



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا
المرأة من خلال برنامج "فلسطين هذا الصباح"

إعداد

عرين عبد الكريم العملة

إشراف

د. سماح صالح

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات المرأة بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

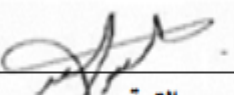
2023

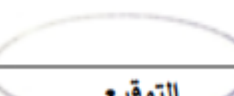
اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا
المرأة من خلال برنامج "فلسطين هذا الصباح"

إعداد
عرين عبد الكريم العملة

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2023/02/28م، وأجيزت:


التوقيع


التوقيع


التوقيع

د. سماح صالح

المشرف الرئيسي

د. نضال أبو عياش

المتحن الخارجي

د. فريد أبو ضهير

المتحن الداخلي

الإهداء

إلى والدي، حباً وتقديراً

إلى أمي، شكراً و عرفاناً

إلى أيوب، شموعاً تضيء حياتي

إلى قصي، بذرة قلبي

إلى إخوتي، رفاق طفولتي

الشكر والتقدير

أشكر الله العليّ القدير الذي أنعم عليّ بنعمة العقل والدين. القائل في محكم التنزيل:

(وفوق كل ذي علم عليم) صدق الله العظيم.

أتقدم بالشكر للدكتورة سماح صالح لتفضلها عليّ بعلمها ووقتها وجهدها بالإشراف على رسالتي، فلها مني

كل الاحترام.

كما أتقدم بجزيل الشكر للكادر التدريسي في برنامج دراسات المرأة فلهم كل التقدير والاحترام.

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج "فلسطين هذا الصباح"

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.

عرب عبد الكريم العملة

اسم الطالبة:

عرب العملة

التوقيع:

2023/02/28

التاريخ:

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ح	قائمة الجداول
ط	قائمة الملاحق
ي	الملخص
ي	الفصل الأول: مقدمة الدراسة وخلفيتها
1	1.1 مقدمة الدراسة
4	1.2 مشكلة الدراسة
4	1.3 أسئلة الدراسة
5	1.4 أهداف الدراسة
5	1.5 أهمية الدراسة
6	1.6 مصطلحات الدراسة
8	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
8	2.1 الإطار النظري
23	2.2 الدراسات السابقة
34	2.3 التعقيب على الدراسات السابقة
35	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
35	3.1 منهج الدراسة
35	3.2 أدوات الدراسة
36	3.3 مجتمع الدراسة
36	3.4 عينة الدراسة

36	3.5 أدوات الدراسة.....
36	3.5.1 صدق أداة الدراسة
37	3.5.2 ثبات أداة الدراسة.....
37	3.6 إجراءات الدراسة
38	3.7 مصادر جمع البيانات.....
38	3.8 المعالجة الإحصائية للبيانات
41	الفصل الرابع: نتائج الدراسة.....
56	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
56	5.1 نتائج أسئلة الدراسة الفرعية
64	5.2 النتائج.....
66	5.3 التوصيات
68	قائمة المصادر العلمية.....
73	الملاحق.....
b	Abstract.....

فهرس الجداول

- جدول (1): الوقت المخصص لقضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 41
- جدول (2): العناصر التيبوغرافية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح.. 42
- جدول (3): الأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح
..... 43
- جدول (4): أشكال عرض القضايا الخاصة بالمرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 44
- جدول (5): مكان عرض القضايا الخاصة بالمرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 45
- جدول (6): اللغة المستخدمة واللهجة في تغطية قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 46
- جدول (7): فئة الموضوعات المستخدمة في برنامج فلسطين هذا الصباح 47
- جدول (8): نوعية القضية الخاصة بالمرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 48
- جدول (9): الهدف من إثارة القضية في برنامج فلسطين هذا الصباح 49
- جدول (10): القيم الإيجابية التي تناولها برنامج فلسطين هذا الصباح في طرح قضايا المرأة 50
- جدول (11): القيم السلبية التي تناولها برنامج فلسطين هذا الصباح في طرح قضايا المرأة 79
- جدول (12): الأشخاص الفاعلون في قضايا المرأة المطروحة في برنامج فلسطين هذا الصباح 79
- جدول (13): الاتجاه العام نحو قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 80
- جدول (14): الأسلوب المستخدم للإقناع في برنامج فلسطين هذا الصباح 80
- جدول (15): مصدر الموضوعات التي عالجت قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح 81
- جدول (16): الجمهور المستهدف في قضايا المرأة ببرنامج فلسطين هذا الصباح 81

فهرس الملاحق

73	ملحق (أ): أسماء المحكمين.....
74	ملحق (ب): أدوات الدراسة.....
76	ملحق (ج): قائمة الرصد (تحليل المحتوى).....
79	ملحق (د): الجداول.....

اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح

إعداد

عرين العملة

إشراف

د. سماح صالح

الملخص

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج "فلسطين هذا الصباح"، ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ومن خلال هذا المنهج تم تطوير أداتي الدراسة، وهما: أداة المقابلة إذ تم تطبيقها على عينة من (6) إعلاميين قائمين على برنامج "فلسطين هذا الصباح"، أما الأداة الثانية فلقد تمثلت في قائمة الرصد (تحليل المحتوى) - ملحق

(ج) والتي تم تطبيقها على (12) حلقة من حلقات برنامج "فلسطين هذا الصباح"، وبعد تحليل أداتي الدراسة توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن برنامج "فلسطين هذا الصباح" منوع، ولا يقتصر على المرأة وقضاياها ولكن أفردت مساحة لقضايا المرأة وخاصة تلك المتعلقة بالمشروعات الاقتصادية، وذلك وفق السياسات العامة الخاصة بالتلفزيون، والمعايير العامة التي تضمن إيصال الفكرة وتحقيق الأهداف المرجوة من طرح القضايا، كما أشارت النتائج إلى أن نسبة معالجة قضايا المرأة الفلسطينية كانت نسبة متوسطة بالرغم من أن البرنامج منوع يستهدف كافة أفراد المجتمع، كما أن التقارير الصحفية هي الأكثر استخداماً، وأن الموضوعات الأكثر تناولاً هي موضوعات صحية وحقوقية لتعزيز القيم الإيجابية لدى أفراد المجتمع الفلسطيني، ويتم اختيار الموضوعات بناء على القضايا والتطورات الملحة على الساحة الفلسطينية على وجه الخصوص، ومن ثم العربية والعالمية، كما أشارت النتائج بأن البرنامج اهتم بالاستمالات العاطفية للجمهور لإقناعه في وجهة النظر التي يتبناها البرنامج.

الكلمات المفتاحية: قضايا المرأة؛ برامج التلفزيون الصباحية؛ فضائية فلسطين.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة وخلفيتها

1.1 مقدمة الدراسة

مع ثورة الاتصالات وانتشار الفضائيات زاد تأثير وسائل الإعلام المرئية بزيادة الاهتمام بها لسهولة التقاطها وتنوع خياراتها، وبهذا الجانب لعب الإعلام دوراً مهماً جداً في تحريك وعرض القضايا المختلفة، مستثيرة الرأي العام مع أو ضد وفق الرؤية والأيدولوجية التي يتبناها وطريقة الطرح، ومن أبرز الأدوات الإعلامية الفلسطينية التي تهتم بالمرأة العربية عامة والفلسطينية على وجه الخصوص؛ البرامج الصباحية التي تتميز بتنوع مواضيعها بحيث يكون هناك مساحة كافية لطرح قضايا المرأة على اختلافها ومناقشتها وفق أيدولوجية المجتمعات (بن عمره، 2017).

فمن خلال هذه الدراسة تم التركيز على برنامج فلسطين هذا الصباح؛ فهذا البرنامج غني جداً بالرسائل الإعلامية الموجهة التي ربما قد ترضي فضول وشغف بعض النساء، حسب اهتمامتهن في تحقيق ذواتهن من خلال دعمهن ليأخذن دورهن على الصعيد السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي. فالمتابع للبرنامج يجد أن البرنامج يغطي العديد من القضايا بقوالب مختلفة من مقابلات وحوارات ورسائل مكتوبة وتقارير وتغطيات ميدانية...إلخ، ومن الجدير بالذكر أن المجتمع العربي بشكل عام، والفلسطيني بشكل خاص يتشابه ويتقاطع في العديد من القضايا، وخاصة قضايا المرأة، إلا أن خصوصية المجتمع الفلسطيني أبرزت العديد من الاتجاهات التي تعزز من وجود المرأة لتأخذ دورها على كافة الأصعدة، وذلك نظراً لخصوصية الحالة الفلسطينية في ظل الاحتلال الإسرائيلي (عياد، 2017). التي جعلت من المرأة شريك فعلي للرجل على خطوط المواجهة مع العدو، إلا أن هذا الدور تراجع وخاصة بعد بروز عدد من التيارات السياسية والحركات التي عززت ثقافة العادات والتقاليد الرجعية التي ناضلت المرأة من أجل الانفكاك من قبضتها، مما أسهمت في تراجع دورها، بتعزيز الصورة النمطية للمرأة وحصرها في قوالب معينة، كضحية و أداة لترويج السلع

وعرض الجسد، مما أسهم في زيادة التمييز ضدها واضطهادها وتراجع ملحوظ في دورها على الصعيد الاجتماعي والسياسي والوطني والاقتصادي أيضا. لذا كان لا بد من الاهتمام بتقديم صورة إيجابية عن المرأة من خلال رسائل الإعلام الموجه نحو تمكين المرأة بجميع فئاتها العمرية، أو المهنية، أو الطبقية أو الثقافية، مع مراعاة بيئتها السكنية الحضرية أو الريفية، أو البدوية وغيرها من خلال الوعي المجتمعي لضمان تحقيق الهدف، فالاهتمام بالمرأة وإنصافها مطلب إنساني عادل وحق أصيل للمساواة والإنصاف فهو مطلب تنموي نهضوي (حسام، 2017).

إلا أن الإعلام لعب دوراً في تكريس الصورة النمطية لها في بعض الأحيان؛ فهو يعرضها سلعة تسويقية من خلال التركيز على شكلها ومنسوب جمالها كمؤشر ورمز ترويجي لزيادة المبيعات، وذلك لخدمة المعلن ورأس المال، وأن الوظيفة الأساسية لها هي الإغراء والاستهلاك، وإظهار محدودية دورها بالمجتمع، مما أسهم في تجذير الصورة النمطية السلبية التي تسيء للمرأة، وتجذر تبعيتها للرجل كمعيل وصاحب سلطة عليها. فهي ضحية ومستغلة وضعيفة القدرة على تدبير المجتمع، والمشاركة كما الرجل في الشأن العام والوجود في دائرة القرار وعدم القدرة على التفكير والتخطيط الاستراتيجي، مما يتطلب إيجاد منظور آخر يغير هذه الفكرة وبالتالي إيجاد معالجة إعلامية إيجابية للمرأة بقواعد مهنية وأخلاقية تبرز دورها الحقيقي والفعلي (عليما، 2017).

وبالرغم من تطور وسائل الإعلام وانتشارها إلا أن المساحة الخاصة بالمرأة وقضاياها ما زالت غير كافية، ولم يجرِ عليها تغيير يذكر فما زالت الصورة النمطية تتصدر المضمون الإعلامي الذي يتركز على دور المرأة في ترويج السلع، إذ من الواضح توظيف و استغلال صورة المرأة في الإعلانات التسويقية التجارية وبرامج وأغاني الترفيه على اختلافها، حيث لا يكاد يخلو إعلان من العنصر النسائي، مما يعزز تكريس الصورة الاستهلاكية للمرأة في العقول وكأن هذا الشغل الشاغل للمرأة على حساب إبراز دورها كامرأة منتجة في المجتمع (هيئة الأمم المتحدة، 2020).

من هنا بات تغيير صورة المرأة النمطية ضرورة ملحة وإبراز النساء بأدوار بعيدة عن السلبية من خلال الإعلام، بتخصيص مساحات أكبر تُنصف المرأة من خلال تسليط الضوء على نشاطاتها ومساهماتها في تطوير وتغيير المجتمع من خلال مؤسسات الدعم والمناصرة فلا شك ان الفلسطينيات يحاربن من اجل حقوقهن وكرامتهن بدون عنف مما يساهم في خلق مجتمع أكثر مساواة وتضامناً. كما أن بعضهن يلعب دوراً كبيراً في قيادة وإدارة الأسر في ظل غياب الزوج في كثير من الأحيان نتيجة الاعتقال أو الشهادة، وتسهم النساء الفلسطينيات في تغيير المجتمع من خلال حل مشاكلهن غير مدركات لأعمالهن المميزة والمسؤولة بالإضافة إلى ظهور العديد من الناشطات اللواتي يمثلن قدوة لغيرهن من النساء اللواتي يعانين من اليأس والإحباط (عياد، 2017).

ومن الممكن أن يتحقق ذلك من خلال إيجاد أدوات إعلامية تسعى إلى تنوع الصورة الإعلامية المقدمة، وتظهير القضايا التي تعكس الواقع من خلال مادة إعلامية موضوعية حيادية تخاطب جميع شرائح المجتمع، فالقضايا الخاصة بالمرأة متداخلة وشائكة ولا يمكن فصلها عن المجتمع، لذا لا بد أن تكون الرسائل الإعلامية ذات ثقة ومصداقية حتى تتواءم مع الواقع المجتمعي بتكامل المفردات ومفاهيم وأدوات الإعلام وذلك من خلال استثمار الفرص المتاحة في البيئة المحيطة وعلاج أي مظهر من مظاهر الخلل من خلال الإلمام بواقع المرأة، وذلك باعتبارها مهمة جماعية تتطلب مشاركة كافة الأطراف ذات العلاقة، والاتفاق على رفع مستوى التنوع لكافة شرائح النساء الفلسطينيات على الأصعدة ثقافية واجتماعية وفكرية وتنموية (العتال، 2015)، فالإعلام يلعب دوراً مهماً وبارزاً في توجيه الرأي العام؛ لذا فإنه من المهم دراسة صور المرأة فيه والبحث عن الإشكاليات التي تظهر المرأة كضحية وأداة لكسب التعاطف والبحث في التوجهات لهذه المخرجات في كثير من الأحيان، بالإضافة إلى الرؤية المتبناة واستراتيجيات تطبيقها، ونظراً لأهمية الإعلام ودوره الفاعل في المجتمعات أخذت هذه الدراسة على عاتقها دراسة حساسية قضايا المرأة في الإعلام وأشكال ظهورها به ومدى مساهمة برنامج فلسطين هذا الصباح في تعزيز صورة المرأة الإيجابية وتمكينها.

1.2 مشكلة الدراسة

في الآونة الأخيرة ظهرت العديد من القضايا التي شغلت الرأي العام الفلسطيني والتي تحتاج إلى توضيح بحيادية وموضوعية أمام الشارع، ومن ضمن هذه القضايا القتل على خلفية الشرف والعنف بأشكاله ضد النساء، والمشاركة السياسية، والتمكين الاقتصادي واتفاقية سيداو وغيرها الكثير، إلا أن المساحة المتاحة التي يعطيها الإعلام لقضايا المرأة الناشطة، أو القائدة، أو صانعة القرار في المجتمع خجولة وغير كافية وموسمية، مما يجعلها محدودة، وبالتالي تعزيز النمطية إضافة إلى تغييب القضايا الاجتماعية والتنمية والفكرية والثقافية، وهذا يتطلب دمج قضايا المرأة بكافة القضايا الأخرى وعدم أخذها بمعزل عن قضايا المجتمع، فهي جزء من الواقع لذا يجب إشراكها إلى جانب الرجل في كافة المجالات، وذلك من خلال الاهتمام بنوعية المضمون الإعلامي وطريقة تقديمه ومدى استمراريته والاستدامة في بث رسائل مرتبطة بالواقع التنموي للمرأة على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والصحي والتعليمي، ويقع على عاتق وسائل الإعلام العمل على إيجاد برامج تدريبية لموظفيها من أجل اعداد وتقديم برامج تهتم بقضايا المرأة إعلامياً، وتدريبهم على ان يمتلكوا مهارات الكتابة بوعي وحساسية لقضايا المرأة، فمن خلال تجربتي الشخصية في العمل كصحفية ومراسلة تلفزيونية في وسيلة إعلام مؤثرة أثارت بعض القضايا المتعلقة بقضايا المرأة فضول الباحث لدي، للبحث في مدى حساسية قضايا المرأة في مضامين الإعلام الحكومي الموجه، الذي بدوره قد يكون سبباً ذا حدين. وفي ضوء ما سبق فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمحور حول:

اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح.

1.3 أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

ما اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح؟

ويتفرع من سؤال الدراسة الرئيس عدد من الأسئلة الفرعية، وهي:

1. كيف ظهرت المرأة والقضايا المتعلقة بها في برنامج فلسطين هذا الصباح؟
2. كيف يتم طرح ومناقشة قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح، وهل توظف لكسب التعاطف؟
3. ما هي وجهة النظر التي يتبناها برنامج فلسطين هذا الصباح وطاقمه تجاه القضايا التي يطرحها؟
4. ما هي استراتيجيات وتوجهات طاقم العمل في برنامج فلسطين هذا الصباح وهل هناك رؤية نسوية؟

1.4 أهداف الدراسة

هدفت الدراسة للتعرف إلى: اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح، ويتفرع من الهدف الأساسي عدد من الأهداف الفرعية وهي:

1. التعرف إلى كيفية ظهور المرأة ونوعية القضايا الخاصة بالمرأة التي يطرحها البرنامج.
2. التعرف إلى آلية طرح القضايا وكيفية ظهور المرأة فيها.
3. التعرف إلى وجهات النظر المتبناه التي يستند إليها البرنامج في عرض ونقاش قضايا المرأة.
4. التعرف إلى توجهات واستراتيجيات وسيلة الإعلام وفريق العمل في البرنامج فيما يتعلق بقضايا المرأة.

1.5 أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة الحالية من خلال:

1. موضوع الدراسة الذي يعد من الموضوعات المتجددة بشكل لحظي وخاصة على الساحة الفلسطينية - في ظل التنوع الثقافي والسياسي الذي يحمل وجهات نظر متباينة حول المرأة وقضاياها الحقوقية والاجتماعية، بالإضافة إلى مشاركتها السياسية، وتعد هذه الدراسة ملخصاً لوجهات النظر الأساسية التي تتعلق بقضايا المرأة. فقد شهدت الساحة الفلسطينية عدد من التحركات المساندة للمرأة وتحريها

وأخرى مناهضة لها، مما أدى إلى تباين آراء ووجهات النظر واستغلال البعض للإعلام لمهاجمة المرأة وتقزيم دورها وحصرها بالمنزل ومهامه، مما كان ذلك حافزا للتعرف إلى دور الإعلام في ذلك من خلال رصد مدى حساسية قضايا المرأة وتم اختيار برنامج هذا الصباح نموذجا.

2. نتائجها، يتوقع لهذه الدراسة أن تسهم في التعرف إلى الآليات التي يتم فيها إعداد البرامج وكيف يتم تناول قضايا المرأة، والذي بدوره يساعد في معرفتنا حساسيتها، وبالتالي العمل على دمجها الأمر الذي يسهم في معالجتها.

3. إثراء المكتبة الإعلامية وتغذية برنامج فلسطين هذا الصباح بتغذية راجعة تسهم في تطوير دورها في إسناد وإنصاف المرأة بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص، وطرح منظور جديد للنظر إلى المرأة وكسر الصورة النمطية لها.

1.6 مصطلحات الدراسة

تلفزيون فلسطين:

الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، مؤسسة وطنية تبث من مدينة رام الله عبر البث الفضائي وتصل إلى المشاهدين في مختلف دول العالم (موقع تلفزيون فلسطين الإلكتروني).

الإعلام:

لغة: مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلم يعلم إعلاما، وأعلمته بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه (لسان العرب، 1988، ج9، ص371).

اصطلاحا: هو نشر الحقائق والاختيار والأفكار والآراء بوسائل الاعلام المختلفة (امام، 1969، ص12).

قضايا المرأة:

هي المحتويات الفكرية أو الرؤى التي تحوي داخلها جوانب الخلاف والتضاد والتباين في وجهات النظر، وتحتاج في الوقت نفه الى مناقشتها بهدف استجلاء جوانبها وعرض مختلف أركانها وحجج المؤيدين لها والمعارضين وحتى المحايدين (منظمة المرأة العربية، 2005).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1 الإطار النظري

تشكل المرأة وقضاياها اليوم محورا أساسيا يدور حوله النقاش فهي تؤدي دورا مهما وخاصة في المجتمع الفلسطيني، فهي تمكنت من إثبات نفسها بجدارة تامة، ويظهر ذلك جليا في المهام التي أسندت لها، وقيامها بدورها على أكمل وجه وهذا ما تؤكدته تحقيقها للتنمية بجميع مجالاتها الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، التعليم العالي...إلخ، إلا أن الواقع الإعلامي يعكس صورة أخرى إذ يشير (Singh, 2020) إلى أن وسائل الإعلام مهمة جدًا لتنمية رؤوس الأموال الاجتماعية من حيث العقلية وعلم النفس وقبل كل شيء الثقافة، يُعتقد أن وسائل الإعلام تقدم صورة نمطية للمرأة، إذ يتم التركيز على تقديم أو تحريف النساء كسلع وأشياء جنسية لأن الجزء الرئيس من البرامج ومقاطع الفيديو يزداد شيوعًا عندما يتعامل مع توصيف محدد لصورة المرأة، بالإضافة إلى عدد من المتغيرات الاجتماعية والثقافية، مثل الشخصية، واستغلال المرأة إذ تعتبر مشاركة المرأة وأدائها ووصفها هي المفضلة في صناعة الإعلام، لأنها أعطت جاذبية جديدة وانبهازا للعملاء والأسواق الجديدة (بن خميس، 2018).

