَّ ما يُمَيِّزُ هذا النموذج هو استخدام البحث والحوار الذي يهدف إلى التفاهم المشترك (Mclisky & Phlips, 2011, p. 118).

ويبنى النموذج على التفاهم وتبادل المعلومات بين المنظمة وجمهورها كهدف رئيسي لإدارة العلاقات العامة، ويصف العملية التي تهتم المنظمة من خلالها بإقناع الجمهور بناءً على الحقائق والمعلومات الموضوعية الصادقة، وهذا يتطلب التحديد المسبق لاحتياجات الجمهور الإعلامية والاتصالية. وهنا يعد "رجع الصدى" مطلباً أساسياً لأنشطة وممارسات العلاقات العامة حتى يتمكن المصدر من تحديد طبيعة العلاقة واتجاه الرد،

ويعتبر هذا النموذج من أفضل النماذج التطبيقية ويتضمن علاقة تواصل متوازنة بين المرسل والمتلقي، حيث يكون لكلٍ من المؤسسة والجمهور السلطة، ويستخدم هذا النموذج عندما تهدف المؤسسة إلى حل المشكلات، وإدارة الصراع، والاستجابة لمتطلبات الجمهور (عتوم، 2010).

ووفقاً للنموذج يؤكد "جرونج" أهمية التفاهم المتبادل الذي يستطيع من خلاله أخصائي العلاقات العامة أن يعمل كوسيط محايد بين المنظمة وجمهورها، كما يؤدي الدورة على أكمل وجه عندما تكون هناك حاجة إلى التغيير ليتوافق مع احتياجات وتوقعات الجمهور والمجتمع. التماثل هو النهج، ومن الناحية الموضوعية فإن هدفه الأساسي هو جعل العلاقة بين الإدارة والجمهور تحقق أقصى قدر من الرضا والتعاون. ويمثل الحوار والمناقشة قاعدة أخلاقية في نموذج التناظر الثنائي. ويؤكد بيرسون البعد الأخلاقي في العلاقة الحوارية المتبادلة بين المؤسسة والجمهور. ويرى أن الحوار شرط مسبق لأي عملية تفاعلية تؤثر على الجمهور والمؤسسة (عياد، 2008).

علاقة النماذج بالدراسة

من أجل تحقيق تواصل رقمي فعال للعلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية، يجب على العلاقات العامة الرقمية في الوزارة الابتعاد عن نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية للعلاقات العامة وتقديم معلومات دعائية مشوهة أو غير مكتملة من أجل إقناع وتشكيل وعي الجمهور. واستناداً إلى نموذج الإعلام العام للعلاقات العامة، فإن تقديم معلومات إخبارية مفيدة تهدف إلى إطلاع الجمهور على أنشطة محددة لا يؤدي إلى تغيير أو تعزيز السلوك الفردي بما يتوافق مع الأهداف الوزارة. ولذلك يجب ربط أساليب الاتصال المتعلقة قضايا المرأة والعنف الأسري بالنموذج الاتجاهين غير المتوازن للعلاقات العامة الذي يركز على إقناع الجمهور من خلال نشر وتبادل الأفكار للتأثير على سلوك الجمهور، دون تقديم معلومات مشوهة أو ناقصة كما في نموذج الوكالة الصحفية. إن أساليب الاتصال الإقناعية رغم فعاليتها أحياناً إلا أنها ليست مجرد تسويق للاعتراف أو الفهم، ولكن الهدف النهائي هو أن يستجيب الجمهور وفق خطة مرسومة، وحدث

الاستجابة يعني الإقناع، وهذا يشير إلى النموذج المتماثل ذي الاتجاهين أو تحقيق التفاهم المشترك من خلال نموذج الاتجاهين غير المتوازن للعلاقات العامة.

ثانياً: نظرية التأطير

مفهوم التأطير

يعرف التأطير الاختيار واستخدام العناصر بعينها في الخبر الإعلامي ببناء برهان على الأحداث وأسبابها وتقييمها وحلولها، فيعطي مفهوم الإطار اقتراناً بحثياً لجمع الفروض المبعثرة لمجموعة من المداخل البحثية لدراسة الأخبار الإعلامية، وتقديم إطار جديد لإنشاء نموذج مفترض يقوم عملية البحث في الأخبار الإعلامية لتقديم إطار شامل للكشف عن كيفية وقوع التأثير في الوعي الإنساني من خلال الإعلام (عطية، 2005، صفحة 83).

فعملية التأطير تقوم على عمل اختصار معرفي للأحداث، وتبسيط للخبر، وإبعاد نظر الجمهور عن القضايا الجوهرية، ما يؤدي إلى التقليل من قدرة الجمهور على التفكير خارج الصندوق، وتعتبر كذلك إطاراً مفاهيمياً لِقَهْم وبناء الحُجَج والبراهين والأدلة للجمهور، ويساعد التأطير في تحديد معنى الرسالة من خلال تركيز الانتباه على عناصر معينة، واستبعاد المنافسة أو العناصر المشتتة للانتباه أو المتناقضة، فهو أمر أساسي لإنشاء وتحسين العلاقات متبادلة المنفعة؛ لأنه يساعد المنظمات والجمهور على تطوير إطار مشترك حول قضية معينة (Arowolo, 2017, p. 28).

التعريف بنظرية التأطير ونشأتها

نشأت نظرية الأطر الخيرية على يد عالم الاجتماع "جوفمان" عام 1974 الذي بدوره طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي، حيث ناقش عن طريق اختيار أطر إعلامية مناسبة تضيء على المضمون معنى ومغزى لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مداركهم. وكان الهدف من وضع نظرية الأطر الخيرية هو صنع نسق منظم لطريقة استخدام التوقعات؛ بقصد تفسير ووضع معنى لمواقف الحياة

اليومية للأشخاص، وتركز على الطريقة التي يتعلم من خلالها الأشخاص، وكيفية تفسيرهم للعالم الاجتماعي بصورة نمطية متكررة (علمي، 2019).

وتقوم نظرية التأطير الإعلامي على استخدام الآليات التي تحكم صناعة المنتج الإعلامي أثناء تغطية ومعالجة القضايا والأحداث الراهنة، حيث يتم التركيز على قضايا وإهمال قضايا أخرى، بمعنى وضع هذه الأحداث والقضايا في سياق معين وخلفية ووفقاً أطرٍ يراها صانِعُ الرسالة الإعلامية الصحفي، أو المؤسسة الإعلامية والبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ملائمة لفهم الحدث والقضية، فالأخبار ليست بريئة وليست سلعة مجردة، وإنما هي منتج فكري ومعنوي تقدم للجمهور من الزاوية التي يراها الصحفي صحيحة وملائمة تفي بالغرض (قيراط، 2015، صفحة 27).

الأساسيات النظرية

تشير نظرية التأطير إلى أنّ كيفية تقديم شيء ما للجمهور يسمى "الإطار"، يؤثر على الخيارات التي يتخذها الأشخاص حول كيفية معالجة هذه المعلومات، فالإطارات هي تجريدات تعمل على تنظيم أو بناء معنى الرسالة، والاستخدام الأكثر شيوعاً للإطارات هو من حيث الإطار الذي تضعه الأخبار أو الوسائط على المعلومات التي تنقلها. ويُعتقد أنها تؤثر على تصور الجمهور للأخبار، وبهذه الطريقة يمكن تفسيرها على أنها شكل من أشكال إعداد جدول أعمال المستوى الثاني - فهي لا تخبر الجمهور فقط بما يجب أن يفكر فيه (نظرية وضع جدول الأعمال)، ولكن أيضاً كيفية التفكير في هذه المسألة (إعداد جدول أعمال المستوى الثاني، تأطير النظرية) (فاضل، 2019، صفحة 13).

وتطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتشمل الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، وتحدد هذه النماذج أطر التغطية الإعلامية للقضايا والأحداث المختلفة، ومن النماذج التي قامت الباحثة بتوظيفها في الدراسة "نموذج روبرت إنتمان" الذي يتمثل في أربعة وظائف للأطر الإعلامية:

1. تحديد المشكلة أو القضية والأسباب الكامنة وراءها.
2. تحديد الشخصيات المحورية في القضية أو الحدث.

3. التقييم الأخلاقي للقضية أو الحدث.

4. اقتراح الحلول للقضايا ومعالجة المشاكل (Entman, 1993).

فرضيات النظرية

- أن الأحداث تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضيف عليها قدرًا من الاتساق؛ من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.
- الإطار الإعلامي هو الذي يحدد جوانب القضية ويعطي لها مغزى معينًا، فالإطار الخبري يضيف المعنى أو المغزى على الخبر، بحيث يكون له دلالة وأهمية لدى الجمهور ويحدد المداخل والزوايا التي يمكن رؤية الخبر من خلالها (بكير، 2018).

الأطر الإعلامية

يعرف الإطار الإعلامي بأنه عملية تفاعلية بين مكونات العملية الإتصالية؛ بهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة وإغفال جوانب أخرى، بما يتناسب مع أيديولوجية القائم بالاتصال بهدف تفسير الأحداث وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب والبحث عن حلول وتأطيرها بما يتوافق مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية (آل موسى، 2019). وتقوم الأطر الإعلامية باختيار بعض الجوانب في الواقع المحرك والتركيز عليها وجعلها أكثر بروزًا في النص الإعلامي، وذلك للتعريف بمشكلة معينة وتقديم التفسير السببي والتقييم العقلي لها ومعالجة الاقتراحات الخاصة بالموضوع المطروح (Entman, 1993).

وتتبع أهمية الأطر الإعلامية في أنها تساعد في قياس قوة الصحافة، فهي تجذب الانتباه وتضفي الشرعية على جوانب معينة من الحقيقة بينما تهمل الجوانب الأخرى (Lawrence, 2000, p. 90). وتعتبر الأطر الإعلامية وثيقة الصلة بالأحداث الجارية والقضايا السياسية، فالإطار يشكل الحوارات العامة والمناظرات السياسية بيت الأفراد المهنيين بالموضوعات السياسية، ويساعد على اكتساب المعلومات عن الحياة السياسية (Denis, 2002, p. 25).

عناصر الإطار الإعلامي وأنواعه

تتكون الأطر من أربعة عناصر اتصالية، وهي (علمي، 2019):

1. القائم بالاتصال: هو الذي يضع أطراً حاكمة بوعي أو بدون وعي في تحديد ماذا يقال.
2. المحتوى: تتضمن أطر تظهر في غياب وحضور بعض الكلمات وعبارات تقدم مجموعة من الحقائق أو الأحكام عن موضوع ما.
3. المتلقي: هو المتعرض للأطر التي تقوده إلى إدراكه وحكمه؛ لتعكس بعد ذلك أطر إدراكه وأطر النص وأطر القائم بالاتصال، أو لا تعكس.
4. الثقافة: هي الإطار أو السياق العام التي يستمد منها الأطر، ويتم توظيفها لكونها معالم ثقافية ثابتة ومنظمة ونظاماً متكاملًا لتفسير الرموز الاتصالية وإدراكها خلال الحياة اليومية.

أنواع الأطر الاعلامية وتصنيفاتها

تشير الأطر إلى المحتوى الذي تتوجه به وسائل الإعلام لمعالجة قضايا وأحداث معينة يصنعها الأفراد، وبالتالي توجهه انتباه الجمهور إلى نحو تلك القضايا والأحداث ليعملوا على وضعها في قالب يُكسبها دلالاتٍ وسماتٍ متأثرةً بالمادة الاعلامية المعروضة عنها وطبيعة معالجتها، ما يؤدي إلى تكوين الإطار الذي يوجه الأشخاص نحوها (فاضل، 2019، صفحة 28).

وهناك سبعة أنواع من الأطر توضح كما يأتي (Koa, Alawneh, & Mahmmoud, 2023):

1. الإطار العام: يقدم هذا الإطار تفسيرات للواقع بشكل عام وربط الأحداث والتفسيرات بالمعايير السياسية والثقافية، وتكمن أهميته في فهم المشاكل وإيجاد الحلول لها.
2. الإطار الإستراتيجي: يعمل على صياغة الأحداث من منطلقها الإستراتيجي، ويتناسب هذا مع الأحداث السياسية والعسكرية، بحيث يصل إلى فهمٍ للبيئة المحيطة من خلال تفسير المشكلات.

3. إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، وتصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

4. إطار النتائج الاقتصادية: يقوم هذا الإطار بوضع نتائج ووقائع الأحداث في سياق النتائج الاقتصادية، ويشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات، والقائمون بالاتصال يستهدفون الناتج المادي لزيادة فعالية وارتباط الرسالة الإعلامية مع الجمهور ومصالحهم.

5. إطار الصراع: يقدم الأحداث بطابع الصراع الحاد، وتتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة لإبراز هذا الصراع، ويهتم برصد المصالح قبل الأهداف، وتقاس الرسائل فيه بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم.

6. إطار المسؤولية: يقوم القائم بالاتصال على وضع الرسالة للإجابة عن السؤال من المسؤول، فمعرفة المسؤول عن الحدث وتحديدته في شخص أو مؤسسة أو حكومة أمر يُعنى به الأفراد والمؤسسات والدولة.

7. إطار المبادئ الأخلاقية: يعمل على عرض الوقائع بسياق أخلاقي يخاطب معتقدات المتلقي لها، فيرد القائم بالاتصال الحدث ردًا مباشراً لوعاء المجتمع الأخلاقي، وقد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للواقع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار.

خلال الثلاثة عقود الأخيرة ساهم عدد كبير من الخبراء بإثراء المحتوى العلمي الخاص بالأطر وعملوا على التمييز بين نوعين من الأطر وهما: أطر وسائل الإعلام، وتعني كيفية تقديم وسائل الإعلام للأخبار، وأطر الجمهور، وتعني كيفية فهم الجمهور للقصص الإخبارية وكيفية استجابتهم لها. ويكمن تأثير الأطر الإخبارية في آراء الجمهور من خلال تأكيدها على القيم وحقائق واعتبارات معينة وإبراز ارتباطها بشكل واضح بالحدث والقضية، فإذا كان لكل شخص إطار شخصي يرى ويفسر الأمور من خلاله فإن وسائل الإعلام تقوم بخلق أطر تعكس فهم أصحابها وإلى حد ما العاملين بها للأحداث. ويتم الربط بين أطر وسائل الإعلام وأطر الجمهور عن الأحداث والقضايا المختلفة على أساس أن الصحفيين أعضاء من جمهور وسائل الإعلام وأيضا يتأثرون بالأطر المطروحة في المجتمع. كما أن عملية التأطير تأخذ شكلاً هابطاً من أعلى إلى أسفل،

أَيَّ مِنَ النُّخْبِ وَأَصْحَابِ المصلحة ووسائل الإعلام إلى الجمهور، ولكنَّها في بعض الأحيان تأخذ حَطًّا صاعداً مِنْ أَسْفَلَ إلى أعلى، أَيَّ مِنَ الجمهور إلى وسائل الإعلام والنخب وجماعات المصالح (علمي، 2019).

بعد ما تمَّ استعراضُ أهمِّ النقاطِ الخاصة بنظرية التَّطير، استندت الباحثة إلى هذه النظرية في الدراسة الحالية في تحليل المضمون من خلال دراسة الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة في التوعية بقضايا العنف الأسري، بالإضافة إلى اتصافها بمرونة كبيرة في تصميم إجراءات الدراسات سواء على مستوى النص الإعلامي أو الجمهور أو القائم بالاتصال أو المزج بين أكثر من محور.

