

حضور المرأة الفلسطينية في الإعلام الحديث

د. سناء عز الدين عطاري

sanaatari@yahoo.com

10.21608/ijcws.2022.91771.1006

المستخلص

لقد تقدمت تكنولوجيا المعلومات في السنوات الأخيرة بشكل كبير وسريع، وقد تعددت وتنوعت الوسائط الإعلامية وزادت سيطرتها، وهذا يعني زيادة قوة الكلمة وتأثيرها على الناس نظراً لسرعة انتشارها ووصولها إلى أبعد مدى ممكن في لحظات. وتمتلك وسائل الإعلام قدرة هائلة على التأثير في الرأي العام وتغييره وتشكيله. ووجود المرأة في مجال الإعلام ضروري كوجودها في أي مجال من مجالات الحياة، فهي نصف المجتمع، ولها فكرها وثقافتها وقضاياها التي يجب أن تظهر وتطرح بقوة وجدية في وسائل الإعلام. و "حضور المرأة الفلسطينية في الإعلام الحديث" يتمثل في جانبين؛ الأول، فيه المرأة هي الإعلامية، والثاني، المرأة كما يصورها الإعلام. ونطرح هنا عدة تساؤلات عن صورة المرأة في الإعلام الفلسطيني، وعن مدى الحضور الفاعل للمرأة الفلسطينية في الإعلام الحديث، وإذا كانت الإعلامية الفلسطينية صاحبة قرار في مجال الإعلام، وعن كيفية تأثير عمل الإعلامية الفلسطينية على قضايا المرأة الأساسية والهامة مثل التعليم والعمل واحترام حقوقها وإنسانيتها وكرامتها. وتتناول الورقة المعوقات التي تواجهها المرأة أثناء عملها في الإعلام، وما هي المسؤولية الاجتماعية اتجاهها. وتطرح الورقة بعض التوصيات الهامة للوصول إلى استراتيجية إعلامية سليمة للمرأة. وهذا الموضوع يحتاج إلى أبحاث مستفيضة، وإلى إجراء الإحصائيات وتحليلها، وكذلك تحليل الأعمال الدرامية، والإذاعية، وما يُنشر في وسائط الإعلام المختلفة، حتى يتم الوصول إلى صورة كاملة وواضحة عن واقع المرأة الفلسطينية وحضورها في الإعلام.

الكلمات المفتاحية: المرأة؛ الفلسطينية؛ صورة؛ الإعلام؛ الحديث

أهمية الموضوع:

لقد شهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة في عالم الاتصالات والمعلومات، مما خلق فرصة أكبر لمشاركة المرأة في عالم الاتصالات والإعلام الجماهيري. لكن وسائل الإعلام هذه استخدمت للترويج للأنماط الثقافية التي كانت سائدة عن المرأة، كما استغلت هذه الوسائل المرأة لأغراض الدعاية والإعلان عن البضائع والمنتجات الاستهلاكية، وهذا سيستمر إذا لم تشارك المرأة بشكل مساو للرجل في صنع القرار في مجالات الإعلام والاتصال خاصة والثقافة عامة.

فالالاتصال قوة فاعلة في منح المرأة القدرة على المشاركة الفعلية في عملية التنمية المجتمعية، والإعلام قادر على تطوير مشاركة المرأة في عملية صنع القرار والتأثير على السياسات العامة وتغيير الأفكار والمعتقدات السائدة حول المرأة.

ولكن من الواضح قلة تواجد المرأة في أماكن صنع القرار في مجال الإعلام مما له تأثير على السياسات والمضامين والقدرة على التعبير عن وجهات نظر نسوية، وهذا يعتبر مؤشراً على عدم المساواة بين الجنسين ووجود التمييز ضد المرأة، وقد تجلى ذلك في الصورة السلبية عن المرأة في الإعلام المرئي والمسموع والإعلام المكتوب. (أرصغلي، ٢٠٠٣، ص ٣٤٩)

وتسليط الضوء على هذه القضايا ومناقشتها هام جداً لتحسين الوضع الحالي ورفع مستوى المشاركة الحقيقية للمرأة الفلسطينية في الإعلام، وفي اتخاذ القرارات، وكذلك للعمل على طرح قضايا المرأة الهامة والجوهرية في الإعلام، مثل حقوقها الإنسانية وحقوقها في التعليم والعمل، وقضايا العنف والاعتداءات الجنسية والقتل على خلفية الشرف وغيرها.