وهذا يتطلب من وسائل الإعلام أن تخصص حيزا لقضايا المرأة من خلال طرحها ومحاولة معالجتها، ومن خلال هذا الفصل سيتم عرض كيفية تطور المرأة وقضاياها في الإعلام، وأهم القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام، وكيفية تعزيز دور الإعلام الإيجابي نحو المرأة وقضاياها.

الإعلام:

للإعلام مكانة متميزة في واقعنا المعاصر لنا لها من أثر مباشر في دفع عجلة التنمية الثقافية في ظل الانتشار الواسع لوسائل الاعلام المختلفة، ويوصف الإعلام المؤثر بالإعلام الصادق ويقاس بمدى ثقة

الجمهور به، وكانت رسالته التلموية أشد تأثيراً ليظهر ذلك في تأثيره على وظائف مؤسسات المجتمع ودورها (عصيدة، 2021)، مما يعني أن هذه المؤسسات عليها أن تعنى بوسائل الإعلام والتشارك معه لتقديم برامج تسعى من خلالها بناء جيل واع ذي اتجاهات إيجابية تسهم في بناء المجتمع وتطوره.

وظائف وسائل الإعلام في المجتمع:

لوسائل الإعلام أهمية كبيرة في رفع المستوى الثقافي للمجتمعات، والعمل على زرع القيم الاجتماعية التي تسهم في تطو الشعوب وتقدمها، ومن أهم وظائفها: التوجيه، والدعاية، والتثقيف، والتعارف الاجتماعي، والترفيه، والإعلان (مجدي، 2020).

وعلى الرغم من الأدوار التي يقوم بها الإعلام في المجتمعات إلا أن أبرزها في ظل التطورات الإنسانية، التوجيه والتثقيف والإعلان، وهناك العديد من الوظائف الأخرى لوسائل الإعلام نذكر منها (بوصفط، 2013):

1. وظيفة الإخبار والإعلام والاستطلاع (مراقبة البيئة): وهذه الوظيفة تعد هي الوظيفة الأولى لوسائل الإعلام حيث تعمل الوسائل جميعها على إشباع حاجة المتلقي من المعرفة والأخبار، باعتبار أن حاجة الإنسان من معارف عامة سواء كانت على صعيد الأخبار السياسية، أو الاجتماعية، أو الاقتصادية وهذا يتطلب من وسائل الإعلام التزام التوازن والعدالة في نقل الأخبار والمعارف التي يقوم الفرد على أساسها بالتكيف مع التغيرات المختلفة وتراكم المعارف لاتخاذ القرارات المناسبة له.

2. وظيفة الترابط: ونعني بالترابط عملية تفسيرية تحليلية ومن ثم التعقيب على الأحداث في البيئة لتوجيه السلوك كنتيجة للأحداث الدائرة، ويمكن لهذا الترابط أن يحدث إذا تمت عملية تقييم وتفسير الأخبار من خلال وسائل الإعلام فالعديد من الأحداث نستطيع فهمها بوجود خلفية عنها وفهم تطورها التاريخي، وتستخدم وسائل الإعلام أشكال صحفية عديدة لفهم ولتفسير وتحليل الأحداث منها التحليلات الإخبارية، المقابلات الافتتاحية.

3. يسعى الإعلام إلى الحفاظ على الموروث الثقافي والقيم المثلى في المجتمع التي تتناقل من جيل لآخر وبات هذا الاهتمام ملحوظ ومن مهام الإعلام بوسائله المختلفة.
4. للإعلام دور في إشاعة المرح والتسلية بين أفراد المجتمع وذلك لتخفيف الأعباء التي يتعرض لها الفرد من خلال الموسيقى والمسابقات وغيرها من برامج.
5. ومن وظائف الإعلام أيضا اطلاع الفرد على الأوضاع الاقتصادية المحلية والعالمية من خلال النشرات الاقتصادية والبرامج الحوارية التي تسعى إلى عرض مؤشرات البورصة وأسعار مواد الخام والسلع الأساسية وغيرها من الأنشطة الاقتصادية المختلفة.
6. للإعلام وظيفة مهمة ألا وهي الحوار وتبادل الآراء ووجهات النظر حول قضايا معينة يتم طرحها في برامج حوارية ليتسنى للجمهور الوقوف على وجهات النظر المتباينة وتكوين الرأي ووجهة النظر الخاصة به.

وسائل الإعلام الفلسطينية:

شهدت الأراضي الفلسطينية بروز وسائل الإعلام المختلفة منذ عام 1995 من الجرائد والصحف الدورية والإذاعات ومحطات التلفزيونية الحكومية وأخرى تابعة لجهات سياسية ومستقلة، وفيما يلي عرض موجز لها (عودة، 2022):

1. الصحف: في الشارع الفلسطيني هناك مجموعة من الصحف اليومية وهي: صحيفة القدس، والأيام، والحياة الجديدة، ويضاف لها مجموعة من الصحف الأسبوعية والشهرية وتجدر الإشارة إلى أن هذه الصحف دورية الإصدار تعود للأحزاب السياسية على الساحة الفلسطينية.
2. الإذاعات: توجد في فلسطين إذاعة رسمية واحدة ألا وهي: صوت فلسطين، وبالإضافة لها هناك ما يزيد عن 28 إذاعة محلية موزعة على الضفة الغربية وقطاع غزة إلا أن تغطيتها محدودة جغرافيا وتعتمد باستمرارها على الإعلانات مدفوعة الأجر.

3. التلفاز : القناة الرسمية لدولة فلسطين هي التلفزيون الفلسطيني الرسمي الذي افتتح أعماله في عام 1994 في الضفة الغربية وقطاع غزة، كما يتواجد في الأراضي الفلسطينية 45 محطة تلفزيونية خاصة موزعة بين القطاع والضفة.

ونظراً للدور الفاعل لوسائل الإعلام في المجتمع تم إفراد مساحات خاصة من قبل الحكومات المختلفة؛ لمتابعة ورقابة المحتوى الإعلامي وذلك من خلال الدوائر والأقسام التي تسعى إلى تحقيق أهداف وسائل الإعلام المتمثلة في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي والاقتصادي للفرد (بياضي، 2013)، وبهذا الصدد أشارت القواريق (2013) إلى أن الإعلام يعد من أهم وأخطر الوسائل التي توجه آراء المجتمع وحشده تجاه قضية معينة، وذلك من الشرح وتقديم الدلائل في محاولة لإقناع المجتمع بوجهة نظر معينة.

تلفزيون فلسطين:

يعد تلفزيون فلسطين المؤسسة الإعلامية الوطنية التي تسعى لتلبية حقوق الشعب الفلسطيني الأساسية في التحرر والاستقلال وقيام دولته المستقلة على أرض فلسطين ولقد وردت مشروعية إقامة الهيئة بقرار صادر عن الرئيس الراحل ياسر عرفات بتاريخ 1993/6/7 والذي يحمل رقم (4566) كما وردت مشروعية ذلك في أحد بنود اتفاقية إعلان المبادئ الموقعة بين منظمة التحرير وحكومة الاحتلال يوم 13 أيلول 1993م مؤكدة بذلك على أهمية قيام الهيئة (العرامين 2020).

وارتبطت نشأة تلفزيون فلسطين بقيام السلطة الوطنية الفلسطينية عام 1994م فهي الجهة الرسمية لبت كل ما يصدر عن السلطة وارتبطت بأمانة مكتب الرئيس من الناحية الإدارية وبعد تولي محمود عباس رئاسة السلطة الوطنية الفلسطينية حدث تغيير في مرجعية هيئة الإذاعة والتلفزيون لتتبع لوزارة الإعلام وكان ذلك حتى عام 2006م ففي هذا العام تم تشكيل حكومة برئاسة إسماعيل هنية مما استدعى الأمر إلى استصدار مرسوم رئاسي بإعادة الهيئة إلى مكاتبه، فتلفزيون فلسطين لسان للسلطة والناطق باسمها وينادي بتوجهاتها ويسعى إلى تحقيق أهدافها (محمد، 2019)، تميز تلفزيون فلسطين في قدرته على استعراض القضية

الفلسطينية ضمن قالب صحفي وتحريري متميز مع أهمية التركيز على الهوية الفلسطينية العربية، والتي تؤثر على الجمهور المشاهد الفلسطيني في المقام الأول والجمهور العربي والغربي المقام الثاني (أي عربي، 2021)، وبالتالي لتلفزيون فلسطين دور في تعزيز الهوية الفلسطينية وإيصال صوت فلسطين إلى العالم مما جعله يحصد مكانة مرموقة في العالم نظراً لسياسته الديمقراطية التي تعتمد على التحرر الفكري والتعددية وعمق التراث والحضارة (موقع تلفزيون فلسطين، 2021).

وبناءً على ما سبق فقد ارتبطت نشأة تلفزيون فلسطين بعدد من الأهداف تتلخص في (الزبيدي، 2011):

1. نشر الإرث الثقافي الفلسطيني والحفاظ عليه، بالإضافة إلى إبراز الحضارة الفلسطينية للعالم وتعريفه بها.
2. توطيد وتمكين العلاقات بين أفراد الشعب الفلسطيني بكافة مستوياته وشرائحه المختلفة.
3. مواكبة تطورات الأحداث على الصعيد الفلسطيني وتقديمه في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية.
4. تظهير الرأي العام الفلسطيني ومحاكاته في الوطن المحتل والشتات.
5. التركيز على القضية الفلسطينية، وتعزيز الهوية الفلسطينية.

وفي ضوء هذه الأهداف يتميز تلفزيون فلسطين بقدرته على تقديم كل ما هو حصري وجديد، وذلك من خلال استعمال القوالب الصحفية الأكثر تشويق وإثارة لدى الشعب (موقع أي عربي، 2022)، واستقطاب أكبر عدد ممكن من المتابعين والمشاهدين وأبرزها (موقع تلفزيون فلسطين 2021):

1. البرامج الإخبارية اهتم التلفزيون بعرض نشرات إخبارية رئيسية ومحلية بالإضافة إلى شريط الأخبار.
2. الموجات المفتوحة لمناقشة عدد من القضايا الملحة والطارئة.
3. البرامج الحوارية المتنوعة على الصعيد الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.
4. البرامج المنوعة المتعلقة بالفن والترفيه .. الخ.

أما فيما يتعلق بسياسة وموضوعية تلفزيون فلسطين فلقد تبني التلفزيون مواقف السلطة وتيار الرئاسة في حركة فتح، ففي عام 2006 عندما شكلت حركة حماس الحكومة ابتعد التلفزيون عن الحكومة واقترب من حركة فتح وأخذ يسير على خطاها والدعوة لنهاجها ومواقفها، اذ تبني ان ذلك سياسة الهجوم على حركة حماس وحكومتها ووزرائها والتعليق على ما يقدمونه بشكل مخالف لقواعد الإعلام والعمل الصحفي الذي يجب أن يتصف بالموضوعية والشفافية الا ان انحياز تلفزيون فلسطين كان واضحا وظهر ذلك بشكل كبير في احداث عام 2007 اذ قام بفتح موجات وتنظيم حملات بموقف الخصم بالحدث وليس ناقل للأخبار ومراقب لما يجري من أحداث إذ استخدم العاملون الكثير من الكلمات والمصطلحات في برامجهم وأحاديثهم التي تتخذ منحى معين تابعا لحركة فتح دون فتح المجال للطرف الآخر للتعبير عن موقفه أو الرد، إلا إنه تم إدخال بعض المتغيرات على تلفزيون فلسطين من حيث البرامج والشخصيات التي يتم استضافتها إلا أن طابع العام للبرامج أخذ منح الاتهام والتشكيك لحركات المعارضة (المصري، 2016).

وفي ضوء ما تقدم لا بد من الإشارة إلى أن تجربة تلفزيون فلسطين تعد قفزة نوعية وتحدي كبير أمام كل الصعوبات والعقبات التي تواجهها سواء على الصعيد المالي أو الفني أو المنغصات التي يفرضها الاحتلال، مما جعل هناك صعوبة في استقطاب وجلب الكفاءات الإعلامية والفنية وبالرغم من ذلك كان هناك عمل جاد من قبل الطاقم العامل بتطوير مهارات وكفاءات العاملين من خلال عقد التدريبات المختلفة (العرامين، 2020).

مدخل تاريخي للمرأة في الإعلام:

بالرجوع إلى التاريخ نجد أن النساء الفئة الوحيدة التي عانت من التمييز وبالرغم من قيام العديد من الثورات التي تدعو إلى إنصاف للمرأة إلا أن التغييرات التي حدثت يراها البعض متواضعة في جوهرها التمييز ما زال قائما بالرغم من تفاوته من مجتمع لآخر حسب الخلفيات الثقافية ويلحظ أن هناك تحسنا ملموسا بأوضاع المرأة خلال النصف الأخير من القرن العشرين (دراويش وآخرون، 2020).

وقد شهد القرن التاسع عشر الظهور الأوسع للمرأة في الإعلام الغربي إلا أن هذا الحضور كان محط استغراب واستهجان في الحضارة الأوروبية، إذ ظهرت في إعلان للمشروبات الروحية في حين تم استيعاب ظهورها على أغلفة المجالات والإعلانات الترويجية التي تخضع لتقافات المجتمع الأوروبي، وتوسع ظهور المرأة بالإعلام خلال الحرب العالمية الأولى والثانية، هذا الظهور الذي كرس الصورة النمطية للمرأة لتتطور بعد ذلك إلى صورة المرأة الترويجية، وكان ذلك في الفترة الواقعة بين سبعينيات وتسعينيات الألفية الأولى ليتم استغلال صورتها للترويج للملابس والعطور ومن ثم العطور والسيارات لتكريس صورة أخرى بأن المرأة موجودة للإغراء والعرض الاستهلاكي، أما المرأة في الإعلام العربي فقد ظهرت بالأدوار التقليدية والنمطية خلال الإعلانات والأعمال الدرامية التي وجهت آراء المجتمع لجعل الصورة الاستهلاكية والنمطية ملاصقة لها في ذهنية المجتمع مما حد من حرية وطموح المرأة في المجتمع بالرغم من مناداة الإسلام إلى تكامل الأدوار بين المرأة والرجل لبناء المجتمع، وبالرغم من تعارض ذلك مع عادات وتقاليد المجتمع (محمد، 2019).

وعند النظر إلى الإعلام الفلسطيني لا نجد اختلافا جوهريا بينه وبين الإعلام العربي، الذي يظهر المرأة خاضعة للرجل، ويغيب صورتها المكافئة للرجل والمساوية له (ملحيس، 2021)، وبالتالي فإن المرأة تنحصر في زاوية الخضوع والإذعان لزوجها وأولادها، إذ تم تكريس صورة الأم المربية المضحية التي تتبالغ في التركيز على الوظائف المادية داخل الأسرة على حساب حقوقها ومشاركتها المجتمعية وقدرتها على اتخاذ القرار على مستوى الأسرة، وبالتالي يظهر الإعلام الفلسطيني المرأة بصورة قاصرة كالعربي وهذا غير واقعي خاصة أن المرأة الفلسطينية لها أثر وبصمة واضحة على الصعيد الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

وعلى هذا الصعيد تشير مؤسسة تام (2021) أن الصورة النمطية للنساء ما زالت متأصلة كضحية وقد بات تغيير هذه الصورة النمطية ضرورة ملحة والتركيز على دور المرأة في مجتمعها بشكل أكثر إيجابية بدون

عنف، حيث لا تزال النساء في صراع من أجل نيل حقوقهن على اختلافها، وذلك من الممكن أن يحدث بدعم المؤسسات المجتمعية على اختلافها.

وبهذا الصدد كشفت أبو طعيمة (2016) عن محدودية البرامج الإعلامية التي تظهر دور الجنسين وتركز على دور الشراكة بينهما على عكس البرامج الموجودة التي تعزز الفروقات وتزيد الفجوة بينهما، كما من الملحوظ عدم جاهزية الصحفيين والصحفيات في جانب الإعلام الحساس للنوع الاجتماعي.

قضايا المرأة في الإعلام:

يشكل الإعلام محورا مهما باعتباره حلقة الوصل في عمليات التغيير التي تستهدف تحسين أوضاع النساء في اي مجتمع على اختلافه ، فله ادوار الثقافي والتربوي والاعباري، فالإعلام يعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام واهتماماته والصور والافكار عن الاحداث ، وبذلك فإن الإعلام يلعب دور خطيراً جداً، لذا يحتاج إلى جهات إشرافية تتمتع بكفاءة، ووعي ومصداقية وموضوعية بالطرح للقضايا المختلفة بشكل عام والنسائية بشكل خاص (مساعدى، 2017).

إن قضايا المرأة المختلفة لا يمكن تجزئتها فبالرغم من الإنجازات التي تحققت ما زال هناك جهد لم يبذل على مستويات متعددة، وأبرز هذه القضايا وأهمها كيف يصور الاعلام المرأة، فقد أشار قواريق (2015) إلى ضرورة تمكين المرأة لتأخذ دورها في بناء المجتمع الديمقراطي التتموي، حيث إن موقعها في الإعلام انعكاس لصورتها في واقعها المجتمعي، إلا أن صورتها الحالية لا تتماشى مع مكانتها وقيمتها الحقيقية، وبالتالي تبقى الصورة الإعلامية للمرأة نمطية مما يخلق فجوة بين واقع المرأة وما يفرزه الإعلام حولها من حضور وصور، وبالتركيز على قضايا المرأة في الإعلام نجد أن قضاياها معقدة نظراً لتراكم جوانبها على التاريخ، فهي تأثرت بالطبيعة والتطورات السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية والتاريخية، إذ أسهمت هذه المتغيرات في تهميش إعلامي واجتماعي للمرأة، لذلك تعد قضية تفعيل دور المرأة في المجتمع قضية أساسية مهمة تأخذ مساحة واسعة من فكر واهتمام المهتمين بها خلال السنوات الأخيرة، مما يتطلب من الإعلام بشكل

مباشر تغيير اتجاهات المجتمع بما يعزز من دور المرأة في كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمهنية، وبالتالي فإن قضايا المرأة تأخذ أكثر من بعد.

ومن أهم القضايا المعاصرة قضايا النوع الاجتماعي فهي تلعب دورا مهما في عملية التنمية المستدامة عند الاهتمام بها والتركيز على استعادتها لحقوقها كاملة، وخاصة القضايا المتعلقة بالتعليم والعمل والصحة والمشاركة السياسية وصنع القرار لأهميتها في تحقيق العدالة المجتمعية وتكافؤ الفرص التشاركية في كل المجالات الحياة؛ لتحقيق التوازن بالتفاعل في سبيل تطوير المجتمع وتحقيق التنمية العادلة والمتوازنة، وفي ظل تنامي الأصوات المطالبة بحقوق المرأة والمدافعين عن قضاياها أصبح هناك تقدم ملحوظ في قضاياها التي تجاوزت التعليم والعمل إلى التجارة والسفر والدين، وذلك لأن قضايا المرأة في خطاب الدولة جزء من قضايا المجتمع وتحريره، والذي يسهم في تحرير المرأة (عليمات، 2016).

آليات التعزيز الإيجابي للمرأة في الإعلام:

إن التعزيز الإيجابي للمرأة في الإعلام يكمن في مستويين متوازيين، هما: الأول تمكين الإعلاميات من الوصول إلى مواقع صنع القرار في وسائل الإعلام، ومن جانب آخر تنمية الحساسية (الجنديرية) لدى العاملين في صناعة الإعلام، أما المستوى الثاني فهو على مستوى مضمون الرسالة الإعلامية، ولقد أوضحت الزبيدي (2011) ذلك من خلال:

1. الخطاب الإعلامي على الصعيد السياسي: ويشمل توعية المرأة بحقوقها وواجباتها السياسية، ودعمها للوصول للمؤسسات الوطنية والقضائية والتشريعية والمحلية والحزبية والأهلية والخاصة، بالإضافة إلى إبراز هويتها النضالية، وكفالة حقها بالتعبير في الشأن السياسي واسماع صوتها في القضايا السياسية المختلفة، وذلك من خلال تسليط الضوء على النخب السياسية والقيادات النسوية وفضح سياسات الإقصاء والتمييز والدعم المتواصل للمرأة عبر حملات الضغط والمناصرة.