ثالثاً: نظرية ترتيب الأولويات

مفهوم ترتيب الأولويات

يشير مفهوم "الترتيب" إلى وجود نشاط تفاعلي ديناميكي في المجتمع، تشارك فيه أطراف متعددة، وهو ما يعني تعدد المتغيرات بحسب علاقات التأثير والتأثير. ويركز الترتيب على انتقال وظهور القضايا أو خصائصها بين متغيرين عادةً ما يُكونان وسائل الإعلام، والجمهور. وأمَّا مفهوم "الأولويات ف"يشير، كما يقول "كيندون"، إلى قائمة الموضوعات أو المشكلات التي يوليها المسؤولون بعض الاهتمام الجاد في وقت محدد، مما يدفع الناس إلى الارتباط الوثيق بهؤلاء المسؤولين. ويعني أيضاً مجموعة عامة من المناقشات التي تتناول ما يُعدُّ بمثابة كَبُوةٍ تقع ضمن مدى المخاوف المشروعة التي تستحق الاهتمامَ مِنْ قِبَلِ الحكومة. ويستخدم هذا المفهوم أيضاً للإشارة إلى مجموعة من العناصر الملموسة التي تمَّ تحديدها على شكل قرارات مؤسسية محددة سيتم اتخاذها لاعتبارات معينة (Kingdon, 1984, p. 3).

مفهوم نظرية ترتيب الأولويات

جاءت نظرية ترتيب الأولويات في الإعلام لخلق وعي واهتمام لدى الجماهير في القضايا الأقل أهمية لتكُون تلك القضايا أو الأخبار هي الأهم، وتكون القضايا المهمة هي الأقل أولوية وأهمية ويتم الاستخفاف بها كي لا تُشكّل خطراً على مَنْ يُدير دقّة الإعلام سواء أنظمة أو حكومات أو أشخاص (ديلو، 2013، صفحة 18).

وهناك عدة أنواع من الأولويات، منها الأولويات العامة أو كما يطلق عليها الأولويات النظامية، والأولويات الرسمية أو المؤسسية. وقام "روجرز وديرينغ" بتطوير نموذج لشرح العملية التفاعلية بين الأولويات، متضمناً ثلاثة أنواع: الأولويات الإعلامية، وأولويات الجمهور، وأولويات السياسة (Cobb, Ross, & Howard, 1976, p. 12). ويعرف "بسيوني حمادة" تحديد الأولويات بأنه: "العمليات المؤثرة في تحديد أولويات وسائل الإعلام" (Rogers & Dearing, 1988, p. 555).

ونظرية ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة أو ترتيب الاهتمامات تنطلق من فروض علمية واضحة تدور حول فكرة رئيسية وهي: الإعلام بالنشر المتكرر يبني معارف الجمهور - يضع لهم القضايا التي يفكرون فيها - يركز على الشخصيات والأحداث التي يهتم بها الناس - القائمون بالاتصال ينتقون من بين آلاف الأحداث ما يطرحونه على مائدة اهتمامات الجمهور - ترتيب اهتمامات الجمهور بالقضايا يعكس اهتمامات الإعلام بها، بمعنى أننا لو رصدنا مثلاً القضايا العشر التي تشغل بال الجمهور ورتبناها حسب الأهمية فقد تجد أن هذه القضايا وترتيبها هي ذات القضايا كما طرحتها وسائل الاتصال ورتبتها (عكاشة، 2020، صفحة 102).

وتفترض هذه النظرية أن الإعلام هو ما يوجه انتباه الجمهور نحو قضايا محددة بعينها من خلال التركيز على عدد من القضايا المتاحة في المجتمع. وتقتصر وسائل الإعلام ما يجب أن يفكر فيه الأفراد، كأفراد من عامة الناس، وما يجب أن يعرفوه ويشعروا به. فيما يتعلق بالقضايا المطروحة (مكاوي و السيد ، 2017).

نشأة النظرية وتطورها

تعود الأصول النظرية لأبحاث تحديد الأولويات إلى "والتر ليبمان" في كتابه "الرأي العام" 1922، حيث رأى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية للجماهير، وغالباً ما تصور بيئات زائفة في أذهان الجماهير وتعمل على تشكيل الرأي العام من خلال طرح القضايا التي تهتم المجتمع، وقد تم تجاهل هذه النظرية تماماً في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي (مكاوي و السيد ، 2017). وصرح "كوهين" في عام 1963 أن وسائل الإعلام تتجح دائماً في تعريف الجماهير بكيفية التفكير، لكنها تتجح بشكل كبير في تعريفهم بماذا يفكرون. وفي دراسة "لانج ولانج" 1966 أوضح الباحث أنّ وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام إلى قضايا محددة، فهي تطرح المواضيع وتقترح ما ينبغي تناوله ويفكر فيه الأفراد، وما يجب أن يعرفوه وما لا يجب أن يشعروا به، كما أكدوا في دراستهم أنّ وسائل الإعلام لا تولي اهتمام الجمهور إلا إلى قضايا معينة فحسب، بل يخلق صورة القادة السياسيين البارزين في أذهانهم (Brubaker, 2003, p. 1).

وتعدّ هذه النظرية الأكثر اهتماماً بتفسير كيفية نشوء أو تكوّن الظاهرة الإعلامية المتمثلة في الرسالة، فهي نظرية لا تهتمّ بالاعتماد على احتساب الكمّ في عناصر الرسالة أو تكرارها بقدر ما تهتم بالكيفية التي يجري فيها تكوين الرسالة وإخراجها من قِبَل القائم بالاتصال حتى وصولها للمتلقّي. وكما يؤكد عبد الحميد فإن القيمة الأساسية لاستخدام هذه النظرية تكسب أهميتها من تساؤلات النظرية نحو بناء الرسالة، وأهم تلك التساؤلات ما يتمثل في السؤالين الآتيين: لماذا كُتِبَ أو قِيلَ ما يَتِمُّ تحليلُهُ؟ ولماذا كُتِبَ أو قاله القائم بالاتصال (عبد الحميد، 2004، ص 72). وهذا ما يفسر العلاقة الطردية الإيجابية بين درجة تركيز وسائل الإعلام على قضية من القضايا، وبين درجة اهتمام الجماهير بتلك القضية (Zain, 2014, p. 4).

الأساسيات النظرية

تقوم فكرة نظرية ترتيب الأولويات (وضع الاجندة) على أنه كما يحدد جدول الأعمال لأي اجتماع الموضوعات الهامة ثم الأقل أهمية كذلك وسائل الإعلام لها جدول أعمال للموضوعات الهامة ثم الأقل أهمية أي تركز في المعالجات الإعلامية على موضوعات وتهمل موضوعات أخرى، وبالتالي جدول أعمال أية وسيلة إعلامية هو ما تبثه من برامج وما تقدمه من أخبار وما تعرضه من إعلانات وموضوعات، فتقوم بالتركيز على بعض القضايا دون الآخر حتى يبدو للجمهور أن هذه القضايا أهم من غيرها، وهي أولى باهتمامه كما توجي إليه وسائل الإعلام، كذلك المساحة الزمنية (راديو وتلفزيون) أو المكانية (في الصحافة) التي تعطيها وسائل الإعلام تعبر عن جدول أعمالها، فمثلاً تركيز وسائل الإعلام على الرياضة الأمريكية يجعل أفراد الجمهور يشعرون أن ما يجري حولهم في العالم ليس أهم من الرياضة في أمريكا، وتركيز الإعلام العالمي الآن على الاضطهاد النازي، يجعل العالم يشعر بأن اليهود مظلومون فيتعاطفون معهم، وينسون أن اليهود مغتصبون لأرض غيرهم (محمد، 2002، صفحة 165).

واتفق الباحثون على أن الأفكار الرئيسة للنظرية هي:

1. تدعم نظرية تحديد الأولويات الفرضية القائلة بأن وسائل الاتصال لا تُعلم الناس كيف يفكرون، بل تُعلمهم ماذا يفكرون. إنهم لا يخبرونك بما يجب أن تفكر فيه، لكنهم يقترحون بطريقة عامة ما توافق على مناقشته (العبد و العبد، 2011).
2. توجد علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة وبين تركيز أو إبراز نفس المواضيع لدى الجمهور المستقبل (شقيير، 1995).
3. يختلف الدور المؤثر الذي تلعبه نظرية تحديد الأولويات عن التأثير الإقناعي الذي تضمنته النظريات السابقة، مثل نظرية الحقن تحت الجلد، التي تعتمد على التأثير الفوري والشامل والمتمائل، حيث إن وسائل الاتصال الجماهيرية لها تأثيرات جماعية، وهذه النظرية لاقت نجاحاً كبيراً في الحرب العالمية الأولى ومع الحزب النازي في الثلاثينيات، وأمّا الآن فإنّ وجهة النظر التي تنطلق منها هي تلك التي

اقترحها "جوزيف كلير" عام 1960، والتي تفترض أن وسائل الاتصال الجماهيرية لها تأثيرات محددة فيما يتعلق بالسلوك والاتجاهات. ويفترض التأثير المتميز لتحديد الأولويات تركيز الاهتمام على قضايا وأحداث محددة وتحديد الأهمية النسبية التي يوليها الجمهور للموضوعات العامة، حيث يميل الناس إلى تسليط الضوء على ما تعكسه وسائل الإعلام واستبعاد ما تستبعده هذه وسائل الإعلام (مكاوي و عماد، 2000).

4. يختلف حجم التأثير من نطاق فردي ضيق إلى تأثير وطني أوسع، ولهذا الاختلاف علاقة كبيرة بالقضايا المختارة للدراسة (مكاوي و عماد، 2000).

5. يمكن للاتصالات الشخصية أن تعزز تأثير تحديد أولويات القضايا التي تحظى بتغطية إعلامية واسعة النطاق. وقد وجد "أتوود وسوهن" (1978) أن الصحف تؤثر على ما يتحدث عنه الناس، لكنها ليست المصدر الوحيد. وخلص "إيرينغ وغولدنبرغ وميمر" إلى أن التواصل الشخصي ضروري لمساعدة الناس على فهم محتوى وسائل الإعلام، ووجدوا أن التواصل غير الرسمي يزيد من بروز القضية مقارنة بالقضايا الأخرى. وقد جاءت نتائج دراسة "وانت" و"يال" عام 1992 لتثبت صحة هذه الفرضية، وللقول إن تكرار المناقشات هو العامل الأهم في بروز القضية (Wanta & Wil, 2005).

وعليه استخدمت الباحثة نظرية ترتيب الأولويات لأنها تهتم بدراسة العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل حيث تبين أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع. كما تخدم النظرية أداة البحث المستخدمة في تحليل المضمون لأهم ما تركز عليه صفحة وزارة شؤون المرأة على موقع الفيسبوك.

مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة الرقمية: أوضح الصالحي (2021) أنّ العلاقات العامة الرقمية تمثل جهوداً وأنشطة للعلاقات العامة المخططة والمقصودة وممارستها عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة، وإذا كانت العلاقات العامة تمثل فنّ الاتصال وعلمه وإدارته بين المنظمة والجمهور لتحقيق الفهم المتبادل، فإن الرقمية تعني الوسائل الحديثة القائمة على النظم الرقمية المستخدمة في عملية الاتصال بين المنظمة والجمهور، وبالتالي فإنّ العلاقات العامة الرقمية تشير إلى تكامل العلاقات العامة والوسائل الاتصالية الرقمية لتحقيق أهداف المؤسسة. وعَرَفَتْهَا الباحثة على أنّها "توظيف ممارسي العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية للتقنيات الاتصالية الرقمية الحديثة، للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، من خلال وسائل الاتصال والتواصل التكنولوجية الحديثة والتأثير عليهم وتغيير اتجاهاتهم وسلوكهم، وبالتالي تحقيق أهداف الوزارة بالحد من العنف والوقوف على أسبابه".

العنف الأسري: استخدام القوة المادية أو المعنوية لإلحاق الأذى بآخر استخداماً غير مشروع، ويشمل العنف الزوج تُجاة زوجته تُجاة زوجها، وعنف الوالدين تُجاة الأولاد وبالعكس، كما أنه يشمل العنف الجسدي والجنسي واللفظي وبالتهديد، والعنف الاجتماعي والفكري، وأخطر أنواعه ما يسمى بالقتل على خلفية الشرف (علاف، 2019).

العنف ضد المرأة: هو مصدر معاناة جسدي ونفسي يطال المرأة، ويطل كافة نواحي حياتهن، ويؤثر على صحة المرأة، ويعيق قدرتها على المشاركة في المجتمع (الجزيرة نت، 2022).

وزارة شؤون المرأة الفلسطينية: تأسست وزارة شؤون المرأة في تشرين الثاني من العام 2003، كأول وزارة لشؤون المرأة في فلسطين؛ استجابةً لنضال المرأة الفلسطينية من أجل نيل حقوقها الوطنية في الاستقلال وإقامة الدولة الفلسطينية من جهة، ولتأمين حقوقها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية؛ لبناء مجتمع مدني تتحقق فيه التنمية الإنسانية الشاملة من جهة أخرى (الموقع الرسمي لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية، 2024).

مشكلة الدراسة

تؤدي المؤسسات المجتمعية والحكومية دوراً هاماً في قضايا المرأة ومكافحة العنف الأسري ضدها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها وسيلة مهمة وسريعة في إيصال الرسالة ونشر الوعي حول القضية المطروحة، فقد حظيت وسائل التواصل الاجتماعي (الشبكات) بانتشار كبير وسريع على الصعيد العالمي، وأهم ما يميز الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل أساسي هو التفاعلية المتنوعة المتعددة الوسائط. وتهتم المؤسسات الحقوقية، والمؤسسات الحكومية التي تُعنى بتمكين المجتمع بقضايا مجتمعية مختلفة، ومن هذه القضايا والمشكلات مشكلة العنف الأسري التي تُعدُّ من المشاكل المهمة في المجتمع الفلسطيني. فبحسب إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2022) بلغت نسبة النساء اللواتي سبق لهن الزواج أو المتزوجات حالياً، وتعرّضن للعنف في المجتمع الفلسطيني 58.2% من سن 15-64 سنة، حيث تعرّضن للعنف على الأقل مرة واحدة من قبل أزواجهن.

وتُعدُّ قضايا العنف ضد المرأة في تزايدٍ وعلى الرغم من انتشارها في كافة أرجاء العالم إلا أنها لم تلقَ الاهتمام الكافي بها سواء من قبل الجهات المختصة أو الندوات الدولية، أو الأبحاث والدراسات العلمية التي أوصت بضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول العنف ضد النساء وآثارها السلبية على المرأة خصوصاً في المجتمع الفلسطيني الذي بدا واضحاً فيه، وأثبتت الدراسات زيادة عدد جرائم العنف ضدها والمشاكل الفادحة التي يسببها لها على الصعيد النفسي والعائلي والمجتمعي.

وبناءً على ما تقدّم تسعى هذه الدراسة كمحاولة لتسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذو أهمية كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني وتسلط الضوء على دور العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في التوعية للمساهمة في الحد من العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني، وذلك لمعرفة مدى توافق رؤية الوزارة في توعية وتمكين المرأة الفلسطينية وتعزيز قدرتها لتكون شريكاً في بناء وتنمية الوطن، وترسيخ مجتمع تحكمه القيم الإنسانية

والحضارية والوطنية والمساواة، من خلال دعم مشاركتها في مواقع صنع القرار والحد من العنف ضدها، وقدرة العلاقات العامة لديها في تنفيذ هذه الرؤية.

