



تأطير قضايا المرأة المصرية فى برامج تليفزيون الدولة من منظور المسؤولية الاجتماعية

إلهام يونس*

مقدمة:

يعد الاهتمام بالمرأة والقضايا المتصلة بها أحد أهم مداخل تحقيق التنمية المجتمعية الشاملة، ولما كانت تنمية المرأة وتمكينها ومشاركتها فى التنمية الشاملة لمجتمعها يعد من أهم معايير تقدم الأمم؛ حيث يمثل وضع المرأة فى المجتمع مؤشراً دالاً على ظاهر وعمق هذا المجتمع، وعلى الرغم من وجود الموثائق والمعاهدات الدولية التي تنص على تفعيل دور المرأة ومشاركتها فى الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، فإن تواجدها على الساحة ومشاركتها وفعالية هذا التواجد مازال دون المستوى المطلوب، لاسيما أن هذه الموثائق كثيراً ما تعكس بصماتها على دساتير وتشريعات محلية، قد تكون معبرة عن تطورات مكتسبة أكثر منها تعبيراً عن تطور ذاتي داخل الأفراد فى المجتمعات.

وقضايا المرأة، شأنها شأن أى قضية مجتمعية أخرى، لا يمكن عزلها عن حركة الثقافة السائدة وقيمها المستقرة، وما تمر به المنطقة من تيارات جديدة تتدافع وتتصارع مع تلك القيم السائدة^(١).

وتعد قضايا المرأة من أهم القضايا التي تتم مناقشتها فى وسائل الإعلام فى السنوات الأخيرة، وجاء هذا الاهتمام متماشياً مع الاتجاه السياسي العام الذى أصبح يولي المرأة وقضاياها اهتماماً متزايداً، لدرجة أن أطلق على هذا العام عام المرأة المصرية، وتتبع أهمية قضايا المرأة وخصوصيتها من أنها تتشابه مع كل القضايا المجتمعية الأخرى، مثل قضايا الاستقلال السياسي أو التحرر الثقافي، أو الذاتية الثقافية^(٢).

ومع تزايد الاهتمام العالمي بقضايا المرأة برز الحديث عن الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى التصدى لهذه القضايا والإسهام الفاعل وطرح الحلول لها؛ لذلك فإن للبرامج التليفزيونية دوراً كبيراً فى تغيير نظرة المجتمعات العربية لصورة المرأة النمطية التي يعرضها التلفزيون، وكذلك معالجة الكثير من المشكلات التي واجهت المرأة فى سوق العمل^(٣).

إن نتائج العديد من الدراسات والبحوث تشير إلى أن وسائل الإعلام المختلفة لم تقم بالدور المطلوب والمتوقع منها، ولا يرجع ذلك فقط إلى القائمين على هذه الوسائل، ولكن يرجع أيضاً إلى الصورة السائدة عن المرأة فى المجتمع، والتي شكلتها اعتبارات ثقافية، وموروثات تقليدية يصعب تغييرها، كما أنه يستغرق وقتاً لتغييره، ويحتاج هذا التغيير إلى خطة مدروسة لتغيير اتجاهات المجتمع بكافة فئاته وطوائفه^(٤).

* إلهام يونس، مدرس بقسم الإنتاج الإعلامى بالمعهد الدولى العالى للإعلام، والقائم بأعمال رئيس قسم الإنتاج الإعلامى، أكاديمية الشروق.



وبالتالى فإن الدور المتوقع أن تقوم به وسائل الإعلام من أجل دمج المرأة فى التنمية يتمثل فى إسهامها فى الجهود المبذولة للتغلب على الأفكار السائدة عن المرأة ككائن سلبى وثانوي لا أهمية اجتماعية له، وإعطاء صورة صحيحة عن دورها الإيجابى وإسهامها فى تقدم المجتمع.

وقد تعالت الأصوات التى تؤكد تراجع دور تليفزيون الدولة أمام الفضائيات الخاصة فى الإسهامات الحقيقية للتنمية ومعالجة مشكلات المجتمع المصرى بكل فئاته؛ ولذلك دعت الضرورة البحثية إلى بحث أطر معالجة تليفزيون الدولة للقضايا المتنوعة التى تقدم للمرأة المصرية من منظور المسؤولية الاجتماعية، ومدى تقديم هذه المعالجة لقضايا تسهم فى دعم المشاركة السياسية والثقافية للمرأة، ومدى تقديم نماذج تدفع دور المرأة للأمام، وتؤكد فعاليتها على جميع الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة فى:

التعرف على أطر معالجة قضايا المرأة ومدى التزام برامج المرأة المصرية فى التليفزيون الحكومى بالمسؤولية الاجتماعية فى معالجة هذه القضايا المتنوعة (السياسية، والتعليمية، والاقتصادية، والدينية والصحية، والثقافية).

أهمية الدراسة:

- ١- تحديد أجندة الإعلام المصرى الحكومى فى تناول قضايا المرأة ومدى اهتمام البرامج بالقضايا السياسية والثقافية الموجهة للمرأة.
- ٢- دراسة أطر تناول قضايا المرأة المصرية فى التليفزيون المصرى.
- ٣- دراسة مدى التزام برامج المرأة بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام فى تناول القضايا، خاصة مع تعالى الأصوات التى تنادى بضرورة ضبط الأداء الإعلامى.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على أطر تناول قضايا المرأة من منظور أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمعالجة الإعلامية للقضايا الموجهة للمرأة المصرية فى القطاعات المختلفة.
- ٢- تقييم أساليب المعالجة الإعلامية من منظور المسؤولية الاجتماعية لقضايا المرأة المصرية المقدمة فى القنوات الفضائية المصرية.
- ٣- تحديد نسبة معالجة القضايا السياسية فى برامج المرأة المصرية ومعرفة هل يؤثر الإعلام فى دعم المرأة سياسياً أم لا.



٤- تقديم رؤية متكاملة لما ينبغي أن تكون عليه أجندة القضايا الموجهة للمرأة المصرية.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما القالب الفني للفقرة وسماته؟
- ٢- ما طبيعة الضيوف في الفقرات؟
- ٣- ما طبيعة مشاركة الجمهور في البرنامج؟
- ٤- ما المدة الزمنية للقضايا التي تمت معالجتها؟
- ٥- ما مدى الالتزام بمعايير المسؤولية الاجتماعية في معالجة الموضوعات المتنوعة؟
- ٦- ما موضوعات القضايا التي تناولها البرنامج؟
- ٧- ما نوعية الأطر المستخدمة في معالجة هذه القضايا المتنوعة من حيث المضمون؟
- ٨- ما نوعية الأطر من حيث الاتجاه (عام ومحدد)؟
- ٩- ما نوعية أطر المخرجات (مكاسب أم خسائر)؟
- ١٠- ما المداخل الإقناعية التي استخدمت في عرض القضايا؟
- ١١- ما العلاقة بين نوعية القضايا ونوعية الأطر المختلفة المستخدمة؟
- ١٢- ما العلاقة بين المداخل الإقناعية والأطر الأخرى المستخدمة؟

الإطار المنهجي:

١- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتحليلها، وهي دراسة كمية وكيفية، تهتم برصد المعاني والدلالات والرموز اللغوية في الرسالة الإعلامية ودلالاتها؛ لاستنباط العلاقة بين الرمز والمعنى.

٢- مجتمع الدراسة التحليلية: يتحدد مجتمع الدراسة التحليلية في البرامج الموجهة للمرأة المصرية والمذاعة في القنوات الفضائية التابعة لتلفزيون الدولة.

٣- عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة التحليلية في اختيار القناة الفضائية الثانية وبرنامج زينة نموذجاً للبرامج التي تهتم المرأة المصرية، والتي جاءت في المرتبة الأولى في استطلاع رأى قامت به الباحثة.