2. الخطاب الإعلامي المجتمعي وهذا يتطلب إعادة صياغة صورة المرأة وهيكلتها، وعرض الأدوار المختلفة للمرأة، الإيجابي، كما الإنتاجي، كما الاجتماعي، وإعادة الاعتبار للمرأة المزارعة والريفية.

3. الخطاب الإعلامي على الصعيد الاقتصادي: وذلك بتشجيع المرأة وتمكينها اقتصاديا من خلال دخولها سوق العمل من كافة الأبواب ومن خلال تفعيل الدور الإعلامي من خلال تنظيم الحملات الإعلامية الهادفة للضغط من أجل إقرار قوانين تضمن عدم التمييز في العمل وتحقق على الأقل الحد الأدنى للأجور.

4. الخطاب الإعلامي على الصعيد القانوني: الأساس ان تعي المرأة حقوقها القانونية، وأوجه القصور القانوني التي تتنافى مع مصالح المرأة والأسرة، وتعريفها باللوائح القانونية التي تنصفها.

5. الخطاب الإعلامي على الصعيد الصحي: وذلك من خلال تعزيز مفاهيم الصحة الإيجابية في المجتمع، وتوعية النساء إزاء المخاطر الصحية المحدقة بهن وبعائلاتهن، بالإضافة إلى العمل على ايجاد حملات صحية للتوعية بالأمراض الخاصة بالنساء مثل (سرطان الثدي، وعنق الرحم الأكثر فتكاً بالنساء الفلسطينيات من بين أنواع السرطان الاخرى)، وكذلك أمراض فقر الدم وغيرها.

6. الخطاب الإعلامي على الصعيد الثقافي: وذلك من خلال الاهتمام بالحالات الإبداعية النسوية في الحقول الثقافية المختلفة وإبراز المشاركة النشطة للمرأة في المجال الثقافية، وتقديم صور ايجابية للمرأة المثقفة، المتعلمة، الناجحة نقيضاً لموروث المجتمع الثقافي الذي يهمل المرأة ويقلل من إمكاناتها، ويضاف إليها تفعيل الموروث الثقافي للمجتمع خاصة الانساني منه والذي يدعم حقوق المرأة.

في حين أشارت دراسة قواريق (2015) إلى أن التعزيز الإيجابي للمرأة في الإعلام يتطلب الإلمام بالنظريات التي تفسر مدى وعي واهتمام الإعلاميين بقضايا المرأة لما لهذا الاهتمام من مبررات اجتماعية وثقافية، وهذه النظريات هي:

1. نظرية الغرس الثقافي: تقوم هذه النظرية على التأثير الذي يبثه الإعلام للرأي العام، حيث تسهم في زيادة ثقافته ومعارفه ومعلوماته، فالإعلام له علاقة غير مباشرة بغرس المعلومات والأفكار في عقول

الناس عن قضية ما، وهذا يتطلب أن يكون الإعلامي على قدر كاف من الوعي ويمتلك المعلومات الصحيحة وذلك لأن المعلومة المغلوطة تسهم في تكريس الصورة النمطية التقليدية عن المرأة أو النقص في معالجة قضاياها مما يؤدي إلى تكريس الواقع الاجتماعي الذي تفقد المرأة إلى العدالة والمساواة والحقوق.

2. نظرية التنشئة الاجتماعية: تقوم هذه النظرية على النظرة الدونية للمرأة وقدراتها في كثير من المجتمعات، فالرجل يظهر أنه أكفأ وأقدر منها في كل مجالات الحياة، وبالتالي ينظر إلى المرأة أقل شأنًا في مجالات الحياة المتنوعة.

3. نظرية ترتيب الأولويات والأجندة: تقوم هذه النظرية على ترتيب جدول أعمال وسائل الإعلام، وذلك بالتركيز على قضايا وأحداث معينة ليتم تعزيزها بين الجمهور وتبنيها، بالإضافة إلى دراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور.

المرأة في البرامج التلفزيونية:

تظهر المرأة في عدة صور من خلال البرامج التلفزيونية وهذه نبذة سريعة عن البرامج:

البرامج الجادة:

تكون البرامج الجادة على شكل البرامج الإخبارية والثقافية والاجتماعية والعلمية والسياسية وعادة ما تشارك المرأة في إعدادها وتقديمها، وتعد هذه البرامج مهمة في إظهار دور المرأة المثقفة بالرغم من ان تقديم النساء لها يعد قليل نوعا ما مقارنة بالبرامج الأخرى، ومن المآخذ عليها أيضا حصر مضمونها وتحديد البرامج الاجتماعية بتنفيذ أجندة الأمم المتحدة في المشاكل الاجتماعية والأسرية من جهة أخرى (أبو دحو، 2017).

برامج الأزياء والموضة والطبخ:

تركز برامج كثير من وسائل الإعلام على مواضيع تعزز في عقلية المرأة ان الجمال والأنوثة مطلب مهم لتتفق عليه الأموال خاصة فيما يتعلق بالموضة والأزياء والمكياج والزينة والمطبخ والديكور والتخسيس والتسمين وغير ذلك مظهرة ان درب النجاح في الحياة لا يمكن ان يكون دون هذه الأمور وهذه بالطبع إحدى آثار الصور المهمشة التي يتركها الإعلام من خلال برامجه المختلفة (السريري، 2018).

المرأة في الإعلانات التلفزيونية:

يعرف الإعلان بأنه وسيلة من "وسائل الدعاية التجارية تهدف إلى نقل السلعة من مكان إنتاجها إلى مكان استهلاكها عن طريق ترغيب المستهلك في الإقبال على السلعة" (العتال، 2015). وقد أخذت الإعلانات التجارية مساحة لا بأس بها في عقليات الجماهير فعدد كبير منهم إذا ما استطلعنا آرائهم يكون على دراية تامة بأبرز الإعلانات التي يتم الترويج لها وهذا على عكس معرفتهم باخر كتاب قد صدر ولأن التركيز يقع على المرأة في الاستهلاك ارتبطت معظم السلع بجسدها وإن كانت لا ترتبط بها ولا بأي شكل من الأشكال إلا أن العقلية الذهنية المرتبطة بشراء هذه السلع يعطي المرأة الاحترام الاجتماعي وشراء الرجل للسلعة في الوجه الاخر يصبح اكثر إثارة وجاذبية للنساء من حواليه (عليما، 2017).

المرأة في الدراما التلفزيونية:

ترتبط صورة المرأة في وسائل الإعلام المرئية في أحد وجوهها بالأعمال الدرامية التي يفترض أن تنقل صوراً ونماذج عن واقع المرأة الحياتي ومشاكلها الاجتماعية، ومن نماذجها (علي، 2018):

1. صورة تركز على هوية المرأة الجنسية بمعزل عن هويتها الفكرية والعقلية.
2. صورة تركز على دور المرأة المعاصر والمتوافق مع الرؤية العالمية لهذا الدور.
3. صورة تعتمد إلى الاستهزاء بالمرأة المتحررة أو المتدينة على حد سواء.

استراتيجية تلفزيون فلسطين في طرح قضايا المرأة:

انطلاقاً من مبادئها الأساسية بالارتقاء بالدور الفعال للمرأة الفلسطينية على أساس الشراكة الكاملة في عملية البناء والتنمية وعلى أسس الديمقراطية واحترام حرية الأفراد والانفتاح، فقد حرصت هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية منذ نشأتها على أن تلعب المرأة في هذه المؤسسة دوراً بارزاً ومهماً، حيث تبوّأت المرأة في الهيئة مراكز قيادية وأدواراً مهمة سواء على المستوى الإداري، الهندسي، المالي، القانوني، الإنتاجي بشكل عام، وعلى هذا فلقد خرجت الهيئة عدداً كبيراً من الكوادر النسوية اللواتي تبوّأن مناصب مهمة في العديد من معاهد الإعلام والفضائيات العربية والأجنبية، وكان لنجاح المرأة في الإعلام عدة أسباب أهمها (مجلس، 2021):

1. الفهم الجاد والوعي لقضية المرأة كجزء من نضال المجتمع التحرري وإنجاز هذه المسؤوليات ضمن سياسة الفرص المفتوحة المتساوية للجنسين وبهذا المفهوم خاضت المرأة في الهيئة التجربة الإعلامية انطلاقاً من مبدأ العمل الجاد والبناء والمسؤولية وبعيداً عن الفهم السلبي لدور المرأة كلوحة تزيينية.
2. فتحت الهيئة مجال العمل بشكل متساو للجنسين دون الالتفات إلى الجنس مع التأكيد على قضية الكفاءة.
3. الدورات التدريبية التي تلقتها المرأة في الداخل والخارج.
4. تكرست التجربة العملية للمرأة في الهيئة بموازاة التجربة الثورية حيث كان للانتفاضة الفلسطينية- التي عملت الهيئة على تغطية كافة تفاصيلها الشعب الفلسطيني- أكبر الأثر في رفع مستوى الوعي السياسي والمهني لدى المرأة في الإعلام.
5. لا مجال للفشل في المجال الإذاعي أو التلفزيوني لذا كرست المرأة أكبر طاقاتها لكي يكون النجاح حليفها.

6. حرصت النساء العاملات في الهيئة على رفع مستواهن الأكاديمي من خلال الالتحاق ببرامج أكاديمية في الدراسات العليا.

لقد أحرزت المرأة الفلسطينية الإعلامية في مسيرة تقدمها الكثير من الأهداف ووصلت إلى أعلى المراكز في كل المستويات، حيث تشهد حياتنا المعاصرة ما أحرزته المرأة من أهداف ملموسة على طريق وضع الأسس التشريعية والمؤسسية، التي تتطلب من أجهزة الإعلام الرسمية بوجه خاص عكس الواقع الإيجابي لإنجازات المرأة الفلسطينية ومواكبة التطورات العديدة لواقع المرأة (شوفي، 2017).

ويتطلب أيضا من الهيئة العمل على معالجة التناقض الذي يسعى إليه الإعلام الإسرائيلي والغربي في بث الصورة المتخلفة للمرأة الفلسطينية إشاعتها، وهذه الصورة هي أول التحديات التي يواجهها الإعلام الفلسطيني كما أن التحدي الكبير الذي يواجه المؤسسة الرسمية والمرأة فيها، يقع في مواجهة العولمة الإعلامية والثقافية وليس في مواجهة أدوات العولمة المتمثلة في أجهزة الاتصال، ولن يتحقق ذلك إلا إذا قامت أجهزة الإعلام الفلسطينية بإعادة النظر في الاستراتيجية التي لا تزال تتبعها في تقديم صورة المرأة الفلسطينية إلى الخارج، وأصبح ذلك ضرورة ملحة في مواجهة التيارات الغربية المتطورة للعولمة، خاصة في ظل اغتراب الصورة وخلق صورة جديدة يعمل معظم النساء الفلسطينيات كغيرها العربية على التشبه بها، كل ذلك دون وجود تحول حقيقي في واقع المرأة ودورها في المجتمع حيث أصبح القائمون على الأجهزة مسؤولين عن نشر ثقافة في مضمونها لا يمكن وصفها سوى بالتسطيح، وأصبح الهدف الحقيقي في المتعة والتسلية في برامج بعيدة عن هموم المواطن، وهذا يستدعي إبراز الصورة الإيجابية للمرأة الفلسطينية، ولن ينجح الإعلام الفلسطيني في تغيير صورة المرأة في الخارج إلا إذا نجح في تغيير صياغة صورة المرأة التي تنتهجها في الداخل، إن مسؤولية الإعلام الفلسطيني الانحياز إلى التيارات الجديدة الواعدة ثقافيا واجتماعيا وسياسيا على امتداد العالم (البياضي، 2013).

ومن منطلق أهمية الإعلام ودوره في التأثير في التوجهات التقليدية السائدة في المجتمع تجاه النساء وحقوقهن وأدوارهن، وكون الإعلام أحد الأدوات الرئيسية التي تستخدمها الأطر والمؤسسات الحكومية والعامّة وكذلك الخاصة فلا بد من قيام المؤسسات الإعلامية بإعادة تقييم آليات عملها للاضطلاع بالدور المنوط بها كمؤسسات فاعلة وذات تأثير قوي على جميع الفئات المجتمعية. وهنا تبرز أهمية وضع خطة استراتيجية حساسة للنوع الاجتماعي تقوم على أسس وقواعد منهجية واضحة، لتشكل أساساً تنطلق منه الكوادر الإعلامية نحو تحقيق الأهداف بشكل فعال. و يعتبر التخطيط من منظور النوع الاجتماعي (الجندر) من أكثر المنهجيات المعتمدة في استدراك واقع واحتياجات الفئات المستهدفة، وضمان مشاركتها في مراحل عملية التخطيط والتنفيذ كافة، وصولاً لقياس الأثر. وقد تعددت أطر ومناهج التحليل لمؤشرات النوع الاجتماعي، ومن بينها المنهجية التي طورتها "كارين ليفي من وحدة التخطيط والتنمية، في College London University، وتعتمد المنهجية على الاهتمام ب 13 عنصراً يشكلون معاً شبكة واحدة بهدف إتمام عملية المأسسة (ملحيس، 2021).

وعلى ضوء ما سبق نستنتج بأن الإعلام ودوره له التأثير العميق في التوجهات التقليدية السائدة في المجتمع تجاه النساء وحقوقهن وأدوارهن، لذا لا بد من إعادة تقييم آليات عمل التلفزيون وبالذات المنوط به وهنا تبرز أهمية وضع خطة استراتيجية واضحة قائمة على قواعد واضحة وممنهجة ليكون هناك التأثير الفعلي لقوة الإعلام الفاعل والمؤثر في مخاطبة الجماهير بما يليبي طموحات الشعب الفلسطيني للاستقلال والسيادة والحرية، وبما يبرز الدور الريادي الذي يقوم به الإنسان الفلسطيني رجل وامرأة في مسيرة البناء والاستقلال.

2.2 الدراسات السابقة

من خلال الاطلاع على الأدب التربوي تم جمع بعض الدراسات السابقة، التي لها علاقة بموضوع الدراسة التي تبحث في اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح، وتم ترتيبها حسب التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم، بعد أن تم تقسيمها إلى:

أولاً: الدراسات العربية:

دراسة عسيده (2021): هدفت الدراسة إلى تحليل ورصد الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية وذلك في قضايا العنف ضد المرأة بشكل عام داخل دول الشرق الأوسط، حيث حللت مضامين تلك القنوات المختلفة لوضع العنف في اطر يسهل فهمها وتحليلها من خلال الافكار المطروحة، بإضافة إلى فهم تأثير الايدولوجيا التي تتبناها تلك المواقع في تحليل الاحداث مستخدمة المنهج الوصفي من خلال المسح موظفة نظريتي تحليل الإطار الإعلامي والنظرية النسوية. وكانت عيّنة الدراسة لموقعي قناتي (الحرّة الأمريكية- فرانس 24 عربي) حول العنف ضد المرأة، في الفترة من (1-9-2020م) إلى (31-12-2020م)، بإجمالي (48 مقالاً، 9 حلقات)، وقد ظهر في النتائج: أن هناك تأثير مباشر للفكر و الأيديولوجيا الثقافية والسياسية للدولة على صياغة الأطر الإعلامية وإنتاجها، من خلال توظيف قضايا المرأة في العالم العربي وخاصة قضايا العنف، لتحقيق مساعٍ أيديولوجية ثقافية، وسياسية، واقتصادية، عبر الضغط على حكومات الدول العربية وأنظمتها باستخدام أيقونة المرأة وحقوقها.

وهدف دراسة الكردي (2021): للتعرف إلى منظور النسويات الناشطات في الأردن حول دور اهتمام الإعلام الأردني بقضايا المرأة، باستخدام المقاربة النوعية من خلال استهداف مجموعة من النسويات الناشطات باستخدام مقابلات فردية متعمقة، ضمت 400 ناشطة نسوية. وقد قابلت الباحثة 16 نسوية تم اختيارهن بأخذ عينات متعمدة. أسفرت الدراسة عن العديد من النتائج أهمها أن قضايا الإعلام لا تنفصل عن القضايا الإنسانية، وأهميّة التركيز على عدة قضايا تهم المرأة، على سبيل المثال القوانين التي تؤثر على حياتها،

والمساواة بين الجنسين والقدرة على منح أبنائهم جنسيتهم وحضانة الأطفال والمساواة في العمل والعنف ضد المرأة ونفقة الأطفال وحضانتهم. أسفرت الدراسة عن أن وسائل الإعلام لا تغطي هذه القضايا حقًا، وأظهرت أن النسويات لديهن قدر ضئيل من الثقة في وسائل الإعلام، وأظهرت أن الدراما هي إحدى الطرق لدعم حقوق المرأة إلى مستوى معين، في حين أن البعض منهم لم يفعل ذلك حقًا. كما أسفرت الدراسة عن ضرورة أن تكون مؤسساتهم الإعلامية قوية لدعم حقوق المرأة.

دراسة ملحيس (2021): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى واقع التخطيط الاستراتيجي في الإعلام السمعي البصري الفلسطيني ومدى حساسيته لقضايا النوع الاجتماعي ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الظاهرة كما هي في الواقع ، والتعبير عنها نوعيًا ، من خلال إجراء مقابلات متعمقة كأداة رئيسية لجمع البيانات والتحليل النوعي. توصلت الدراسة إلى استنتاج عام بعدم وجود خطط إستراتيجية مكتوبة تراعي النوع الاجتماعي ، حيث يعتمد الإعلام على تطوير خطط البرامج التي يتم تطويرها مع الكادر العامل في المؤسسة المعنية. بالإضافة إلى السياسات المكتوبة الشفوية التي يتعلمها الموظفون في الممارسة العملية ، وحقيقة أن عملية تخطيط البرامج لا تستند إلى سياسة واضحة تجاه النوع الاجتماعي ، بل هي عملية مرتجلة مرتبطة بـ مدى وعي المتصل بمفاهيم وقضايا النوع الاجتماعي. انعكس عدم وجود خطط إستراتيجية تراعي النوع الاجتماعي في حصر التغطية والبرامج المتعلقة بالمرأة وقضاياها على الموسمية ، مما يجعل قدرة وسائل الإعلام على التأثير في كسر الصور النمطية المتعلقة بالمرأة ، ومكافحة التمييز والعنف ضد المرأة ذات الأثر الضعيف.

وهدف دراسة دروايش (2020): للتعرف إلى أهم قضايا المرأة في قانون الأحوال الشخصية من خلال الأفلام التي تعرض في مصر ، فهم الطريقة التي استخدمها الفيلم في معالجة وعرض وإيجاد الحلول من خلال هذا الفيلم لقضايا تتعلق بقانون الأحوال الشخصية، ولقد تم اختيار القنوات بناء على تحقيقها أعلى نسب المشاهدة وهي (روتانا - نايل سينما) كما تم استخدام استمارة تحليل المضمون للأفلام السينمائية التي تناقش قضايا

المرأة في قانون الأحوال الشخصية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: مثلت قضية الطلاق أعلى مشكلة تم مناقشتها في الأفلام السينمائية واتي في المرتبة الثانية قضية تعدد الزوجات وقد كان العرض والتحليل لتلك المشاكل الاجتماعية من خلال القنوات الفضائية دون التطرق للمعالجة، وقد ظهر أسلوب العنف اللفظي والبدني في مقدمة الأساليب المستخدمة في مواجهة قضايا المرأة في قانون الأحوال الشخصية بالأفلام السينمائية.

وهدفت دراسة محمد (2019) إلى التحقيق في معالجة وسائل الإعلام الإلكترونية لقضايا المرأة في الوطن العربي، والتعامل معها الذي تبناه الموقع من خلال الحديث عن قضايا المرأة المختلفة في فترة الدراسة، كما هدفت الدراسة إلى تقصي وتحليل المواد الإعلامية المتعلقة بقضايا المرأة في موقع المجلس القومي للمرأة في مصر، وتعريف مفهوم الإعلام الإلكتروني، ومميزاته، وادواته، وتم اعتماد المنهج الوصفي بجانبه التحليلي وكذلك الرحلة الميدانية، حيث اشتملت الدراسة على استبيان حول محتوى موقع الويب الخاص بالإعلانات، عينة من الخبراء بالمجلس القومي للمرأة بهدف استنباط آرائهم بشأن قضايا المرأة المصرية، تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة في عملية التحليل، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: لقد لبي الموقع جميع مطالب المرأة المصرية، فقد اتفق الخبراء على ترتيب قضايا الموقع والموقع خلال فترة الدراسة على النحو التالي: المشكلات الاجتماعية للمرأة على المستوى القومي، ثم المشكلات الاجتماعية للمرأة، وأخيرا المشاكل الاقتصادية للمرأة.