سؤال الدراسة المركزي والأسئلة الفرعية

السؤال الرئيس

يتمثل سؤال الدراسة الرئيس في: كيف عالجت دائرة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة قضايا العنف الأسري من خلال صفحتها الرسمية على موقع الفيسبوك؟

الأسئلة الفرعية

انبثق من سؤال الدراسة الرئيس عدة أسئلة فرعية، تتمثل في:

1. ما مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في قضايا العنف الأسري من

خلال صفحتها الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

2. ما هي الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في معالجة

قضايا العنف الأسري؟

3. ما أشكال المضامين الإعلامية التي تستخدمها صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل

الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري؟

4. ما هي النماذج الاتصالية المستخدمة في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في منشورات التوعية

حول قضايا العنف الأسري؟

5. ما هي التدخلات المهنية اللازمة للعلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية للقيام بمهام

التوعية حول قضايا العنف الأسري بشكل أكثر فعالية؟

أهداف الدراسة

تأتي هذه الدراسة كمحاولة لتسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر

الوعي في موضوع حساس وذي أهمية كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني، وتهدف إلى:

1. تحديد الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لمعالجة قضايا العنف الأسري لدى وزارة

شؤون المرأة الفلسطينية عبر موقعها على الفيسبوك.

2. تحديد النماذج الاتصالية الأكثر استخداماً في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في منشورات التوعية

حول قضايا العنف الأسري.

3. معرفة مدى تنوع المضامين الإعلامية في صفحة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل

الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري.

4. معرفة مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في قضايا العنف الأسري من

خلال صفحتها الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

5. تسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية لدى وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في معالجة القضايا

المجتمعية، وعلى التدخلات المهنية اللازمة للرفع من مستوى أدائها للتوعية بقضايا العنف الأسري

بفعالية أكبر.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

وتكتسب الدراسة أهميتها من كون ميدان البحث في دور العلاقات العامة الرقمية في قضايا المرأة ميداناً

جديداً نسبياً على البحوث في العلاقات العامة والإعلام على حدّ معرفة الباحثة، وتأمل الباحثة أن تكون هذه

الدراسة إضافةً جديدةً إلى دراسات العلاقات العامة الرقمية؛ باعتبار أن العلاقات العامة ميدان واسع في

التجدد مع التطورات المستمرة في المجتمع في حقول الاقتصاد والاجتماع والسياسية والتكنولوجيا. وتأتي

أهمية الدراسة من العلاقة بين المنظمة والمجتمع الذي تعمل به، حيث إنّ التزام المؤسسات بخدمة المجتمع له أهمية متبادلة لكليهما، بحيث يحقق كلٌّ منهما أهدافاً مهمة للطرف الآخر، فالاهتمام بقضايا المرأة يحقق للمؤسسة الربح المعنوي ويوثق ثقتها في جماهيرها، وهو مهمة للجماهير لخلق فرص تخدمهم وتلبي حاجاتهم، فقضية العنف الأسري من أهم القضايا التي تهم مجتمعنا العربي والفلسطيني، وإبراز أهمية العلاقات العامة الرقمية والدور الفعال الذي تؤديه في تنمية المجتمع الفلسطيني وبناء الثقة مع الجماهير المختلفة، ومعرفة مدى التزام المؤسسات الفلسطينية بالمسؤولية تجاه المرأة.

الأهمية التطبيقية

تتبع أهمية الدراسة مما ستضيفه للمعرفة الإنسانية حيث سيتم التعرف من خلال النتائج التي ستصل إليها الدراسة إلى الدور الذي تقوم به العلاقات العامة الرقمية في الاتحادات النسائية محددة بـ"وزارة شؤون المرأة" كنموذج لها، والتواصل مع الجمهور من خلال وسائل الاتصال الرقمية في قضايا العنف ضد المرأة، وتتمثل الأهمية التطبيقية في التوصيات والنتائج التي ستُسفرُ عنها هذه الدراسة التي يُمكنُ وضعها محلَّ التطبيق العملي، وأيضاً النتائج التي سيتوصل إليها الباحثون والحلول التي تطرحها الدراسة، هذا، وقد يستفيد من نتائج الدراسة المهتمون بمجال العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية في التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والحقوقية، وجعل هذه الدراسة نواة لدراسات أخرى مشابهة لسدِّ النقص في الدراسات النادرة التي تناولت معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري. كما تأملُ الباحثة أن تُساهم نتائج هذه الدراسة في تحسين أداء العلاقات العامة الرقمية وأطر معالجتها للقضايا المجتمعية.

الفصل الثاني

منهجية الدراسة

منهج الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، والذي يقوم على رصد للآراء العديدة حول موضوع الدراسة وتوصيفها وتحليلها، ويُعرّف المنهج الوصفي التحليلي بأنه: أخذ أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع البيانات ومعلومات معينة عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة (عبد المؤمن، 2008). وهو المنهج الذي يتخذ الوصف الدقيق والتحليل للظاهرة موضوع البحث بهدف التعرف إليها أو توقعها من خلال مصادر جمع البيانات وتفسيرها (اسماعيل، 2011، صفحة 23). حيث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي يستطيع الباحث العلمي جمع بعض المعلومات الدقيقة والواضحة عن الظواهر في البحث العلمي، وتقديم كافة الأحداث والمعلومات التي مر بها الباحث العلمي أثناء عملية البحث، ووصف تفصيلي وحقيقي لجميع الإجراءات العلمية التي تمت، وهو يتمتع باليات تمكينية كثيرة، والقدرة على تفصيل المقارنات المختلفة بين هذه الظواهر، واكتشاف أوجه الاختلاف والتشابه بالتفصيل (تيسير، 2023).

ولذا اختارت الباحثة هذا المنهج لتحقيق أهداف الدراسة التي تستند بالأساس على تطوير توصيف وتحليل دقيق لمضمون صفحة وزارة شؤون المرأة؛ لغرض معرفة كيفية معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري عبر صفحاتها الرسمية على موقع الفيسبوك.

مجتمع الدراسة

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع المنشورات التي نشرتها صفحة وزارة شؤون المرأة على الفيسبوك، والمتعلقة حصرياً بقضايا العنف الأسري عام 2022 و2023، وتمثلت في (226) منشوراً، وتم نشرها خلال الفترة الممتدة من تاريخ 1 يناير/ كانون الثاني 2022 حتى 31 ديسمبر/ كانون الأول 2023.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة العينة المتعلقة بتحليل المضمون، وهي عينة المسح الشامل، ويقصد بها "اختيار الباحث عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة، ويعتقد الباحث - عند اختياره هذه العينة- أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكوّن مقاييسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي" (العزاوي، 2007، صفحة 173). وتم اختيارها لأنها العينة التي تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها الباحث، أي أنه يختار العينة اختياراً حُرّاً وَفْق حاجته، وبحسب اعتقاده أنّ هذه العينة تمثل المجتمع وتحقق غرض دراسته (دياب، 2003، صفحة 99). ويُعزى سبب اختيار الباحثة لعينة المسح الشامل إلى تحليل المنشورات المتعلقة بالعنف الأسري، والتي بلغت (226) منشوراً نُشرَتْ على الصفحة لوضوح التفاصيل والدقة العالية والمصدقية للتحليل.

أداة الدراسة

للإجابة عن سؤال البحث المركزي وكل ما ينبثق عنه من أسئلة فرعية وَظَعَتْ هذه الدراسة أداةً بحثيةً لإثراء القدرة التوصيفية والتحليلية للدراسة، وهي:

استمارة تحليل المضمون: والتي تُعرّف بأنها "عملية تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات معينة، وَفْق معاييرٍ محددةٍ بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى، وبالاستناد إلى قواعد واضحة على أساس علمي، بحيث ترتبط هذه الفئات ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية، والفروض العلمية للدراسة، والتساؤلات البحثية المطروحة، بما يضمن أن تكون نتائج تحليل المضمون صريحة وقاطعة على

تساؤلات الدراسة" (يونس و عبد الغفار، 2020). ويعتبر تحليل المضمون وسيلة لجمع البيانات، حيث يُستخدَم كأداة في تحليل مضمون المادة المقدمة عن طريق وسائل الاتصال الجماعي، ويقوم الباحث باختيار عدد من الوثائق ذات الصلة بموضوع بحثه، مثل السجلات، والقوانين، واللوائح، والصحف، والمجلات، والبرامج التلفزيونية، والكتب المدرسية، وغيرها من المواد التي تحتوي على المعلومات التي يبحث عنها الباحث. وتحليل المضمون (المحتوى) هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات البحث المختلفة خاصة في دراسات علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمحتوى الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون (العامري و الماجد، 2018).

واختارت الباحثة هذه الأداة لاتفاقها مع منهج الدراسة المستخدم، وهو المنهج الوصفي التحليلي، كما أنّ هذه الأداة مناسبة للإجابة عن تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية؛ وذلك لمعرفة إذا ما كان هنالك تنوع في المضامين الإعلامية المستخدمة بالإضافة إلى معرفة مدى اهتمام دائرة العلاقات الرقمية في وزارة شؤون المرأة بقضايا العنف الأسري من خلال معرفة نسبة منشوراتها عن الموضوع مقارنة بالمواضيع الأخرى، ومعرفة الأطر المستخدمة لديها في معالجة قضايا العنف الأسري، ومعرفة النماذج الاتصالية الأكثر استخداماً في منشورات التوعية بقضايا العنف الأسري.

واتبعت الباحثة الخطوات الآتية لإجراء تحليل للبيانات الكميّة وفقاً لتحليل المضمون:

- تحديد مجتمع البحث وعينته.
- اختيار المنشورات من أجل تحليلها وفقاً للعينة.
- تحليل كل منشور تبعاً لفئات التحليل في الاستمارة.
- تفرغ البيانات.
- حساب التكرارات والنسب المئوية.
- مناقشة النتائج.

صدق الأداة وثباتها

اعتمدت الباحثة على اختبار الصدق لقياس الصدق الظاهري لاستمارة تحليل المضمون من خلال قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة والوصول إلى النتائج، وتمَّ عَرُضُ الاستمارة على عددٍ مِنَ المحكِّمِينَ المتخصصين حيث أكدوا صلاحيتها للتطبيق، بالإضافة إلى إجراء التعديلات التي أشاروا إليها. هذا، وقامت الباحثة في قياس ثبات الأداة من خلال عرض تحليل الاستمارة على مشرف الدراسة، وطبقت الباحثة معادلة (هولستي) للتحقق من ثبات أداة الدراسة، وَتَحَقَّقَتْ مِنْ ثَبَاتِ التحليل ودقته.

إجراءات الدراسة

أُجْرِيَتْ هذه الدراسة وَفُقَّ الخُطُواتِ الآتية:

- إعداد أداة الدراسة بصورة صحيحة ودقيقة.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- الحصول على موافقة الجهات ذات الاختصاص.
- تحليل استمارة تحليل المضمون التي تتضمن (226) منشوراً هي عينة الدراسة.
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها في ضَوْءِ النظريات المستخدمة في الدراسة، واقتراح التوصيات المناسبة.

الفصل الثالث

عرض النتائج

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري: صفحة الوزارة الرسمية على الفيس بوك كدراسة حالة بناء على سؤال مركزي ينص على: كيف عالجت دائرة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة قضايا العنف الأسري من خلال صفحتها الرسمية على منصّة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

وتمت الإجابة عنه من خلال عدة أسئلة فرعية، وفيما يأتي عَرَضُ لنتائج أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في قضايا العنف الأسري من خلال صفحتها الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

من خلال المسح الشامل لصفحة وزارة شؤون المرأة تَبَيَّنَ أَنَّ هناك عدة مواضيع تهتم لها العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة وهي على النحو الآتي:

جدول 1

اهتمام العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في قضايا العنف الأسري من خلال صفحتها

الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك

الترتيب	النسبة المئوية	عدد التكرارات	الموضوع
3	%13.2	30	أخبار الوزارة والوزيرة
4	%17.6	40	تمكين المرأة في المجتمع
5	%8.8	20	أخبار متنوعة
1	%38	86	قضايا العنف
2	%22	50	تهميش المرأة
		226	المجموع

يَبَيِّنُ مِنْ خِلَالِ الْجَدُولِ (1) أَنَّ قِضَايَا الْعِنْفِ ضِدَّ الْمَرْأَةِ جَاءَتْ بِأَعْلَى نِسْبَةٍ بَلَّغَتْ 38% بَعْدَ تَكَرُّرَاتٍ بَلَّغَتْ 86 مَنشُورًا مِنْ أَسْلِ 226 مَنشُورًا، بَيْنَ بَاقِي مَوَاضِعَاتِ الَّتِي تَهْتَمُ لَهَا الْعِلَاقَاتُ الْعَامَّةُ الرَّقْمِيَّةُ فِي وَزَارَةِ شُؤُونِ الْمَرْأَةِ الْفِلَسْطِينِيَّةِ عِبْرَ صَفْحَتِهَا الرَّسْمِيَّةِ عَلَى مِئْصَّةِ التَّوَاصُلِ الْإِجْتِمَاعِيِّ فِي سِبُوكِ، وَهَذَا يَدُلُّ عَلَى اِهْتِمَامِ الْوَزَارَةِ بِقِضِيَّةِ الْعِنْفِ ضِدَّ الْمَرْأَةِ سِوَاءِ عَلَى الصَّعِيدِ الْأَسْرِيِّ أَوْ الْعِنْفِ الْمَمَارَسِ مِنْ قِبَلِ الْإِحْتِلَالِ عَلَى جَمِيعِ النِّسَاءِ الْفِلَسْطِينِيَّاتِ، فَتَارَةً تُوَجَّهُ الْمَرْأَةُ الْفِلَسْطِينِيَّةُ الْعِنْفَ مِنْ إِجْرَائَاتِ الْإِحْتِلَالِ التَّعْسُفِيَّةِ بِحَقِّ الشَّعْبِ الْفِلَسْطِينِيِّ عَامَّةً، وَتَارَةً أُخْرَى مِنْ الصَّعِيدِ الْمَجْتَمَعِيِّ الْمَتَمَثِّلِ بِالتَّنَشُّؤِ الْإِجْتِمَاعِيِّ وَالْمُورِثَاتِ الثَّقَافِيَّةِ، فَارْتِبَاطُ الْعِنْفِ مِنْ قِبَلِ الْإِحْتِلَالِ بِالْعِنْفِ الْمَجْتَمَعِيِّ فِي الْحَالَةِ الْفِلَسْطِينِيَّةِ وَلَدَى الْمَرْأَةِ الْفِلَسْطِينِيَّةِ بِالذَّاتِ ارْتِبَاطٌ وَثِيقٌ، وَذَلِكَ مِنْ خِلَالِ حَجْمِ الْعِنْفِ الَّذِي سَبَبَهُ الْإِحْتِلَالُ لِلشَّعْبِ الْفِلَسْطِينِيِّ الْمَتَمَثِّلِ عَنْ طَرِيقِ التَّجْوِيعِ وَمَصَادِرَةِ الْأَرْضِي وَهَدْمِ الْبُيُوتِ وَالْحِصَارِ، الَّتِي كَلَّمَا دُونَ شَكِّ تَوَثَّرَ سَلْبًا فِي الْاِقْتِصَادِ الْفِلَسْطِينِيِّ، وَفِي دَخْلِ الْعَائِلَةِ الْفِلَسْطِينِيَّةِ، الَّتِي يُوْدِي بِهَا إِلَى الْعَيْشِ تَحْتَ خَطِّ الْفَقْرِ، حَيْثُ إِنَّ الْفَقْرَ وَتَرْدِي الْوَضْعِ الْاِقْتِصَادِيِّ لِلْعَائِلَاتِ الْفِلَسْطِينِيَّةِ يُعَدُّانِ مِنْ أَسْبَابِ الْعِنْفِ ضِدَّ الْمَرْأَةِ، الَّذِي يُوْدِي فِي نِهَآيَةِ الْمَطَافِ إِلَى

ازدياد العنف المجتمعي ضدها، وهنا كان لا بُدَّ من مضاغفة اهتمام وزارة شؤون المرأة الفلسطينية من قضية العنف ضد المرأة. ومن الأمثلة على موضوع قضايا العنف ضد المرأة التي تهتم بها الوزارة. انظر الشكل (1):

شكل 1

لقطة شاشة لمنشور على صفحة الوزارة بتاريخ 2022/12/1 بين اهتمام الوزارة بقضايا العنف ضد المرأة



يُبيِّنُ الشكل (1) موضوع العنف ضد المرأة حيث بينت الوزارة من خلال المنشور العنف الذي قد تتعرض له النساء سواء العنف الاجتماعي (من قِبَلِ المجتمع المحيط بها) أو من قِبَلِ الاحتلال الإسرائيلي وما يقوم به من عنف ضد المرأة كالاقتال وغيره.