إجراءات الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بسؤال ٣٠ مفردة من سيدات المجتمع المصري عن أكثر القنوات الفضائية الحكومية التي يتابعنها (وتم هذا السؤال عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي)، وكذلك أكثر برامج المرأة تفضيلاً، وقد حظيت القناة الفضائية المصرية الثانية بإجمالي أصوات بلغ ٢٠ صوتاً من إجمالي ٣٠ صوتاً، ثم قناة النيل للأسرة والطفل بإجمالي ١٤ صوتاً، ثم قناة نايل لايف بإجمالي أصوات ٨، وبسؤال المبحوثات عن أفضل برامج المرأة في القناة التي قمن باختيارها ذكرت نسبة ٦٨% منهن برنامج زينة و ٢٧% لم تفضل برامج المرأة في التلفزيون المصري و ٥% لم تتذكر اسم برنامج محدد.

وكان سبب التفضيل يتمثل في ارتباط المضمون بالمجتمع المصري والعربي، وارتباطهن بالشخصيات مقدمات البرنامج، وتوافر محتوى برنامج "زينة" الخاص بالمرأة المصرية على موقع اليوتيوب.

وتم تسجيل عينة الدراسة خلال شهر مارس ٢٠١٦، وتم اختياره لأنه الشهر الذي يضم يوم المرأة العالمي (٨ مارس) ويوم المرأة المصرية (١٦ مارس) وعيد الأم (٢١ مارس) وتتركز فيه مجموعة من الأحداث الخاصة بالمرأة.

مدة الحلقة: ساعة ونصف.

دورة البرنامج: يومي.

وقد تم تحليل ٣٠ حلقة بمدة زمنية حوالى ٤٥ ساعة.

توصيف عينة الدراسة:

جدول رقم (١): توصيف عينة الدراسة

اسم البرنامج	اسم القناة	دورية الإذاعة	عدد الفقرات	المدة الزمنية للبرنامج	متوسط المدة الزمنية للفقرة
زينة	الفضائية الثانية	يومي	٦ فقرات	٩٠ ق	١٢.٥ ق

إجمالي عدد الساعات التي تم تحليلها = ٣٠ حلقة × ٩٠ ق = ٢٧٠٠ ق = ٤٥ ساعة

١- وحدات القياس والعد:

وحدة الفقرة: وهى عبارة عن الفكرة الرئيسية التي يدور حولها الحوار في البرنامج، وقد تكون وحدة الفقرة هي وحدة الموضوع، إذا تناولت الفقرة موضوعاً واحداً وقد تكون الفقرة متعددة الموضوعات، ولكن لوحظ من خلال تحليل المضمون لبرنامج زينة أن كل فقرة اشتملت على موضوع واحد، واشتملت كل



حلقة على من ٦-٧ فقرات؛ ولذلك استخدمت وحدة الفقرة (وحدة القضية) كوحدة رئيسة لعد وتبويب البيانات.

أداة التحليل: استمارة بحثية تم تقييمها من أساتذة الإعلام^(٥).

الصدق والثبات:

أولاً: الصدق:

إن المقصود بالصدق في تحليل المضمون مدى قدرة الاستمارة - استمارة التحليل - على قياس ما وضعت لقياسه، ويرتبط الصدق في دراسات تحليل المضمون بالإجراءات المتبعة في التحليل؛^(٦) ولذلك تم التأكد من أنه لا يوجد تداخل في الفئات، وأن العينة تم اختيارها بأسلوب علمي - بناء على نتائج دراسة استطلاعية - وتم التأكد من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها على السادة المحكمين.

ثانياً: الثبات:

تتسم أية دراسة تحليلية بالثبات إذا أدى التحليل المتكرر إلى التوصل إلى النتائج ذاتها، ويرتبط الثبات بالموضوعية، فتحليل المضمون يكون موضوعياً إذا كانت مقاييسه وإجراءاته تتسم بالثبات، ويشير الثبات بين المرزمين intercoder reliability إلى مستوى الاتفاق بين المرزمين الذين يقومون بتحليل المضمون نفسه باستخدام الأدوات والفئات نفسها^(٧).

بعد تطبيق معادلة هولستي لقياس الثبات تبين أن معامل الثبات = ٨٠%

الدراسات السابقة:

انقسمت الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور:

أولاً: الدراسات التي تناولت قضايا المرأة (المصرية - العربية).

ثانياً: الدراسات التي اعتمدت على مدخل المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

ثالثاً: الدراسات التي اعتمدت على مدخل الأطر.

أولاً: الدراسات التي تناولت قضايا المرأة:

١- دراسة نيرمين على السيد إبراهيم (٢٠١٦)^(٨): المعالجة الإعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن الأطر العامة السلبية مثلت غالبية الأطر المستخدمة في المعالجة الإعلامية بنسبة ٦٢.٨%، بينما مثلت الأطر الإيجابية نسبة ضئيلة بالمقارنة بالأطر السلبية وهي ٣٧.٢%، وهذا يعكس الواقع السلبي للمرأة المصرية.



٢- **ياسمين على المهدي (٢٠١٥)^(٩)**: دور البرامج التليفزيونية في معالجة قضايا عمل المرأة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: فيما يخص نوعية القضايا التي تعرض داخل البرامج لا يتم التطرق للمشكلات السلبية التي قد تواجه المرأة في العمل، وأثبتت رؤية الخبراء أن البرامج التليفزيونية لا تناقش القضايا الفعلية والحقيقية داخل المجتمعات، ولكنها تختزل كافة قضايا المرأة في برامج الطبخ والديكور والمكياج.

٣- **رهام عز الدين (٢٠١٢)^(١٠)**: العلاقة بين التعرض لبرامج المرأة في الفضائيات العربية ونظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية ونظرة المرأة لذاتها والمجتمع لها في موضوعات أهمية تعليم المرأة وتثقيفها وعناية المرأة بصحتها ومشاركة المرأة في الحياة السياسية وتناول الحياة الاجتماعية للمرأة ومظهر المرأة، بينما لم تتحقق صحة هذا الفرض في موضوع عمل المرأة والموضوعات الدينية.

٤- **شيرين عوض خليل (٢٠١١)^(١١)**: اعتماد الجمهور العربي على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج، من أهمها أن القضايا الاجتماعية جاءت في مقدمة القضايا التي يتناولها برنامج "كلام نواعم"، ثم القضايا الإعلامية والفنية، وتتفق في النسب نفسها القضايا القانونية والثقافية والتعليمية والصحية والدينية، يليها الاقتصادية ثم الرياضية.

٥- **أسماء سمير إبراهيم (٢٠٠٩)^(١٢)**: الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها، أن معظم البرامج المقدمة في تلك القنوات تهتم بالموضوعات الخاصة بديكورات المنازل، واكسسوارات المرأة، والمكياج، وصحة المرأة والأم الحامل.

٦- **حنان محمد الحمد إبراهيم (٢٠٠٦)^(١٣)**: قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أبرزها أن نسبة القضايا السياسية انخفضت لتبلغ ٨,٦%، ولوحظ كذلك ضعف الاهتمام بالسياسة بوجه عام، سواء من جهة الكتاب المشاركين في المواقع، أو من جهة الجمهور المشارك.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية في القنوات الفضائية:

١- **دراسة إسماعيل علوان عبيد (٢٠١٥)^(١٤)**: المعالجة الإخبارية للأزمات الأمنية المحلية في الفضائيات التليفزيونية العراقية واتجاهات النخبة الإعلامية إزاءها، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تبايناً كبيراً باستخدام وسائل الإسناد والإبراز لكل أزمة من الأزمات الثلاث تبعاً لملكية كل منها وسياستها التحريرية وخطابها الإعلامي، مؤكداً أنها جميعاً لم تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية،



وتوصل كذلك من خلال استطلاعاته لآراء المشاهدين إلى أن الفضائيات موضع الدراسات لم تلتزم بمعايير نظرية المسؤولية عند تقديمها أخبار الأزمات الأمنية.