المرأة العربية والإعلام

خلال العقود الأخيرة دخلت المرأة العربية مختلف ميادين العلوم والعمل، وكان للإعلام نصيب من تواجد المرأة العربية كونه وسيلة مهمة لنقل الرسالة وتغيير المجتمع، كما أنه القلم الذي تطمح من خلاله أن تشارك في بناء المجتمع، ومن خلاله يتم لفت النظر إلى القضايا التي تتعلق بالمرأة بشكل خاص، وبالمجتمع بشكل عام، وعلى الرغم من أن المرأة العربية تواجدت في هذا القطاع منذ فترة مبكرة عند ظهوره في الوطن العربي إلا أنها لا زالت تعاني جملة من العوائق التي تمثل لها تحديات حقيقية تحول بينها وبين الحضور القوي والفعال في القطاع الإعلامي ففي السنوات الأخيرة كثرت المؤسسات الإعلامية، وزاد بالطبع عدد الإعلاميات العاملات فيها، لكننا على الرغم من وجود ذلك العدد الكبير لا زلنا نفتقر إلى الطرح الجاد والبناء من قبل كثير من تلك الشخصيات الإعلامية.

المرأة الفلسطينية والإعلام

رغم خوض المرأة الفلسطينية دورها النضالي والسياسي والاجتماعي جنباً إلى جنب مع الرجل في كافة مراحل القضية الفلسطينية، إلا أن دورها الإعلامي المهني تأخر في الظهور، علماً بأن تاريخ الإعلام الفلسطيني يعود إلى سنوات ما قبل الانتداب البريطاني على فلسطين؛ ولعل ذلك يعود إلى القيود الاجتماعية التي فرضتها العادات والتقاليد الفلسطينية؛ فلم يكن العمل الصحفي في تلك الفترة للنساء عملاً مقبولاً اجتماعياً كالتدريس والتمريض؛ لأن العمل الصحفي يتطلب خروج المرأة واختلاطها بالرجل؛ فاقصر العمل الإعلامي على عدد محدود من النساء الفلسطينيات، ممن شجعهن أزواجهن على خوض غمار هذا الميدان، أمثال: "منامة الصيداوي، وسائدة نصار، التي كانت تساعد زوجها الصحفي نجيب نصار في تحرير صحيفة الكرمل؛ وماري بولس؛ إضافة إلى أسمى طوبي، وسميرة عزام؛ كما قامت بعض النساء الفلسطينيات في تلك الفترة بالكتابة بأسماء مستعارة؛ خوفاً من التعرف عليهن من قبل أسرهن أو المجتمع المحيط.

ولا تشير الدراسات التاريخية، إلا فيما ندر، إلى مساهمات المرأة الفلسطينية الإعلامية ما بعد الثلاثينيات وحتى منتصف الستينيات؛ إذ تشكل "الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية" عام ١٩٦٥، والذي تفرعت عنه عدة لجان متخصصة، منها: "اللجنة الثقافية والإعلام"، التي صدر عنها مجلة "الفلسطينية"، كلسان حال الاتحاد؛ كما صدر عن الاتحاد أيضاً "صوت المرأة الفلسطينية"، وهي نشرة صدر العدد الأول منها في ٢٥ نيسان ١٩٦٧، ولم ينتظم صدورها؛ إلا أن العمل الإعلامي للاتحاد العام للمرأة الفلسطينية لم يتوقف؛

فصدر عنه مجلة "الفلسطينية الثائرة" في عمان عام ١٩٧٠، ثم مجلة "الفلسطينية" عام ١٩٨٨، وكان من أبرز اللواتي كتبن فيها: فريال عبد الرحمن، وفتحية العسال، وعبلة الدجاني، وفيحاء عبد الهادي. (وفا وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية).

وحسب "الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني" في تقرير "المرأة والرجل في فلسطين قضايا وإحصاءات" الصادر في كانون الأول ٢٠١٨ هناك ٢٩,٣% من الصحافيين المسجلين في نقابة الصحفيين الفلسطينيين هن من النساء؛ مقابل ٧٠,٧% من الذكور؛ في حين نجد أن ٣٣,٣% من رؤساء التحرير في الضفة الغربية هن من النساء، مقابل ٦٦,٧% من الذكور.