تلاها موضوع تهميش المرأة في المجتمع بنسبة 22% في المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت 50 منشورًا من أصل 226 منشورًا. حيث سعت الوزارة خلال هذه المنشورات إلى وضع حد للتمييز والإقصاء للمرأة الفلسطينية، والحد من أوجه عدم المساواة والضعف التي تؤدي إلى تهميشها كامرأة في المجتمع وتقوض إمكاناتها وتوعيتها بأهم التحديات التي تحرمها كامرأة من التمتع بحقوقها الاجتماعية والاقتصادية، ويحرمها

من الوصول إلى الخدمات المختلفة التي تحتاجها والمشاركة بقوة في الحياة الاجتماعية. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة عن موضوع تهमيش المرأة، انظر الشكل (2).

شكل 2

لقطة شاشة لمنشور بتاريخ 2022/11/29 كمثل على موضوع تهميش المرأة في الوزارة



يُبيّن الشكل (2) تهميش المرأة الفلسطينية، وهذا يتفق مع إستراتيجية الوزارة في سعيها لتقدم المرأة ورفع هذا التهيميش عنها من خلال بيان أهم التحديات التي تواجه النساء المهمشات لتسليط الضوء عليها وهذا يتفق مع رؤية الوزارة في سعيها لمجتمع فلسطيني يتمتع فيه النساء والفتيات بحقوق المواطنة والفرص المتساوية، في المجالين العام والخاص.

وجاء في المرتبة الثالثة تمكين المرأة في المجتمع بنسبة 17.6% بعدد تكرارات بلغت 40 منشورًا من أصل 226 منشورًا. وتتنظر الوزارة إلى تمكين المرأة الفلسطينية في المجتمع؛ وذلك بهدف حل مشاكل التهيميش المتنوعة التي تعاني منها المرأة الفلسطينية، مثل الضعف، والفقر، وخيارات كسب العيش المحدودة، وعدم المساواة بين الجنسين، والعنف ضد المرأة؛ لذلك تسعى الوزارة من خلال منشورات تمكين المرأة إلى بناء قدرة

المرأة لتكون معتمدة على ذاتها، وأن تنمي شعورها بالقوة الداخلية والاستقلال الذاتي والاقتصادي والقدرة على اتخاذ القرار والإدارة والقيادة وتغيير السلوك والخروج من دائرة التهميش الاجتماعي. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة عن موضوع تمكين المرأة في المجتمع انظر الشكل (3):

شكل 3

لقطة شاشة لمنشور على صفحة الوزارة بتاريخ 6/12/2022 يوضح موضوع تمكين المرأة في المجتمع



تُبين الشكل (3) موضوع تمكين المرأة في المجتمع والتي حصلت على نسبة 17.6% حيث تُبين لقطَةُ الشاشة بحث الوزيرة للأفاق المستقبلية مع إحدى الوكالات الأمريكية سُبُل التعاون من أجل تمكين النساء في المناطق البعيدة والمهمشة.

واحتلت موضوعات عن أخبار الوزارة والوزيرة بنسبة 13.2% بعدد تكرارات بلغت 30 منشورًا من أصل 226 منشورًا. وفي المرتبة الأخيرة أخبار متنوعة بنسبة 8.8% بعدد تكرارات بلغت 20 منشورًا من أصل 226 منشورًا. والتي تهدف من خلالها الوزارة؛ لتكون قريبة من الجمهور، وحرصها على اطلاع الجمهور

على جميع أعمالها ونشاطاتها. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة عن موضوع أخبار الوزارة والوزيرة والأخبار المتنوعة. انظر الشكل (4):

شكل 4

لقطة شاشة لخبرين منفصلين كمثال على أخبار الوزيرة والوزارة بتاريخ 2022/12/12 وموضوع الأخبار المتنوعة بتاريخ 2022/12/5



يبين الشكل (4) خبرين منفصلين حصلا على نفس النسبة المئوية في نتائج تحليل المحتوى لصفحة الوزارة كموضوع أخبار الوزيرة والوزارة التي يتم نشرها من قبل الوزارة بين فيها أنشطة الوزارة والوزيرة التي تقوم بها وموضوع الأخبار المتنوعة والتي يتم نشرها من قبل الوزارة بين فيها حضور عزاء جين كالدن مؤسسة جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.

السؤال الثاني: ما هي الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في معالجة قضايا العنف الأسري؟

جدول 2

الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في معالجة قضايا العنف الأسري

الأطر الإعلامية	عدد التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
انتهاك الحقوق الأساسية للمرأة.	42	28%	2
الأطر الخاصة (المحددة بقضية)	48	32%	1
وضع حد للعنف ومسبباته وضع حد للتمييز والإقصاء، والحد من أوجه عدم المساواة	28	18.6%	3
المسؤولية المجتمعية	30	20%	1
الأطر العامة	2	1.3%	2
التركيز على الشخصيات النسائية المعروفة			
المجموع	150		

** عدد التكرارات أعلى من عدد العينة البالغ 86 منشورًا بسبب وجود الإطار أكثر من مرة في نفس المنشور.

يَتَبَيَّنُ مِنْ خِلَالِ الْجَدُولِ (2) أَنَّ الْأَطْرَ الْخَاصَةَ (المحددة بقضية) جاءت بالمرتبة الأولى بَيْنَ الْأَطْرِ الْإِعْلَامِيَّةِ بِنِسْبَةٍ بَلَغَتْ 78%. حيث تَمَّ تَأْطِيرُهَا مِنْ خِلَالِ عِدَّةِ مَوَاضِيَعٍ أَهْمُهَا: وَضْعُ حَدِّ لِلْعُنْفِ وَمَسَبِّاتِهِ جَاءَ بِالْمَرْتَبَةِ

الأولى بنسبة 32% بَعَدَ تَكَرَّراتٍ بَلَغَتْ 48 مِنْ أَصْلِ 86 منشورًا. حيث قامت الوزارة بالتركيز على قضية الحد من العنف ومسيباته عملت ذلك من خلال عرض جوانب العنف ومسيباته للجمهور بشكل واضح. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (5):

شكل 5

لقطة شاشة منشور بتاريخ 2022/11/28 توضح إطار وضع حد للعنف ومسيباته



يبين الشكل (5) تأطير صفحة الوزارة للموضوعات المنشورة من خلال وضعها في إطار خاص التي جاءت بأعلى نسبة بلغت 78% من الأطر الخاصة التي استخدمتها الوزارة في صفحتها من خلال عرض منشور لأهداف حملة تقوم بها الوزارة من أجل وضع حد للعنف وأسبابه.

وإطار انتهاك حقوق أساسية لدى المرأة بالمرتبة الثانية بنسبة 28% بَعَدَ تَكَرَّراتٍ بَلَغَتْ 42 منشورًا من أصل 86 منشورًا. وقد سَعَتِ الوزارة على تأطير الخاص المحدد بقضية انتهاك حقوق أساسية لدى المرأة

وذلك بعرض ما تتعرض له المرأة الفلسطينية من تشريد من بيتها، والاعتقالات التعسفية، وتقييد فرص وصولها إلى الخدمات الأساسية. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (6):

شكل 6

لقطة شاشة بتاريخ 2022/11/28 تبين إطار انتهاك حقوق أساسية لدى المرأة



يبين الشكل (6) إطار انتهاك حقوق الأساسية لدى المرأة حيث تقوم الوزارة بتأطير منشوراتها من خلال حملة تستهدف مناهضة العنف ضد النساء والفتيات.

وإطار وضع حد للتمييز والإقصاء، والحد من أوجه عدم المساواة بنسبة 20% بَعْدَ تَكَرَّراتٍ بَلَغَتْ 30 منشورًا مِنْ أَصْلِ 86 منشورًا. والتي هدفت الوزارة من خلال تأطيرها الخاص المحدد بقضية وضع حد للتمييز والإقصاء، والحد من أوجه عدم المساواة إلى المناداة بالحقوق المدنية والسياسية للمرأة في إطار مجتمع يقوم على منح الذكور جميع الحقوق وحرمان الإناث من كثير من تلك الحقوق. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (7):

شكل 7

لقطة شاشة بتاريخ 27/11/2022 تبيين إطار وضع حد للتمييز والاقصاء



يبين الشكل (7) إطار وضع حد للتمييز والاقصاء من خلال فيديو تقوم الوزارة بنشره عبر الصفحة تُوَطر الوزارة المنشور من خلال عبارات لوضع حد للتمييز والاستثناء للمرأة كالمراة هي نصف المجتمع ولا يمكن للمجتمع أن يزهو دون النصف الآخر.

بينما جاء الإطار العام بالمرتبة الثانية بنسبة 21.3%، حيث تَمَّ تأطير العنف الأسري من خلال إطار المسؤولية المجتمعية بالمرتبة الأولى بنسبة 18.6% بعدد تكرارات بلغت 28 منشورًا من أصل 86 منشور. وإطار التركيز على الشخصيات النسائية المعروفة بالمرتبة الثانية بنسبة 1.3% بعدد تكراراتٍ بَلَغَتْ 2 منشورٍ من أصل 86 منشورًا. قامت الوزارة بتأطير عام للعنف ضد المرأة، وذلك من خلال تقديم قضية العنف بشكل عام، والتي تقدم فيها تفسيرات عامة للعنف وربطها بالمعايير الثقافية والاجتماعية من خلال عرض المسؤولية المجتمعية التي يتبناها المجتمع الفلسطيني تجاه قضايا العنف وتركيز الوزارة على الشخصيات النسائية المعروفة، وما ذلك التأطير إلا تأطير مهم قائم على فَهْم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع للجمهور على المدى البعيد. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (8):

شكل 8

لقطة شاشة لخبرين منفصلين يوضح الإطار العام التي قامت الوزارة بتأطير منشوراتها عبرها كإطار المسؤولية

المجتمعية بنسبة 18.6% وإطار التركيز على الشخصيات النسائية بنسبة 1.3%

<p>وزارة شؤون المرأة فلسطين December 12, 2022</p> <p>افتتحت محافظ محافظة رام الله والبيرة نيلى عنام و وزيرة شؤون المرأة د.آمال حمد بازار (خيوط زيت) والذي نظمه طاقم شؤون المرأة اليوم الاحد الموافق 12/12/2022 في مركز بلدنا الثقافي، وذلك بهدف دعم المنتجات اليدوية المصنوعة بأيدي نساء فلسطينيات. ويأتي ذلك إيماناً من كافة المؤسسات النسوية بأن التمكين الاقتصادي هو مفتاح لكافة انواع التمكين ومناهضة العنف ضد المرأة.</p> 	<p>وزارة شؤون المرأة فلسطين November 29, 2022</p> <p>ضمن فعاليات حملة 16 لمناهضة العنف وزارة شؤون المرأة توقيع اتفاقية تعاون مع جامعة بيرزيت. وقعت د. آمال حمد وزيرة شؤون المرأة، وديبشارة دوماني رئيس جامعة بيرزيت إتفاقية تعاون لتعزيز تعميم منظور النوع الاجتماعي في فلسطين، بحضور الفرق الفنية لكلا الطرفين. أكدت د. حمد على أن جامعة بيرزيت هي صرح أكاديمي مميز تسعى إلى المساهمة في المعارف عبر البحث العلمي والتعليم الجامعي في خدمة المجتمع. وأضأت د.حمد بأنها سعيدة بهذا التعاون والشراكة وأنها مستعدة لتقديم كل ما يلزم للتعاون مع الجامعة، كما أشارت إلى أن المرأة لم تعد قضية محلية وحسب، بل نانت تشغل العالم أجمع. بدوره، د.دوماني أعرب عن فخر جامعة بيرزيت بالتعاون مع الوزارة في مجالات عدة وأكد على اهتمام الجامعة في القضايا التي تخص المرأة، لأن ذلك يندرج في إطار المسؤولية المجتمعية التي تقوم بها الجامعة. ومن الجدير ذكره، أن الاتفاقية تضم عدة بنود منها: تطوير برامج عمل مشتركة تساهم في تحقيق أهداف الطرفين وتبادل الخبرات، وتنفيذ أنشطة نوعية لتعزيز معرفة الطلبة باختصاصات ومجالات عمل الوزارة، وتطوير قدرات الكوادر البشرية لدى الطرفين، وتطوير البرامج المشتركة لتعزيز قضايا النوع الاجتماعي ومبادئ حقوق الانسان والمساهمة في الحد من العنف.</p> 
<p>مثال على تأطير عام من خلال التركيز على الشخصيات النسائية</p>	<p>مثال على تأطير عام من خلال المسؤولية المجتمعية</p>

يبين الشكل (8) الإطار العام التي قامت الوزارة بتأطير منشوراتها من خلال المسؤولية المجتمعية وعرضها

لفاعليات ضمن حملة لمناهضة العنف وتوقيعها اتفاقية التعاون مع جامعة بيرزيت لتعزيز تعميم النوع

الاجتماعي في فلسطين. وإطار التركيز على الشخصيات النسائية من خلال مشاركة الوزيرة افتتاح بازار

"خيوط زيت" الذي يهدف إلى دعم المنتجات اليدوية للمرأة الفلسطينية.

وبالمقابل نلاحظ انعدامًا لكلٍ من الإطار الإنساني والاقتصادي والصراع الإستراتيجي والأخلاقي والقانوني

في الأطر التي استعانت بها صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في تأطير قضية العنف الأسري. وهذا يُعدُّ

ضعفًا لدى وزارة المرأة في استخدام الأطر الإعلامية حيث كان بالإمكان تأطير قضية العنف بالإطار

الإنساني ضمن الاهتمامات الإنسانية؛ لأن المرأة هي ضحية العنف المجتمعي، أو من ناحية أخلاقية أو حتى قانونية.