أما دراسة السريري (2018) سعت إلى رصد وتحليل المعالجة التليفزيونية لقضايا المرأة في سلطنة عُمان، من خلال الوقوف على أهم وأبرز الأطر الإعلامية التي وظفتها برامج التلفزيون العماني خلال طرحها لقضايا المرأة في السلطنة، وأشارت النتائج إلى أن "الأطر الاجتماعية" جاءت في مقدمة الأطر المرجعية التي وظفتها واعتمدت عليها فقرات برنامجي: قهوة الصباح، ومن عمان عينة الدراسة أثناء معالجة قضايا المرأة العمانية بنسبة بلغت 33.3%، في حين جاء الاعتماد على "أطر مرجعية ثقافية" في المرتبة الثانية

بنسبة 25.3%، يليها "أطر مرجعية اقتصادية" في المرتبة الثالثة بنسبة 24.1%، ثم "أطر مرجعية تعليمية" في الترتيب الرابع بنسبة 14.9%، يليها "أطر مرجعية قانونية وتشريعات" في الترتيب الخامس بنسبة 12.6%، ثم "أطر مرجعية سياسية" في الترتيب السادس بنسبة 3.4%، وأخيراً وظفت البرامج: "أطر مرجعية دينية"، و"أبيات شعر"، و"عادات وتقاليد مجتمعية" في الترتيب السابع بنسبة 1.1% لكل منها، وأشارت النتائج إلى أن برنامجي: قهوة الصباح، ومن عمان عينة الدراسة قد قاما بمناقشة وطرح قضايا المرأة العمانية من خلال "إطار محدد للقضية" لتلك القضايا في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت 58.6%، في حين جاءت معالجة قضايا المرأة العمانية في فقرات البرنامجين من خلال "إطار عام للقضية" بنسبة 41.4%، وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات ونوع الإطار المستخدم، عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، مما يعني عدم وجود فروق بين البرنامجين في نوع الإطار المستخدم.

وهدفت دراسة جابر (2018): للتعرف إلى مدى فاعلية وسائل الإعلام اللبنانية في تعزيز الوعي الاجتماعي للمرأة وتطويره بما يتوافق مع حاجاتها، وهل تعتمد المرأة على وسائل الاعلام في معلوماتها، كما تبين الدراسة الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في عملية شحذ وتحفيز المرأة اللبنانية لتفعيل دورها في مجالات عدة منها السياسة والاقتصاد والثقافة وهل فعلاً للإعلام دور في تغيير سلوكها، وكان الاستبيان اداة جمع البيانات وقد اختارت مدينة بيروت وضواحيها وخارج بيروت VI وضواحيها لتطبيق الدراسة الميدانية من أجل الإلمام بمصادر التوعية وما إذا كانت وسائل الإعلام لها تأثير في ذلك. وتنصف الدراسة كدراسة وصفية استخدمت منهج المسح بالعينة على مجتمع النساء اللبنانيات بمدينة بيروت وخارجها، حيث اختيرت عينة الدراسة، وقد تم إجراء الدراسة على عينة موزعة بالتساوي بين بيروت وضواحيها وخارج بيروت وضواحيها، وكانت أبرز نتائج الدراسة ان هناك متابعة كبيرة لوسائل الاعلام وان الاعلام المصدر الرئيسي للثقافة المجتمعية لدى النساء هناك وظهر تقارب بين المبحوثات في نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام لاستقاء معلوماتهن كما اظهرت النتائج ان وسائل الاعلام كان لها تأثير كبير على سلوك المرأة من خلال البرامج الاجتماعية التي عرفتهن على المشاكل الاجتماعية وطريقة التعاطي معها وأثرت بشكل ما على انضمام البعض منهن الة

جمعيات نسوية عرفتهن على قضايا عدة منها المساواة بين الجنسين ومشاركة المرأة في الندوات التثقيفية في مجالات عدة سياسية واقتصادية وبيئية وهذا ما انعكس على المبحوثات اللواتي اكتسبن عادات اجتماعية من خلال مشاهدة بعض البرامج مما عزز لديهن أفكاراً جديدة من خلال ممارسة الديمقراطية وإثبات الذات والانفتاح على الآخرين.

في حين هدفت دراسة علي (2018): للتعرف إلى صورة المرأة بين الدراما والإعلام إذ تعددت الوقائع والقضايا التي تناولتها وسائل الإعلام المختلفة عامة والتلفزيون خاصة، وقدمت في هذا السياق العديد من الآراء والأفكار لمعالجة وتناول أبعاد الظواهر المنعكسة من مضامين ومعالجة وتقديم وسائل الإعلام المختلفة، ولعل التطورات التقنية والاتصالية والفنية كما ونوعاً أسهمت بلا ريب في تشابك الوقائع والقضايا التي أفرزتها وسائل الإعلام المختلفة، ولم يعد بمقدور أحد الجزم أو الحسم في موضوع ما يتم تناوله في وسائل الإعلام كافة. وذلك "بسبب كثافة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة وارتباطها بالعديد من المتغيرات المعلومة، وتلك المتغيرات غير المعروفة، وبسبب التأثيرات المتبادلة المترابطة لمختلف مضامين وأشكال البرامج والمواد الإعلامية الوطنية والإقليمية والدولية على السواء، بالإضافة إلى تأثيرات العوامل والمتغيرات المجتمعية والثقافية والتربوية والتعليمية والاقتصادية والسياسية بالاشتراك مع تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة". وقد تخيرت الباحثة أن تستعرض أهم القضايا المتعلقة بالمرأة في الإعلام وفي ذات الوقت عرض صورة المرأة كمشارك فعال في الإعلام، وكمادة إعلامية في ذات الوقت، وذلك ما حدث أيضاً في الدراما التلفزيونية ومسلسل زوارة الخميس، حيث تناول المسلسل صورة المرأة بشكل متعدد الزوايا من خلال وجهة نظر المجتمع والمرأة أيضاً، فكاتبة المسلسل هي هبة مشاري حمادة أحد أهم كاتبات الدراما الكويتية.

أما دراسة قنديل (2018): هدفت الدراسة للتعرف إلى رصد وتوصيف وتحليل أدوار الأسرة والمرأة الخليجية في الوسائل الإعلامية التقليدية، والبديلة التي أصبحت عالماً موازياً للمرأة العربية بشكل عام، وذلك من أجل معرفة ما قامت به المرأة الخليجية من دور، وتحديد القضايا الرئيسية والثانوية التي برزت من خلالها أدوار

المرأة الخليجية وذلك في المجالات والمواقع الإلكترونية و(الروبوت) النسائية على موقع (الفيسبوك)، وتقييم الأداء الصحفي في الوسائل الإعلامية المدروسة، وذلك من أجل وضع تصور مقترح لتطوير الخطاب الإعلامي لقضايا الأسرة والمرأة الخليجية في الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة مقارنة بواقعها الاجتماعي والسياسي والاقتصادي وما حققته من مكاسب في المجالات السابقة، ولقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من دور التكنولوجيا الكبير في اخراج المرأة من واقعها ، إلا أنها ما زالت قاصرة في التعبير عن قضايا وهموم المرأة والأسرة الخليجية بشكل متوازن حيث عززت المجالات النسائية المتخصصة وإصداراتها الإلكترونية الصورة الذهنية عن المرأة المستهلكة ل الموضا والازياء مما عزز فكرة التسليع للمرأة الخليجية، وأن القضايا الأساسية التي ركزت عليها المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة هي: (القضايا الاجتماعية)، و(الصحية)، وقد بدا ذلك في مجلات "سيدتي"، و"لها"، و"زهرة الخليج". ومن أهم القضايا التي ركزت عليها المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة هي: (مشكلة الطلاق)، و(الخلافات الزوجية)، ويعكس ذلك معاناة المرأة العربية داخل أسرتها، وكثرة الضغوط المجتمعية والأسرية التي تواجهها، وبالتالي انفتحت أجندة اهتمامات المجالات والمواقع المدروسة مع الواقع الفعلي المعاش للمرأة العربية.

أما دراسة بن عمرة (2017): هدفت الدراسة من خلال حصص متخصصة في قناة (mbc1) إلى التعرف القضايا المتخصصة بالمرأة وطريقة طرحها اعلاميا لعكس واقعها عربيا وقد وظفت هذه الدراسة منهج دراسة الحالة لبرنامج كلام نواعم وتحليل حلقاته في محاولة لمعرفة طريقة سير فقرات الحلقة واتجاهها من خلال الاجابة عن تساؤل: هل حلقات البرنامج تعمدت حصر هموم المرأة العربية في قضايا مثل جمال مظهرها وطرق اختيار الأزياء ومتابعة أخبار مسابقات الجمال بالإضافة إلى أخبار السمنة والرشاقة، أم أفردت مساحة لقضايا هامة تشغل المجتمع والذي هي جزء ومحرك رئيس فيه ، وكانت أبرز النتائج تلخص بأن البرنامج ركز بشكل كبير على القضايا السطحية التي تتعلق بالمرأة مثل قضايا الجمال والازياء والموضة معرجا في بعض الأحيان على القضايا التي تتعلق بتمنية المرأة ودورها في دفع عجلة الاقتصاد في مختلف البلدان

العربية، ويصنف هذا البحث ضمن فئة البحوث الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة وتحليلها ورصد تغيراتها .

دراسة عياد (2017): هدفت الدراسة إلى السعي لتسليط الضوء على طريقة التغطية التي قامت بها وسائل اعلام غربية للمرأة الفلسطينية التي تعيش الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وقد تبين أن هذه الدراسة حاولت إظهار المرأة الفلسطينية في سياقات متعددة مغايرة لواقعها الحقيقي موظفة دلالات سياسية واجتماعية وكأنها تختلف في صورتها عن نظيراتها النساء الغربيات من حيث القيم الانسانية والفعل السلوكي والعد الثقافي فقد صورتها الدراسة على أنها نمطية عربية بدوية صحراوية قاسية وفي كثير من الأحيان على أنها وعاء لإنجاب الإرهابيين إلى هذا العالم مستغلة بذلك الوضع السياسي مع الاحتلال وأنها تساهم بشكل من الأشكال في ضخ الموت وصناعته للأخرين.

أما دراسة العتال (2015): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عدد ونوع وكيفية نشر الصحافة الأردنية (الرأي، والغد) للجرائم التي تتعرض لها المرأة في الأردن، مقارنة بعدد الجرائم المسجلة فعلياً في المحاكم، بالإضافة إلى معرفة الصحافة الأردنية (الرأي، والغد) أكثر إثارة للاهتمام في تغطية الجرائم التي تتعرض لها المرأة الأردنية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي باستخدام أداة تحليل المحتوى من خلال (13) فئة تضمنت (53) وحدة تحليل، إذ بلغ حجم العينة (17) عددًا من جريدة الرأي، و(31) عددًا من جريدة الغد بعد المسح الشامل للأرقام الصادرة في عام 2013، وخلصت الدراسة إلى أن صحيفة الغد غطت المزيد من الجرائم المتعلقة بالمرأة مقارنة بصحيفة الرأي. وبشكل عام كانت نسبة تغطية الصحيفتين (الرأي، والغد) للجرائم المتعلقة بالمرأة منخفضة مقارنة بالمسجلين فعلياً في المحاكم الأردنية، وفيما يتعلق بأشكال (فنون الصحافة) المستخدمة في تغطية الجرائم التي تواجهها النساء في الأردن، وأظهرت النتائج أن أكثر فنون الصحافة استخدامًا في التغطية كانت "الأخبار"، بينما استخدام التقرير والمقال والكاريكاتور. كانت قليلة جدا و مقتصرة على جريدة الغد، و"الأخبار" كانت الشكل الصحفي الوحيد الذي استخدمته جريدة الرأي في

تغطيتها. كما تبين أن جريمة القتل من أعلى الجرائم التي تغطيها الصحيفتان، فيما كانت نسبة تغطية الجرائم الجنسية لصحيفة الغد منخفضة، ولم يتم ذكر جريمة جنسية واحدة في جريدة الرأي، وتظهر هذه النتيجة أن تغطية الجرائم المتعلقة بالمرأة يمكن وصفها بعدم التوازن في ضوء التركيز الكبير على نوع واحد من الجرائم وهو جرائم القتل التي تكون في الغالب باسم الشرف أو لدوافع متعلقة بالتراث، بينما تم تجاهل أنواع الجرائم الأخرى مثل: (الاغتصاب، والأفعال المخلة بالأداب العامة) على الرغم من ارتفاع عدد هذه الجرائم المسجلة في المحاكم الأردنية، فهذا يشير إلى توجه وسائل الإعلام للحفاظ على مثل هذه الحالات؛ لأسباب قد تكون اجتماعية، أو وفقاً للتقاليد والأعراف والقيم الاجتماعية.

في حين هدفت دراسة بني دومي (2014): للتعرف إلى كيفية تناول الصحف البحرينية اليومية للقضايا المتعلقة بالمرأة. وهل تبدي الصحيفة اهتمام الخليج، مستخدمة أسلوب تحليل المضمون وذلك لإظهار الطريقة التي تعالج فيها الصحف البحرينية اليومية قضايا المرأة المختلفة من خلال اختيار عينة من التغطية التي قدمتها صحيفة أخبار الخليج اليومية في فترة الدراسة عام 2014. وقد أجابت أسئلة الدراسة والتي تمثلت في ما مدى اهتمام صحيفة أخبار الخليج بقضايا المرأة؟ وما هي أهم القضايا التي تناولتها فيما يتعلق بالمرأة وشؤونها؟. وقد ظهر في النتائج ان الصحافة المكتوبة كان لها دور بارز في اعطاء الأولوية لقضايا المرأة بتخصيصها مساحة جيدة لذلك فيما ركزت على قضايا تتعلق بقطاع التعليم والثقافة وفي المرتبة الثانية القضايا المتعلقة بالعنف ضد المرأة فيما جاء في المرتبة الثالثة القضايا المتعلقة بقوانين وأحكام الأسرة وقد أبدت الصحافة اهتماما مصاحباً للصور .

دراسة البياضي (2013): هدفت للتعرف إلى دور الإعلام الفلسطيني في دعم حقوق المرأة الفلسطينية اللاجئة، و قامت هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي إذ تم استخدام الاستبانة كأداة لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، إذ تم توزيع وجمع (175) استبانة، وقد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة

باستخدام معامل كرونباخ ألفا، وتوصلت الدراسة إلى نتائج كانت جميعها متعلقة بدور الإعلام الفلسطيني وإعلام المؤسسات الأهلية والأونروا وما قدمه هذا الإعلام للمرأة الفلسطينية/اللاجئة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

دراسة (Singh, 2020): هدفت للتعرف إلى صورة المرأة في وسائل الإعلام وتأثيرها على المواقف الاجتماعية، وتحاول الدراسة أيضاً فحص كيفية أداء وسائل الإعلام اليوم للتسويق بشكل أخلاقي، ولقد توصلت الدراسة إلى أن الإعلام هو مرآة للمجتمع، يؤكد على القيمة الإنتاجية للوظائف ويطور علاقة بناءة مع رأس المال الاجتماعي من نواح كثيرة، وبالتالي فإن الإعلام بلا شك هو أهم جزء في المجتمع وعامل مهم مسؤول عن التنمية الاجتماعية من خلال إظهار الواقع الاجتماعي على منصة إعلامية، إلى جانب ذلك هناك الكثير من القضايا الاجتماعية التي نوقشت في وسائل الإعلام المختلفة مثل عرض صورة المرأة على منصات وسائل الإعلام. كما يلعب تمثيل المرأة في الدعاية والسينما والتلفزيون عاملاً رئيساً في وضع المرأة.

دراسة (IGBINOBA, Angie O., et al, 2020): هدفت للتعرف إلى مصادر الوعي الصحي للأم، وفحص وسائل الحصول على معلومات صحة الأم، وتحديد وتيرة التعرض لوسائل الإعلام وتحليل تأثير وسائل الإعلام على الوعي بصحة الأم بين السكان الإناث. تم استخدام نظرية وضع جدول الأعمال وتصميم البحث الوصفي (المسحي) باستخدام الاستبيان كأداة بحث في هذه الدراسة. وتم استخدام تقنيات أخذ العينات الهادف والعشوائي، وتبين من نتائج الدراسة أن الإنترنت بنسبة (49%) كان المصدر الأعلى للتوعية بصحة الأم، وكانت الإعلانات/ الحملات بنسبة (30.6%) أكثر الوسائل شيوعاً للحصول على معلومات عن صحة الأم مرة واحدة في الشهر و تم اكتشاف أن التعرض لوسائل الإعلام كان له تأثير كبير على الوعي بصحة الأم. بالنظر إلى عدد من العوامل التي لوحظت لتحدي وصول الناس إلى وسائل التواصل الاجتماعي في نيجيريا.

دراسة (Sepehri, 2020): هدفت هذه الدراسة إلى رصد الأضرار الاجتماعية المتمثلة في مسلسل سبالان التلفزيوني خلال عملية عشر سنوات (2006-2016) تم الانتهاء منها. يعتمد أساس العمل على دراسة الاتجاهات وتحليل المحتوى الذي أعقبه مشكلة معروفة (الأضرار الاجتماعية) بتنسيق محدد من بنية الوسائط (مسلسل تلفزيوني)، وفقاً لذلك، اعتبر المسلسل أنه انعكاس للواقع في مجتمع أردبييل أو جزء من الواقع الذي يبني حياة الناس بصور غير صحيحة. اعتلال الأسرة هو السبب الرئيس للإصابة المقدمة. تحدد أهم نتائج البحث نوع التمثيل الإعلامي في قناة سبالان. وأظهرت النتائج أن قناة سبالان في تمثيل الأضرار الاجتماعية في بعض المشاهد تمثيل حقيقي منها قضايا المرأة ومشاكل الأسرة والعنف وتوفير التربية المناسبة وزيادة الأضرار الاجتماعية والتأكيد على التفاعل والحوار وفي بعض المشاهد الأخرى، نوع من الحقيقة البناءة والسائدة. التمثيل البناء لضعف الرجال واستمرار النساء في هذا الصدد، وهشاشة الطبقة الوسطى، في حين أن الطبقات الدنيا أكثر ضعفاً من الطبقات الأخرى، هي من بين أهم القضايا التي يجب ذكرها.

دراسة (Ozcan, 2020): التي هدفت الدراسة إلى الكشف عن "حقوق المرأة" والمساواة بين الجنسين" وتعتمد الدراسة على المنهج الكمي لإظهار النضال المستمر لتحديد المساواة بين الجنسين وحقوق المرأة في لحظات مختلفة وفي أنواع مختلفة من وسائل الإعلام خلال المائة عام الماضية في تركيا. تغطي المقالات مجموعة من القضايا التاريخية والمعاصرة حول حقوق المرأة والمساواة بين الجنسين، إذ يسهم هذا القسم الخاص في فهمنا للهياكل المؤسسية والجهات الفاعلة والعلاقات والنصوص الإعلامية التي تشكل مشهد حقوق المرأة والمساواة بين الجنسين في تركيا، إذ اشارت النتائج الى لا يتم التعامل مع النساء بشكل سلبي فقط من قبل الحكومة أو الاقتصاد النيوليبرالي أو التمثيل الإعلامي أو الثقافة الشعبية. تتخذ المرأة بنشاط الخيارات والقرارات السياسية. إنهم مشاركون نشيطون في النضال من أجل الشرعية. علاقة المرأة بالسلطة معقدة والسلطة تفسد النساء بالسرعة التي تفسد الرجال.

دراسة (Del Saz-Rubio, 2018): هدفت إلى الكشف عن الهويات الأنثوية المجسدة في مجموعة من إعلانات أدوات النظافة التلفزيونية من خلال وصف عملي ومتعدد الوسائط التي تم التطرق إليها في الإعلانات. تم الوصول إلى هذه النوى الموضوعية من خلال تحليل المعاني الضمنية المنقولة عن النساء والمنتج/العلامة التجارية المعلن عنها، جنبًا إلى جنب مع تصنيفها إلى فئات ناشئة موضوعية. من أجل اختبار صحة مثل هذه الموضوعات الموضوعية، أعربت مجموعة من 8 مخبرات عن مستوى موافقتهم (مقياس ليكرت المكون من 5 نقاط) مع قائمة بالمعاني الضمنية لكل إعلان من الإعلانات التي تم تحليلها، وكشفت النتائج أن الإعلانات التلفزيونية تبني هويات أنثوية حول نواة موضوعية متكررة: التمكين الجنسي والجمال للمرأة و قدرة المرأة على التغلب على الصراعات العاطفية الداخلية حول الشيخوخة أو فقدان الثقة. يستفيد كل من النوى الموضوعية من الآراء النمطية التي تحث المرأة على أن تكون جميلة وتبقى جميلة من خلال استهلاك المنتجات. كما يتم تذكير المشاركات بقيمتهم الذاتية كنساء وحثهن على إعادة تعريف معايير الجمال كطرق لتمكينهن من الشعور بالرضا عن مظهرهن واستعادة احترام الذات على الرغم من أن المحفزات اللفظية هي المفتاح لاستعادة الافتراضات الضمنية، إلا أنه تم العثور على المحفزات السمعية، وبدرجة أقل، لتعزيز ما هو متضمن لفظيًا وللمساعدة في نقل التداعيات الضعيفة حول المشاركات المصوّرات في الإعلانات.