وخلال الانتفاضة الفلسطينية الأولى "١٩٨٧-١٩٩٣"، وصل عدد كبير من الإعلاميين الأجانب إلى الأراضي الفلسطينية المحتلة، وكان لا بد من مساعدتهم من قبل الإعلاميين الفلسطينيين في الحركة وتغطية الأحداث وترتيب اللقاءات مع الشخصيات الوطنية والقيادات الميدانية للانتفاضة؛ فشاركت بعض النساء الفلسطينيات في هذا العمل، وخاصة طالبات الجامعات اللواتي تحدثن لغات أجنبية؛ حيث اتخذن العمل الإعلامي مهنة لهن في وقت لاحق. ومن أهم أسماء الإعلاميات الفلسطينيات التي برزت في تلك الفترة جيفارا البديري وشيرين أبو عاقلة وهما مراسلتان صحفيتان لقناة الجزيرة الفضائية.

كما برزت في تلك الفترة إعلاميات فلسطينيات في مجال المراسلة والتصوير الصحافي والتلفزيوني، على سبيل المثال: رولا أمين، التي بدأت عملها كمصورة تلفزيونية لشبكة CNN في الضفة الغربية، والمصورة الصحافية رولا الحلواني التي عملت في وكالة رويتر؛ والمصورة والمخرجة بثينة خوري؛ والمصورة التلفزيونية سهير إسماعيل؛ وغيرهن الكثيرات من الإعلاميات الفلسطينيات. وقد ساهم تشكيل وزارة الإعلام الفلسطينية، كوزارة لرعاية ومتابعة للشؤون الإعلامية، في تفعيل العمل الإعلامي الفلسطيني النسوي؛ حيث منحت عدة تراخيص لأصحف ومجلات نسائية، منها: "صوت النساء"، و"مجلة يناعيع" الصادرة عن "جمعية المرأة العاملة".

وبصدور صحف "الأيام" و"الحياة الجديدة" بالإضافة إلى صحيفة "القدس"، ازدادت الفرص للأعلام النسائية الفلسطينية في الكتابة، وفتح المجال للمراسلات والمصورات الصحافيات للعمل في الصحف. كما كان لإنشاء هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية ("صوت فلسطين"، و"تلفزيون فلسطين")، وترخيص عدد كبير من محطات التلفزة، والإذاعة المحلية الخاصة، دوراً كبيراً في بروز عدد من الإعلاميات الفلسطينيات مذيعاتٍ ومراسلاتٍ ومصوراتٍ وإداريات.

ومع انتشار المحطات الفضائية العربية، واهتمامها بالشأن الفلسطيني؛ أتاحت الفرصة لعدد من الإعلاميات الفلسطينيات بالعمل مع هذه الفضائيات العربية كمراسلات من فلسطين، وحققن نجاحات متميزة ولافته للانتباه خلال الانتفاضة الفلسطينية الثانية (انتفاضة الأقصى).

ومع تسارع الأحداث في فلسطين على الصعيد الميداني، كانت مشاركة الاعلاميات الفلسطينيات واضحة، لا سيما في تغطية الحروب الإسرائيلية على قطاع غزة وفعاليات مقاومة الجدار والاستيطان والهيئات الجماهيرية، وخاصة التي اعقبت اغلاق سلطات الاحتلال الإسرائيلي أبواب المسجد الأقصى، أو التي اعقبت إعلان الرئيس الأمريكي ترامب حول القدس نهاية العام ٢٠١٧.

لا شك أن المتابع للمشهد الإعلامي الفلسطيني اليوم، يجد فيه مساحة واسعة لمشاركة المرأة الإعلامية في كافة المجالات الإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية، عدا عن أنها تقوم بكافة المهام؛ فجندها مراسلة تنقل الحدث وتتعرض لنيران الاحتلال؛ ومصورة، ومذيع، ومقدمة برامج، ومحررة، ومخرجة. وهذا يؤكد على تطور مشاركتها الإعلامية بشكل لافت (وفا وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية).