٢- هبة شاهين (٢٠١٤)^(١٥): المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب، وتوصلت الدراسة إلى: تصدر القنوات الفضائية المصرية الخاصة قائمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الأحداث الإرهابية، كما تميزت بوصفها وسائل الإعلام الأكثر مصداقية من وجهة نظر الجمهور المصري.

٣- سارة عبداللطيف عبدالحليم (٢٠١١)^(١٦): المسؤولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية الحكومية والخاصة كما تراها النخبة، ومن أهم نتائج الدراسة، أنه قد ظهر اهتمام مكثف بأبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج عينة الدراسة، وأكدت نسبة عالية من النخبة (٦٦%) أن القنوات الخاصة هي الأكثر التزامًا بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

٤- أميرة سمير (٢٠٠٨)^(١٧): التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، ومن أهم نتائج هذه الدراسة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات المعرفة السياسية بين المجموعة المعتمدة على القنوات المصرية والعربية الخاصة والمجموعة المعتمدة على القنوات المصرية الحكومية، وذلك لصالح المجموعة المعتمدة على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة.

ثانيًا: الدراسات الخاصة بالأطر الإعلامية:

١- دراسة Van Atteveltd, Womuter (٢٠١٦)^(١٨): الأطر المترابطة: وسيلة أساسية لقياس التأطير الإعلامي، وتهدف إلى إيجاد طريقة للتعرف على الأطر الإعلامية المتشابكة والمستخدم في التغطية الإخبارية الهولندية عن الهجرة والإسلام والإرهاب في الخمس سنوات التالية لأحداث ١١ سبتمبر، وكذلك أحداث مقتل ثيوفان جوخ Theo van Gogh على يد أحد الأصوليين الإسلاميين، وكذلك تفرق هذه الدراسة بين مفهوم بناء الأجندة agenda building ووضع الأجندة agenda setting وكذلك بناء الإطار frame building حيث يكون الإعلام متغيرًا تابعًا، بينما وضع الإطار frame setting حيث يكون الجمهور هو المتغير التابع والإعلام - هو المتغير المستقل الذي يرتب الأولويات ويضع الأطر.

وقد وضعت هذه الدراسة تعريفًا "محددًا" للإطار الإعلامي، وهو تأكيد لبروز معالم مختلفة من موضوع ما، وهو الفكرة الرئيسية التنظيمية للموضوع، ويتم بناء الإطار باستخدام صور وشعارات واقتباسات؛ ولذلك فإن صياغة الأطر تتجاوز المطالب المحدودة لوضع الأجندة، وهي أكثر تعقيداً منها؛ لأن الأجندة الخاصة بوسائل الإعلام تضع القضية في أولويات الجمهور، بينما الأطر توضح هذه



القضية وتأثيرها وإدراك الجمهور لها كما حدث بعد أحداث ١١ سبتمبر، وكيف ربط العالم كله بين الإسلام والإرهاب وبين الإرهاب والمهاجرين المسلمين، وأوضحت أطر المعالجة أن المفاهيم الثلاثة (الإرهاب - الإسلام - الإعلام) شبكة واحدة بينها أطر المعالجة الإعلامية في فترة الدراسة.

٢- **Rossmann, Constongze and Scheufele, Brtrom** (٢٠١٦) ^(١٩): أطر التدخين:

كيف تناول الإعلام الألماني قضية التدخين، دراسة مقارنة للتغطية الإعلامية قبل وبعد تقرير تييري، وتوصلت الدراسة إلى زيادة وجود الأطر الإعلامية المتعلقة بالمخاطر والتي تغطي العواقب السلبية للتدخين، وتراجع الأطر الإعلامية المتعلقة بعدم وجود مخاطر، وكان التناوب بين الإطارين واضحاً، وأن هناك اختلافاً واضحاً في نوعية الأطر الإعلامية بين كلا الصحيفتين اليومييتين محل الدراسة، سواء قبل أو بعد تقرير تييري، وأن مجمل المقالات التي تناولت المخاطر نسبياً منخفضة؛ لذا فإننا نفترض بالمخالفة للاتهامات القانونية الحالية والدعاوى المرفوعة ضد صناعة التبغ.

٣- **غادة محيي الدين محمد** (٢٠١٦) ^(٢٠): أطر معالجة انتهاكات حقوق المرأة في الموقع الإلكتروني وتأثيرها على اتجاهات الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن الموقع الإلكتروني لجريدة الأهرام كان أكثر المواقع استخداماً لإطار (بقاء الأوضاع كما هي)، كما كان الأكثر استخداماً (لإطار التغيير)، بينما موقع المصري اليوم كان أكثر المواقع استخداماً لإطار الصراع.

٤- **Marie-Eve-Desrosiers** (٢٠١٥) ^(٢١): Tacking Puzzles of Identity Based Conflict: The Promise of Framing Theory.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن نظرية الأطر تركز على عمليات الاتصال، وتفسر العوامل التي تدفع وسائل الإعلام وراء التعبئة Mobilization، وأكدت كذلك شعبية نظرية الأطر في العلوم الاجتماعية، وتأثيرات الإعلام في فهم وإدراك الجمهور لقضايا معينة، وأن الجمهور يرتبط بالأطر الخاصة بالقضايا والموضوعات بدرجات مختلفة، واقترحت الدراسة مصطلح "تعدد المعاني"؛ لذلك فإن دراسة الأطر تفرض على الباحثين إجراء التحليل اللاحق للحدث (POST-HOC) وكيف أن تأطير المحتوى الإعلامي يؤدي إلى زيادة تعدد المعاني المرتبطة بالقضية، وأن فئات الجمهور المتنوعة يستجيبون لمكونات مختلفة من الأطر، وأن نظرية الأطر لديها الكثير لتقدمه في دراسة النزاعات العرقية المرتبطة بالهوية؛ فالقوة الأساسية لوضع الأطر مقارنة بأي نهج آخر مهيم ليس فقط في رؤياها التفسيرية الجديدة بل أيضاً في طبيعتها التكاملية وقدرتها على تقديم رؤية متعمقة في عمليات وديناميكية العنف على أساس الهوية، والتي يندر وجودها في أشكال النهج الأخرى.

٥- **Jelle Sano, Boston College** (٢٠٠٩) ^(٢٢): الإطار الإعلامي، الإطار الأخلاقي: دراسة

حالة عن نقابة المعلمين الكاثوليك في نيو جيرسي، وتهدف إلى دراسة ومقارنة أطر التغطية



الإعلامية للنقابات العمالية في الولايات المتحدة منذ عقد الثمانينات، وقد أظهرت النتائج الخاصة بتحليل المضمون رأياً واضحاً عن مقدرة النقابات على أن تقدم رسالتها بنشاط للعامة من خلال وسائل الإعلام، وقد اتضح كذلك أن الصحف المحلية صورت النقابة بصورة إيجابية؛ بسبب الاستشهادات التي تضمنتها المقالات الخاصة بقيادة نقابة المعلمين الكاثوليك، وأن ما يقرب من نصف المقالات ٤٩.٦% تستخدم كلمات إيجابية في وصف النقابة، بينما تحدث ١٤.٤% فقط بشكل إيجابي عن الأسقفية، وكذلك كان هناك عدد كبير من المقالات تحوى كلمات سلبية بنسبة ١٩.٢%، وهذا يؤثر بشكل مباشر في تكوين الصورة العامة للنقابة والأسقفية.

٦- **مناور بيان الراجحي (٢٠٠٩) (٢٣):** أطر التغطية الإخبارية للاستجابات البرلمانية في الصحف الكويتية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تبايناً كبيراً بين صحف الدراسة في حجم الاهتمام بتلك الاستجابات، وفيما يتعلق بالأطر اتضح أن صحف الدراسة ركزت على إبراز الأطر القانونية والسياسية والاقتصادية في ضوء طرح الأدلة القانونية على المخالفات المرتكبة، كما أوضحت الدراسة غلبة الاتجاه التفسيري على هذه التغطيات، وهو ما يشير إلى زيادة اهتمام الصحف عينة الدراسة بدور الشرح والتفسير كأحد الوظائف المهمة والأساسية للصحافة في المجتمع.