السؤال الثالث: ما أشكال المضامين الإعلامية التي تستخدمها صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري؟

جدول 3

الأشكال الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	الأشكال الصحفية
1	41.8%	36	التقرير الإخباري
-	-	-	الريورتاج
-	-	-	تحقيق
3	13.9%	12	المؤتمر الصحفي
-	-	-	مقال
-	-	-	كاريكاتور
2	44.1%	38	افتتاحية
-	-	-	تعليق
		86	المجموع

يَبَيِّنُ مِنْ خِلالِ الْجَدُولِ (3)، وبِالاعتماد على الأشكال الصحفية أنَّ نسبة التقرير الإخباري هي أكبر نسبة بين الأنواع الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة والتي بلغت 44.8% بعدد تكراراتٍ بَلَغَ 36 منشورًا مِنْ أصلِ 86 منشورًا. واستخدام العلاقات العامة في صفحة الوزارة للتقرير الإخباري يدلُّ على عدم اقتصرها على الوصف المنطقي والموضوعي لقضية العنف، وإنَّما تسمح في الوقت نفسه بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمعنفات. حيث عملت على عرض وشرح وتفسير بعض جوانب العنف، وقامت بتقديم الأدلة على ذلك. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (9):

شكل 9

لقطة شاشة بتاريخ 2022/11/29 يوضح مثال على التقرير الصحفي كأحد أنواع الصحفية التي استخدمتها

الوزارة



ثم جاء الافتتاحية بالمرتبة الثانية بين الأنواع الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة والتي بلغت 44.1% بعدد تكراراتٍ بلغت 38 منشورًا من أصل 86 منشورًا. حيث عملت الوزارة على شرح وتفسير الأخبار والأحداث الخاصة بالعنف ضد المرأة واستخدام الوزارة للافتتاحية كأحد أنواع الأشكال الصحفية في منشوراتها لمعالجة قضية العنف ضد المرأة، ويدل على سياسة الوزارة تجاه قضية العنف ضد المرأة في المجتمع، حيث إنَّ هذا النوع من الأشكال الصحفية يربط بين الجمهور والوزارة من ناحية، ويربط الجمهور بالأحداث اليومية الجارية من ناحية أخرى. كما اعتمدت على الشرح والتفسير لقضية العنف منطلقًا من تقارير إخبارية سابقة وأحداث سابقة عملت على توجيهها للجمهور للتأثير عليه، كما أنَّها اعتمدت على الوعي في ذلك والتنبيه

والسماح للجمهور بالتنبؤ حول مخاطر العنف، ونتائجه على المجتمع الفلسطيني مستقبلاً. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (10):

شكل 10

لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/8 يوضح مثال على الافتتاحية كأحد أنواع الصحفية التي استخدمتها الوزارة



والمرتبة الأخير هي للمؤتمر الصحفي بنسبة 13.9% بعدد تكراراتٍ بلغت 12 منشورًا من أصل 86 منشورًا. وتسعى الوزارة إلى تنظيم المؤتمرات الصحفية التي تستهدف الرأي العام في قضية العنف ضد المرأة، حيث تعمل على شرح سياستها لحماية المرأة الفلسطينية أمام أكبر عدد ممكن من الصحفيين لكي تصل حقائق العنف ضد المرأة وأهمية الحد منه إلى نسبة كبيرة من الرأي العام. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (11) في الملحق ب:

بالمقابل نلاحظ انعدام لكل من الريبورتاج والتحقيق والمقال والكاريكاتور والتعليق الصحفي في الأنواع الصحفية التي استعانت بها صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في نقل المادة الصحفية. حيث إن غياب الريبورتاج والتحقيق والمقال والكاريكاتور والتعليق الصحفي في الأنواع الصحفية، يُعدُّ ضَعْفًا لدى الوزارة.

جدول 4

المضامين الإعلامية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصّة التواصل الاجتماعي فيسبوك

فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	شكل المضمون الإعلامي
1	73.2%	63	منشور توعوي
3	5.8%	5	منشور اخباري
2	21%	18	منشور إرشادي
		86	المجموع

يَبَيِّنُ مِنْ خِلالِ الجَدولِ (4)، وبِالاعتمادِ على المضامين الإعلامية أنَّ نسبة المنشورات التوعوية هي أكبر نسبة من المضامين الإعلامية في صفحة وزارة شؤون المرأة والتي بلغت 44.1% بعدد تَكَرَّراتٍ بَلَغَتْ 63 منشورًا من أصل 86 منشورًا. فتدرك العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة أنَّ الوَعْيَ هو نتاج معرفة وفَهْمٍ صَحيحٍ، وسلامة إدراك المرأة لذاتها، ويحدث ذلك من خلال منشورات توعوية تجمع بين تفاعل أبعاد ثلاثة لتوعية المرأة وهي (البُعد المعرفي، والبُعد الوجداني، والبُعد المهاري)، حيث تكمل هذه الأبعاد بعضها بعضًا؛ لضمان بقاء المرأة وتمتعها بحياة أفضل، ووقايتها من العنف وتمكينها بالمجتمع. ومن الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة. انظر الشكل (12) في الملحق ب:

تبين لقطة الشاشة رقم (12) المنشورات التوعوية التي قامت الوزارة بنشرها على صفحتها ضمن المضامين الإعلامية حيث تقوم الوزارة بتوعية النساء: "يجب أن نَتَّجِدَ سَوِيًّا من أجل تعزيز مبادئ الحرية والمساواة".

والمرتبة الثانية المنشورات الإرشادية بنسبة 21% بعدد تَكَرَّراتٍ بَلَغَتْ 18 منشورًا من أصل 86 منشورًا. وتدرك العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة أنَّ التَّعَرُّضَ لوسائل الإعلام؛ سواء عن قصد أو بدون قصد، على المدى القصير والبعيد يغرس في الجمهور أفكارًا واتجاهات وفلسفات وثقافات تتراكم لديهم، ويمكن

إدراكها فيما بعد من خلال أقوالهم وأفعالهم، وكأنه أصبح موجَّهاً فعلياً وقويّاً لسلوكهم. ويكمن مضمون الإعلام الإرشادي في استثارة ذهن المرأة ويجذب انتباهها، مما يمثل نقطة ارتكاز ومنطلقاً للتأمل والتشجيع، وبالتالي رفضها لجميع أشكال العنف التي تتعرض له. ولمعرفة الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة انظر الشكل (13) في الملحق ب:

يُبيِّن الشكل (13) مثالاً للمنشورات التوعوية التي تقوم الوزارة بنشرها على صفحاتها كنوع من أنواع المضامين الإعلامية التي تهدف إلى إرشاد المرأة "علي صوتك شاركي معنا قصة نجاتك".

وفي المرتبة الأخيرة المنشورات الإخبارية بنسبة 5.8% بِعَدَدِ تَكَرَّراتٍ بَلَغَتْ 5 منشورات من أصل 86 منشورًا. ولكي تقوم المضامين الإعلامية بدورها الفعال في تنمية الوعي الفلسفي والثقافي لدى المرأة والمجتمع ككل، ويجب أن تضمن وسائل الإعلام حق المجتمع في المعرفة وحق الجمهور في وجود الصدق والأمانة، ونقل الواقع، وتعدد الآراء، وهذا ما تسعى له الوزارة من خلال منشوراتها الإخبارية (المضمون الإخباري). ولمعرفة الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة انظر الشكل (14) في الملحق ب:

يتبين من الشكل (14) المنشورات الإخبارية التي تقوم الوزارة بنشرها ضمن أنواع المضامين الإعلامية عبر صفحاتها كنشر عبر صفحة الوزارة خبر بحث سبل التعاون والعمل المستقبلي بين الوزيرة وعيسى قراقع رئيس المكتبة الوطنية.

السؤال الرابع: ما هي النماذج الاتصالية الأكثر استخدامًا في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في منشورات التوعية حول قضايا العنف الأسري؟

جدول 5

النماذج الاتصالية الأكثر استخدامًا في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في منشورات التوعية حول

قضايا العنف الأسري

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	النماذج الاتصالية
-	-	-	الوكالة الصحفية
3	16.2%	14	المعلومات العامة
1	46.5%	40	النموذج غير المتماثل (ثنائي الاتجاه)
2	37.3%	32	النموذج المتماثل (ثنائي الاتجاه)
		86	المجموع

يتبين من خلال الجدول (5)، وباعتماد على النماذج الاتصالية للعلاقات العامة في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية أن نسبة نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه هي أعلى نسبة من النماذج حيث بلغت 46.5% بعدد تكرارات 40 منشورًا من أصل 86 منشورًا. وكان الهدف من وراء هذا النموذج هو تغيير سلوك العنف ضد المرأة وزيادة وعي المرأة لأهميتها في المجتمع باستخدام عنصر التأثير والإقناع. ولمعرفة الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة انظر الشكل (15) في الملحق ب:

يبين الشكل (15) نموذج غير المتماثل ثنائي الاتجاه من خلال نشر "الحماية مسار مش شعار" وحملة مناهضة العنف ضد النساء والفتيات التي تهدف الوزارة من ورائها تغيير سلوك العنف ضد المرأة وزيادة وعي المرأة.

والمرتبة الثانية لنموذج المتماثل (ثنائي الاتجاه) بنسبة 37.3% بعدد تكرارات بلغت 32 منشورًا من أصل 86 منشورًا التي تهدف من خلاله إلى بناء حوارٍ بِنَاءٍ مَعَ الجمهور والاستماع لأرائهم ورصدها والسعي

لتحقيق تفاهمٍ مشترك يصل إلى نقطة الحد من العنف ضد المرأة وتمكينها في المجتمع. ولمعرفة الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة انظر الشكل (16) في الملحق ب:

يبين الشكل (16) نموذج المتماثل ثنائي الاتجاه من خلال عقد مؤتمر لمناقشة أهمية دور نظام التحويل الوطني في توفير الحماية للنساء ضحايا العنف وحماية المجتمع والتي تهدف من خلاله هذا النموذج الوزارة إلى بناء حوارٍ بنّاءٍ مع الجمهور والاستماع لآرائهم ورصدها.

وفي المرتبة الأخيرة نموذج المعلومات العامة بنسبة 16.2% بَعْدَ تَكَرُّراتٍ بَلَغَتْ 14 منشورًا مِنْ أَصْلِ 86 منشورًا. وهذا يدل على حرص الوزارة على نشر مجموعة من المنشورات الروتينية للوزارة، بهدف الإعلام فقط وليس الإقناع، ومن منطلق نقل المعلومة من طرف واحد ويقصد الإبلاغ عن الموقف. ولمعرفة الأمثلة التي وردت في صفحة الوزارة انظر الشكل (17) في الملحق ب:

بُيِّنُ الشَّكْل (17) نموذج المعلومات العامة الذي استخدمته الوزارة من خلال منشوراتها عبر صفحاتها من خلال بيان تستنكر وتدين الوزارة فيه قتل امرأة حامل بشهرها الخامس وأم لطفل على يد زوجها"، وتهدف الوزارة من هذا النموذج إلى نقل المعلومة من طرف واحد ويقصد الإبلاغ عن الموقف.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج

أظهر تحليل بيانات الفصل الثاني أنّ الدراسة حققت أهدافها في تسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذي أهمية كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني، وتمّ التّعريف على أهم الأطر الإعلامية ومضامينها والنماذج الاتصالية المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لمعالجة قضايا العنف الأسري لدى وزارة شؤون المرأة الفلسطينية عبر موقعها على الفيسبوك، كما تم التعرف على أهمية العلاقات العامة الرقمية لدى وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في معالجة القضايا المجتمعية، وعلى التدخلات المهنية اللازمة للرفع من مستوى أدائها للتوعية بقضايا العنف الأسري بفعالية أكبر، وأظهرت النتائج أنّ العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة لها القدرة على التأثير ونشر الوعي في قضية العنف الاسري من خلال تغطيته للظاهرة وانطلاقاً من المنهجية المتبعة في دراستنا، والتي اعتمدت على منهج تحليل مجموعة من الأطر الإعلامية الاستنباطية ومضامينها ونماذجها الإعلامية على صفحة الفيسبوك الخاصة بوزارة شؤون المرأة. والتي أسفرت على النتائج الآتية:

1. هناك اهتمام كبير تُؤلِّفه صفحة الوزارة لقضايا العنف ضد المرأة حيث كانت أكبر نسبة للموضوعات المنشورة عبر الصفحة الرسمية للوزارة لقضية العنف ضد المرأة بنسبة 38% ثم نسبة 22% لموضوع تهميش المرأة في المجتمع، ثم نسبة 17.6% لموضوع تمكين المرأة في المجتمع، وأمّا موضوعات عن الوزارة جاءت بنسبة 13.2% وفي المرتبة الأخيرة أخبار متنوعة بنسبة 8.8%.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى المهام الأساسية ورؤية الوزارة في المساهمة في رفع قدرات النساء بناء على احتياجاتهن. إضافة إلى تعزيز وتطوير آليات الدعم والتوجيه للنساء ضحايا العنف والناجيات من العنف من ذوي العلاقة والاختصاص من خلال تقديم الاستشارات، والتدريب المهني، والتمكين وإعادة دمج المرأة في المجتمع، حيث إنه تُواجهُ النساءُ والفتيات في الأرض الفلسطينية المحتلة التمييز،

ويتعرّضن لخطر العنف القائم على النوع الاجتماعي، بما يشمل من الزواج المبكر، والعنف الأسري، والإيذاء النفسي، وخطر الاستغلال والاعتداء الجنسيين، إلخ... ويرتكز هذا الخطر على العنف المرتبط بعقود من الاحتلال الإسرائيلي والصراع الإسرائيلي والمعايير الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع الفلسطيني. وبناءً على ذلك عملت الوزارة على جذب اهتمام الإعلام بمختلف أفراد المجتمع وتوعيتهم، وتوجيهه على أساس التغيير ولفت الانتباه إلى وضع السيدة الفلسطينية في المجتمعات المحلية، والعربية، والعالمية. وحماتها من جميع أشكال العنف سواء النفسي أو الجسدي أو الجنسي، والحد من مسبباته، وهذا ما تفرضه نظرية ترتيب الأولويات التي جاءت بأن تركيز الاهتمام على قضايا وأحداث محددة وتحديد الأهمية النسبية التي يُؤلّفها الجمهور للموضوعات العامة، يعمل على ميل الجمهور إلى تسليط الضوء على ما تعكسه وسائل الإعلام واستبعاد ما تستبعده هذه الوسائل.

كما تعتبر قضية مشاركة المرأة وتمكينها وتغيير أوضاعها، مسألة عالمية ومطلباً تنموياً ونسبياً عاماً في عمليات التنمية الشاملة، وتؤكد التجارب التنموية في العديد من دول العالم، خاصة في دول العالم الثالث، أهمية إدراج قضايا النوع الاجتماعي كعنصر أساسي وجوهري في السياسات والخطط والبرامج والمشاريع التنموية، بعد فشل العديد من المشاريع التنموية والذي يعود في أحد الأسباب الرئيسية إلى عدم أخذ المرأة ومشاكلها بعين الاعتبار، وعدم اعتبار المرأة شريكاً متساوياً مع الرجل في عملية التنمية (لبادة، 2016).

لذلك يأتي حرص وزارة شؤون المرأة واهتمامها بقضايا العنف بشكل مكثف من خلال صفحاتها على الفيس بوك وسعيها لإكساب المرأة بعض المهارات الوقائية المتعلقة بكيفية وقايتها من ممارسة العنف ضدها، وإكسابها بعض الأساليب العلاجية المتعلقة بأساليب التصرف المناسبة عند ممارسة العنف ضدها. إضافة إلى خصوصية المرأة الفلسطينية التي تعاني من الاحتلال والأسر والتشريد؛ لذلك كان لا بد للوزارة أن تقوم بما قامت به من بذل الجهود في قضايا العنف ضد المرأة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من فوزية (2015) التي جاءت باهتمام الصحافة الإلكترونية محل الدراسة بقضايا العنف الأسري من خلال قيامها بالتوعية والتوجيه، لكن حجمه قليل مقارنة مع المواضيع الأخرى التي تناولها الموقع، ودراسة بدير (2022) التي خلصت إلى أنّ برنامج الساعة التاسعة على القناة الأولى جاء في مقدمة البرامج الحوارية التي تناولت قضايا العنف، ودراسة خثير وخالدي (2022) التي جاءت بأنّ المساهمة في نشر الوعي من خلال البرامج الاجتماعية المقدمة ومن ضمنها قضايا العنف ضد المرأة الجاهدة في معالجتها، بالإضافة إلى تركيزها على الوعظ والإرشاد وحل المشاكل الإنسانية والخلافات العائلية بالمنطق والأسلوب العلمي والأخلاقي الرفيع، ودورها في إلقاء الضوء على قضايا العنف، ودورها الفعال في زيادة الوعي.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة لبادة (2016) التي جاءت بتدني دور الوزارة في تلبية المطالب الاجتماعية بسبب صعوبة تغيير الموروث الثقافي والاجتماعي. ودراسة عبد المعطي (2021) حيث جاءت أبرز قضايا المرأة المصرية في المواقع والصفحات النسائية الإلكترونية كانت للتمكين الاجتماعي للمرأة وتوعيتها بالقوانين والتشريعات الخاصة بها وتوفير الخدمات الصحية لها ومساندة المرأة ذات الهمم.