أدبيات فلسطينيات في الإعلام:

برزت منذ النصف الثاني من القرن الماضي بعض الأسماء لإعلاميات فلسطينيات عُرفن كأدبيات وشاعرات، ومن أشهرهن ليانا بدر، من مواليد القدس ١٩٥٠، وهي روائية وكاتبة قصة قصيرة، وقد عملت محررة ثقافية في مجلة "الحرية" التي أصدرتها الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين، (الجوسي، ٢: ٢٢).

والأديبة سامية الخليلي، وهي من مواليد مدينة القدس أيضاً، درست الصحافة والإعلام في جامعة بير زيت، وعملت في صحيفة الفجر المقدسية طيلة ١٥ عاماً، كما عملت سكرتيرة تحرير لمجلة الفجر الأدبي التي ترأسها زوجها الأديب الفلسطيني الكبير على الخليلي عام ١٩٩٤، ثم انتقلت للعمل في هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية كمعدة ومقدمة للبرامج السياسية والفكرية والثقافية، وكاتبة للدراما الإذاعية. وقد ساهمت في تأسيس نقابة الصحفيين الفلسطينيين.

وكان للأديبة المقدسية ديمة السمان، باع في العمل الصحفي، وقد تلقت تعليمها في مدرسة الشميدت، ثم درست "علم اللغات" في جامعة بير زيت. عملت في بعض الدوريات التي كانت تصدر في القدس ومنها: مجلة الأسبوع الجديد، ومجلة مع الناس، وصحيفة الصدى، وصحيفة مرايا. وقد شغلت عضواً منتخباً في الهيئة الإدارية لاتحاد الكتاب الفلسطينيين. نشرت لها العديد من القصص القصيرة، والمقالات الاجتماعية، ومقالات الأدب السياسي في مختلف الدوريات التي تصدر في فلسطين والخارج وعلى صفحات المواقع الإلكترونية المختلفة، بالإضافة إلى الدراسات والتقارير المتخصصة في مجال التربية والتعليم. ونشرت لها مقالات أسبوعية تحت عنوان "امرأة شرقية" في جريدة الصنارة التي تصدر في مدينة الناصرة، وبعض المقالات الاجتماعية في صحيفة القدس اليومية. تنشر حالياً بعض الإنتاجات الأدبية على الصفحات الإلكترونية.

وكذلك الأديبة والباحثة الأكاديمية سناء عطاري (كاتبة هذه الورقة)، وهي من مواليد القدس، درست في جامعتي بيت لحم وبيروت، وتحمل شهادة الدكتوراة في الأدب، لها العديد من المقالات والأبحاث المنشورة في الصحف المحلية والمواقع الإلكترونية، وهي عضو في هيئة تحرير مجلة مشارف مقدسية التي تصدر عن اللجنة الوطنية للقدس عاصمة دائمة للثقافة العربية.

ونلاحظ أن هؤلاء الإعلاميات أدبيات وعلى مستوى عالٍ من الثقافة والتعليم، وتركز أثراً واضحاً في العمل الإعلامي.

المشكلات والعوائق في مجال إعلام المرأة:

لقد عانى الإعلام الفلسطيني بشكل عام وطوال سنوات الاحتلال الإسرائيلي، من معوقات كبيرة، كان سببها الأساسي سياسة سلطات الاحتلال الإسرائيلي، التي قمعت حرية الرأي والتعبير، ولم تسمح بصدور الصحف بحرية، وضيق الخناق على الصحفيين.

وعلى الرغم من هذه السياسة، برزت بعض الأطر النسوية التي أخذت على عاتقها توعية المرأة الفلسطينية إعلامياً وسياسياً وثقافياً؛ وصدرت مجلة "صمود" عن اتحاد لجان العمل النسائي الفلسطيني؛

ومجلة "المرأة" الصادرة عن مركز الدراسات في القدس؛ و"زيتونة بلدنا"؛ وغيرها من الإصدارات الإعلامية النسوية؛ كما برزت العديد من الشخصيات النسائية في مجال الإعلام، أمثال: "عصام عبد الهادي، وفدوى اللبدي، وفريال عبد الرحمن، وفتحية العسال، وفيحاء عبد الهادي، وسهام أبو غزالة، وإلهام أبو غزالة، وعبير شحادة، وحليمة جوهر، وسحر الوزني، وصباحية عوض، ومها الكردي، وميسون الوحيدى، ونائلة صبري، وفاتنة القباني، وحية البط، وسهير فتحي جرار، ويولاند النصارية، ومارلين الياس، ووداد البرغوثي، وعطاف عليان، وسلافة حجاوي التي أصبحت ممثلة للاتحاد العام للكتاب والصحفيين لدى الاتحاد العام للصحفيين العرب الذي انتدبها لتمثيل الاتحاد في منظمة الصحفيين العالمية لعدة سنوات. كما كانت عضو الأمانة العامة للاتحاد العام للكتاب والصحفيين الفلسطينيين وغيرهن العديد.