٧- **جمال عبد العظيم (٢٠٠٩) (٢٤):** أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، أن أطر إنتاج الخطاب الخبري في موقعي إذاعة BBC وقناة العالم الإخبارية اختلفت طبقاً لاختلاف نمط الملكية والانتماء، فعلى الرغم من التقارب في توظيف أنواع الأطر الخبرية بصفة عامة، وهي الأطر الأخلاقية والقانونية وأطر الصراع السياسي والاعتبارات الاقتصادية، إلا أن كل موقع قد وظف هذه الأطر بما يتفق وتوجهاته من الأزمة، وانعكست القيم والسياقات الاجتماعية للمجتمعين البريطاني والإيراني على تعامل الموقعين مع الأزمة.

٨- **Gotlieb, Melissa and Othra (٢٠٠٨) (٢٥):** مناظرة الأطر: أطر المثالية في مواجهة الأطر البرجمانية وعلاقتها بتكوين المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها، أن المشتركين الذين شاهدوا القصة الخبرية التي تم تأطيرها في إطار المكاسب أقل اهتماماً بالتفاصيل الخاصة بالقضايا (موضوع القصة الخبرية)، وهذا يتفق مع الفرض القائل إن إطار الخسارة يستتبط رغبة أكبر من الجمهور في البحث عن المعلومة، خاصة في موضوع الرعاية الصحية العالمية، وأن هناك اختلافاً بين إدراك الجمهور الذي شاهد القصة الخبرية المصاغة بإطار المكاسب عن المصاغة بإطار الخسارة، وكذلك المصاغة بإطار الحقائق المصاحبة.

٩- **Rebrer, Brgan and Berger, Braa (٢٠٠٤) (٢٥):** كيف صاغ "نادي سيرا رسائل للجمهور؟"، وتوصلت الدراسة إلى أن ٧٩% فقط من المقالات الإخبارية التي أصدرها "نادي سيرا"



تناولت أزمة الزحف العمراني و ١٧.٧% منها تناولت أزمة مصانع الطاقة التي تعمل بالفحم و ٨.٩% تناولت الحفر في المحميات الطبيعية، ولم تشر المعالجات السابقة إلى إطار رئيس محدد أو فرعي واحد، ولكن كانت المعالجات متنوعة الأطر دون التركيز على إطار أكثر من غيره، خاصة أن جميعها كانت تقدم عبر قنوات متعددة مختلفة التوجهات.

١٠- خالد صلاح الدين حسن (٢٠٠١)^(٢٦): دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات وإتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن وسائل الإعلام اختلفت في تناولها الخبري للأحداث طبقاً لتوجهاتها (الرسمية والحزبية)، كما وظفت كل من وسائل الإعلام الرسمية والصحف الحزبية العديد من الاستراتيجيات والتكتيكات لتدعيم الإطار الخبري الخاص بها، وخاصة توظيف المصادر الخبرية واستخدام الجمل والعبارات ذات الدلالة، وتوظيف المادة المصورة التي تدعم الإطار الخبري الرئيس.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والتراث العلمي يتضح ما يأتي:

- الدور الفعال الذي تؤديه وسائل الاتصال في تناول القضايا المختلفة، وخلق الجدل حولها وبناء تصورات لأطراف تلك القضايا وتصنيفها.
- قدمت الدراسات العديد من الأدلة على صحة نظرية الأطر الإعلامية، وقدرتها على قياس المحتوى غير المباشر للرسالة الإعلامية، فضلاً عن تفسيرها لكيفية تشكيل آراء واتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها.
- القلة النسبية للبحوث والدراسات العربية التي تناولت تحليل الإطار الإعلامي للبرامج الموجهة للمرأة العربية.
- اتسمت الغالبية العظمى من دراسات الأطر الإعلامية بدراسة الأخبار والأزمات السياسية، وابتعدت عن دراسة القضايا العامة التي تمس قطاعات متنوعة، بينما تناولت الدراسات الأجنبية تحليل الأطر الإعلامية للعديد من أنواع القضايا البيئية والصحية والاجتماعية.
- أهمية الدراسات المقارنة في دراسة الأطر الإعلامية كمتغير تابع تختلف أبعاده وسماته باختلاف نوعية القضايا التي تعالجها برامج المرأة المصرية، وهذا ما أضافته هذه الدراسة.

المدخل النظرية والتفسيرية للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية مدخلاً فلسفياً وتفسيرياً لها، كما اعتمدت على نظرية الأطر الإعلامية مدخلاً نظرياً يشرح كيفية تأطير قضايا المرأة في قنوات التلفزيون الحكومي، وقد لجأت الباحثة إلى الاعتماد على مدخلين علميين، أحدهما نظري والآخر تفسيري وفلسفي؛ رغبة منها في



توضيح الفكرة التي طرحها Majid, A.R, Ramaprasad J والذي وضع الفرق بين الأطر والأيديولوجية؛ حيث يكمننا القول أن نضع علاقة بين الأطر في النص (وسائل الإعلام) والأطر في تفكير الجمهور، حيث تقوم وسائل الإعلام بتشكيل تقاريرها لتستحوذ على ردود أفعال مفضلة لدى الجمهور، ونعني هنا الأيديولوجية.

لقد عرف Hall مفهوم الأيديولوجية بوصفها الأطر العقلية، والمفاهيم، والنماذج، وتصورات التفكير وأنظمة إعادة التقديم التي تنتشرها طبقات ومجموعات اجتماعية مختلفة؛ بهدف وضع إحساس لتحديد ورسم واستخراج واضح للطريقة التي يعمل بها المجتمع، وتمتد كل من الأطر والأيديولوجيات الناس في مجتمع ما بإطار عمل يتم من خلاله تفسير الأحداث، وتحديد المشكلات، وتشخيص الأسباب، وكذلك البحث عن حلول، وبذلك تصبح الأطر منتجات يتم تكوينها اجتماعياً، في ظل الدور المسيطر الذي تؤديه الأيديولوجية المسيطرة في تشكيل الثقافة العامة للمجتمع^(٢٧).

وكذلك النتائج التي توصل لها بحث Iyenger عن تأثير الأطر المحددة والأطر العامة للقضايا في إفراز المسؤولية الشخصية والاجتماعية؛ حيث إن الجمهور يستخدم أطراً مشابهة لتلك التي تطرحها وسائل الإعلام في تقديم القضايا والأحداث^(٢٨)، وأيضاً تحذير Tankered من المبالغة في تأثير أطر المعالجة الإعلامية على أطر الجمهور في تفسير وفهم القضايا، وقد أرجع ذلك إلى افتقاد التغطية الإعلامية أهم معايير الموضوعية في الأداء الإعلامي^(٢٩).

وللتعرف على مدى التزام هذه البرامج بالمسؤولية تجاه الجمهور في تكوين أيديولوجيته نحو قضايا المرأة، وكذلك التعرف على أطر هذه القضايا، ومدى الربط بين مسؤولية الإعلام في تشكيل وعي الجمهور والطريقة التي يطرح بها هذه القضايا، اعتمدت الدراسة على المدخلين العلميين السابق ذكرهما:-
أولاً: الإطار التفسيري والفلسفي:

تعتمد الدراسة في إطارها التفسيري على نظرية المسؤولية الاجتماعية، ويرجع ظهورها إلى ١٩٤٧، حينما بدأت لجنة هاتشين - نسبة إلى رئيسها روبرت هاتشين رئيس جامعة شيكاغو - والتي قامت بدراسة دور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، وحاولت اللجنة إيجاد مصالحة بين استقلال الصحافة والتزامها نحو المجتمع^(٣٠).

أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تنقسم هذه الأبعاد إلى:

البعد الأول: يتعلق بالوظائف الممكنة التي ينبغي أن يؤديها الإعلام، مثل خدمة النظام السياسي، وإعلام الرأي العام وإعلام ممارسة حكم الشعب، وحماية حقوق الأفراد في المجتمع وحقوق الدولة لخدمة المجتمع باحترام النظام العام واحترام حرية الإعلام^(٣١).



البعد الثاني: معرفة المباديء التي ترشد وسائل الإعلام إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسئولة، وذلك من خلال التزامها بالمعايير المهنية في الأداء الإعلامي، والتي تتلخص في الصدق والموضوعية والتوازن والدقة والحيادية^(٣٢).

البعد الثالث: معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين؛ لتحقيق المباديء الإرشادية أو منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم^(٣٣).

البعد الرابع: ويتمثل هذا البعد في أهمية إحساس الجمهور بالمسئولية عن نفسه تجاه ما يشاهده أو يسمعه أو يقرأه على اعتبار أن المسئولية الاجتماعية لا تهدف فقط إلى المحافظة على قيم المجتمع وخصوصيته، وإنما تشمل مسئولية الجمهور في أن يفكر بشكل ناقد في المضامين الإعلامية التي يستقبلها، وأن لا يقبلها كقاعدة مسلمة، فعليه إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية نقدياً، ودراسة ما تطرحه وسائل الإعلام من قضايا وأفكار ومدى توافقها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه^(٣٤)، وهو ما تهدف إليه الدراسة الحالية؛ حيث إن الوضع الإعلامي المصري أصبح يتمتع بمناخ ذي طبيعة تنافسية؛ حيث تعددت وسائل الإعلام ما بين تقليدية وحديثة، وأصبح الجنوح إلى الربح الاقتصادي وهيمنة جماعات الضغط والاهتمام بالوظيفة الترفيهية وسوء استخدامها من معوقات تطبيق مفاهيم المسئولية الاجتماعية على مختلف المضامين الإعلامية، سواء البرمجية أو الدرامية (وهي موضوع دراستنا هذه).

ثانياً: النظرية العلمية "نظرية الأطر":

تبلورت نظرية الأطر الإخبارية على يد عالم الاجتماع كوفمان Coffman ١٩٧٤ الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي، من خلال مناقشته قدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم، ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومعزى، ويتضمن هذا النموذج عمليات أساسية تتمثل في بناء الإطار، ووضع الإطار والمستوى الفردي لتأثيرات الإطار^(٣٥).

أولاً: عملية بناء الإطار:

تتأثر عملية بناء الإطار الإعلامي بمجموعة من المتغيرات التي تؤثر في اختيار الأطر الإعلامية، وتتمثل هذه المتغيرات في خصائص القائم بالاتصال وخلفياته، والجماعات المرجعية، والضغوط التنظيمية مع النخبة، وجماعات الضغط.

ويتم اختيار الأطر كمخرجات مباشرة لتلك المتغيرات، ونتيجة لذلك يتأثر القائمون بالاتصال بالأطر السابقة؛ مما يؤدي إلى بروز قضايا معينة، كما يتأثر أيضاً الأفراد بأطر وسائل الإعلام^(٣٦)، وبذلك يركز بناء الإطار على الكيفية التي يختار من خلالها المحررون أطراً محددة، ويعرف الباحثون بناء الإطار بأنه "الآليات المجهرية التي تتعامل مع هيكلية أو بناء الرسالة بدلاً من تأثيرات الإعلام،" ويعد مصطلح



بناء الأطر المأخوذ من أبحاث بناء الأجندة من أفضل المصطلحات التي شملت العمليات المؤثرة على خلق وتغيير الأطر التي يستخدمها القائمون بالاتصال^(٣٧)، وقد أشار بعض الباحثين من خلال هذا المصطلح إلى عمليات انتقاء الأخبار والمصادر الأساسية التي تؤثر في المضمون الإعلامي، وتتمثل هذه المصادر المؤثرة في صناعة وبناء الأطر في:

١- التأثيرات الخاصة بالقائمين بالاتصال، حيث يتم وضع الأطر الخاصة بالقضايا وفقاً لعدة متغيرات، أهمها الأيديولوجية والمواقف الشخصية والاعتبارات المهنية.

٢- انتقاء الأطر وفقاً لعوامل، منها نوع الوسط الإعلامي، الذي يعمل فيه القائم بالاتصال أو الاتجاه السياسي لهذا الوسط، أو ما أطلق عليه جانس Gans الروتين المؤسسي.

٣- المصادر الخارجية، حيث يوضح هذا النموذج تغطية الأحداث الإخبارية عن طريق الأطر التي تقترحها جماعات المصالح والسياسيون؛ حيث يدرجها الصحفيون في تغطيتهم للقضايا والأحداث^(٣٨).

ثانياً: وضع الإطار: يشير وضع الإطار إلى التفاعل بين أطر وسائل الإعلام والميول والاستعدادات والمعرفة السابقة للأفراد، ومن الممكن أن تؤثر الأطر الإخبارية في عملية توضيح وتفسير وتقييم القضايا والأحداث، ومن خلال هذه العملية يمكن فهم نتائج التأطير على المستوى الفردي والمجتمعي^(٣٩).

ثالثاً: تأثيرات الأطر على المستوى الفردي: تؤثر الأطر في السلوكيات والمواقف اللاحقة – التابعة، وقد تم بحث تأثيرات الأطر على المستوى الفردي وتم التوصل إلى وجود علاقة مباشرة بين الأطر الإعلامية والمخرجات على المستوى الفردي، فعلى سبيل المثال بحث Iyengar "تأثير الأطر المحددة والأطر العامة للقضايا على إفراس المسؤولية الشخصية والاجتماعية"؛ حيث إن الجمهور يستخدم أطرًا مشابهة لتلك التي تطرحها وسائل الإعلام في تقديم القضايا والأحداث.

أنواع الأطر:

أولاً: حسب نوع الإطار:

طرح أينجر Iyengar & Simon (١٩٩٣) تصنيفاً للأطر يتضمن نمطين رئيسيين:

الأطر العامة Thematic Frame: هي التي تضع القضايا داخل السياق العام للحدث، وتعمل على وجود عدد من القضايا والموضوعات المختلفة، وتقدم القضايا بقدر قليل من التفصيل.

الأطر المحددة Episodic Frame: وتقدم تحليلاً تفسيريًا، وتتسم بالعمق، وتشرح القضايا بأسلوب نظري أوسع من خلال وضعها في سياق مناسب^(٤٠).



والإطار المحدد يركز على أحداث معينة أو قضايا محددة أو أفراد بعينهم، بحيث يمكن دراسة الأسباب للتوصل إلى الحلول، وغالباً ما يستخدم القائمون بالاتصال الأطر المحددة في معالجة القضايا؛ لكونها أكثر قوة وقدرة على جذب انتباه المتلقى، حيث تخصص قضايا محددة وتتناولها بقدر كبير من التفصيل، فيسهم الإطار المحدد في فهم أبعاد المشكلة لإيجاد الحلول لها، في حين يصعب قياس ذلك في الإطار العام^(٤١).

ثانياً: طبقاً لاتجاه الإطار:

يعد كاهنيمان وتفرسكاي من أوائل الباحثين الذين أشاروا إلى فعالية أطر معالجة القضايا في التأثير في تفضيلات المبحوثين بشأن البدائل المطروحة كطول لهذه القضايا، وقد اختبر الباحثان دليلاً تجريبياً مبكراً على فعالية الأطر في التأثير في تفضيلات المبحوثين، وتتمثل في:

- ١- الإطار الإيجابي (إطار المكاسب): وهو صياغة البدائل المطروحة بوصفها حلولاً للمشاكل المثارة.
- ٢- الإطار السلبي (إطار الخسائر): ويتم التعبير عن القضايا من خلال عرض الخسائر والسلبيات وباراز الخسائر المتوقعة^(٤٢).