2. إنّ من أبرز الأطر التي استخدمتها العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الإطار الخاص المحدد بقضية حيث بلغت نسبته 78.6% من إجمالي المنشورات المؤطرة حيث تم تأطير قضية العنف ضمن إطار وضع حد للعنف ومسبباته جاء بنسبة 32%، ثم إطار انتهاك حقوق أساسية لدى المرأة بنسبة 28%، ثم إطار وضع حد للتمييز والإقصاء، والحد من أوجه عدم المساواة بنسبة 20%، ثم جاءت الأطر العامة في المرتبة الثانية بنسبة 21.3% وضمت إطار المسؤولية المجتمعية بنسبة 18.6%، وإطار التركيز على الشخصيات النسائية المعروفة بنسبة 1.3%. وتغزو الباحثة دلالة هذه النتيجة إلى شدة اهتمام الوزارة بمواجهة العنف ضد المرأة والوقوف على مسبباته؛ لذلك تميل إلى التأطير الخاص الضمني لمنشورات الخاصة بالعنف ضد المرأة مما يعكس تركيزها على قضايا العنف ضد

المرأة وإبرازها أيّ كيفية تقديم "الأطر" إلى الجمهور تؤثر على كيفية اختيار الناس لمعالجة تلك المعلومات. والأطر عبارة عن تجريدات تعمل على تنظيم وبناء معنى الرسالة، وغالبًا ما تستخدم الأطر من حيث كيفية تأطير الأخبار والمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام. ويُعتقد أن الأطر تؤثر على تصورات المشاهدين للأخبار، وبالتالي يُمكن تفسيرها على أنها شكلٌ من أشكال تحديد الأجندة. وبعبارة أخرى: لا تخبر الأطر الجماهير بما يجب أن يفكروا فيه (نظرية تحديد الأجندة) فحسب، بل أيضًا كيف يفكرون. (فاضل، 2019، صفحة 13).

وعملت الوزارة على معالجة ظاهرة العنف ضد المرأة كقضية فردية وإضفاء الطابع الشخصي على المادة الإعلامية، وهي الحد من العنف ومسبباته؛ وعليه فالاهتمام بالتأطير الخاص والفردى للظاهرة على حساب التأطير العام جعل القضية أكثر أهمية وضرورة للحد منها ومعالجتها. كما أنّ استخدام الإطار المحدد كان بهدف إثارة الجوانب العاطفية لدى الجمهور، بالإضافة للجوانب العقلية. فالإطار المحدد يتمتع بقدرة أكبر على إثارة الجوانب العاطفية للجمهور، خاصة مشاعر الغضب والاشمئزاز والتعاطف. والإطار المحدد يستحث ردود فعل عاطفية بشكل يفوق الإطار العام، ويمتلك قدرة أكبر على التأثير في آراء الجمهور، في حال إخضاعه لجرعة عاطفية مكثفة (الكوع وآخرون، 2022).

وهذا يتفق مع ما جاءت به نظرية الأطر الإعلامية بأن الأطر تمارس دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، كما يُعدّ مفهوم الإطار أساساً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة، كما أنّها تكتسب الأطر قدرًا عظيمًا من الأهمية حينما تساعد في التأثير على مدركات الجمهور وتوجيه تفكيره للتركيز على نواحي معينة من الحدث أو القضية وإغفال بعضها الآخر، وتُعدّ الأطر بمثابة الحل لإشكالية قياس المحتوى غير الصريح والضمني للرسائل الإعلامية، كما تساعد على كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية ما (علي، 2016).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نورة وفيلاي، 2019) حيث جاء الإطار الخاص كأعلى نسبة في الدراسة، بينما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد المعطي (2021) حيث تمثل الإطار السائد للخطاب الاعلامي في المواقع والصفحات عينة الدراسة حيث استخدمت عدة أطر سائدة، وجاء التمكين المجتمعي للمرأة على قائمة هذه الأطر لإبراز قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية. ودراسة (علي، 2016) حيث تمثل إطار الصراع في المرتبة الأولى للدراسة.

3. أظهرت نتائج الدراسة أنّ قالبَ التقرير الإخباري هو الغالب على الأشكال الصحفية التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية بنسبة 44.8%، ثم قالب الافتتاحية بنسبة 44.1%، ثم المؤتمر الصحفي بنسبة 13.9%، وبالمقابل نلاحظ انعدامًا لِكُلِّ مِنَ الريبورتاج والتحقيق والمقال والكاريكاتور والتعليق الصحفي في الأنواع الصحفية التي استعانت بها صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في نقل المادة الصحفية.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى سعي الوزارة إلى الاستخدام الواعي للأنواع الصحفية من قبل وزارة شؤون المرأة استخدام قائم على أسس المعرفة الصحفية. ومن خلال النتيجة تبيّن أنّ للتقرير الإخباري أعلى نسبة؛ فمهمة وسائل الإعلام تقديم الأخبار والوقائع وتعمل على السرد والتقصي والوصف، وهذا ما نجده في شرح الظاهرة من أجل إبرازها. كما أتت (المؤتمر الصحفي) والتي تتميز بالسهولة والمرونة في الأخذ والرد حيث ركزت الوزارة في معالجته لهذه الظاهرة من خلال الحوار بين الشخصيات الفاعلة، فالمؤتمرات الصحفية تلعب دورًا كبيرًا في توجيه الرأي العام وإعطاء طابع رسمي لمعالجة هذه الظاهرة، وإعطاء حلول للحد منها. كما أنّ الافتتاحية تعبر عن موقف الجهة إزاء بعض الأحداث والقضايا داخلية كانت أو خارجية بما يتماشى مع وجهة نظر الجهة، وبما يعكس السياسة التحريرية لها كما أنها المادة

التحريرية التي تنشر يومياً محددة موقف الوزارة من قضايا العنف والمشكلات والأفكار الهامة التي تتعلق بالمجتمع حيث إنها تنشر تحت عنوان ثابت.

كما نلاحظ من خلال هذه النتيجة إهمالاً لبعض القوالب الصحفية كالريبورتاج والتحقيق والمقال والكاريكاتور والتعليق الصحفي، ويرجع ذلك إلى سعي الوزارة لتوصيل فكرة محددة وقضية لا بد من طرحها بجدية وبطريقة تجذب اهتمام القارئ وتولد لديه الوعي. كما أنّ استخدام الأنواع (التقرير الصحفي، المؤتمرات الصحفية، الافتتاحية) كنوع من أنواع الأشكال الصحفية يعمل على زيادة الوعي لدى الجمهور والحد من العنف ضد المرأة ومسبباته حيث استخدمت لأنها تنطلق من الواقع، بتقديم الرأي للجمهور، ولأنها تتمتع بقدّر كبيرٍ من العمق والحيوية موجّه إلى ذهن القارئ، ولأنها تُوجّه للشريحة الأكثر وعياً وجدية من جمهور القراء (فوزية، 2015).

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة (علي، 2016) ودراسة (فوزية، 2015) حيث جاء المقال في الأنواع الصحفية المستخدمة في حالة الدراسة. ودراسة (خيرى ونورة، 2019) حيث التقرير أعلى نسبة ضمن الأنواع الصحفية المستخدمة في حالة الدراسة. ودراسة (بشرى وخليدة، 2022) حيث جاء الحديث المباشر أعلى نسبة ضمن الأنواع الصحفية المستخدمة في حالة الدراسة.

4. أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة المنشورات التوعوية هي أكبر نسبة من المضامين الإعلامية في صفحة وزارة شؤون المرأة والتي بلغت 44.1%، ثم المنشورات الإرشادية بنسبة 21%، ثم المنشورات الإخبارية بنسبة 5.8%. وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى سعي الوزارة إلى إكساب المرأة والمجتمع وعياً حول قضية العنف وأهمية الحد من مسبباته، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها. حيث تهدف التوعية في بؤرة اهتمامها إلى التوجيه والإرشاد للتزود بالمعرفة وإكساب الخبرة. كما أنها تشير إلى مدى التأثير في المجتمع من خلال معرفة ماهية العنف وظروفه وفهم طبيعته وأسبابه، وما مدى سلبيته

على المجتمع ككل، إضافة إلى التوصل إلى أسلم الطرق الممكنة واقعياً للتعامل مع العنف، والسيطرة عليه قدر الإمكان.

وكذلك إدراك الوزارة للمسؤولية الاجتماعية الواقعة عليها تجاه المجتمع إذ تُعدُّ التوعية أحد أهم العوامل التي تسهم في ازدهار المجتمع، بالإضافة إلى أنها وسيلة تهدف إلى نشر المعرفة والفهم والوعي للوقوف لمحاربة العنف ومسبباته، وتعزيز القيم الإيجابية والتصرفات المسؤولة، حيث أن لها دوراً حاسماً عبر تعزيز التعاون والتضامن بين أفراد المجتمع لتحقيق التنمية المستدامة والنهوض بالمجتمع ككل. وأما منشورات الإرشاد التي كانت تسعى من خلالها الوزارة إلى علاج ظاهرة العنف لوقاية المرأة من العنف ولمجابهة مسببات العنف من خلال الإرشاد ومجابهة القصور النفسي لتمكين وتطوير المرأة. فكما يرتبط الإرشاد بالوعي بالسلوك، فكل سلوك إنساني إيجابي هو نتيجة وعي، وفي نفس الوقت كل سلوك إنساني سلبي هو نتيجة غياب الوعي. وتبدو العلاقة وثيقة بين المضامين الإعلامية الثلاثة المختلفة، فالوزارة بعرضها لمختلف وجهات النظر والأفكار تجاه قضية العنف ضد المرأة، يدفع المجتمع إلى التفكير، وبالتالي تغيير سلوك والتأثير عليه والوصول للغاية المطلوبة وهي الحد من العنف.

وهذا ما يتفق مع نظرية ترتيب الأولويات (وضع الاجندة) حيث تقوم فكرة ترتيب الأولويات على أنه كما يحدد جدول الأعمال لأي اجتماع الموضوعات الهامة ثم الأقل أهمية كذلك وسائل الإعلام لها جدول أعمال للموضوعات الهامة ثم الأقل أهمية أي تركز في المعالجات الإعلامية على موضوعات وتهمل موضوعات أخرى، وبالتالي جدول أعمال أية وسيلة إعلامية هو ما تبثه من برامج، وما تقدمه من أخبار، وما تعرضه من إعلانات وموضوعات، فنقوم بالتركيز على بعض القضايا دون الآخر حتى يبدو للجمهور أن هذه القضايا أهم من غيرها، وهي أولى باهتمامه كما توجي إليه وسائل الإعلام، كذلك المساحة الزمنية أو المكانية التي تعطيها وسائل الإعلام تعبر عن جدول أعمالها؛ لذلك عملت الوزارة

على التركيز على المنشورات التوعوية للحد من العنف ومسبباته تُجاه المرأة؛ لِكُونِ المرأة الفلسطينية هي أكثر عرضة للعنف ليس فقط من قِبَلِ المجتمع، بل بوجود الاحتلال أيضًا.

5. عدد الرسائل الاتصالية للمنشورات التي تعمل على معالجة العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية لقضايا العنف الأسري وَفَقَ النموذج غير المتماثل ثنائي الاتجاه بلغ (40) منشورًا، وبلغت نسبتُها (46.5%) من مجموع المنشورات البالغ عددها (86) منشورًا. ويتضح من جدول التحليل أيضًا، أن ما نسبته (37.3%) هي عبارة عن منشورات اتصالية جاءت وفق النموذج المتماثل ثنائي الاتجاه في العلاقات العامة والذي يعتمد على الحوار مع الجمهور والسعي لتحقيق تفاهم مشترك. وهذا يعني أن أسلوب الاتصال لدى العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية هو عبارة عن تعزيز وإقناع الجمهور وجذب المجتمع لقضية العنف الأسري والعنف ضد المرأة.

وفي المقابل جاءت ما نسبته (16.2%) من المنشورات ضمن النموذج المعلومات العامة الذي يعتمد على الإبلاغ والإخبار عن الأنشطة التي تقوم بها وزارة شؤون المرأة. وبنظرة شاملة للنتيجة السابقة، فإنه يبدو أن التقنيات الاتصالية في العلاقات العامة. وأنشطتها تشكل احترافاً داخل وزارة شؤون المرأة فهي تعمل على حث الجمهور وإقناعه على تغيير سلوكه وتعزيزه نحو رفض العنف والوقوف على مسبباته، وبالتالي تغيير السلوك. ويرجع ذلك إلى وجود متخصصين في الاتصال الإستراتيجي والعلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية. لهذا يمكن القول بأن نسبة الرسائل الاتصالية حسب نموذج الغير متماثل لوزارة شؤون المرأة تحقق أسلوبًا اتصاليًا إقناعيًا، هادفًا إلى تغيير السلوك والتأثير على المجتمع.

ومن أجل تحقيق اتصال رقمي فعال يكافح العنف ومسبباته ضد المرأة، كان لا بد لوزارة شؤون المرأة الابتعاد عن نموذج الوكالة الصحفية في العلاقات العامة، فلا تقدم معلومات دعائية مشوهة أو منقوصة، من أجل إقناع الجمهور، وتشكيل الوعي لديه. وأمّا تقديم معلومات إخبارية إعلامية هدفها إبلاغ الجمهور

عن نشاط استناداً إلى نموذج المعلومات العامة في العلاقات العامة لا يعمل على تغيير أو تعزيز سلوك الفرد حسب أهداف المؤسسة بل هو إبلاغي فقط؛ لذلك يجب أن يرتبط أسلوب الاتصال فيما يتعلق بقضية العنف ضد المرأة بنموذج غير المتماثل (ثنائي الاتجاه) في العلاقات العامة الذي يركز على إقناع الجمهور عبر نشر الأفكار وتشاركها بهدف تعزيز سلوك أفراد المجتمع والتأثير عليه، وبالتالي تغييره، دون تقديم معلومات مشوهة أو منقوصة كما في نموذج الوكالة الصحفية. إن أسلوب الاتصال الإقناعي ليس مجرد التسويق للتوعية أو الفهم، على الرغم أنه مفيد في بعض الأحيان، وإنما الهدف النهائي هو حدوث استجابة الجمهور تَبَعاً للخُطَطِ الموضوعية، وحدث الاستجابة يعني الإقناع، وهذا يشير إلى نموذج الغير متماثل في العلاقات العامة.

وهذا ما أشارت إليه النماذج الاتصالية حيث هدفت هذه النماذج إلى التوصل لأسلوب اتصالي يحث الجمهور على تغيير السلوك نحو فعل تسعى له المؤسسات لتحقيق أهدافها ووظائفها في المجتمع. فهي لا تدعو إلى الاعتماد على النموذج المعلومات العامة بإخبار الجمهور وإعلامه حول أنشطة المؤسسة تجاه الجمهور، كطريقة تقليدية في الاتصال مع أفراد المجتمع، التي قد تمثل فرصاً ضائعة لإدارة المؤسسات، وإنما الاعتماد على النموذج الغير متماثل الذي يركز على حث الجمهور وإقناعه والتأثير عليه.