يضاف إلى ذلك قلة وجود نساء قيادات في مراكز صنع القرار. وقلة إلمام العاملين في وسائل الإعلام بقضايا النوع الاجتماعي وأهميتها، وكذلك استمرار وجود أنماط سلبية عن المرأة حتى من خلال الوسائل الجديدة للإعلام والمتمثلة في ألعاب الفيديو والإنترنت والفيديو كليب.

صورة المرأة الفلسطينية في الإعلام:

تشير كثير من الدراسات التي أجريت على صورة المرأة في وسائل الإعلام العربي، إلى أن المرأة تعرض في وسائل الإعلام كرمز وأداة، وتستخدم الإعلانات المرأة لكي تبيع المنتجات، كما تساعد صور العنف والصور الفاضحة للمرأة لتسويق الأفلام، وبدلاً من إعطاء الأولوية للرفاهية الاجتماعية، تخاطب وسائل الإعلام الأذواق الشعبية من أجل كسب مزيد من الأموال.

كما يركز الإعلام على الأدوار الاستهلاكية للمرأة، مستخدماً الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الأنماط الاستهلاكية والفردية والإثراء السريع، والتي تؤدي إلى استفزاز الجمهور المتلقي، في الوقت الذي تستطيع فيه وسائل الإعلام أن تزيد من مشاركة المرأة وإعطائها الفرصة للتعبير عن النفس، واتخاذ القرار من خلال وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

أما صورة المرأة في الإعلام الفلسطيني فهي مختلفة تماماً نظراً لخصوصية الوضع الفلسطيني، فالواقع السياسي وأولويات النضال ضد الاحتلال الإسرائيلي جعلت قضية المرأة ونضالها تعود إلى الوراثة، فهي ليست من أولويات الإعلام. لذلك لا نرى برامج إذاعية أو تلفزيونية تعنى بقضايا المرأة المركزية والمصيرية مثل العمل والتعليم والعنف وجرائم القتل على خلفية الشرف.

وقضية المرأة لا تنفصل عن القضية الوطنية بل هي جوهرها ولبها، فإذا لم نهتم بنصف المجتمع وقضاياها الأساسية من تعليم وصحة وأمن وعمل وحقوق إنسانية فإننا ندمر المجتمع والوطن، ونجعل تقدمه الحضاري يتأخر مئات السنين إذ أننا نهتمش ونهمل طاقات وقدرات نصف أفراد.

وفي نفس الوقت فإن أولويات النضال ضد الاحتلال قد حمت المرأة من أن تعرض سلعة في الإعلانات وفي فيديو كليب الأغاني، فنحن لا نعيش حالة الرفاهية التي تشجع على ذلك.

وقد حدد هذا الواقع السياسي صورة المرأة في الإعلام، فالصورة النمطية التي نجدها اليوم للمرأة الفلسطينية في الإعلام المرئي والمسموع والمقروء هي المرأة أم الشهيد وزوجة الأسير، ودون تعريفها باسمها في أحيان كثيرة. وغابت عن المشهد صورة المرأة المناضلة وظهرت صورة المرأة المرابطة والتي هي أضيقت بكثير من صورة المرأة المناضلة من حيث العمل والبعد المكاني، حيث تقتصر المرابطة على التواجد في المسجد الأقصى.

وتقدم في وسائل الإعلام المختلفة صورة المرأة كضحية للاحتلال وممارساته ولكنها لا تقدم كضحية لواقع التمييز بين الجنسين (شاهين، ٢٠١٠).