دراسة (TAJUDEEN, et al, 2018): هدفت للتعرف إلى الأطر التي عرضت وسائل الإعلام الجديدة "المدونات وصفحات الفيسبوك" قضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الجمهور تجاه هذه القضايا، استخدمت الدراسة المسح، وطريقة المقارنة المنهجية، بالإضافة إلى أدوات التحليل التالية، ونموذج تحليل المحتوى، ونموذج الاستبيان الإلكتروني المطبق على عينة قوامها 477 متابع إعلامي جديد، والمقابلة غير المنظمة في الفترة من 2016/1/1 إلى 2016/3/31 وذلك لرصد نوع الأطر المهيمنة في عرض قضايا المرأة، وأشارت النتائج أن هناك اختلافًا بين هذه الأطر حسب أيديولوجية المدونين والمسؤولين عن صفحات

واتجاهات المدونات وملكية صفحات (الفيسبوك) وسياسات المؤسسة، وأن لوسائل الإعلام الجديدة دوراً في تشكيل مواقف الجمهور تجاه قضايا المرأة.

2.3 التعقيب على الدراسات السابقة

نلاحظ من خلال الدراسات السابقة التي امتدت من (2013-2021) أن هناك اهتماماً ملحوظاً من قبل الباحثين والباحثات في الإعلام، ودوره تجاه المرأة وكسر الصورة النمطية لها، فقد تناولت هذه الدراسات المحتوى الإعلامي لمختلف الوسائل الإعلامية، وإسهامات هذا المحتوى في قضايا المرأة المختلفة، وقد تشابهت أهدافها فمنها من بحث في تغطية قضايا المرأة، ودراسات أخرى هدفت إلى تحليل مضامين الرسالة الإعلامية، واختلفت مع دراسات أخرى إذ هدفت إلى التعرف إلى صورة المرأة، وأخرى إلى الكشف عن دور الإعلام في تمكين وصل شخصية المرأة، ومن خلال ما تقدم لاحظنا أن نتائج الدراسات السابقة متشابهة حول الإعلام ودوره الفاعل في قضايا المرأة المختلفة.

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في المنهج المستخدم مع اختلاف العينة من دراسة لأخرى، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بأدواته المختلفة بطاقة تحليل المحتوى والاستبيان.

ولقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في استخدامها أداة المقابلة مع تحليل المحتوى الإعلامي، كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري، وأدوات الدراسة المتمثلة في المقابلة، وبطاقة تحليل المحتوى.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفاً مفصلاً للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ الدراسة، ومنها: تعريف منهج الدراسة، ومصادر جمع البيانات، وقياس المتغيرات، ووصف مجتمع الدراسة، وتحديد عينة الدراسة، وإعداد أداة الدراسة، والتأكد من صدقها وثباتها، والأساليب الإحصائية التي استخدمت.

3.1 منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وهو ما عرّفه: (الحرباوي، 2019) بأنه "المنهج الذي يسعى لوصف الظواهر أو الأحداث المعاصرة، أو الراهنة فهو أحد أشكال التحليل والتفسير المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع، وتتطلب معرفة المشاركين في الدراسة أو الظواهر التي ندرسها والأوقات التي نستعملها لجمع البيانات".

3.2 أدوات الدراسة

اعتمدت الباحثة في جميع البيانات على أداتين:

أداة المقابلة: قامت الباحثة بإجراء 7 مقابلات الأولى مع صحفي مستقل والستة الأخرى مهيكلة مع طاقم عمل برنامج فلسطين هذا الصباح.

وكانت العينة المستهدفة تتكون من خبير إعلامي من خارج هيئة الإذاعة والتلفزيون ومخرجة البرنامج، مقدمين ومقدمات للبرنامج، مدير البرنامج، مديرة وحدة النوع الاجتماعي في تلفزيون فلسطين.

قائمة الرصد: تم تصميم قائمة رصد لقضايا المرأة التي يتناولها برنامج فلسطين هذا الصباح، وذلك من خلال الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة، وبعد مشاهدة عدد من حلقات البرنامج، لتكون هذه القائمة قادرة على تحقيق أهداف الدراسة وذلك من خلال تحليل مضمون حلقات برنامج فلسطين هذا الصباح وتعد عملية

تحليل المضمون اداو او أسلوب يتم استخدامه لدراسة وتحليل عملية التفاعل الاجتماعي والوقوف على محتوى الاتصال أو ثقافة المجتمع.

3.3 مجتمع الدراسة

يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع حلقات برنامج هذا الصباح الذي يعرض على قناة فلسطين.

3.4 عينة الدراسة

بغرض إجراء الدراسة تم استخدام أسلوب تحليل المضمون لعينة مقصودة لاثني عشر حلقة كانت في الأول والخامس عشر من كل شهر من برنامج هذا الصباح تم اختيارها من تاريخ 1-15/11 من عام 2021م، وقد تم اختيار هذه الفترة بشكل غير مرتبط بزمن أو حدث مثل جائحة كورونا مثلا لتكون النتائج أكثر شفافية تلبي مقاصد البحث وذلك ينطبق أيضا على تاريخ الحلقات، والذي تم اختياره من باب التنوع كما تم استهداف 6 من طاقم البرنامج للبحث في اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح بناء على طبيعة عملهم، فقد تنوعت العينات بين مخرج للبرنامج ومقدم له، بالإضافة إلى مدير البرنامج ومديرة وحدة النوع الاجتماعي في هيئة الإذاعة والتلفزيون وذلك لقياس مدى توافق الإجابات فيما بينهم، وهل فعلا لتلفزيون فلسطين استراتيجية في طرح قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح في فضائية فلسطين نموذجا.

3.5 أدوات الدراسة

3.5.1 صدق أداة الدراسة

تم التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة بصورتها الأولية، وذلك من خلال عرضها على المحكمين (أنظر ملحق (أ))، وذلك للتأكد من مدى ملاءمة وصلاحيتها، وملاءمة الصياغة اللغوية ووضوحها، ومدى شمول الفقرات للجانب المدروس، وتم إجراء التعديلات اللازمة بموجب الإرشادات والتوجيهات التي أبداها المحكمون،

لتكون قادرة على قياس اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح.

3.5.2 ثبات أداة الدراسة

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة، قامت الباحثة باستخدام طريقة الثبات عبر الأفراد، حيث قامت الباحثة بتحليل المحتوى، ثم قامت الزميلة مارغريت الراعي وهي باحثة في قسم دراسات المرأة في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، بتحليل نفس المحتوى وفق الأسس والضوابط والقواعد والإجراءات، وبعد ذلك تم استخدام معادلة هولستي لحساب معامل الثبات، كما هو موضح بالآتي:

$$\text{معامل الثبات: } \left(\frac{2 \times \text{الاتفاق نقاط}}{\text{الاختلاف نقاط} + \text{الاتفاق نقاط}} \right) \dots\dots\dots (1)$$

وقد بلغ معامل الثبات المحسوب بهذه الطريقة (0.832) وتعتبر محاور قائمة تحليل المحتوى مناسبة لثبات الأداة.

3.6 إجراءات الدراسة

1. بعد تحكيم المقابلة والتأكد من صدقها، اجرت الباحثة 6 مقابلات منفصلة مع طاقم عمل برنامج فلسطين هذا الصباح.
2. في إطار تحليل محتوى برنامج فلسطين هذا الصباح، قامت الباحثة بمشاهدة الحلقات، ووضع ضوابط للتحليل، والتي تتمثل في جميع الأبعاد الفنية والفيزيائية، بالإضافة التي المحتوى الرئيسي لجميع فقرات البرنامج.
3. بعد تكرار عملية المشاهدة للحلقات، تمت عملية الرصد وفق القائمة التي تم إعدادها وتحكيماها.

4. بعد الانتهاء من المقابلات، وعملية الرصد تم تحليلها للوصول إلى نتائج واستنتاجات الدراسة والتوصيات.

3.7 مصادر جمع البيانات

المصادر الأولية: التي تعتبر بيانات غير معالجة، وجمعت من مصادرها الأصلية، ولمعالجة الجوانب التحليلية للموضوع تم اللجوء إلى جمع البيانات الأولية من خلال المقابلة وقائمة الرصد، كأداة رئيسة للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض.

المصادر الثانوية: البيانات التي تجمع من الجهات الرسمية، ولمعالجة الإطار النظري للبحث تم اللجوء إلى مصادر البيانات الثانوية، والتي تتمثل في تجميع المعلومات عن قضايا المرأة في البرامج التلفزيونية ومدى حساسيتها، وذلك بالاعتماد على مجموعة من المراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والكتب العلمية، بالإضافة إلى الرسائل الجامعية المحلية والخارجية، كما تم الاعتماد على المقالات والدوريات والتقارير المنشورة على المواقع الإلكترونية العلمية المتخصصة، وذلك من أجل وضع الدراسة في إطارها ومساعدة القارئ على فهمها.

3.8 المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد جمع البيانات والتأكد من صلاحيتها للتحليل، تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد والنسب المئوية، وذلك باستخدام الرزم الإحصائية (Statistical Package For Social) (SPSS) (Sciences).

النظرية الإعلامية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام نظرية تحليل الإطار الإعلامي لارتباطها بمضمون الدراسة، وذلك لبيان اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح، وعرف العرامين (2020) التأطير على انه

عملية تفاعل بين أطراف ومكونات عملية الاتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين وتعتمد على اختيار قائم بالاتصال واختيار وسيلة إعلامية ودراسة تأثيرها في ردود فعل الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص وقد تكون النتائج اما بتبنيها هذه الجوانب أو بإعادة تأطيرها بالرجوع الى معايير وعوامل خاصة. وقد كانت نظرية تحليل الإطار الإعلامي في السنوات الأخيرة محط استحواذ من قبل الباحثين خاصة في دراسات الرأي العام، والاتصال السياسي، والدراسات الخاصة بالمضمون الإخباري في وسائل الإعلام؛ وهذا كان سببا رئيسا لاختيار الباحثة لهذه النظرية في التحليل، ويرجع ذلك كونها تشتمل على إضافة نظرية للتراكم العلمي لبحوث الاتصال وفق مستويين أساسيين هما (الكردي، 2021):

1. المستوى الأول: تمثل النظرية الحل لإشكالية قياس المحتوى غير الصريح في وسائل الإعلام، وذلك من خلال مراعاة السياق المحيط بالمضمون، إلى جانب المرجعية التي يستند إليها القائمون بالاتصال في تناولهم للأحداث والقضايا المختلفة.

2. المستوى الثاني: تقدم النظرية إطاراً نظرياً حول كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها. ويعد الإطار الإعلامي اساس في تحليل وتفسير المحتوى والنصوص الاعلامية حيث ترتبط ارتباطا وثيقا بالتأثيرات السياسية و الاجتماعية و النفسية، نظرا لأن الإطار ينظم بشكل ما القصة لتعطي معنى في النهاية ولدوره في ربط الاحداث حيث توظف هذه النظرية للتحليل لأنها تساعد الباحثين في معرفة تأثير الأدوار التي يقوم بها الإعلام في هيكلة وتشكيل الرأي العام واتجاهاته تجاه القضايا المختلفة والمقدمة في وسائل الاعلام وتعتمد النظرية على عملية المقابلة بين ما يتصور القائمون والمؤثرون في وسائل الإعلام أنها مدركات ثقافية تعمل على جذب الجمهور وبالتالي تبيينهم لوجهات النظر وبين مدركات جمهور المتلقين (عبد الواحد، 2014).

ونظرا لأن دور وسائل الإعلام يعد معقدا بالمقارنة مع غيره للدور الذي يقوم به في تشكيل الاطار أوتهميشه وتجاوزه فقد اختارت الباحثة هذه النظرية لمعرفة ما إذا كان برنامج فلسطين هذا الصباح قد لعب دور حارس

البوابة في إيصال وتناول قضايا المرأة وكيف سارت عملية النقاش العام حولها وبالتالي قياس مستوى المعرفة لدى الجمهور عن القضايا الخاصة بالنساء. حيث إن الإطار يوظف اليات نفسية لشرح اثاره، وكان هناك خلافات بعض الباحثين حول كيفية عمل الإطار من خلال عملية دخول الارتباطات في الذاكرة، مما يرفع من نسب اتباع الجمهور لها عند التفكير في قضية معينة، فيما كان هناك تحليلا اخر ايرمز إلى أن الإطار يتفاعل مع مستوى أعمق من العقلية وبالتالي يكون تأثيره أكبر، وذلك يكون بإعلام الجمهور بالأهمية التي ينبغي على الارتباط أن يحظى بها، مما يمكن الإطار تشكيل القضايا الاجتماعية موضوع الأشكال بطريقة موضوعية أو عرضية، وما ينتج عن ذلك من تشكيل اتجاهات الجمهور وإحساسهم بالمسئولية وهذا المقصد من معرفة دور برنامج فلسطين هذا الصباح ودوره لما سبق ذكره (عبد، 2009).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تضمن هذا الفصل تحليلاً للبيانات التي تم الحصول عليها من خلال قائمة الرصد، المقابلة، وذلك من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة.

سؤال الدراسة الرئيس:

ما اتجاهات فضائية فلسطين في تناول قضايا المرأة من خلال برنامج فلسطين هذا الصباح؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس تم استخدام قائمة رصد لقضايا المرأة التي تم طرحها خلال الفترة الزمنية الواقعة بين 5/1-11/30 من العام 2021، وكانت النتائج بالشكل الآتي:

أولاً: الوقت المخصص لقضايا المرأة:

جدول (1)

الوقت المخصص لقضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الوقت المخصص لقضايا المرأة	التكرار	النسبة
1	قضايا المرأة	440 د	30.5%
2	قضايا أخرى	1000 د	69.5%
	المجموع	1440 د	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن المدة الفعلية التي رصدها هي 1440 د أي ما يعادل 12 حلقة، إذ تشير البيانات إلى أن برنامج فلسطين هذا الصباح برنامج منوع إلا أنه يسعى إلى الاهتمام بالمرأة وقضاياها بنسبة قدرها 30.5%، ويمكن الاستنتاج بأن البرنامج يهتم بشكل فعلي بالمرأة، فمن خلال المتابعة عرض العديد من القضايا التي تميزت بها المرأة وكان لها كشريك فعلي للرجل في محطات النضال المختلفة وبرزت بشكل فعلي في تغطية البرنامج لهبة القدس، وخاصة في قضية الشيخ جراح.

ففي حلقة 2021/10/1 كان الوقت المخصص لقضايا النساء ساعة وأربعين دقيقة من أصل ثلاث ساعات، وتنوعت القضايا فيها، حيث غطت الحلقة يوم المرأة الريفية في عنوانها الرئيس، وتضمنت الحلقة فقرة عن حملة توعية للكشف المبكر عن سرطان الثدي، وفقرة أخرى تحدثت عن دور المرأة في تعزيز الصمود من خلال البقاء والعمل في أرضها، واستضافة متخصصة في التعليم اللامنهجي، واستضافة أستاذة علم نفس للحديث عن تأثير جائحة كورونا على سلوك طلبة الجامعات، واستضافة أستاذة جامعية للحديث عن بحثها المميز، وإجراء مقابلة مع ريادية تعمل على برنامج للتمكين، ومقابلة أخرى مع امرأة تعمل في صناعة منتجات يدوية وتمكن نفسها ذاتيا. ومن الملاحظ شمولية القضايا المطروحة في حلقة واحدة والتي اشتملت على كافة فئات النساء من متعلقات وربات بيوت ورياديات وغيرهن.

ثانيا: العناصر التيبوغرافية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة:

جدول (2)

العناصر التيبوغرافية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	العناصر التيبوغرافية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة	التكرار	النسبة
1	العنوان الرئيسي	6	2.8%
2	العنوان الفرعي	46	21.7%
3	عنوان إرشادي	-	-
4	عنوان عمودي	-	-
5	الإطارات	-	-
6	الأرضيات	-	-
7	الألوان	-	-
8	الصورة	160	75.5%
	المجموع	212	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن المرأة وقضاياها لم تكن عنواناً رئيسياً في البرنامج رغم الاهتمام بها، إذ كانت حاضرة في فقرات متنوعة، سواء في خبر صحفي بفقرة الصحافة أو الريادة... الخ إذ شكلت العناوين الرئيسية لقضايا المرأة ما نسبته 2.8% وهذه نسبة قليلة جداً، مقارنة بمساحات أفردت لقضايا أخرى. ومع ذلك ومن خلال الملاحظة تبين أن برنامج فلسطين هذا الصباح قائم على نهج المساواة بين المرأة والرجل، وخاصة أن المرأة الفلسطينية خلال العقود السابقة كانت شريكاً حقيقياً في كافة الميادين. وأستند بذلك إلى ما تم عرضه في الحلقات التي تم رصدها من مساواة، وظهر ذلك في الحلقة الرمضانية التي تم فيها زيارة بيت الأسير، حيث ظهرت العائلة الممتدة المترابطة، التي يعمل شبابها كما بناتها في الأعمال المنزلية وترتيب مائدة الطعام، كما أستند إلى ما تم عرضه في هبة القدس؛ فلقد ظهرت صورة المرأة الفلسطينية المقاومة للاحتلال جنباً إلى جنب مع الرجل، لقد ظهرت صورتها وهي تعد مائدة الطعام وتقارع الاحتلال. وعلى ما سبق نستنتج بأن قضايا المرأة كانت حاضرة ولكنها بحاجة إلى تعزيز واهتمام أكبر وهذا يتطلب إعطاء فقرات رئيسة للقضايا المختلفة الخاصة بالمرأة الفلسطينية.

ثالثاً: الأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة:

جدول (3)

الأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة	التكرار	النسبة
1	خبر صحفي	18	34.6%
2	تقارير ونوافذ صحفية	26	50%
3	تحقيق صحفي	5	10%
4	مقال صحفي	3	5.4%
	المجموع	52	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن قضايا المرأة برزت بشكل واضح في التقارير والنوافذ التي عرضها البرنامج خلال الحلقات التي تم رصدها، فلقد شكلت نسبة عالية نسبياً مقارنة بالأشكال الأخرى إذ بلغت 50%.

وذلك يعود إلى طبيعة البرنامج، فهو برنامج يسلط الضوء على أبرز الأحداث والمناسبات، لذلك شكلت التقارير الصحفية والنوافذ الميدانية من جميع المحافظات أعلى نسبة من الفنون المستخدمة، وشكلت التقارير جزءاً أساسياً من البرنامج على امتداد الوطن.

وعلى ما سبق نستنتج بأن هناك محدودية في تنوع الفنون الصحفية التي يستخدمها فريق إعداد البرنامج لتغطية قضايا المرأة، وهذا يتطلب التنوع والتشكيل بما يتلاءم مع اهتمامات المجتمع الفلسطيني بشكل عام والمرأة بشكل خاص.

رابعاً: شكل عرض القضايا الخاصة بالمرأة:

جدول (4)

أشكال عرض القضايا الخاصة بالمرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	شكل عرض القضايا الخاصة بالمرأة	التكرار	النسبة
1	نقاش عام	7	13.5%
2	مقابلة	44	84.6%
3	استطلاع رأي	1	1.9%
	المجموع	52	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى المساحة الأكبر في الشكل الذي اعتمد عليه البرنامج في عرض القضايا الخاصة بالمرأة، حيث كانت المقابلات، إذ بلغت 84.6% من المجموع العام للأشكال التي تم رصدها في البرنامج.

ونستنتج مما سبق بأن البرنامج يعتمد بشكل أساسي على المقابلات لإظهار حثييات وأبعاد القضية التي يتم مناقشتها، أو تغطيتها ولقد ظهرت بشكل واضح المقابلات سواء داخل الاستديو، أو خارجه لذا شكلت أعلى نسب بين أشكال عرض محتوى قضايا المرأة، وأرجح هذا الاعتماد إلى الاهتمام الإعلامي في إبراز المرأة وقوتها وقدرتها الفكرية والمهارية في مختلف الميادين ومحاولة من الوسيلة الإعلامية التأثير الإيجابي في المجتمع بعرض وجهات نظر مختلفة.

خامسا: مكان عرض القضية:

جدول (5)

مكان عرض القضايا الخاصة بالمرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	مكان عرض القضايا الخاصة بالمرأة	التكرار	النسبة
1	داخل الاستديو	14	26.9%
2	خارج الاستديو	29	55.8%
3	داخل وخارج الاستديو	9	17.3%
	المجموع	52	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن البرنامج يعتمد على المقابلات والحوار في إثارة القضايا، إذ شكّل الاستديو 26.9% مقابل 55.8% خارج الاستديو، في العديد من الأحيان تم الدمج بين الاستديو والخارج بنسبة 17.3% في تغطية قضايا المرأة المختلفة.

وتفسر هذه النتيجة بأن القائمين على برنامج فلسطين هذا الصباح يسعون بشكل حثيث إلى إظهار القضية كما هي على أرض الواقع، ليتسنى لهم إيصال الرسالة كاملة متكاملة، وذلك لكسب الدعم والتأييد المطلوب في قضايا المرأة. فلقد ظهرت المرأة في ميدان العمل والتطوع والسياسة، وظهرت مبتكرة لا تستسلم للظروف وتسعى جاهدة إلى النهوض بواقعها للأفضل، فمن خلال المتابعة كان من الملحوظ أن البرنامج يركز على الكثير من قصص النجاح للمرأة، خاصة المشاريع الاقتصادية ودورها في إعالة نفسها وأسرته، وذلك ظهر

على سبيل المثال في حلقة 2021/9/2 حيث كانت هناك قصة نجاح عن خريجة جامعية لم تجد فرصة عمل؛ فأنشأت مشروعاً صغيراً للمصنوعات اليدوية أعانت به نفسها وأسرتها. ومثل هذه القصص كان هناك الكثير لتشجيع النساء لتمكين أنفسهن اقتصادياً.