السؤال الخامس: ما هي التدخلات المهنية اللازمة للعلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية للقيام بمهام التوعية حول قضايا العنف الأسري بشكل أكثر فعالية؟

1. على العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة توضيح الجهات المختصة بقضية العنف الأسري ضد المرأة ودور كل جهة وطرق التواصل مثل مراكز الحماية دار الضيافة، جمعية حقوق الإنسان، مركز البلاغات ضد العنف.

2. على العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة تأسيس وحدة لرصد العنف ضد النساء، ويمكن أن تسهم التحليلات التي تُصَدِّرها هذه الوَحْدَةُ في صياغة رسائل تتناول قضايا العنف ضد النساء وتساعد على التخطيط لحملة إعلامية وطنية تستهدف النهوض بالوعي العام حول التداعيات السلبية للعنف ضد النساء على الأسرة والمجتمع.

3. على العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة القيام بإجراء تحليلات ودراسات بشأن ظاهرة العنف، مع ضرورة توفير معلومات إحصائية دقيقة حول أشكال العنف الممارس ضد المرأة وعمليات التدخل اللازمة مع التحديث المستمر لنتائج المسوح الديموغرافية والصحية والبيانات المتعلقة بالعنف بجميع أشكاله (الجسدي، واللفظي، والنفسي، والإلكتروني، ...إلخ) من أجل رصد الاتجاهات وتقييم التقدم في مجال مناهضة العنف ضد النساء.

تتفق هذه التدخلات المهنية اللازمة للعلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية للقيام بمهام التوعية حول قضايا العنف الأسري بشكل أكثر فعالية مع ما جاء به نموذج الاتجاهين غير المتوازن، فعندما تتبنى إدارة العلاقات العامة في المؤسسة النموذج غير المتماثل، فإنها تفترض أن الاستفادة ستتحقق لجمهور المؤسسة من خلال التعاون معها. كما يفترض أنه إذا كَوَّنَ الجمهورُ المختلف صورة صحيحة عن المؤسسة وفهمَ سياسَتَها وأهدافَها، سيحدث نوع من التكامل بين المؤسسة والجمهور، ويتوقع النموذج غير المتماثل أن يتقبله الجمهور حيث تعمل به العلاقات العامة الرقمية في الوزارة على التأثير في اتجاهات وسلوك الجمهور بهدف السيطرة والرقابة (حسن، 2015).

الخاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة الرقمية وقدرتها على التأثير ونشر الوعي في موضوع حساس وذي أهمية كقضايا العنف الأسري في المجتمع الفلسطيني، فبرزت الحاجة لتحديد الأطر الإعلامية والنماذج الاتصالية المستخدمة ومعرفة تنوع المضامين الإعلامية لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لمعالجة قضايا العنف الأسري لدى وزارة شؤون المرأة الفلسطينية عبر موقعها على الفيسبوك. وبناء عليه قامت الباحثة بدراسة وتحليل موقع وزارة شؤون المرأة الفلسطينية عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك بالاعتماد على عدد من النظريات، كنظرية الأطر الإعلامية، ونظرية ترتيب الأولويات، والنماذج الاتصالية للعلاقات العامة، وبيّنت نتائج تحليل المحتوى اهتمام العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة بقضايا العنف الأسري، وبالأخص العنف ضد المرأة، إلى جانب اهتمامها بالتغيير والتأثير على سلوكيات الجمهور واستخدام نموذج غير المتماثل بهدف الإقناع؛ وعليه يمكن الاستنتاج أنّ الهدف من وراء هذا النموذج هو تغيير سلوك العنف ضد المرأة وزيادة وعي المرأة لأهميتها في المجتمع باستخدام عنصر التأثير والإقناع. كما استخدمت الصفحة المضامين الإعلامية التوعوية من أجل توعية المرأة بظاهرة العنف ومسبباته؛ وعليه يمكن استنتاج أنّ المنشورات التوعوية لدى الوزارة جمعت بين تفاعل أبعاد ثلاثة لتوعية المرأة وهي (البعد المعرفي، والبعد الوجداني، والبعد المهاري)، حيث تكمل هذه الأبعاد بعضها البعض، لضمان بقاء المرأة وتمتعها بحياة أفضل، ووقايتها من العنف وتمكينها في المجتمع. كما سعت الوزارة إلى تأطير منشوراتها باستخدام الأطر الخاصة، حيث قامت الوزارة بالتركيز على قضية الحد من العنف ومسبباته، وعملت على ذلك من خلال عرض جوانب العنف ومسبباته للجمهور بشكل واضح. وبيّنت النتائج سعي الوزارة لتأطير منشوراتها بالأطر الخاصة المحدد بقضية من خلال انتهاك حقوق أساسية لدى المرأة، وذلك بعرض ما تتعرض له المرأة الفلسطينية من تشريد من بيتها، واعتقالات تعسفية، وتقييد فرص وصولها إلى الخدمات الأساسية؛ وعليه يمكن استنتاج أنّ الاهتمام بالتأطير الخاص والفردى للظاهرة على حساب التأطير العام جعل القضية أكثر أهمية وضرورة للحد منها ومعالجتها. وبيّنت النتائج أنّ قالب التقرير الإخباري هو الغالب

على الأشكال الصحفية التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية؛ وعليه يمكن استنتاج أنّ مهمة وسائل الإعلام تقديم الأخبار والوقائع التي تعمل على السرد والتقصي والوصف، وهذا ما نجده في شرح الظاهرة من أجل إبرازها.

التوصيات

1. على العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة التوسع في استخدام الأشكال الصحفية في معالجة موضوع العنف ضد المرأة وغيره من المواضيع المشابهة، بالإضافة إلى استثمار الوسائط المتعددة في معالجة المادة الإعلامية، حيث بيّنت نتائج الدراسة اعتماد الوزارة في منشوراتها على المنشور النصي القصير فقط، ولم يكن هناك أيُّ ريبورتاج أو تحقيق صحفي.
2. على العلاقات العامة الرقمية في وزارة شؤون المرأة العمل على زيادة الاعتماد على نموذج المتماثل حيث أظهرت النتائج اعتماد العلاقات العامة الرقمية في الوزارة على نموذج غير المتماثل،
3. ويليه نموذج المتماثل واعتماد الوزارة على هذا النموذج يرجع عليها بالأهمية للتفاهم المتبادل بين الوزارة والجمهور لجعل العلاقة بين الوزارة والجمهور تحقق أقصى قدر من الرضا والتعاون. وبالتالي حدوث الاستجابة وتحقيق التفاهم المشترك بين الجمهور والوزارة.
4. على الوزارة تفعيل (Chat) دعم للمرأة التي تتعرض للعنف للتواصل مع المختصين لتوجيهها وإرشادها لحقوقها ورفع الظلم ومسبباته عنها حيث لوحظ غياب هذه الخاصية عن صفحتها الرسمية.
5. لوحظ خلال هذه الدراسة غياب مجموعة من الأطر الإعلامية المهمة في معالجة قضية خطيرة مثل قضية العنف ضد المرأة، كالتأطير القانوني للقضية ومحاسبة المُعْتَفِ للمرأة قانونياً إضافة إلى الإطار الاقتصادي ومدى أهمية تأطير ظاهرة العنف بالإطار الاقتصادي حيث يعتبر حسب مجموعة من الدراسات أحد أسباب العنف الأسري، والإطار الإنساني أيضاً، والاهتمامات الإنسانية لهذه القضية الحساسة؛ لذلك وجب على وزارة شؤون المرأة التنوع في الأطر الإعلامية.

كما توصي الباحثة الباحثين والأكاديميين بإجراء دراسات مستقبلية حول:

1. فاعلية العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة من وجهة نظر الجمهور الخارجي (المرأة الفلسطينية).
2. دراسة العلاقات العامة في وزارة شؤون المرأة الفلسطينية: تقييم كمي لأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة، أي نفس مجال الدراسة، ولكن باستخدام المنهج الكيفي من خلال استخدام أداة المقابلة، والملاحظة حتى نحصل على معلومات أكثر دقة.

المراجع العلمية

أحمد، محمود ومهران، سمر. (2019). أهداف ووظائف العلاقات العامة عبر تطبيقات الاتصال الرقمية

"رؤية نقدية ومستقبلية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (24)، الصفحات 104-173.

إسماعيل، محمود. (2011). *مناهج البحث الإعلامي*. دار الفكر العربي.

آل موسى، براءة. (2019). أطر المعالجة الإخبارية لموضوعات الجريمة في الصحف السعودية الورقية

والإلكترونية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي عكاظ الورقية وسبق الإلكترونية. *المجلة العربية*

للإعلام والاتصال، 21، الصفحات 200-283.

الأمم المتحدة. (2023). *اليوم الدولي للقضاء على العنف ضد المرأة 25 تشرين الثاني/نوفمبر*. تم الاسترداد

من <https://www.un.org/ar/observances/ending-violence-against-women>

الأمير، نغين. (2019). *الحماية الجزائية للمرأة ضد العنف في التشريع الأردني*. (رسالة ماجستير). الأردن:

جامعة الشرق الأوسط.

أورينت بلانيت. (2024). تم الاسترداد من

<https://orientplanet.com/Arabic/orientplanetgroup.html>

بدير، سعاد. (2022). *تقييم النخبة الإعلامية لمعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات العربية لقضايا العنف*

الأسري (دراسة ميدانية). *مجلة البحوث الإعلامية*، 61(1)، الصفحات 259-316.

بكير، محمد. (2018). *أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعة بالقصص الخبرية المذاعة في النشرات*

والبرامج الإخبارية: دراسة مقارنة بين الفضائيات المصرية والسعودية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي*

العام، 12(17)، الصفحات 76-110.

بيت الإعلام. (2023). *وسائل الإعلام والعنف الأسري.. إشكالية الواقع والدور*. تم الاسترداد من

<https://www.imh-org.com>

تيسير ، محمد. (2023). *المنهج الوصفي التحليلي: نبذة حول المنهج الوصفي التحليلي*. المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث.

الجزيرة نت. (16 يوليو، 2022). *هل العنف ضد النساء مرض مستوطن في العالم؟* تم الاسترداد من <https://www.aljazeera.net/women/2022/7/16>

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2023). *إحصائيات سنوية*.

الحداد، محمد. (19 أغسطس، 2023). *كيف تؤثر وسائل التواصل على الوعي بالعنف الأسري*. تم الاسترداد من موقع العربية: https://www.alaraby.co.uk/entertainment_media

حسن، عبد الصادق. (2015). *نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية*. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان* (3)، الصفحات 95-180.

خثير، بشرى وخالدي، خليفة. (2022). *المعالجة الصحفية لقضايا العنف الأسري -دراسة تحليلية لبرنامج "ناس وحكايات" لقناة الجزائرية وان*. (رسالة ماجستير). قاعدة الرسائل العلمية لجامعة ابن خلدون. خربوش، كامل. (2018). *دور وسائل الإعلام في مكافحة العنف*. *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، 1(16)، الصفحات 31-62.

خميس، فراس. (2016). *دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أنموذجاً)*. *مجلة آداب المستنصرية*، 76.

خيري، نورة، وفيلالي ليلي. (2019). *معالجة الصحف الالكترونية الجزائرية لقضايا العنف ضد الأطفال "الشروق أون لاين أنموذجاً: دراسة تحليلية*. *مجلة سوسولوجيا للدراسات والبحوث الاجتماعية*، 3(2)، الصفحات 191-210.

دياب، سهيل. (2003). *مناهج البحث العلمي*. فلسطين: جامعة القدس المفتوحة.

ديلو، فضل. (2013). *الاتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله*. دار الفجر للنشر والتوزيع.

الربضي، مارلين. (2009). *التقرير الوطني الفلسطيني: بيجين + 15*. فلسطين: وزارة شؤون - المرأة، السلطة الوطنية الفلسطينية.

الزغبى، وسام، سليمان، سلوى وعبد الشافي، أسماء. (2022). دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، 8(1)، الصفحات 117-156.

زكي، مروة. (2017). ضحايا العنف الأسري. *مجلة البحث العلمي في الآداب*، 3(18)، الصفحات 1-31.

شرام، ولبور. (2007). *أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية*، ترجمة محمد فتحي. الهيئة المصرية للتأليف والنشر.

شرون، حسينة. (2016). ظروف التشديد في جرائم العنف ضد المرأة. *مجلة الاجتهاد القضائي*. 13، الصفحات 192-208.

شكير، بارعة. (1995). دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعات اللبنانية. *رسالة ماجستير*. قاعدة الرسائل العلمية لجامعة القاهرة.

الصالحى، حاتم. (2021). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. *المجلة المحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، 9(2)، الصفحات 47-75.

صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية. (2024). تم الاسترداد من

<https://www.facebook.com/MinistryofWomensAffairs>

ضيف الله، عالية. (2010). *العنف ضد المرأة بين الفقه والمواثيق الدولية* (المجلد 1). الأردن: دار المأمون للنشر والتوزيع.

عاصي أمين. (2006). *حقوق المرأة الفلسطينية: المرأة والقانون*. وزارة شؤون المرأة. فلسطين. **فلسطين**.

عامر، طارف، والمصري، إيهاب. (2014). *العنف ضد المرأة* (المجلد 1). مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

العامري، ماهر والماجد، عبد الرزاق. (2018). *الوفد في البحث العلمي*. دار المعارف.

عبد الحميد، محمد. (2007). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*. دار الشروق.

عبد المعطي، محمد. (2021). *معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات الإلكترونية المصرية في إطار رؤية مصر 2030*. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 2022* (24)، الصفحات 435-513.

عبد المؤمن، علي. (2008). *البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب*. ليبيا: جامعة 7 أكتوبر. الإدارة العامة للمكتبات - إدارة المطبوعات والنشر.

العبد، عاطف، والعبد، نهى. (2011). *نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية* (المجلد 5). دار الفكر العربي. عتوم، أحمد. (2010). *أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في عمل الوزارات الأردنية*. (رسالة ماجستير). قاعدة بيانات الرسائل العلمية لجامعة الشرق الأوسط.

العزاوي، رحيم. (2007). *مقدمة في منهج البحث العلمي*. دار دجلة للنشر والتوزيع.

عطية، هبة. (2005). *المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في قناة TV5 الدولية وقناة الجزيرة القطرية: دراسة تحليلية وميدانية*. (رسالة دكتوراه). قاعدة الرسائل العلمية لجامعة القاهرة.

عكاشة، رضا. (2020). *تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية*. مصر: جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

علاف، عبد الله. (2019). *العنف الأسري وآثاره على الأسرة والمجتمع*. مكتبة نور.

علي، زينهم. خليفة، محمد. عبد الفتاح، أحمد وأمين، حنفي. (2016). أطر معالجة الصحف المصرية لقضايا المرأة: دراسة تحليلية. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية* (4)، الصفحات 164-

.191

عياد، خيرت. (2008). *إدارة العلاقات العامة-مدخل إستراتيجي* (المجلد 2). الدار اللبنانية المصرية.

عياد، خيرت. (2019). *الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية: دراسة تحليلية.*

مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2(2016)، الصفحات 247-288.

فاضل، علي. (2019). *المعالجة الإخبارية للأحداث العربية*. نور للنشر.

فوزية، عرض. (2015). *قضايا العنف الأسري في الصحافة الإلكترونية-دراسة تحليلية لموقع الشروق أون*

لاين. (رسالة ماجستير). قاعدة بيانات الرسائل العلمية لجامعة سعيدة د. مولاي سعيدة.