وإذا اطلعنا على بعض المواقع الإعلامية الفلسطينية نجد المرأة شبه غائبة، فهي غائبة في الأخبار، وفي التقارير، وفي المقابلات، وفي الدراسات وفي الصور. وحسب قناعاتي فإن هذا التغيب للمرأة لا يمكن تبريره إلا بسيطرة الأفكار القبلية التقليدية التي تعتبر المرأة عاراً فاسمها عار وصورتها عار وصوتها عار، كما أن المجتمع لا يعتبرها مؤهلة للكثير من المهن والأعمال، وإن استطاعت دخولها فإنه يتم تغيبها حتى لا تنافس الرجل أو تتفوق عليه، لذلك لا تمنح ما تستحق من فرص.

لقد راجعت قائمة البرامج في إحدى محطات الإذاعة الفلسطينية فوجدتها حوالي ٩٤ برنامجاً، لم أجد منها أي برنامج يعالج قضايا وشؤون المرأة، أو يساعد على تمكينها إلا برنامجاً واحداً. كما أنه لا يوجد أي برنامج يسلط الضوء على شخصيات نسائية قيادية أو مميزة، أو يظهر إنجازاتها. وغالباً ما يتكرر برنامج الأسرة الذي يعتبر برنامج المرأة والذي يشمل فقرة المطبخ، وترتيب المنزل، والعناية بالأبناء وتربيتهم ضمن المعايير الاجتماعية، وهكذا فإن وسائل الإعلام لا تخاطب عقل المرأة، ولا تقوم بدور إيجابي في دفع قضايا المرأة إلى الأمام بل تكتفي برصد واقعها الراهن بسلبياته وإيجابياته وتسعى إلى تكريس أدوارها التقليدية متجاهلة إنجازات بعض النساء في مجالات التعليم والعمل والإبداع الفكري والفني.

وفي دراسة أجريت عام ٢٠٠٩ حول التغطية الإعلامية للصحف الفلسطينية الثلاث: القدس، والأيام، والحياة الجديدة لمواضيع وقضايا تخص المرأة تبين أن التغطية ذات الطابع الإخباري هي اللون الصحافي الطاغي على مضمون التناول الإعلامي في الصحف الثلاث، في حين احتل التقرير الصحافي المرتبة الثانية بفارق كبير بين المساحة التي يحتلها كل من الخبر والتقرير على صفحاتها. وتراجعت القصة الصحافية لتشكل ١,١% فقط من إجمالي المواد المنشورة، أما التحقيقات الصحافية فقد غابت تماماً من الصحف الثلاث خلال فترة الرصد، وهو اللون الصحافي الأكثر قدرة على تسليط الضوء على المشكلات التي يعانها المجتمع في شتى المجالات لا سيما قضايا المرأة وعدم المساواة بين الجنسين، من خلال عرض المشكلات وآراء مختلف الأطراف ذات العلاقة والحلول المتاحة لمعالجة مثل هذه المشكلات (شاهين، ٢٠١٠).

وهذا يقلص ويحدد الدور الإيجابي للإعلام الذي يمكن أن يكون فعالاً في التأثير على الرأي العام وتغييره وتشكيله، ولذلك من الضروري القيام ببرامج تقوية ودعم للقيادات النسوية الفلسطينية في مجال الإعلام فهي تمثل وسيلة لتغيير الأنماط الفكرية والثقافية السائدة عن المرأة في فلسطين، وتفعيل قدرة الإعلام على ترسيخ قيم وممارسات بديلة من شأنها تشجيع حصول المرأة الفلسطينية على فرص متساوية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية (عشراوي، ٢٠٠٣، ص ٣٤٨).

تأثير وسائل الإعلام على المرأة

الإعلام مسؤول عن إعطاء صورة متوازنة وغير نمطية عن المرأة في الإعلام، حيث تعتبر الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والإنترنت وسائل قوية للمطالبة بالمساواة بين الجنسين، وإبراز دور المرأة في المجتمع، وذلك بعرض النماذج المشرقة للمرأة في كل المجالات، ومن هنا يجب دعم الدور الإيجابي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في عملية تمكين المرأة، كما يجب الاستمرار في البحث عن طرق وأساليب جديدة، للتأكد من أن صوت المرأة يجد من يسمعه. وتحمل هذه المسؤولية أيضاً النساء