سادساً: اللغة المستخدمة واللهجة:

جدول (6)

اللغة المستخدمة واللهجة في تغطية قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	اللغة المستخدمة واللهجة	التكرار	النسبة
1	اللغة العربية الفصحى	6	11.5%
2	اللغة العربية المحكية (العامية)	46	88.5%
3	اللغة الإنجليزية	-	-
4	الاثنين معا (عربي/ إنجليزي)	-	-
	المجموع	52	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن برنامج فلسطين هذا الصباح اعتمد بشكل أساسي على اللغة العربية المحكية في عرض قضايا المرأة إذ بلغت ما نسبته 88.5% مقابل اللغة العربية الفصحى التي شكلت ما نسبته 11.5%.

وتعلل هذه النتيجة إلى طبيعة البرنامج ورسالته، فبرنامج فلسطين هذا الصباح يسعى إلى عكس صورة الواقع الفلسطيني، وهذا يتطلب استخدام اللغة الرسمية وهي اللغة العربية، ولأن البرنامج يعكس الهم الوطني الفلسطيني العام وبشكل خاص الأسرة الفلسطينية كان لا بد من أن يكون قريب منها من خلال اللهجة المستخدمة في الطرح.

وعلى ما سبق نستنتج أن فريق إعداد البرنامج يسعى إلى أن يكون قريباً جداً من جمهوره من خلال الاعتماد على اللغة المحكية في المجتمع الفلسطيني، وهذا يعزز العلاقة المعنوية بين الجمهور والبرنامج.

سابعاً: فئة الموضوعات المستخدمة:

جدول (7)

فئة الموضوعات المستخدمة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	فئة الموضوعات المستخدمة	التكرار	النسبة
1	اجتماعي	12	23%
2	ديني	2	3.85%
3	سياسي	6	11.5%
4	ثقافي	4	7.8%
5	صحي	12	23.2%
6	موضة وأزياء	5	9.6%
7	رياضة	2	3.85%
8	تكنولوجيا	6	11.5%
9	أعمال المنزلية	3	5.7%
	المجموع	52	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى القضايا التي تم إثارتها تتمحور في الجانب الاجتماعي والصحي بنسبة 23% من مجموع الموضوعات الأخرى، وهذه الموضوعات التي يحتاجها المجتمع فعلاً نظراً لاحتياج المرأة للرعاية بدرجة أكبر من الرجل. ليأتي بعدها القضايا المتعلقة بالجانب السياسي والتكنولوجي بنسبة 11.5%.

وذلك نتيجة إلى طبيعة البرنامج المتنوع المهتم بكافة الجوانب المتعلقة بيوميات الفلسطيني، كما أن البرنامج متابع للأحداث اليومية؛ فينقطع لتغطية حدث سياسي أو وطني، كما حدث في تغطية الأحداث في حي الشيخ جراح. فالحدث السياسي اللحظي يأخذ الاهتمام الأكبر وحال انتهائه يعود البرنامج لطرح القضايا المختلفة، ومن خلال الملاحظة لم يغيب البرنامج القضايا التي تهم النساء بشكل عام فقد كان هناك محاور عدة تطل الجوانب الدينية والثقافية والموضة والأزياء والرياضة والأعمال المنزلية من طبخ وغيره ولكن بنسب متفاوتة وقد يكون هذا أحد المآخذ على البرنامج إغفاله لبعض الجوانب.

ثامنا: نوعية القضية الخاصة بالمرأة:

جدول (8)

نوعية القضية الخاصة بالمرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

النسبة	التكرار	نوعية القضية الخاصة بالمرأة	الرقم
11.5%	6	المشاركة السياسية	1
3.85%	2	قضايا الأسرة (الزواج، الطلاق، النفقة.....)	2
3.85%	2	تربية الأبناء	3
-	-	العنف	4
3.85%	2	الصحة الإنجابية	5
1.9%	1	الأسيرات	6
-	-	الحجاب واللباس القضايا الشرعية	7
65.3%	34	العمل وقانونه	8
9.6%	5	عمليات التجميل والموضة	9
-	-	الاتفاقيات الدولية: حددها من خلال الرصد	10
100%	52	المجموع	

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن البرنامج ركز بشكل أساسي على عمل المرأة وإسهاماته في تحسين أوضاعها الاقتصادية، وكان ذلك بنسبة 65.3% من مجمل أنواع القضايا الخاصة بالمرأة التي غطاها برنامج فلسطين هذا الصباح.

ونلاحظ بهذه النتيجة بأن اتجاهات المرأة الفلسطينية في الفترة الزمنية الأخيرة هي النهوض بواقعها الاجتماعي والاقتصادي؛ لذا ركزت المرأة على تطوير ذاتها ومساعدة محيطها من خلال تمكين نفسها وعائلتها اقتصاديا في ظل الظروف المعيشية الصعبة التي تتعرض لها الأسرة الفلسطينية. كما وظهرت المرأة الفلسطينية ربة للأسرة نتيجة لخصوصية الحالة الفلسطينية؛ فتأخذ المرأة جميع الأدوار في حال كانت زوجة أسير أو شهيد على سبيل المثال، ويتضح من خلال هذه النتيجة أن البرنامج يعطي أولوية لقضية عمل المرأة وحققها في الاندماج في الحياة العملية وتعزيز دورها في مشاركة الرجل في العمل والبناء والتطور.

تاسعا: الهدف من إثارة القضية:

جدول (9)

الهدف من إثارة القضية في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الهدف من إثارة القضية	التكرار	النسبة
1	الكشف عن الحقيقة	4	7.7%
2	التوعية والإرشاد	12	23%
3	التسلية والترفيه	2	3.9%
4	تشجيع على العمل والتطوع والمشاركة	34	65.5%
	المجموع	52	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن برنامج فلسطين هذا الصباح ركز على تشجيع العمل والتطوع والمشاركة من خلال القضايا التي أثارها وقام بتغطيتها إذ شكل هذا ما نسبته 65.5% مقارنة مع الأهداف الأخرى.

وتعلل هذه النتيجة بأن الرسائل التي يحملها البرنامج هي رسائل إيجابية محفزة للمرأة الفلسطينية للانخراط بالمجتمع والمشاركة بكافة الميادين، وذلك إيماناً بدورها الفعلي على الأرض، وهذه النتيجة إيجابية في ظاهرها لكن يمكن أن تتضمن صورا نمطية سلبية وذلك بحصر العمل التطوعي بالمرأة دون الرجل وقيام المرأة بالعمل غير مدفوع الأجر دون الرجل فهذا أمر سلبي.

عاشرا: القيم الإيجابية:

جدول (10)

القيم الإيجابية التي تناولها برنامج فلسطين هذا الصباح في طرح قضايا المرأة

الرقم	القيم الإيجابية	التكرار	النسبة
1	التميز	40	13.8%
2	الإبداع	38	13.1%
3	النجاح	50	17.3%
4	التحدي	49	17%
5	الإصرار	44	15.2%
6	الثقة بالنفس	49	17%
7	التحرر	19	6.6%
	المجموع	289	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى أن القيم الإيجابية التي هدف البرنامج إلى تعزيزها كثيرة وكان أهمها النجاح في ظل الظروف العصيبة التي تعيش بها المرأة الفلسطينية نتيجة خصوصية الحالة الفلسطينية، بالإضافة إلى التحدي والإصرار والثقة بالنفس إذ بلغت نسبة القيم الإيجابية التي تعزز النجاح 17.3%، ونستنتج بأن برنامج فلسطين هذا الصباح يسعى في طرحة إلى تشجيع النساء على مشاركة المجتمعية، وتمكينها اقتصاديا من خلال عرض نماذج ناجحة، بالإضافة إلى الموضوعات المختلفة التي تهتم بها النساء بمختلف الفئات العمرية.

ونلاحظ مما سبق بأن برنامج فلسطين هذا الصباح برنامج منوع يحمل رسائل ايجابية ، وهذه الرسالة قائمة على تثبيت وترسيخ القيم الإيجابية في المجتمع الفلسطيني، وظهرت النساء في هذا البرنامج بشكل غير تقليدي؛ ففي حلقة 2021/9/15 خصصت فقرة خاصة لنعي الكاتبة سلاف حجاوي والحديث عن تأسيسها لاتحاد الكتاب وكتاباتاها وترجمتها ودورها في الصحافة وعن دورها الثقافي ونضالها الفكري وما ميز هذه الحلقة تسليط الضوء على نضالات المرأة الفكرية ودورها في التأثير في المجتمعات.

الحادي عشر: القيم السلبية:

تشير النتائج الواردة في الجدول (11) أنظر ملحق (د) إلى أن برنامج فلسطين هذا الصباح كان يسعى من خلال حلقاته التي تم رصدها إلى إشاعة القيم الإيجابية مع بعض الإشارات إلى بعض الجوانب السلبية لا يمكن تصنيفها قيم سلبية.

ففي عملية الرصد للحلقات كانت القيمة السلبية التي تم بثها والحديث عنها، هي حالة التمييز بين المرأة والرجل في سوق العمل، فالمشاهد للحلقة الخاصة بعيد العمال 2021/5/1 يلاحظ القيم السلبية التي طرحها البرنامج والتي تمركزت في عدم تطبيق قانون العمل فيما يختص بالحد الأدنى للأجور، وساعات العمل والإجازات، بالإضافة إلى القضايا العمالية الأخرى، وبالتالي نستنتج أن برنامج فلسطين هذا الصباح تجنب بث أي من القيم السلبية في القضايا التي طرحها البرنامج.

وقد يعد هذا أحد المآخذ على البرنامج فهو يسعى إلى تجنب اشاعة القيم السلبية من باب الحفاظ على السلم الأهلي إلا أن تجاوز بعض القضايا قد يؤدي إلى استفحالها في المجتمع وتعزيز القيم الذكورية فيه، وقد يعيق الجهود المبذولة لمعالجتها.

الثاني عشر: الأشخاص الفاعلون:

تشير النتائج الواردة في الجدول (12) أنظر ملحق (د) إلى أن البرنامج ركز الضوء على الأشخاص الفاعلين من عامة المجتمع؛ لأن البرنامج كان يرصد حالات النجاح النوعية للفلسطينيات في كافة المجالات ورغبتهن بتطوير ذاتهن والإصرار على النجاح وذلك بنسبة 59.6%

ونستنتج من ذلك بأن سياسة البرنامج التي تم الحديث عنها في المقابلات الشخصية كانت تؤكد على أهمية انتقاء المتحدثين والضيوف ليكون لهم بصمة وتأثير إيجابي في القضايا المطروحة، وبالتالي كان هناك استهداف للأشخاص الذين خاضوا تجارب صعبة، فهم يمتلكون الخبرة والتجربة التي تمكن المشاهد من

الاستفادة منها، بالإضافة إلى تنوع المستضافين بين شخصيات من جهات اختصاص ومؤثرين من إعلاميين وفنانين وغيرهم حسب الطرح. ولا يمكن ان نغفل عما أظهره الجدول بأن تلفزيون فلسطين لم يكن متوازنا في استضافة شخصيات في البرامج.

فقد ركز على عامة الناس وهذا مهم جدا، لكن أيضا من الضروري، وبشكل موازٍ استضافة شخصيات من مختلف التخصصات بشكل أكبر، حيث أن هؤلاء يمكن أن يقدموا الحلول للمشكلات بشكل أكثر نجاعة.

الثالث عشر: الاتجاه العام نحو قضايا المرأة:

تشير النتائج الواردة في الجدول (13) أنظر ملحق (د) إلى أن الاتجاه العام نحو قضايا المرأة كان مؤيداً للإبداع والتميز الذي تسجله المرأة الفلسطينية، فلقد بلغت نسبة التأييد 96.2%، وهذا دليل على الوعي المجتمعي بالمرأة ودورها الذي تقوم بعض الجهات بطمسه تحت ذرائع وحجج واهية، في حين كان هناك معارضة واضحة لحالات التهميش والتمييز الذي تتعرض له المرأة وخاصة في سوق العمل في الحلقة الخاصة بعييد العمال في تاريخ 2021/5/1.

ويظهر من خلال هذه النتيجة بأن الاتجاه العام للبرنامج اتجاه إيجابي إنساني، سعى الى تعزيز ثقافة المجتمع الفلسطيني بعدالة قضايا النساء، وحقهن في العيش في مجتمع متساوٍ في الحقوق والواجبات ونبذ العادات والتقاليد البالية، وقد يكون الوضع السياسي لفلسطين تحت الاحتلال سببا آخر لتأخذ المرأة زمام الأمور في كثير من الحالات وهذا لا يتعارض مع ما ظهر من نتائج في جدول رقم (11) أنظر ملحق (د) لان التركيز على القيم الإيجابية والابتعاد عن التطرق للقيم السلبية يؤكد هذا الجدول الذي يظهر الاتجاه العام نحو قضايا المرأة.

الرابع عشر: الأسلوب المستخدم للإقناع:

تشير النتائج الواردة في الجدول (14) أنظر ملحق (د) إلى الأسلوب المستخدم للإقناع، حيث كان يرتكز على الصور التي يستخدمها البرنامج للإقناع بدور المرأة الريادي في المجتمع الفلسطيني، إذ بلغت نسبة الاستخدام 58.6% مقارنة مع الاستمالات الأخرى.

وأفسر هذه النتيجة بأن الاستمالات العاطفية من خلال الأسلوب اللغوي أو الصور (المادة المعروضة) لها دور رئيس في جذب التأييد وتغيير الآراء والقناعات حول موضوع معين؛ لذا ركز البرنامج على إظهار دور المرأة كما هو بالواقع من خلال الصورة التي ينقلها للمشاهد، حيث همشت الاستمالات العقلية التي ترسخ في عقول الناس وركز على الاستمالات العاطفية التي تترك أثراً مؤقتاً في عقول الناس، على نحو تظهر فيه المرأة حدثاً يكون مدعاة لكسب التعاطف، فقد تضمنت الحلقة بتاريخ 2021/9/2 فقرة عن لم الشمل، وعرضت قصصاً إنسانية لعائلات، واستضافت نساء يتحدثن عن معاناتهن التي تكمن في بعدهن عن عائلاتهن، بحيث أنني وجدت من خلال دراستي أن برنامج فلسطين هذا الصباح، يستخدم في بعض الأحيان، قضايا المرأة، لكسب التعاطف، بإظهارها ضحية لقضايا مختلفة، وذلك من خلال ما يسمى (sob story) وهذا المصطلح مرادفه في اللغة العربية قصة أو حكاية مبكية، قصة نشيجية، قصة عاطفية. ولو حاولنا إسقاط هذا المصطلح على الصحافة فسيخرج معنى القصة الإنسانية، ولا يعبر هذا المصطلح عما يحويه المصطلح بالإنجليزية من معنى واضح وتفسير دقيق ولو اسقطناه على الصحافة فلن نجد مصطلحاً يعبر عنه بوضوح، لذا اقترح مصطلحاً في اللغة العربية لهذا النوع من الصحافة وهو (الصحافة الاستدرارية): وتعني محاولة استثارة العواطف واستدراها، في سبيل كسب التعاطف مع قضية ما، من خلال عرض محتوى، في أي نوع من أنواع الصحافة المكتوبة أو المصورة أو المسموعة؛ لكسب التأييد. حيث لا يوجد مصطلح مرادف يمكن استبداله بما اقترحت، وأجد أن هذا المصطلح (الصحافة الاستدرارية) قد يخدم العاملين في الصحافة والإعلام؛ ذلك لأن الفنون الصحفية في العادة قد تغطي نوعاً من القصص الإنسانية وتعمل على أسنة الكثير من الأحداث لكسب التعاطف. إلا أن الصحفي قد ينزلق إلى فخ الابتزاز العاطفي للمتلقي

دون أن يشعر بذلك تحت مسمى القصص الإنسانية، وعليه أجد أن مصطلح الصحافة الاستدرارية قد يساعد الصحفيين في التمييز بين القصص الإنسانية وقصص الاستدرار العاطفي فلا بد من التركيز على الاستمالات العقلية أيضاً ليس من باب أن الاستمالات العاطفية معضلة انسانية فقط بل ليتسنى معالجتها وفق مبادئ الانسانية.

الخامس عشر: مصدر الموضوعات التي عالجت قضايا المرأة:

تشير النتائج الواردة في الجدول (15) أنظر ملحق (د) إلى أن البرنامج اعتمد على المراسلين بنسبة 75% كمصدر للموضوعات التي عالجت قضايا المرأة، في حين أن الإعداد كان يعتمد على التغطية الخاصة للأحداث التي مرت بها القضية الفلسطينية خلال هبة القدس والأيام العالمية مثل عيد العمال، لذا وجدنا البرنامج يعتمد بشكل رئيس على المراسلين، وهذا ما تم تأكيده خلال المقابلات التي أجريتها بالدراسة. ويعكس هذا درجة اهتمام عالية بالقضية والا لاعتمد البرنامج على مصادر تاريخية كالوثائق مثلاً أو مواد إعلامية جاهزة من مصادر عربية أو أجنبية.

السادس عشر: الجمهور المستهدف:

تشير النتائج الواردة في الجدول (16) أنظر ملحق (د) إلى أن البرنامج كان يستهدف المرأة والرجل في آن واحد، في إشارة لتجذير التكامل بين المرأة والرجل في المجتمع الفلسطيني وظهر ذلك في شارة البرنامج، والتقارير الصحفية، والمقابلات... الخ.

من خلال العرض السابق أستنتج أن برنامج فلسطين هذا الصباح ركز على قضايا المرأة بطريقة نوعية في كسر الصورة النمطية لها من خلال تغطية الأحداث والقضايا المختلفة، حيث ظهرت المرأة عنصراً أساسياً في نجاح الأسرة، والثبات والمقاومة أمام بطش الاحتلال وجبروته.

فمشاهد الحلقات يجد المرأة الريادية المبتكرة للعديد من المشروعات للنهوض بواقعها وواقع مجتمعتها، والمرأة الصامدة التي تواجه سياسات الاحتلال التعسفية، وظهر ذلك في حلقة شهر رمضان التي عرضت فيها تغطية لزيارة أحد بيوت الأسرى، والتغطية الحية لأحداث هبة القدس (شيخ جراح).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

5.1 نتائج أسئلة الدراسة الفرعية

1. المعايير التي يتم اعتمادها لاختيار موضوع الحلقة:

من خلال تحليل المقابلات وجدت أن هناك إجماعاً من قبل العينة وهم فريق عمل وإعداد برنامج فلسطين هذا الصباح، فلقد بلغ التوافق بالإجابات ما نسبته 100% حول المعايير التي يتم اعتمادها في اختيار موضوع الحلقات لبرنامج فلسطين هذا الصباح، حيث يستند البرنامج إلى معايير مثل تغطية الأحداث السياسية والتطورات على الأرض أولاً بأول كأولوية وذلك لأن البرنامج جزء من تلفزيون فلسطين التابع للسلطة الوطنية الفلسطينية وقد أجابت مها السقا مسؤولة وحدة النوع الاجتماعي في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون أن البرنامج يعبر عن رؤية الحكومة في عرض وتناول الأحداث، بالإضافة إلى المناسبات الوطنية الرسمية والشعبية، ويلبي أيضاً الدعوات التي توجه للبرنامج، بالإضافة إلى استطلاع أي حالات نوعية وإبداعية في المجتمع الفلسطيني ليسلط الضوء عليها. فعلى سبيل المثال حلقة /1/11/2021 احتوت على فقرتين حيويتين كانت إحداها تغطية ليوم توظيف راعي البرنامج فيها التوازن في المقابلات بين الطالبات والطلاب الخريجين المتقدمين للوظيفة بالإضافة لفقرة أخرى من غزة تتحدث عن أعمال فنية تعبر عن رفض العنف ضد النساء وذلك يدل على تنوع القضايا المطروحة والحساسية لقضايا المرأة.

وبالتالي فإن معايير برنامج فلسطين هذا الصباح معايير متسقة من جهة و مرنة من جهة أخرى وذلك تماشياً مع رؤية المؤسسة، لذا نجد البرنامج في مختلف حلقاته إيجابي، وتفاعلي بطريقة قريبة من المشاهد وبما يخدم رؤية المؤسسة وفي اجابة عمر نزال الخبير الاعلامي على هذا الطرح بأنه لا يعلم اذا ما كان هناك سياسة واضحة يتم تعميمها للمؤسسة على العاملين فيها ام ان المعايير تعود لطاغم البرنامج إلا أنه يرى أن هناك مزجاً بين النمطية والإبداعية في طرح القضايا والتغطية.