ثالثاً: تصنيف الأطر حسب المضمون:

١- إطار المسؤولية: ويعني التركيز في صياغة الأخبار على نسب المسؤولية لجهة ما أو مؤسسة أو جماعة أو شخص محدد لكل قضية أو مشكلة بعينها، ويفسر هذا الإطار العلاقة بين الأفراد والمؤسسات الإعلامية، وترتبط هذه الأطر الخبرية بنوعين من المسؤولية (في إطار تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته)، وذلك على النحو الآتي^(٤٣):

الأول: يتعلق بالسبب المسئول عن المشكلة Causal Responsibility

الثاني: يتعلق بمسؤولية التناول والمعالجة Treatment Responsibility

٢- إطار الصراع: وهو الإطار الذي يركز على الصراع بين الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات؛ بهدف جذب اهتمام الجمهور، حيث يعكس إطار الصراع حالة الجدل والخلاف بين أطراف القضية وعدم التوافق بين الأفراد والمنظمات^(٤٤)، وهناك مجموعة من الأطر اجتهد الباحثون في وضعها ضمن الأنواع الأساسية في تطبيق الأطر طبقاً للمضمون (الصراع ، والمسؤولية)، ومن هذه الأطر:

١- الإطار الأخلاقي: وهو الإطار الذي يضع الحدث أو المشكلة في سياق الأخلاق والعادات الاجتماعية والمعتقدات الدينية، حيث تصاغ المعلومات في سياق أخلاقي أو ديني وعرض السلوكيات الواجب اتباعها وفقاً لمبادئ الأخلاق.



٢- إطار الاهتمامات الإنسانية: ويركز هذا الإطار على الجانب العاطفي لإضفاء طابع درامي على الخبر لإبراز الحدث أو القضية أو المشكلة؛ بهدف جذب انتباه الجمهور والاستحواذ على اهتمامهم وبشكل خاص في أوقات الأزمات؛ حيث تحفز الأطر الجوانب العاطفية لدى الأفراد^(٤٥).

٣- إطار العواقب الاقتصادية: ويركز هذا الإطار على القضية من خلال التأثيرات الاقتصادية؛ حيث يعنى بوضع الأحداث والقضايا في إطار مفهوم العواقب التي ستحدث اقتصادياً، ويركز الأفراد والجماعات والمنظمات على عرض هذا الإطار^(٤٦).

فروض نظرية الأطر:

١- أن الأحداث لا تتطوى في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطار محدد يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

وتفترض نظرية الأطر أن الإعلام يفعل أكثر من مجرد (الإبراز) بواسطة ما يستبعد وما يوضع أو يتم تضمينه في القصة، فالإعلام يوظف القضية والقصة ويحدد معناها؛ وبالتالي يشكل تفسير الجمهور لهذه القضية^(٤٧)، وبذلك يتمثل التأثير الأساسي للأطر في تحديد طريقة التفسير الضمني للقضايا المقدمة.

٢- من الممكن أن تختلف وجهات النظر حول القضية المعروضة باختلاف ترتيبها وبنائها وفقاً لاعتبارات وقيم متعددة، وبالتالي فإن طريقة تقديم القضية في تقارير الأخبار يكون لها تأثير في كيفية فهمها بواسطة الجمهور؛ فاستدلالات الناس وإدراكهم للأحداث يعتمد على المعلومات والسمات البارزة في البيئة^(٤٨).

آلية عمل الأطر:

على الرغم من أن العديد من الباحثين يدرسون العوامل الخارجية الداخلية المؤثرة في إنتاج واختيار الأخبار 1978 Tuchman 1979 Shoemaker & Reese 1996 Gams 1979، فإنه لم يجمع أى دليل بشكل منهجي يحدد كيف يمكن لعدة عوامل أن تؤثر في آلية عمل الإطار واعتماداً على استنتاجات العلماء السابقين، فهناك على الأقل خمسة عوامل من المحتمل أن تكون مؤثرة في آلية عمل الإطار، وهي: المعايير والقيم الاجتماعية - والضغوط والقيود التنظيمية - والروتين الإعلامي - والتوجهات السياسية والأيدولوجية للإعلاميين.

وطبقاً لهذه العوامل تؤكد نظرية الأطر قدرة العديد من الكيانات الإعلامية والأفراد والمنظمات على تصوير واقع الأشخاص الآخرين، وإلقاء الضوء على تفسير محدد لقضاياهم، مقابل التقليل من أهمية التفسير الأقل تفضيلاً^(٤٩).



أهم مزايا نظرية الأطر:

١- يرى كل من Davis, Baran أن نقاط القوة الخاصة بنظرية الأطر تشتمل على تركيزها على دور الجمهور (الأفراد) في عملية الاتصال الجماهيري، وكذلك مرونتها؛ حيث تترك الأحداث ذات نهايات مفتوحة^(٥٠).

٢- إن نظرية الأطر تخلق سياقاً اجتماعياً وسياسياً للأحداث.

عيوب نظرية الأطر:

١- نظرية الأطر كما ذكر بعض العلماء (Davis, Baran) لا تستطيع تقديم تفسيرات سببية لتأثيرات الأطر في الجمهور، وذلك يرجع إلى اعتمادها على التفسيرات الكيفية.

٢- تفترض كذلك أن الأفراد يتأثرون تماماً بالأطر المستخدمة في الإعلام دون مراعاة للخصائص الفردية والمعلومات الخاصة لهؤلاء الأفراد.

٣- حذر Tankered من المبالغة في تأثير أطر المعالجة الإعلامية على أطر الجمهور في تفسير وفهم القضايا، وقد أرجع ذلك إلى اقتصاد التغطية الإعلامية لأهم معايير الموضوعية في الأداء الإعلامي^(٥١).

تطبيق نظرية الأطر على موضوع الدراسة:

١- كما تبين من عرض نظرية الأطر، فإن وضع القضية داخل إطار يؤدي إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون ويشكلون آراءهم نحو تلك القضية؛ ومن ثم جاءت ضرورة توظيف هذه النظرية في دراسة القضايا الخاصة بالمرأة، والتي يطرحها برنامج زينة في الفضائية المصرية الثانية؛ لتحديد مدى قدرة البرنامج على ترسيخ صورة المرأة كشريكة للرجل في تنمية المجتمع.

٢- كما أن دراسة الأطر الخاصة بالقضايا تساعد في التعرف على دور الإعلام في ترسيخ صورة إيجابية عن المرأة المصرية، كما يوضح مفهوم الإطار القائم على الانتقاء والبروز في معالجة قضايا المرأة.

نتائج الدراسة:

أولاً: فئات الشكل:

جدول (٢): القالب الفني للفقرة

نوع القالب	ك	%
حوار	٦٦	٥٥.٠
حديث مباشر	٣٠	٢٥.٠
خبر	٢٤	٢٠.٠
الإجمالي	١٢٠	١٠٠.٠



اعتمد برنامج (زينة) على الحوار مع الضيوف كقالب أساسي في معالجة مختلف أنواع القضايا؛ حيث بلغت نسبة الاعتماد على الحوار ٥٥%، وهذا يرجع إلى اعتماد البرنامج على استضافة خبراء متخصصين وشخصيات نسائية متنوعة من المجتمع المصري لدراسة وتحليل القضايا المختلفة موضوع الفقرات.