العاملات في الحقل الإعلامي، حيث إن هناك زيادة في عدد النساء المتخرجات في أقسام الصحافة وكليات الإعلام، واللاتي يعملن في المؤسسات الإعلامية على المستوى المهني. ولكن رغم أن بعض النساء قد حصلن على مناصب صنع القرار في المؤسسات الإعلامية، فما زال عليهن أن يلعبن دوراً أكثر نشاطاً وحيوية، في تغيير الصورة التي تقدم بها المرأة في الإعلام، وإن هذه الزيادة في عدد النساء في المناصب القيادية لا تعني التحكم في مضمون البرامج، ولذا يمكن القول إن حصول المرأة على المناصب القيادية في الإعلام لم يعطهن حرية تحديد القيم الاجتماعية السائدة. لا شك أن متغيرات العصر الحاضر ومطالبه المتنوعة، قد ساعدت على خروج المرأة من المنزل وانتقالها للعمل في المؤسسات والشركات ومشاركتها الفعلية في الإنتاج الاقتصادي وعملية البناء في الوطن، وأدى ذلك إلى تغيير بعض وظائفها في المنزل، وخلق مهمات جديدة مزدوجة، اقتضت التوفيق والموازنة بين دورها في رعاية زوجها وتنشئة الأطفال والمهام الأخرى التي تضطلع بها داخل المنزل، وبين دورها الجديد في موقع العمل. ومن المفترض أن يؤدي ذلك بدوره إلى تغيير جذري، وإلى تغيير للأدوار فيما يتعلق بصناعة القرار في الأمور العائلية والشخصية والاجتماعية، وسوف يؤدي ذلك بدوره إلى بروز مشكلات وقضايا جديدة ينبغي رصدها ومعالجتها بالقراءة والتحليل. وإذا اعتبرنا الثقافة هي المدخل الصحيح لمعالجة هذا الواقع، فإن اللغة هي الرمز المعبر عن ثقافة أي مجتمع، فهي لغة التخاطب، وهي لغة الكتابة والآداب والفنون وهي لغة التدوين التي تسلط الضوء في وسائل الإعلام المتنوعة على جملة المشاكل الاجتماعية التي تواجه المرأة وتعطل حركتها وإسهاماتها في عملية النهوض الاجتماعي والاقتصادي والوطني، بغية إيجاد مخارج وحلول لها كونها تشكل نصف المجتمع.

المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

تقع على وسائل الإعلام مسؤولية اجتماعية فيما يتعلق بالاهتمام بقضايا المرأة والمساعدة في تغيير واقعها. ولا نستطيع أن ننكر التغيير الحادث في اتجاه إعطاء أهمية خاصة لتغيير صورة المرأة في الوسائل الإعلامية، والتي تمتلك إمكانيات هائلة تستطيع من خلالها تغيير أوضاع المرأة إذا أحسن توظيفها. فهي ذات تأثير على السياسة العامة والمواقف والسلوكيات الخاصة. وعلى وسائل الإعلام أن تقدم صورة متوازنة عن تنوع حياة المرأة ومساهماتها في المجتمع في عالم متغير. وما تقدمه وسائل الاتصال من أعمال وبرامج تركز الأدوار التقليدية، تؤثر سلباً على مشاركة المرأة في المجتمع، ويجب إيجاد الظروف المواتية لها من خلال تحسين مهاراتها ومعارفها وفرص وصولها إلى تكنولوجيا المعلومات، من أجل تعزيز قدرتها على مكافحة الصورة السلبية، والقضاء على كافة أشكال التمييز، والتصدي لحالات إساءة استعمال السلطة في هذه الصناعة التي تتعاظم أهميتها ومسؤوليتها الاجتماعية عن تهيئة المناخ المناسب للاعتراف بحقوق المرأة واعتبارها جزءاً أساسياً من حقوق الإنسان (رمزي، ٢٠٠١، ص١٦٨).

نحو استراتيجية إعلامية للمرأة

من أجل بناء استراتيجية إعلامية للمرأة، تعمل على تغيير الواقع الذي يروج للصورة النمطية التقليدية للمرأة، ومن أجل مواكبة التطور في وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، يجب العمل

على أن تكون المرأة شريكاً مساوياً للرجل في صنع القرار في مجالات الإعلام والاتصال خاصة والثقافة عامة. ويجب أن يتيح الإعلام الفرص والإمكانيات الكبيرة والمهمة التي تمكن المرأة من التقدم وتحقيق المساواة بينها وبين الرجل عن طريق نقل صور حقيقية عن الجنسين بعيدة عن الأنماط الثقافية والفكرية السائدة عن الطرفين بالإضافة إلى احترام كرامة الإنسان. (أرصغلي، ٢٠٠٣، ص ٣٤٩).