2. السياسات التي يتم الاستناد إليها في وضع معايير اختيار موضوع الحلقة:

من خلال تحليل المقابلات، أجمع أفراد العينة الذين أجابوا عن سؤال: ما هي السياسات التي يتم الاستناد إليها في وضع معايير اختيار موضوع الحلقة؟ وكانت الإجابة أن السياسات التي يتم الاستناد إليها في وضع معايير اختيار موضوعات الحلقة هي السياسة العامة لهيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطيني.

وبالتالي فإن السياسات التي تم الاستناد إليها سياسات ناضل فيها الشعب الفلسطيني من أجل إقامة دولته المستقلة وعاصمتها القدس، وهذا يتطلب توفير أركان أهمها الثقافة المجتمعية المنفتحة على الحياة المؤمنة بحق الآخر في العيش، واحتاج هذا نضالاً طويلاً من الحركة النسوية والداعمين لها.

3. المصادر التي يتم الاعتماد عليها في تحضير المادة الإعلامية:

بالاستناد إلى المقابلات التي تم عقدها مع أفراد العينة، وجدت أن المصدر الأساسي الذي يتم الاعتماد عليه في تحضير المادة الإعلامية هي الوكالات والصحف الرسمية المتمثلة بوكالة وفا وصحيفة الحياة الجديدة، بالإضافة إلى الأحداث المتصدرة منصات التواصل الاجتماعي، والمناسبات الرسمية والأحداث السياسية الطارئة على الأرض، حيث تحدثت ملاك خالد مخرجة برنامج فلسطين هذا الصباح عن المصادر (المصادر الرسمية هي أولوية في اختيار مواضيع الحلقات خاصة أن البرنامج يبيث في التلفزيون الحكومي) وهنا لاحظت أن سياسة المؤسسة تقتضي بأن يكون المصدر الرسمي هو المصدر المعتمد، إلا أن المصادر الأخرى يجب أن تعنى بها إدارة البرنامج. ليكون البرنامج منفتحاً على جميع المصادر بهدف تقديم المضمون المتنوع وتحقيق الشمولية في العرض. وبذلك استنتج أن برنامج فلسطين هذا الصباح متنوع وفق رؤية المؤسسة.

4. التعامل مع الموضوعات المختلفة المتعلقة بالمرأة:

من خلال المقابلات التي تم إجراؤها مع أفراد العينة وجد أن برنامج فلسطين هذا الصباح أفرد مساحة من الوقت لقضايا المرأة المختلفة، بالإضافة إلى إظهار أدوارها على الصعيد الاجتماعي والسياسي والنضالي، حيث ظهرت كأم وزوجة وعاملة وربة منزل ناجحة قادرة على العطاء والتواجد الدائم بمختلف الساحات من خلال رصد نجاحاتها، وكان هذا واضحاً من خلال الفقرات المتنوعة على صعيد الحلقة الواحدة، وقد أجابت مقدمة البرنامج فرح الشوا على سؤال طرق التعامل مع الموضوعات المتعلقة بالمرأة بأن الرؤية الإعلامية لبرنامج فلسطين هذا الصباح رؤية واسعة وشاملة، ومن خلال الملاحظة تبين أن العوامل في البرنامج لديهن توجه نسوي مدرك للحقوق والواجبات، فقد تلقى بعضهن تدريبات متعلقة بالمساواة بين الجنسين عن طريق الهيئة ما انعكست بصمته في البرنامج من خلال إظهار كافة الآراء والدفاع عن قضايا المرأة فيما يرى الخبير الاعلامي عمر نزال نوعية حضور المرأة في الحلقات مقسوم الى قسمين جزء منه نمطي ينحسر في القضايا التقليدية في بعض المهن او الحرف وجزء يذهب الى قضايا العمق اكثر في قطاعات مختلفة.

5. مواصفات استضافة المتحدثين والمتحاورين في البرنامج حول القضية المطروحة؟

من خلال تحليل المقابلات أظهر اتفاق فريق العمل في برنامج فلسطين هذا الصباح على عدم وجود مواصفات محددة، ولكن أشاروا إلى ضرورة توافر مجموعة من الصفات العامة للضيوف، في حين أكدت السيدة ملاك خالد (مخرجة البرنامج) بأن الضيوف يتم اختيارهم في كل حلقة وفق القانون والسياسة العامة لهيئة الإذاعة والتلفزيون، وهذا ما أشارت إليه المقابلات الأخرى.

ونلاحظ أن فريق الإعداد يتبنى رؤية المؤسسة ويمشي وفقها في إظهار القضايا التي يتم تغطيتها و اختيارها.

6. اختيار المتحدثين حول قضية معينة:

أجمعت المقابلات على أن يكون الشخص متوافقا مع رؤية تلفزيون فلسطين، بالإضافة إلى الاختصاص في الموضوع، أو أن يكون من الشخصيات العامة المؤثرة في المجتمع، وصدرت عنها تصريحات حول الموضوع المطروح.

وألحظ أن اختيار المتحدثين ليست عملية معقدة إلا أنها محددة وفق أيولوجية المؤسسة؛ لأن لدى فريق الإعداد خلال عملية التحضير خارطة واضحة للمتحدثين من حيث اتجاهاتهم وآرائهم وطريقة طرح وجهات نظرهم.

7. استراتيجية تلفزيون فلسطين في عرض وجهات النظر؟

من خلال المقابلات التي تم عقدها مع العينة أجد أن هناك إجماعا عاما بأن الاستراتيجية التي يتم عرضها تابعة لسياسة الدولة والتحرير بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وعليها يتم عرض آراء المواطنين والمختصين بالموضوعات المختلفة. وذلك يعني ان هناك محدودية في طرح الرأي والرأي الآخر وفقا لسياسة معينة ينتهجها تلفزيون فلسطين وقد ينطبق ذلك على معظم وسائل الإعلام لانعدام الحيادية في الطرح ويرى عمر نزال الخبير الاعلامي ان طرح وجهات النظر يعود لمقدم او مقدمة البرنامج فمنهم يظهر نمطية في طرح الاسئلة مما يكرس صورة المرأة النمطية ومنهم عكس ذلك .

ومن خلال الملاحظة يظهر بأن تلفزيون فلسطين بشكل عام وبرنامج فلسطين هذا الصباح تم تأسيسه ليكون جزءا مكمل لسياسة السلطة الفلسطينية، ومن خلال البحث تبين أن هيئة الإذاعة والتلفزيون لديها وحدة خاصة بالنوع الاجتماعي تحمل توجهات إيجابية لتعزيز دور المرأة، وتوعز للبرامج حسب تخصصاتها للاهتمام بالمناسبات والفعاليات الخاصة بالمرأة.

8. استراتيجية البرنامج في إظهار وجهة النظر التي يتبناها وهل يتم تعميمها على الضيوف قبل الحلقة؟

تحدث خميس ماخو مدير البرنامج أن هناك تواصلاً من قبل فريق الإعداد مع الضيوف قبل الظهور في الحلقات، وأن هذا التواصل يكون لتنسيق الموعد وإطلاع الضيف على الموضوع، وإذا كان موضوعاً جدلياً يتم عرض الرأي الراجح بين عامة الناس من قبل المذيع، ليعرض الضيف وجهة نظره بالموضوع.

وأكد فريق عمل البرنامج على أهمية احترام الضيف للسياسات العامة وتجنب الفتوية بالطرح وأن يكون موضوعياً ويؤكد عمر نزال الخبير الإعلامي أن استراتيجية البرنامج في إظهار وجهات النظر تكون بأبترك المجال للضيف في التعبير عن رأيه ويرى ان هذا موضوعياً ولان لا حياد مطلق في الاعلام لا بد أن يكون هناك تدخلات من خلال الايحاء بالإجابة على سؤال معين لتكريس فكرة معينة ولا اعلم اذا كان هناك توجيهات سياسية في هذا الموضوع ولكن ما يخرج من الشاشة يعكس بالنهاية وجهة نظر التلفزيون.

ويظهر من خلال هذه النتيجة حرص فريق الإعداد على عدم نوعية المتحدثين، كما لاحظت من خلال المقابلات أن هناك سياسة لدى الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بتجنب عرض بعض القضايا الجدلية مثل قضايا قتل النساء على خلفية ما يسمى بالشرف، حفاظاً على السلم الأهلي؛ لذا يتم التواصل مع الضيوف والمتحدثين وإطلاعهم على القضية المطروحة والجزئية التي سيتم مناقشتها، وهنا أجد قصوراً من قبل البرنامج في طرح هذه القضايا، رغم جدليتها، لأن قضية القتل على ما يسمى بالشرف مثلاً أصبحت مستشرية في المجتمع الفلسطيني ويقع على عاتق الإعلام فضح مثل هذه الجرائم ومتابعتها قانونياً في المحاكم الفلسطينية لردع مجرمين محتملين وان البرنامج يقع على عاتقه تناول هذه القضايا ومعالجتها.

9. السياسة المعتمدة في إظهار قضايا المرأة للمجتمع؟

يعتمد البرنامج على سياسة وطنية تم إقرارها من قبل المراسيم الرئاسية والتشريعية، بالإضافة إلى الجانب الديني الذي يعتمد عليها أساساً في الجانب القانوني، ويشير مقدم البرنامج علاء عبيد الى انه يتم الاعتماد على الجانب الإيجابي المشرق لتعزيز القيم الإيجابية وتشجيع الأخريات على التقدم والعمل بكل ثقة وتحقيق

النجاح ويرى عمر نزال ان وحدة النوع الاجتماعي في التلفزيون يكون لها تدخل مباشر لاقرار سياسة معينة والموضوع ليس عفويا الا ان الطرح ليس كافيا ولا مرضيا وبالتأكيد نامل المزيد من الاعلام العمومي الذي يجب عليه مراعاة قضايا المرأة لإعطاء المرأة الحيز الذي تستحقه.

وتفسر هذه النتيجة وإجابة المتحدث بأن برنامج فلسطين هذا الصباح يراعي خصوصية المجتمع الفلسطيني المتنوع في انتمائه السياسي والثقافي والديني، لذا كان هناك إجماع على سياسة وطنية من قبل أفراد العينة.

10. ترويج رؤية البرنامج بين أطياف الشعب المختلفة؟

أجمعت المقابلات على أن الترويج يتم من خلال المواءمة بين الجانب القانوني والديني، بالإضافة إلى اعتماد الشمولية في التغطية الإعلامية لكافة محافظات الوطن، بمواضيع لحظية.

وتحدثت نورا رحال مقدمة البرنامج التي تحدثت أن تلفزيون فلسطين بشكل عام وبرنامج فلسطين هذا الصباح يعطي صورة حية للمجتمع الفلسطيني أمام العالم، كما مثل البرنامج نافذة للتعرف إلى محافظات الوطن بما فيها من قضايا متنوعة ليكون مرآة حقيقية للمجتمع الفلسطيني، وقد ظهر في تحليل المحتوى أن تغطية المناطق على اختلافها يأتي وفق الفعاليات المقامة والأحداث في تلك المناطق.

وألاحظ من خلال النتيجة وإجابة نورا رحال مقدمة البرنامج أن التنوع في طرح القضايا من محافظات الوطن المختلفة كان سببا رئيسيا في الترويج للبرنامج.

11. التمييز بين قضايا المرأة المختلفة؟

يتم التمييز بين قضايا المرأة المختلفة من خلال الفقرات التي يتم عرضها في البرنامج سواء كانت الفقرات الخاصة بالصحف أو الصحة أو المشاريع... الخ، فجميع القضايا التي يتم طرحها تبويب وتصنف مع الفقرات المتنوعة بهدف دعم وتشجيع المرأة على أخذ زمام الأمور والانخراط في المجتمع على الأصعدة كافة.

وتحدثت الاء كراجه عن موضوع التمييز بين قضايا المرأة أن البرنامج يتبنى قضايا المرأة لأنها قضايا لا يمكن فصلها، فهي جزء أصيل من المجتمع؛ لذا تم تسليط الضوء على هذه القضايا من خلال موضوعات الفقرات إيماناً من البرنامج بعدالة قضية المرأة وأهميتها. والاحظ من خلال الاجابات ان هناك ادماج لكل ما يخص المرأة في الفقرات على اختلافها وقد ظهر ذلك أيضا في نتائج تحليل الحلقات من خلال قائمة الرصد.

12. التعامل مع القضايا الحساسة بالمجتمع كاتفاقية سيداو:

أجمع أفراد العيّنة من خلال المقابلات على أن القضايا الحساسة يتم عرضها بالاستناد إلى الجانب القانوني، واستضافة الجهات الرسمية ذات العلاقة لتوضيح الأبعاد المختلفة لها والإجابة عن الأسئلة المختلفة التي يتم طرحها في الشارع الفلسطيني.

وتظهر هذه النتيجة توجهات البرنامج، ودوره في تناول القضايا بما فيها سيداو؛ لذا اهتم البرنامج في استضافة أصحاب الاختصاص من الجهات الرسمية.

وقد تحدث خميس ماخو مدير البرنامج أن اعتماد الجهات الرسمية كمصدر رئيسي لتجنيب المجتمع الفلسطيني التخبط واللبس وخاصة في ظل تصاعد الأصوات المعارضة والأخرى المؤيدة ويؤكد عمر نزال أن تلفزيون فلسطين يتجنب الخوض في موضوع الاتفاقيات الدولية مثل سيداو أو قانون حماية الأسرة وهذا مأخذ على البرنامج في معالجة القضايا الاشكالية في المجتمع.

وألحظ من خلال الإجابات مجتمعة أن اعتماد الجهات الرسمية كمصدر لا يعالج القضايا الجدلية ويحيد الاصوات المعارضة وبالتالي لا نعالج المشكلة والاختلاف حولها مثل قضية سيداو.

13. سياسة البرنامج في كسب تأييد المجتمع لقضايا المرأة بشكل عام والحساسة منها بشكل خاص:

أجمع أفراد العيّنة على أن البرنامج يعرض القضايا الحساسة بطريقة محايدة وحشد التأييد لها من خلال عرض آراء ووجهات نظر الجهات المختصة، وعرض الإيجابيات والإحصائيات المختلفة وتشير ملاك خالد

الى استمالة الأطراف المحايدة، بالإضافة إلى التركيز على هذه القضايا بمختلف المناسبات لحشد الدعم والتأييد لها.

وألاحظ مما سبق أن هناك توازناً في عرض الآراء، المؤيدة والمعارضة وفي طريقة عرض القضايا وكسب التأييد لها من خلال الصورة وتوقيت بثها، فهذا يلعب دوراً مهماً في بناء قنوات وآراء ووجهات نظر حول قضية معينة وحشد التأييد لها.

14. تفاعل البرنامج مع المناسبات الخاصة بالمرأة وكيف يتم هذا التفاعل؟

ظهر أن هناك تفاعلاً كبيراً من خلال قائمة الرصد حيث غطى البرنامج العديد من المناسبات، وقد أجمع فريق عمل البرنامج على ذلك، حيث تحدثت علاء عبید مقدم البرنامج ان التفاعل يحدث من خلال أفراد مساحة خاصة بالمرأة والمناسبات الوطنية والعالمية الخاصة بها، بالإضافة إلى عرض إنجازاتها ونجاحاتها في مختلف الميادين.

ولقد كان هذا واضحاً في الحلقات التي تم تحليلها، إذ ركز البرنامج على إنجازات المرأة الفلسطينية بمختلف المحافظات، وقدرتها على الصبر والعطاء في حلقات شهر رمضان، إذ ترك تقرير صورة مشرقة عن مبادرة لنساء يسعين للتكافل الاجتماعي وإعالة الأسر الفقيرة في الشهر الفضيل.

15. سياسة البرنامج في كسر الصورة النمطية للمرأة في المجتمع:

أشارت فرح الشوا إلى التنوع الكبير بين المقدمين والمراسلين والمواضيع المطروحة هو جزء من كسر الصورة النمطية للمرأة وقد أجمع الأفراد الذين تمت مقابلتهم على أن البرنامج يتبنى عدداً من السياسات التي تسعى إلى كسر الصورة النمطية بمرأة من خلال الحوار والإيحاءات المستخدمة واللوحات التي يتم عرضها عن المرأة.

والحظ هنا من خلال تحليل الحلقات ان هناك محاولة لإخراج المرأة من صورتها النمطية في شارة البداية للبرنامج مثلا وطريقة العرض، بالإضافة إلى تسليط الضوء على نضال وكفاح المرأة من أجل الوطن والأسرة، بالإضافة إلى إظهار المرأة داخل الاستديو وخارجه لتعبر عن ذاتها وطموحها وقد ساهم أيضا التنوع في إظهار شكل المرأة وعملها وأدوارها في ذلك.

16. إبراز القضية بمحتوى إعلامي متنوع وكيف يتم ذلك؟

أشارت نورا رحال مقدمة البرنامج أن هناك تنوعاً في المحتوى حسب المواضيع التي تشغل الرأي العام و أجمعت المقابلات التي تم إجراؤها مع العينة على أن المحتوى الإعلامي متنوع من مرفقات وتقارير مشاهدات حية من خلال فقرات البرنامج المختلفة.

وظهر التنوع في المحتوى الإعلامي في عملية تحليل الحلقات، فقد كان هناك تغطيات خاصة، بالإضافة إلى عدد من التقارير الصحفية الميدانية، والمقابلات داخل الاستديو، والأخبار الصحفية.

5.2 النتائج

وفي ضوء الدراسة الحالية تتقدم الدراسة بعدد من النتائج:

1. أظهر البحث أن هناك شمولية في القضايا المطروحة في الحلقة الواحدة والتي اشتملت على كافة فئات النساء من متعلمات وريبات بيوت ورياديات وغيرهن.
2. قضايا المرأة كانت حاضرة ولكنها بحاجة الى تعزيز واهتمام أكبر وهذا يتطلب إعطاء فقرات رئيسة للقضايا المختلفة الخاصة بالمرأة الفلسطينية فقد ظهر أن البرنامج يعتمد بشكل أساسي على المقابلات لإظهار حيثيات وأبعاد القضية التي يتم مناقشتها، أو تغطيتها
3. هناك محدودية في تنوع الفنون الصحفية التي يستخدمها فريق إعداد البرنامج لتغطية قضايا المرأة، وهذا يتطلب التنوع والتشكيل بما يتلاءم مع اهتمامات المجتمع الفلسطيني بشكل عام والمرأة بشكل خاص.

4. لم يغيب البرنامج القضايا التي تهم النساء بشكل عام فقد كان هناك محاور عدة تطل الجوانب الدينية والثقافية والموضة والأزياء والرياضة والأعمال المنزلية من طبخ وغيره ولكن بنسب متفاوتة وقد يكون هذا أحد المآخذ على البرنامج إغفاله لبعض الجوانب والتركيز على الجوانب الأخرى.
5. ركز البرنامج على تشجيع العمل والتطوع والمشاركة من خلال القضايا التي أثارها وقام بتغطيتها إذ شكل هذا ما نسبته 65.5% مقارنة مع الأهداف الأخرى.
6. حمل البرنامج رسالة قامت على تثبيت وترسيخ القيم الإيجابية فهو يسعى الى تجنب اشاعة القيم السلبية من باب الحفاظ على السلم الأهلي إلا أن تجاوز بعض القضايا قد يؤدي إلى استفحالها في المجتمع وتعزيز القيم الذكورية بشكل أكبر.
7. ركز البرنامج في اختيار الضيوف على عامة الناس وهذا مهم جدا، لكن أيضا من الضروري، وبشكل موازٍ استضافة شخصيات من مختلف التخصصات بشكل أكبر، حيث أن هؤلاء يمكن أن يقدموا الحلول للمشكلات بشكل أكثر نجاعة وتبين أن فريق الإعداد يتبنى رؤية المؤسسة ويمشي وفقها في إظهار القضايا التي يتم تغطيتها واختيارها.
8. همش البرنامج الاستمالات العقلية التي ترسخ في عقول الناس وركز على الاستمالات العاطفية التي تترك أثرا مؤقتا في عقول الناس، على نحو تظهر فيه المرأة حدثا يكون مدعاة لكسب التعاطف، ومن هنا اقترح مصطلح الصحافة الاستدرارية.
9. اعتمد البرنامج على المراسلين بنسبة 75% كمصدر للموضوعات التي عالجت قضايا المرأة.
10. استند البرنامج إلى معايير مثل تغطية الأحداث السياسية والتطورات على الأرض أولا بأول كأولوية وذلك لان البرنامج جزء من تلفزيون فلسطين التابع للسلطة الوطنية الفلسطينية حيث هناك معايير يتم الاستناد إليها في وضع موضوعات الحلقة وهي السياسة العامة لهيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطيني.
11. برنامج فلسطين هذا الصباح راعي خصوصية المجتمع الفلسطيني المتنوع في انتمائه السياسي والثقافي

والديني، وأظهر تنوعاً في طرح القضايا من محافظات الوطن المختلفة حيث كان ذلك سبباً رئيسياً في الترويج للبرنامج.

12. اعتمد البرنامج الجهات الرسمية كمصدر لتناول قضية ما، وهذا وحده لا يعالج القضايا الجدلية ويحيد الأصوات المعارضة وبالتالي لا نعالج المشكلة والاختلاف حولها مثل قضية سيداو.