جدول (٣): عناصر الإبراز المستخدمة

عناصر الإبراز	ك	%
لا يوجد	٧٢	٦٠.٠
صور ثابتة	٢٧	٢٢.٥
مادة فيلمية	١٢	١٠.٠
تقارير	٩	٧.٥
الإجمالي	١٢٠	١٠٠

لم يعتمد البرنامج على عناصر الإبراز المختلفة بنسبة ٦٠%، خاصة أن هذا البرنامج يعتمد على الحوار مع الشخصيات والخبراء بشكل أهم من عرض مواد فيلمية أو صور ورسوم توضيحية، وهذا البرنامج يذاع على الهواء، وبذلك تكون الحوارات حية ومباشرة، ويعتمد كذلك على التفاعل والمشاركة مع جمهور البرنامج من مختلف الدول العربية أكثر من الاعتماد على عناصر الإبراز التي تستخدم في البرامج المسجل الأخرى، وكذلك اللغة التي تستخدمها مقدمات البرنامج لغة عربية مختلطة يفهمها الجمهور المصري مشاهد البرنامج.

جدول (٤): الإطار المكاني للقضية

الإطار المكاني للقضية	ك	%
محلى	١١١	٩٢.٥
عربي	٦	٥.٠
دولى	٣	٢.٥
الإجمالي	١٢٠	١٠٠.٠

غلبت القضايا المحلية على البرنامج بنسبة ٩٢.٥%؛ حيث تبين من خلال تحليل الحلقات أن كل القضايا المختلفة التي يتناولها البرنامج مرتبطة بالمجتمع المصري وتخص المرأة المصرية، ويعد الإطار المكاني لمعالجة القضايا المطروحة في البرنامج جزءاً أساسياً من أهداف البرنامج؛ حيث إن البرنامج يهدف إلى تنمية المرأة المصرية (اجتماعياً - قانونياً - اقتصادياً - صحياً - ثقافياً)؛ ولذلك ارتبطت القضايا بشكل مباشر بالمجتمع المحلي، وكان إطار المعالجة محلياً بنسبة ٩٢.٥%.



جدول (٥): مدى وجود ضيوف في البرنامج

%	ك	مدى وجود ضيوف في البرنامج
٧٥.٠	٩٠	يوجد
٢٥.٠	٣٠	لا يوجد
١٠٠.٠	١٢٠	الإجمالي

اعتمد برنامج زينة على وجود ضيوف وخبراء في كل أنواع القضايا التي تمت مناقشتها، وذلك بنسبة ٧٥%.

جدول (٦): نوع ضيف البرنامج

%	ك	نوع ضيف البرنامج
٦٦.٧	٦٠	أنثى
٣٣.٣	٣٠	ذكر
١٠٠.٠	٩٠	الإجمالي

وارتفعت نسبة الضيوف السيدات أكثر من الرجال، وذلك بنسبة ٦٦.٧%، ويلاحظ من خلال التحليل الكيفي للبرنامج أن التزام البرنامج بالحفاظ على حرية المرأة في الظهور بالهيئة التي تناسبها يعد ترسيخاً لمعتقدات المجتمع أكثر من تأثيرها فيهم فيما يخص القيم المتعلقة بطريقة الملابس والثقافة الخاصة بالمرأة.

كما لوحظ التزام مقدمات البرنامج بكثير من القيم الإيجابية المهمة، بالإضافة إلى قيمة احترام ضيفات البرنامج، وكذلك قيمة العفة والاحتشام، وطرح قيمة العمل والمساواة بين المرأة والرجل في مجالات الأعمال المتعددة، وهذه نتيجة تتفق مع حنان محمد عبدالحميد (٢٠٠٦) التي توصلت إلى ارتفاع القيم الإيجابية المهمة الواردة في المواقع الإلكترونية التي تتناول صورة المرأة المسلمة.

جدول (٧): مدى وجود نموذج للمرأة المصرية

%	ك	مدى وجود نموذج للمرأة المصرية
٣٣.٥	٢٠	يوجد
٦٦.٥	٤٠	لا يوجد
١٠٠.٠	٦٠	الإجمالي

وقدم البرنامج نموذجاً للمرأة المصرية بنسبة ٣٣.٥%، وتتنوع تخصصات النماذج المقدمة للمرأة المصرية طبقاً للتحليل الكيفي كما يأتي:

- خبيرة في الأمم المتحدة - ناشطة سياسية - نائبة بالبرلمان تتحدث عن ضرورة تعديل التشريعات التي تخص المرأة - خبيرة تجميل - خبيرة طهي - خبيرة في الديكورات المنزلية - خبيرة اقتصادية



عن الفرص الاستثمارية لرفع مشاركة المرأة في سوق العمل - الفنانة كريمة مختار نموذج للأم المصرية.

- وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت لها سماح المحمدى ٢٠٠٥^(٥٣)، والتي توصلت دراستها إلى أن البرامج تعرض صورة المرأة العربية بشكل سلبي، وتركز على موضوعات هامشية، مثل الطهي والماكياج والديكور.

جدول (٨): مهنة الضيوف المشاركة في البرنامج

مهنة الضيوف المشاركة في البرنامج	ك	%
شيف	٢١	٢٣.٣
خبراء تجميل وأزياء	٢١	٢٣.٣
طبيب	١٥	١٦.٧
رجل دين	١٢	١٣.٣
صحافة	١٢	١٣.٣
قانوني	٣	٣.٣
نواب برلمان	٣	٣.٣
تسويق و تنسيق	٣	٣.٣
الإجمالي	٩٠	١٠٠.٠

وتنوعت تخصصات الضيوف سواء نماذج المرأة أو الجمهور أو الخبراء الذكور، كما في الجدول السابق، وازداد عدد الشيفات وخبراء التجميل؛ نظراً لوجود فقرة ثابتة في البرنامج عن الطهي تسمى (مطبخ زينة)، وكذلك فقرة ثابتة عن التجميل، يليها عدد الأطباء ورجال الدين؛ لوجود فقرة ثابتة في البرنامج عن الرعاية الصحية للمرأة من ناحية التجميل والتغذية وصحة الأم الحامل وفي فترة الرضاعة وكذلك فقرة دينية (ليست يومية) تسمى (بيوت آمنة مطمئنة).

ومن خلال التحليل الكيفي: اتضح وجود نسبة كبيرة من الفقرات الواردة في البرنامج تركز على الجوانب التقليدية في حياة المرأة المصرية، وقلّة عدد الفقرات التي تتناول الأبعاد السياسية والثقافية في حياة المرأة المصرية؛ مما يركز على قصور برامج المرأة في التلفزيون الحكومي في عرض نماذج متميزة للمرأة المصرية، وعدم قدرتها على الإسهام في النهوض بالمرأة، من خلال إلقاء الضوء على النماذج المتميزة في المجتمع المصري.

جدول (٩): مدى مشاركة الجمهور

مشاركة الجمهور من الخارج	ك	%
لا يوجد	٦٦	٥٥.٠
يوجد	٤٨	٤٥.٠
الإجمالي	١٢٠	١٠٠.٠



بلغت نسبة مشاركة الجمهور من خارج الاستوديو ٤٥% من إجمالي الفقرات الخاصة بالبرنامج، وتتوعدت وسائل المشاركة بين الاتصال التليفوني والتواصل عبر صفحة البرنامج، ويذكر أن مذيوعات البرنامج يخصصن جزءاً من مقدمة كل الحلقات للإعلان عن وسائل التواصل مع البرنامج، من خلال صفحة البرنامج على الفيس بوك وفقرات البرنامج على اليوتيوب، وهذا يعد من إيجابيات البرنامج الذي يفتح قنوات التواصل مع جمهور المشاهدين؛ حرصاً من إدارة البرنامج على توافر عنصر (Feedback) أو رجع الصدى، وهو أهم عناصر العملية الاتصالية، ويعد أحد أسباب نجاح البرنامج، كما ذكرت السيدات أفراد الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة لاختيار القناة موضع الدراسة.

ثانياً: فئات المضمون:

تنقسم فئات المضمون إلى فئة معالجة القضايا من منظور المسؤولية الاجتماعية وفئة تأطير القضايا.