استخلاصات وتوصيات:

الاتصال قوة فاعلة في منح المرأة القدرة على المشاركة الفعلية في عملية التنمية المجتمعية، والإعلام قادر على تطوير مشاركة المرأة في عملية صنع القرار والتأثير على السياسات العامة وتغيير الأفكار والمعتقدات السائدة حول المرأة. وما زالت الصورة النمطية للمرأة هي السائدة في وسائل الإعلام الفلسطينية، وما زالت الإعلامية الفلسطينية بعيدة عن مواقع اتخاذ القرارات الحقيقية المؤثرة في تطوير وتمكين المرأة في المجتمع الفلسطيني، والقادرة على طرح قضاياها الهامة والأساسية بجرأة ووعي.

وبناء على ما تم طرحه في هذه الورقة البحثية أقدم التوصيات التالية:

- ضرورة وصول المرأة إلى مراكز صنع القرار في قطاعات الإعلام والاتصال للتصدي للصور النمطية السائدة عن المرأة وما تحويه من تمييز واضح ضدها.
- فتح مجال أوسع أمام المرأة للوصول والتعبير عن نفسها من خلال وسائل الإعلام.
- استخدام الإعلام كقوة قادرة على الدفاع عن حقوق المرأة وأهمية مشاركتها في تنمية المجتمع وتطويره مع الحفاظ على حرية الصحافة والتعبير.
- تطوير سياسات إعلامية منسجمة مع المساواة في قضايا النوع الاجتماعي.
- زيادة وعي المسؤولين والخبراء الإعلاميين لأهمية زيادة التغطية الإعلامية لوجهات النظر النسوية في مختلف القضايا وأهميتها في المجتمع.
- إنشاء شبكات إعلامية نسائية كوسيلة لنشر المعلومات وتبادل الآراء وتقديم الدعم للمجموعات النسائية العاملة في وسائل الإعلام.
- القيام بدراسات متخصصة ومعقدة تتناول المرأة في الإعلام في كافة مجالاته، حتى يتم الحصول على صورة واضحة ودقيقة للواقع.

المراجع:

- ١- أرصغلي، علياء. (٢٠٠٣). *المرأة والإعلام*، في *وضعية المرأة الفلسطينية/دراسات وتقارير*، المجلد الثاني (٣٤٩-٣٥٤).
- ٢- الجبوسي، سلمى الخضراء. (١٩٩٧). *موسوعة الأدب الفلسطيني المعاصر* (الجزء الثاني: النشر). المؤسسة العربية للدراسات والنشر. بيروت: لبنان.
- ٣- "الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، "تقرير "المرأة والرجل في فلسطين قضايا وإحصاءات"، كانون الأول ٢٠١٨.
- ٤- حبيب، زينب منصور. (٢٠١٠). *الإعلام قضايا المرأة*. دار أسامة، عمان، الأردن.
- ٥- رمزي، ناهد. (٢٠٠١). *المرأة والإعلام في عالم متغير*. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.
- ٦- شاهين، خليل. (٢٠١٠). *الرصد الإعلامي لصورة المرأة الفلسطينية*. منشورات مفتاح: المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية. فلسطين.
- ٧- عطاري، سناء. *المرأة الفلسطينية المقدسية والإبداع الأدبي*. مجلة مشارف مقدسية، العدد (٣)، ٢٠١٥، ٤٩-٥٥.

- ٨- العبد، عاطف، وآخرون. (٢٠٠٨). *المرأة العربية ووسائل الإعلام*. دار الفكر العربي، مصر.
- ٩- عشراوي، حنان. (٢٠٠٣). *برنامج تقوية ودعم القيادات النسوية-الإعلام، في وضعية المرأة الفلسطينية/دراسات وتقارير*، المجلد الثاني (٣٤٥-٣٤٨).
- ١٠- *المرأة الفلسطينية والإعلام*، مركز المعلومات الوطني الفلسطيني wafa.ps.