13. تبنى البرنامج عدداً من السياسات التي تسعى إلى كسر الصورة النمطية للمرأة من خلال الحوار والإحياءات المستخدمة واللوحات التي يتم عرضها عن المرأة.

14. تلفزيون فلسطين بشكل عام وبرنامج فلسطين هذا الصباح بشكل خاص تم تأسيسه ليكون جزءاً مكملًا لسياسة السلطة الفلسطينية.

5.3 التوصيات

1. أفراد تلفزيون فلسطين مساحة أكبر لمناقشة قضايا المرأة الحساسة، خاصة وأن برنامج فلسطين هذا الصباح تجنب عرض القيم السلبية، والاتفاقيات الدولية التي وقعتها دولة فلسطين.

2. ضرورة تركيز تلفزيون فلسطين على دور المرأة الوطني والمهني بشكل أكبر، وإخراجها من القوالب النمطية التي ظهرت في التركيز على مواضيع معينة تعزز هذه النظرة.

3. على القائمين على برنامج فلسطين هذا الصباح التركيز على الحركات النسوية المهمة بالقضايا المطلوبة المتنوعة، على صعيد الأحوال الشخصية، والنقابية والمهنية فقد لوحظ عدم التطرق لهذه المواضيع.

4. كما يتطلب أفراد مساحة كافية لتناول القضايا المتعلقة بالاتفاقيات الدولية، وخاصة قضية سيداو في برنامج فلسطين هذا الصباح عبر تلفزيون فلسطين، وتوضيح أبعاد الاتفاقية ومعالجة الإشكاليات والاختلاف في المجتمع حولها.

5. من الضروري العمل على إشراك الجمهور برسم الخطط التطويرية لمحتوى برنامج فلسطين هذا الصباح، وخاصة قضايا النساء، لتقديمها للجمهور بشكل يعزز من مكانة المرأة الفلسطينية فقد لوحظ التقرد في اختيار مواضيع الحلقات.
6. توصية للباحثين بإجراء المزيد من الدراسات حول مدى تغطية برامج تلفزيون فلسطين لقضايا المرأة، ومقارنتها ببرامج القنوات العربية الأخرى، وإجراء دراسة لقياس مدى تأثير برنامج فلسطين هذا الصباح في شريحة النساء، وهل ساهم في تمكينهن على الأصدء كافة.
7. تطوير طرق التفاعل مع الجمهور حول قضايا المرأة.
8. التركيز على الاستمالات العقلية والابتعاد عن الاستمالات العاطفية والبعد عن توظيف المرأة وقضاياها المختلفة لكسب التعاطف معها ومع القضية الفلسطينية.

قائمة المصادر العلمية

المراجع العلمية:

ابن منظور (1988). *لسان العرب*، بيروت: دار إحياء التراث العربي.

أبو طعيمة، ناهد (2017). *العوامل التي تؤثر على توظيف وأداء الإعلاميات في المؤسسات الإعلامية في*

فلسطين من منظور النوع الاجتماعي، مركز تطوير الإعلام، رام الله: جامعة بيرزيت.

إمام، إبراهيم (1969). *الإعلام والاتصال بالجمهير*، مكتبة الانجوا المصرية، القاهرة، جمهورية مصر

العربية.

الزبيدي، سامية (2011). *سبل تعزيز قضايا المرأة في الإعلام الفلسطيني*، مقدمة للمعهد الفلسطيني

للاتصال والتنمية، ضمن مؤتمر حول: "دور الإعلام في تعزيز حقوق المرأة".

عبد الواحد، زينب عبد العظيم (2014). *نظرية الأطر الإعلامية*، قسم الاعلام التربوي، جامعة بغداد.

منظمة المرأة العربية (2005). *الدروة التوعوية للإعلاميين العرب في قضايا المرأة*، القاهرة، مصر.

الدراسات والأبحاث:

بن خميس، نجمة بنت سعيد بن خميس (2018). *قضايا المرأة العمانية كما تعكسها برامج التلفزيون*

العماني، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، (1) 199-255.

بن عمرة، عائشة (2017). *قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية والعربية - دراسة تحليلية لمضمون*

برنامج كلام نواعم في قناة MBC 1 (أطروحة دكتوراه)، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد بوضياف

المسيلة، الجزائر.

بني دومي، محمد خير (2014). تغطية الصحافة البحرينية لقضايا المرأة (دراسة تحليلية)، الجامعة العربية المفتوحة، قسم الصحافة والاعلام، فرع الأردن، مجلة الباحث العلمي، العدد 36، 135-160.

بوصفط، عبد العزيز (2013). المرأة الصحفية في الجزائر الحضور والأداء، مجلة المعارف للبحوث والدراسات القديمة، المجلد 4، نومبرو 5، 381-406.

البياضي، عبد القادر خلف (2013). دور الإعلام الفلسطيني في دعم حقوق المرأة الفلسطينية اللاجئة من وجهة نظر طالبات كليات الإعلام في قطاع غزة، (أطروحة ماجستير)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

الحرباوي، فراس " محمد هشام" (2019). دور التنظيم الإداري في تحقيق استدامة الشركات العائلية في مدينة الخليل، رسالة ماجستير، جامعة الخليل - فلسطين.

حسام، ريم (2017). دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي للمرأة من وجهة نظر الناشطات في قضايا، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

دراويش، عبد الرحيم احمد سليمان واخرون (2020). معالجة الأفلام السينمائية لقضايا المرأة في قانون الأحوال الشخصية وعلاقتها باتجاهات الفتيات نحو الزواج- دراسة تحليلية على قناتي (روتانا ونيل سينما)، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد 57، 271-295.

دريم ، موسى إسماعيل شماخي (2018). نظرة المجتمع الجزائري لصورة المرأة في الإعلام المجتمع المستغامي أنموذجاً، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية.

السريري، سعيد بن خميس (2019). معالجة الصحف العمانية لقضايا المرأة، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، (2) 175-205.

عبد، سلام (2009). "الأطر الخبرية للمعالجة الصحفية المصرية للقضايا العربية في المجالات المصرية"،
المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الثالث والثلاثون، القاهرة: كلية الإعلام بجامعة القاهرة، يناير -
يونية 2009م، 207-249.

العتال، ولاء هيثم (2015). تغطية الصحافة الأردنية للجرائم التي تتعرض لها المرأة في الأردن: دراسة
تحليلية لصحيفتي (الرأي والغد) لعام 2013، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة البتراء، الأردن.
العرامين، عبد الله محمد حمدان (2020). البرامج الاقتصادية في تلفزيون فلسطين "دراسة تحليلية، رسالة
ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

عصيدة، عبد العزيز سيد طه (2021). تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة
باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط، مجلة البحوث الإعلامية، 58(3)1151-
1200.

علي، لولوه علي (2018). صورة المرأة ما بين الدراما والإعلام في الكويت، مجلة العلوم الإنسانية، العدد4،
الجزء1، 3-43.

عودة، رمزي فتحي (2022). معالجة الصحافة الفلسطينية لقضية الاحتجاجات الشعبية في قضية "بنات"،
قضايا سياسية، مجلة فصلية محكمة، عدد69.

قنديل، حمدي عبد الحميد (2018). أطر تقديم صورة المرأة والأسرة الخليجية في الإعلام الخليجي: دراسة
تحليلية لعينة من المجالات والمواقع الإلكترونية المتخصصة والجروبات النسائية على موقع الفيسبوك،
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (20)108-124.

الكردي، أفين قاسم (2021). دور الاعلام الأردني في دعم قضايا المرأة - دراسة ميدانية من وجهة نظر
الناشطات النسويات، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

مجدي، مها (2020). أطر معالجة قضايا المرأة في الصحف الصينية والمصرية (دراسة تحليلية)، فيلولوجي:

سلسلة الدراسات الأدبية واللغوية، 245-266، (74)37.

المصري، رفيق يونس (2016). تأثير وسائل الاعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية" فضائية

فلسطين- حالة دراسية"، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

ملحيس، رولا يوسف (2021). التخطيط الاستراتيجي لوسائل الاعلام الفلسطينية المرئية والمسموعة في

الضفة الغربية وحساسيته لقضايا النوع الاجتماعي، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس

فلسطين.

مؤسسة اعلام وتنمية المرأة (تام) (2021). الصورة النمطية للمرأة في وسائل الاعلام.

هيئة الأمم المتحدة (2020). تحالف هيئة الأمم المتحدة للمرأة لتغيير الصور النمطية في الإعلانات في

الإمارات: الاحتفال بالذكرى السنوية.

المواقع الالكترونية:

أبو دحو، رالي (2017). صورة المرأة العربية والفلسطينية في الإعلام الغربي،

<https://hdl.handle.net/20.500.11888/12892>.

جابر، سارة عبد الحسين (2018). دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة اللبنانية ،

<http://repository.bau.edu.lb:8080/xmlui/handle/1080/6942>.

دويكات، نبيل (2017). الصورة النمطية للمرأة في الإعلام

<https://hdl.handle.net/20.500.11888/12893>

شوفي، مريم (2017). الإعلام في فلسطين ودوره في دعم قضايا المرأة الفلسطينية ،

<https://hdl.handle.net/20.500.11888/12897>.

عليما، ايناس (2017). دور الإعلام في مناهضة العنف ضد المرأة في الاردن ،

<https://hdl.handle.net/20.500.11888/12907>

عياد، سعيد (2017). صورة المرأة الفلسطينية في الإعلام الغربي،

<https://hdl.handle.net/20.500.11888/12903>

محمد، ست البنات حسن احمد (2019). تناول الاعلام الالكتروني لقضايا المرأة العربية،

<http://repository.sustech.edu/handle/123456789/24092>.

يونس، نداء (2017). توظيف الإعلام الاسرائيلي للصور النمطية السلبية للمرأة العربية في الإعلام الغربي

<https://fc-lc.com/dWVeFQ3n> ، لقولية وتمييط صورة المرأة العربية ،

المراجع الأجنبية:

Del Saz-Rubio, M. M. (2018). Female identities in TV toiletries ads: A pragmatic and multimodal analysis of implied meanings. *Journal of Pragmatics*, 136, 54-78.

IGBINOBA, Angie O., et al. Women's mass media exposure and maternal health awareness in Ota, Nigeria. *Cogent Social Sciences*, 2020, 6.1: 176-260.

OZCAN, Esra. (2020). Women's Rights and Gender Equality in Turkey| Women's Rights and Gender Equality in Turkey: Struggles Over Media Representations and Discourses in the Past and Present–Introduction. *International Journal of Communication*, 14: 8.5462–5455.

SEPEHRI, Mohammadbagher (2020). Representation of social damages in TV series (content Analysis of Sabalan channel between 2006–2016). *Media Studies*, 14.47: 131-145.

TAJUDEEN, Farzana Parveen; JAAFAR, Noor Ismawati; AININ, Sulaiman (2018). Understanding the impact of social media usage among organizations. *Information & management*, 55.3: 308-321.

الملاحق

ملحق (أ)

أسماء المحكمين

الرقم	المحكم	التخصص	مكان العمل
1	د. فريد أبو ضهير	أستاذ الصحافة والإعلام	جامعة النجاح
2	د. نضال أبو عياش	أستاذ الصحافة والإعلام	جامعة بوليتكنك فلسطين

ملحق (ب)

أدوات الدراسة

تم إجراء مقابلات مع فريق إعداد وتقديم برنامج فلسطين هذا الصباح في تلفزيون فلسطين، بالإضافة إلى

مديرة وحدة النوع الاجتماعي في هيئة الإذاعة والتلفزيون وهم:-

1- مها السقا مديرة وحدة النوع الاجتماعي في هيئة الإذاعة والتلفزيون.

2- خميس ماخو مدير البرنامج.

3- ملاك خالد مخرجة برنامج فلسطين هذا الصباح .

4- علاء عبيد مقدم البرنامج.

5- فرح الشوا مقدمة البرنامج.

6-نورا رحال مقدمة البرنامج.

أداة الدراسة " أسئلة المقابلة":

1. ما هي المعايير التي يتم اعتمادها لاختيار موضوع الحلقة؟
2. ما هي السياسات التي يتم الاستناد إليها في وضع معايير اختيار موضوع الحلقة؟
3. ما هي المصادر التي يتم الاعتماد عليها في تحضير المادة الإعلامية؟
4. كيف يتم التعامل مع الموضوعات المختلفة المتعلقة بالمرأة؟
5. هل هناك مواصفات معينة في استضافة المتحدثين والمتحاورين في البرنامج حول القضية المطروحة؟
6. كيف يتم اختيار المتحدثين حول قضية معينة؟
7. هل هناك استراتيجية معينة في عرض وجهات النظر؟

8. وما هي استراتيجية البرنامج في إظهار وجهة النظر التي يتبناها؟ وهل يتم تعميمها على الضيوف قبل الحلقة؟

9. هل تستند سياسة البرنامج على الرؤية القانونية أم الدينية؟ وماهي السياسة المعتمدة في إظهار قضايا المرأة للمجتمع؟

10. كيف يروج البرنامج رؤيته بين أطراف الشعب المختلفة؟

11. كيف يتم التميز بين قضايا المرأة المختلفة؟

12. كيف يتم التعامل مع القضايا الحساسة بالمجتمع كاتفاقية سيداو؟

13. ماهي سياسية البرنامج في كسب تأييد المجتمع لقضايا المرأة بشكل عام والحساسة منها بشكل خاص؟

14. هل يتفاعل البرنامج مع المناسبات الخاصة بالمرأة؟ وكيف يتم هذا التفاعل؟

15. ما هي سياسة البرنامج في كسر الصورة النمطية للمرأة بالمجتمع؟

16. هل يستند البرنامج إلى إبراز القضية بمحتوى إعلامي متنوع؟ وكيف يتم ذلك؟

ملحق (ج)

قائمة الرصد (تحليل المحتوى)

ملاحظات	تاريخ الحلقة	وجه المقارنة	
		قضايا المرأة	الوقت المخصص لقضايا المرأة
		قضايا أخرى	
		المجموع	
		العنوان الرئيسي	العناصر التوبوغرافية في تغطية قضايا المرأة
		العنوان الفرعي	
		عنوان إرشادي	
		عنوان عمودي	
		الإطارات	
		الأرضيات	
		الألوان	
		الصورة	
		المجموع	
		خبر صحفي	اشكال والفنون الصحفية المستخدمة في تغطية قضايا المرأة
		تقرير صحفي	
		تحقيق صحفي	
		مقال صحفي	
		المجموع	
		نقاش عام	شكل عرض القضايا الخاصة بالمرأة
		مقابلة	
		استطلاع رأي	
		المجموع	
		داخل الاستديو	مكان عرض القضية
		خارج الاستديو	
		داخل وخارج الاستديو	
		المجموع	
		اللغة العربية الفصيحة	اللغة المستخدمة واللهجة
		اللغة العربية المحكية (العامية)	
		اللغة الإنجليزية	
		الاثنان معا (عربي/ إنجليزي)	
		المجموع	
		اجتماعي	فئة الموضوعات
		ديني	

		سياسي	
		ثقافي	
		صحي	
		موضة وأزياء	
		رياضة	
		تكنولوجيا	
		أعمال منزلية	
		أخرى حددها).....)	
		المجموع	
		المشاركة السياسية	نوع القضية الخاصة بالمرأة
		قضايا الأسرة (الزوج، الطلاق، النفقة.....)	
		تربية الأبناء	
		العنف	
		الصحة الإنجابية	
		الأسيرات	
		الحجاب واللباس القضايا الشرعية	
		العمل وقانونه	
		عمليات التجميل والموضة	
		الاتفاقيات الدولية: حددها من خلال الرصد	
		المجموع	
		الكشف عن الحقيقة	الهدف من اثاره القضية
		التوعية والإرشاد	
		التسلية والترفيه	
		تشجيع على العمل والتطوع والمشاركة	
		المجموع	
		التميز	القيم الإيجابية
		الإبداع	
		النجاح	
		التحدي	
		الإصرار	
		الثقة بالنفس	
		التحرر	
		المجموع	
		الاستغلال	القيم السلبية
		التهميش	
		سوء المعاملة	

		التمييز	
		الخضوع والاستسلام	
		المجموع	
		إعلاميين	الأشخاص الفاعلين
		مختصين (سياسة/ دين/ علم اجتماع... حدد	
		فنانين	
		مشاهير (مثل اليوتيوبر)	
		عامه الناس	
		المجموع	
		مؤيد	الاتجاه العام نحو قضايا المرأة
		معارض	
		محايد	
		المجموع	
	تقديم الإحصاءات وأرقام	الاستمالات العقلية	الأسلوب المستخدم للاقناع
	عرض الإيجابيات والسلبيات	الاستمالات العاطفية	
	الأسلوب اللغوي		
	الصور المستخدمة		
		المجموع	
		وكالات عالمية	مصدر الموضوعات التي عالجت قضايا المرأة
		المراسلون	
		كتاب ومحلون	
		صحف	
		مصادر أخرى ()	
		المجموع	
		المرأة	الجمهور المستهدف
		الرجل	
		الاثنتان معا	
		المجموع	
		ملاحظات	

ملحق (د)

الجداول

جدول (11)

القيم السلبية التي تناولها برنامج فلسطين هذا الصباح في طرح قضايا المرأة

الرقم	القيم السلبية	التكرار	النسبة
1	الاستغلال	-	-
2	التهميش	-	-
3	سوء المعاملة	1	100%
4	التمييز	-	-
5	الخضوع والاستسلام	-	-
	المجموع	1	100%

جدول (12)

الأشخاص الفاعلون في قضايا المرأة المطروحة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الأشخاص الفاعلون	التكرار	النسبة
1	إعلاميون	4	7.8%
2	مختصون (سياسة/ دين/ علم اجتماع... حدد	12	23%
3	فنانون	3	5.8%
4	مشاهير (مثل اليوتيوبر)	2	3.8%
5	عامة الناس	31	59.6%
	المجموع	52	100%

جدول (13)

الاتجاه العام نحو قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الاتجاه العام نحو قضايا المرأة	التكرار	النسبة
1	مؤيد	50	96.2%
2	معارض	2	3.8%
3	محايد	-	-
المجموع		52	100%

جدول (14)

الأسلوب المستخدم للإقناع في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الأسلوب المستخدم للإقناع	التكرار	النسبة
1	الاستمالات العقلية	2	0.9%
2	الاستمالات العاطفية	40	18%
	الصور المستخدمة	50	22.5%
	تقديم الإحصاءات وأرقام عرض الإيجابيات والسلبيات الأسلوب اللغوي	130	58.6%
المجموع		222	100%

جدول (15)

مصدر الموضوعات التي عالجت قضايا المرأة في برنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	مصدر الموضوعات التي عالجت قضايا المرأة	التكرار	النسبة
1	وكالات عالمية	-	-
2	المراسلون	39	75%
3	كتاب ومحللون	3	5.8%
4	صحف	6	11.5%
5	مصادر أخرى (مناسبات رسمية/ تغطية أحداث)	4	7.7%
	المجموع	52	100%

جدول (16)

الجمهور المستهدف في قضايا المرأة ببرنامج فلسطين هذا الصباح

الرقم	الجمهور المستهدف في قضايا المرأة ببرنامج فلسطين هذا الصباح	التكرار	النسبة
1	المرأة	2	3.8%
2	الرجل	-	-
3	الاثنان معا	50	96.2%
	المجموع	52	100%



**An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies**

**PALESTINE SATELLITE TV ATTITUDES IN
ADDRESSING WOMEN’S ISSUES THROUGH
“PALESTINE THIS MORNING” SHOW**

**By
Arein Abdelkareem Al-Amleh**

**Supervisor
Dr. Samah Al-Saleh**

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

2023

PALESTINE SATELLITE TV ATTITUDES IN ADDRESSING WOMEN'S ISSUES THROUGH "PALESTINE THIS MORNING" SHOW

By
Arein Abdelkareem Al-Amleh
Supervisor
Dr. Samah Al-Saleh

Abstract

The current study aimed to identify Palestine satellite TV's attitudes towards addressing women's issues through "Palestine This Morning" show. To achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive analytical approach, and the research instruments were used there the interview; as it was carried out with 6 TV employees who present "Palestine This Morning" show. The second tool was the Monitoring List (content analysis), applied to 12 episodes of "Palestine This Morning" show. After analysing the two study tools, a number of results was reached, the most important of which are:

"Palestine This Morning" show is diverse and is not exclusive to addressing women and their issues, nevertheless, a space is devoted to women's issues, especially those related to economic projects, in accordance with general television policies and standards which guarantee the conveyance of the idea and the achievement of the desired goals of raising such issues. Results also indicated that the percentage of addressing "Palestinian women's issues" during the study period was around average.

Furthermore, it should be noted that the show is diversified and targets all members of society. Press reports were the most widely used and they varied between health and human rights issues to promote and further enhance positive values among members of the Palestinian society. The topics are chosen on basis of urgency of issues and developments in the Palestinian society, in particular, and the Arab world and globally. The researcher noticed that the program emphasised the emotional appeal of the audience in an attempt to convince them of the points of view it believes in.

Keywords: Women's issues; morning television shows; Palestine TV.