قيراط، محمد. (2015). *نظرية التأطير والتعاطي مع التطرف والإرهاب*. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية،

أوربيس للطباعة.

كمال، زهيرة. (2007). *مبادئ توجيهية من أجل تعميم قضايا النوع الاجتماعي وتعزيز - فعالية آليات*

النهوض بالمرأة. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا): الأمم المتحدة.

لبادة، ميادة. (2016). *فعالية أدوار وزارة شؤون المرأة في تبني وتحقيق مطالب المرأة الفلسطينية من وجهة*

نظر المؤسسات النسوية في محافظة رام الله. (رسالة ماجستير). فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

محمد، حسن. (2002). *نظريات الاتصال المعاصرة غربية وعربية*. جامعة المنيا.

مسمار، معن. (2022). *جرائم العنف ضد المرأة وآثارها على المجتمع من وجهة نظر العاملين في مراكز*

حماية الأسرة: دراسة ميدانية على المجتمع الأردني. المجلة العربية للنشر العلمي، 22، الصفحات

.130-105

مصطفى، هويدا. (2009). *الإعلام والأزمات المعاصرة*. الهيئة المصرية العامة للكتاب.

مكاوي، حسن ، والسيد، ليلي. (2017). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. بيروت: الدار اللبنانية.

مكاوي، حسن وعماد، الشريف. (2000). *نظريات الإعلام*. جامعة القاهرة.

موقع ipoke. (2023). تم الاسترداد من <https://ipoke.social/SocialPage/Facebook>

الموقع الرسمي لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية. (2024). تم الاسترداد من [/https://mowa.pna.ps/ar](https://mowa.pna.ps/ar)

نزال، ريماء. (2006). *المرأة والانتخابات المحلية .. قصص نجاح*. المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار

العالمي والديمقراطي مفتاح.

هتيمي، حسين. (2015). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي*. دار أسامة للنشر والتوزيع.

يونس، محمد وعبد الغفار، محمد. (2020). *سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "التيك توك" - دراسة مقارنة*

بين المنصات العربية والأجنبية. *مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام*، 3(54)، الصفحات

.1613-1644

- Ali, M. (2016). Exploring the use of public relations in organising activism: Implications for addressing genderbased violence in the developing world. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/332820079>
- Amanova, F. (2023). Advocacy of violence against women through the implementation of cyber public relations at the Rifka Annisa women's Crisis Center. *Journal 2 UAD*, 4(1), pp. 91-98.
- Andryani, K., Amanova, F., & Nurdiarti, R. (2016). Online media to address violence against women during COVID-19 pandemic. *Journal Aspikom*, 7(1), pp. 19-23.
- Arowolo, O. (2017). *Understanding framing theory*. Lagos, Nigeria: Lagos State University.
- Brubaker, J. (2003). the rol of the internet in agenda setting , a synthesiwed uses and Gratification and Agenda Setting model. (*Doctor Thesis*). Kent state university.
- Cobb, R., Ross, J., & Howard, M. (1976). Agenda Building as a Comparative Political Process. *American Political Science Review*, 70(1), pp. 32-85.
- .Coleman, J., & Cressey, R. (1987). *Social Problems*. N.Y, harper and row
- Denis, M. (2002). *Mcquail's" mass Communication theory* (Vol. 4th edition). London: Sage Publications.
- Entman, R. (1993). Framing Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 40-73.
- Kaloudi, E., M.I., P., G, K., J, d., & a, d. (2017). Violence in a family setting. *ENCEPHALOS Journal*, 54, pp. 28-32.
- Kingdon, J. (1984). *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. Boston: Little: Brown and Company.
- Koa, M., Alawneh, N., & Mahmmoud, R. (2023). Coverage of the Israeli Military spokespersons of the six self-liberated Palestinian prisoners from the

- maximum-security Israeli prison of Gilboa. *An-Najah University Journal for Research - B (Humanities)*, 37(1), pp. 1785–1814.
- Lawrence, R. (2000). Game Framing the issue: Tracing the Strategy Frame in Public Policy News. *Political Communication*, 2(17), pp. 90-120.
- Lucimara, L., Rafaela, L., Rosa, F., & Rebeca, O. (2020). Domestic violence against women amidst the pandemic: coping strategies disseminated by digital media. Researchgate.
- Mclisky, M., & Philips, T. (2011). *Public Relations in higher education studies*. United Kingdom: Grant Publishing Ltd.
- Subramaniam, J., & Zulkarnain, A. (2017). Behavioural Problems of Children Exposed to Domestic Violence. *Procedia-Social and Behavioral Sciences Journal*(91), pp. 220-207.
- Tench, R., & Yeomans, L. (2017). *Exploring Public Relations Global Strategic Communication*. london: pearson education limited.
- Wanta, E., & Wil, C. (2005). Interpersonal communication and the Agenda-setting. *Journalism Quarterly*, 69(4), pp. 847-855.
- Zain, N. (2014). *Agenda Setting Theory*. Research Gate.

الملاحق

ملحق أ

استبانة الدراسة

السؤال الأول: ما مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة الفلسطينية في قضايا العنف

الأسري من خلال صفحتها الرسمية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الموضوع
		اخبار الوزارة والوزيرة
		تمكين المرأة في المجتمع
		أخبار متنوعة
		قضايا العنف
		تهميش المرأة

السؤال الثاني: ما هي الأطر المستخدمة لدى دائرة العلاقات العامة الرقمية لوزارة شؤون المرأة

الفلسطينية في معالجة قضايا العنف الأسري؟

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإطار	
		انتهاك الحقوق الأساسية للمرأة.	الأطر الخاصة (المحددة بقضية)
		وضع حد للعنف ومسبباته	
		وضع حد للتمييز والإقصاء، والحد من أوجه عدم المساواة	
		المسؤولية المجتمعية	الأطر العامة
		التركيز على الشخصيات النسائية المعروفة	

السؤال الثالث: ما أشكال المضامين الإعلامية التي تستخدمها صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية

على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري؟

جدول 6

الأشكال الصحفية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري

النسبة المئوية	التكرارات	الأشكال الصحفية
		التقرير الإخباري
		الريورتاج
		تحقيق
		المؤتمر الصحفي
		مقال
		كاريكاتور
		افتتاحية
		تعليق

جدول 7: المضامين الإعلامية في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك فيما يتعلق بالتوعية بقضايا العنف الأسري.

النسبة المئوية	التكرارات	شكل المضمون الإعلامي
		منشور توعوي
		منشور إخباري
		منشور إرشادي

السؤال الرابع: ما هي النماذج الإتصالية الأكثر استخدامًا في صفحة وزارة شؤون المرأة الفلسطينية في منشورات التوعية حول قضايا العنف الأسري؟

النسبة المئوية	التكرارات	النماذج الاتصالية
		الوكالة الصحفية
		المعلومات العامة
		النموذج غير المتماثل (ثنائي الاتجاه)
		النموذج المتماثل (ثنائي الاتجاه)

ملحق ب

الأشكال

شكل 11

لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/11 يوضح مثال على المؤتمر الصحفي كأحد أنواع الصحفية التي استخدمتها

الوزارة

 وزارة شؤون المرأة فلسطين
December 11, 2022

وزارة شؤون المرأة / بحضور عدد كبير من القطاعات الرسمية و الحكومية و المجتمع المدني
رام الله: متحدثون يؤكدون أهمية دور نظام التحويل الوطني في حماية النساء المعنفات.

رام الله 8-12-2022 وفا- أكد متحدثون في مؤتمر "نظام التحويل الوطني في حماية النساء المعنفات 2022"، أهمية دور نظام التحويل الوطني في توفير الحماية للنساء ضحايا العنف وحماية المجتمع.

وقالت وزيرة شؤون المرأة آمال حمد: إن الإعلان عن الاعتماد النهائي لنظام التحويل الوطني الذي صادقت عليه الحكومة بتاريخ 14 نوفمبر المنصرم جاء بجهد وطني مميز.

وأشادت بجهود المشاركين في انجاز النسخة المعدلة من النظام، وهم: القضاء النظامي، والشرعي، والكنسي، والنيابة، والشرطة، ووزارتي التنمية الاجتماعية والصحة، والمحافظات، والهيئة المستقلة لحقوق الانسان، ومؤسسات المجتمع المدني، بمشاركة جميع الوزارات ومؤسسات المجتمع المدني سواء بشكل مباشر او غير مباشر.

وأشارت الى ان نظام التحويل الوطني سيسمح بالتعاطي مع المعنفات والوصول وتوفير الحماية لهن، ووصف طبيعة الخدمات المقدمة لهن، وضمان إعادة اندماج المعنفة في اسرتها.

وأضافت: يجب اعتماده ومباشرة تنفيذ نظام التحويل في المحافظات الجنوبية والقدس الى جانب المحافظات الشمالية.

وأوضحت ان التمكين الاقتصادي بوابة لتمكين النساء اجتماعيا، داعية الى ضرورة معالجة أسباب العنف ومنها الفقر بالإضافة الى ضرورة معالجة بعض التشريعات، مؤكدة سعي الوزارة لتحقيق تنمية مستدامة للمرأة .

وطالبت حمد بنظام حماية شامل منسجم مع الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، ومع مطالب الرئيس محمود عباس في المحافل الدولية بضرورة توفير حماية

شكل 12

لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/8 يوضح مثال على المنشورات التوعوية



شكل 13

لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/10 يبين المنشورات الإرشادية التي تقوم الوزارة بنشرها على الصفحة



شكل 14

لقطة شاشة بتاريخ 2022/12/18 تبين المنشورات الإخبارية التي تقوم الوزارة بنشرها عبر صفحتها



شكل 15

لقطة شاشة بتاريخ 2022/11/25 تبين نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه



لقطة شاشة بتاريخ 11/12/2022 تبين نموذج التماثل ثنائي الاتجاه

وزارة شؤون المرأة فلسطين

11 ديسمبر 2022

وزارة شؤون المرأة / بحضور عدد كبير من القطاعات الرسمية و الحكومية و المجتمع المدني
 رام الله: متحدثون يؤكدون أهمية دور نظام التحويل الوطني في حماية النساء المعنفات.

رام الله 8-12-2022 وفا- أكد متحدثون في مؤتمر "نظام التحويل الوطني في حماية النساء المعنفات 2022"، أهمية دور نظام التحويل الوطني في توفير الحماية للنساء ضحايا العنف وحماية المجتمع.

وقالت وزيرة شؤون المرأة آمال حمد: إن الإعلان عن الاعتماد النهائي لنظام التحويل الوطني الذي صادقت عليه الحكومة بتاريخ 14 نوفمبر المنصرم جاء بجهد وطني مميز.

وأشادت بجهود المشاركين في انجاز النسخة المعدلة من النظام، وهم: القضاء النظامي، والشرعي، والكنسي، والنيابة، والشرطة، ووزارتي التنمية الاجتماعية والصحة، والمحافظات، والهيئة المستقلة لحقوق الانسان، ومؤسسات المجتمع المدني، بمشاركة جميع الوزارات ومؤسسات المجتمع المدني سواء بشكل مباشر او غير مباشر.

وأشارت الى ان نظام التحويل الوطني سيسمح بالتعاطي مع المعنفات والوصول وتوفير الحماية لهن، ووصف طبيعة الخدمات المقدمة لهن، وضمان إعادة اندماج المعنفة في اسرتها.

وأضافت: يجب اعتماده ومباشرة تنفيذ نظام التحويل في المحافظات الجنوبية والقدس الى جانب المحافظات الشمالية. وأوضحت ان التمكين الاقتصادي بوابة لتمكين النساء اجتماعيا، داعية الى ضرورة معالجة أسباب العنف ومنها الفقر بالإضافة الى

لقطة شاشة بتاريخ 2022/1/21 يبين نموذج المعلومات العامة التي استخدمته الوزارة من خلال منشوراتها

عبر صفحتها

... وزارة شؤون المرأة فلسطين

٢١ يناير ٢٠٢٢ -

بيان صادر عن وزارة شؤون المرأة

تدين و تستنكر وزارة شؤون المرأة فاجعة قتل رسمية بربور (28 عاما) حامل بشهرها الخامس وأم لطفل ثلاث سنوات، طعنا بالسكين على يد زوجها (30 عاما) فجر اليوم الجمعة الموافق 21 كانون الثاني، وجرى إعتقال الزوج المشتبه بجريمة القتل.

وتعبر الوزارة عن قلقها إزاء ارتكاب هذه الجريمة النكراء ضد الضحية رسمية بربور في مطلع هذا العام الجديد.

تشدد الوزارة على ضرورة الإسراع في إقرار قانون حماية الأسرة من العنف و مشاركة الجميع في الضغط لإقراره، و تؤكد أيضا أن قانون العقوبات بحاجة إلى تغيير بما يضمن حماية النساء من العنف و من الجرائم التي تلحق بهن.

تعرب الوزارة عن إدانتها من تزايد أشكال العنف الأسري والمجتمعي، والذي بلغ أشده بزيادة الجرائم ضد حياة النساء والأطفال، وتحمل الوزارة المسؤولية الأخلاقية و القانونية و تطبيق التشريعات و القوانين التي تحد و تردع تلك الأفعال ضامنا لسلامة وأمن المجتمع وحماية حياة النساء.

وأن هذا الجريمة تستدعي منا:

الاسراع في إصدار قانون حماية الأسرة من العنف، وتكاثف الجميع من فصائل المجتمع واطيافه ومؤسساته للفظ هذه الجرائم و كل الجرائم ضد النساء المرفوضة في مجتمعنا و لا تتناسب مع قيمنا،



An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**PUBLIC RELATIONS IN THE PALESTINIAN
MINISTRY OF WOMEN'S AFFAIRS
ADDRESS DOMESTIC VIOLENCE ISSUES
THROUGH ITS FACEBOOK PAGE**

By
Liana Azamta

Supervisors
Dr. Moeen Koa
Dr. Samah Saleh

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Contemporary Public Relations, Faculty of Graduate Studies, An-Najah
National University, Nablus - Palestine.**

2024

PUBLIC RELATIONS IN THE PALESTINIAN MINISTRY OF WOMEN'S AFFAIRS ADDRESS DOMESTIC VIOLENCE ISSUES THROUGH ITS FACEBOOK PAGE

By
Liana Azamta
Supervisor
Dr. Moeen Koa
Dr. Samah Saleh

Abstract

This study aimed to shed light on the importance of digital public relations and its ability to influence and spread awareness on a sensitive and important topic such as domestic violence issues in Palestinian society. Accordingly, and using the descriptive analytical approach, the researcher conducted a comprehensive survey to analyze the posts of the Palestinian Ministry of Women's Affairs page on Facebook from January 1, 2022 to December 31, 2023. The sample amounted to (226) posts published on the page.

The results showed that issues of violence against women came in the highest percentage, at 38%, among the rest of the topics that digital public relations in the Palestinian Ministry of Women's Affairs cares about through its official page on the social networking platform Facebook. The frameworks came in first place among the media frameworks, at a rate of 78%. Based on the journalistic forms, the percentage of news reports was the largest percentage among journalistic types on the Ministry of Women's Affairs page, which amounted to 44.8%, while the media contents came with the percentage of awareness posts, which was the largest percentage of media content on the Ministry of Women's Affairs page, which amounted to 44%, while the asymmetric two-way model came with the highest percentage of communication models for public relations on the Palestinian Ministry of Women's Affairs page, which amounted to 46.5%.

Keywords: Digital Public Relations, Domestic Violence, Violence Against Women, Palestinian Ministry of Women's Affairs.