أولاً: معالجة القضايا من منظور المسؤولية الاجتماعية:

جدول (١٠): القضايا المعالجة في برنامج (زينة)

القضية	ك	%
قضايا اجتماعية	٥٤	٤٠.٩
قضايا صحية	٣٦	٢٧.٣
قضايا قانونية	٢٤	١٨.٢
قضايا دينية	٩	٦.٨
قضايا سياسية	٦	٤.٥
قضايا التعليم	٣	٢.٣
الإجمالي	١٣٢	١٠٠.٠

ملحوظة: ارتفع إجمالي القضايا المعالجة في هذا الجدول عن إجمالي الفقرات؛ لأن هناك قضايا كانت تصنف دينية اجتماعية مثلاً.

يلاحظ من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة معالجة القضايا الاجتماعية الخاصة بالمرأة المصرية في برنامج (زينة)؛ حيث بلغت ٤٠.٩% والقضايا الصحية والقانونية بنسبة ٢٧.٣% و ١٨.٢%، ولوحظ كذلك انخفاض نسبة القضايا السياسية والتعليمية؛ مما يؤكد النتيجة السابقة الخاصة بتركيز برامج المرأة في التليفزيون الحكومي على الدور التقليدي للمرأة المصرية، والإقلال من معالجة القضايا التنقيفية المرتبطة بالسياسة والتعليم، وإهمال الموضوعات التي تسهم في تنمية المرأة وحفز قدراتها للمشاركة الإيجابية في قضايا مجتمعتها؛ مما يرسخ الصورة السلبية للمرأة المصرية التي تحصر دور المرأة في الأدوار النمطية، وتبعدها عن محاور التنمية السياسية والتعليمية؛ مما يدل على عدم قدرة برامج المرأة في التليفزيون الحكومي على تفعيل دور المرأة وتمكينها سياسياً.



وتتفق كذلك هذه النتيجة مع ما توصلت إليه أسماء إبراهيم ، ٢٠٠٩^(٥٤) من أن المضمون الاجتماعي المتمثل في (ديكورات المنزل والإكسسوارات) يليه المضمون الصحي المتمثل في (صحة المرأة، والرعاية بالأم الحامل) هي أهم الموضوعات التي تناقشها برامج المرأة العربية المذاعة على الفضائيات، وعند مقارنة نوعية القضايا التي يعالجها برنامج (زينة) الموجه للمرأة المصرية بالقضايا الخاصة بالمرأة العربية والمطروحة على الإنترنت والتي رصدتها حنان عبدالحمد ٢٠٠٦^(٥٥) في دراستها، والتي درست القضايا المطروحة في مواقع (لها أون لاين- ركن الأخوات - واحة المرأة - طريق الجنة - الشبكة النسائية العالمية مسلمات - مجلة منبر الداعيات - منتدى أنا مسلمة)، وتوصلت إلى تركيز هذه المواقع على القضايا الثقافية أكثر من القضايا الأخرى، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة الدراسة الحالية، واتفقت كذلك مع هذه الدراسة في انخفاض نسبة القضايا السياسية الموجهة للمرأة العربية.

جدول (١١): قضايا اجتماعية

القضايا الاجتماعية	ك	%
وصفات طبخ	٢١	٣٨.٩
نصائح يومية للمرأة	١٢	٢٢.٢
مشكلات زوجية	٦	١١.١
ميثاق شرف إعلامي لحماية حقوق المرأة	٦	١١.١
عروض أزياء	٣	٥.٦
نماذج نسائية ومواهب	٣	٥.٦
الأم ودورها في الحياة	٣	٥.٦
الإجمالي	٥٤	١٠٠.٠

تتوعت القضايا الاجتماعية التي ناقشها برنامج (زينة)، ومن خلال التحليل الكيفي تبين للباحثة أن الفقرات الثابتة للبرنامج، مثل مطبخ زينة، والفقرة الخاصة بالنصائح المقدمة للمرأة، احتلت النسبة الأكبر من القضايا والموضوعات الاجتماعية التي عالجها البرنامج، وقدم البرنامج فقرة تشمل نصائح يومية للمرأة المصرية في مختلف القضايا الاجتماعية التي عالجها، واشتملت هذه النصائح على موضوعات زوجية ومنزلية واقتصادية.

يلبها عرض المشكلات الزوجية المعروفة عن المجتمعات العربية، وكذلك خبراء في التنمية البشرية والتعامل مع الطفل بأحدث الأساليب التكنولوجية، ولوحظ من خلال تحليل المضمون الكمي والكيفي تجاهل البرنامج للمشكلات التي أقرت الدراسات العلمية أنها تواجه المرأة المصرية، مثل (المسؤولية المزدوجة - العنف ضد المرأة - الاعتداء الجنسي - التحرش الجنسي...) كما ذكرت إيمان عبد الحكيم زايد في دراستها^(٥٦)، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه أسماء مجدى في دراستها عن معالجة



الفصائيات العربية لقضايا المرأة السعودية، والتي توصلت إلى أن معظم البرامج التي قامت بتحليلها تتناول الجوانب الاجتماعية للمرأة.

التحليل الكيفي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في معالجة القضايا الاجتماعية:

وقد لوحظ من خلال التحليل الكيفي عدم قدرة البرنامج على تحقيق التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع في المعالجة، خاصة فيما يتعلق بنوعية الموضوعات المطروحة؛ حيث يعتمد البرنامج على أجندة القضايا التقليدية التي ترسخ الصورة النمطية والسلبية للمرأة المصرية والعربية، التي يقتصر دورها على تقديم وصفات جديدة من المأكولات والديكورات المنزلية، وهذا يعد تهميشاً للدور الحيوي والقوى الذي تقوم به المرأة المصرية في تنمية المجتمع، خاصة دورها السياسي كنايبة في البرلمان المصري وكمحافظة وكوزيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع إسماعيل علوان عبيد ٢٠١٥^(٥٧) الذي توصل إلى أن وسائل الإعلام لن تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية عند تقديمها أخبار الأزمات الأمنية، وتختلف هذه النتيجة مع هبة شاهين ٢٠١٤^(٥٨) التي توصلت إلى ارتفاع نسبة الاعتماد على القنوات الفضائية المصرية الخاصة؛ لأنها الأكثر مصداقية ومسئولية، وهذا من جهة نظر الجمهور المصري، وتختلف كذلك مع سارة عبداللطيف ٢٠١١^(٥٩) التي درست مدى التزام البرامج الموجهة للمرأة والطفل بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت إلى أن قنوات التليفزيون المصري الحكومي أكثر التزاماً بأبعاد المسؤولية الأخلاقية، وبمقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج دراسة جاي برجر ٢٠٠٨^(٦٠) التي أكدت أهمية المساندة الإعلامية للتنمية في جميع المجالات، وخاصة الديمقراطية، نجد أن برنامج (زينة) الموجه للمرأة المصرية لم يطرح موضوعات تسهم في تنمية المرأة المصرية أو تثقيفها بالقدر المطلوب، متغافلاً عن دور الإعلام كشريك أساسي ومحوري في تنمية المجتمعات.

جدول (١٢): القضايا الصحية

القضايا الصحية	ك	%
التجميل	١٨	٥٠.٠
سرطان الثدي	٩	٢٥.٠
الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة	٣	٨.٣
منتجات بيبير السلم وتأثيرها	٣	٨.٣
التأمين الصحي الجديد	٣	٨.٣
الإجمالي	٣٦	١٠٠.٠

احتلت قضايا التجميل المركز الأول في القضايا الصحية التي ناقشها برنامج (زينة) بنسبة ٥٠%، يليها موضوع صحة المرأة وتغذيتها، خاصة في فترة الحمل والرضاعة بنسبة ٢٥%، ثم عيادات الأسنان وأهميتها من الناحية التجميلية.



ومن خلال التحليل الكيفي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في معالجة القضايا الصحية، اتضح للباحثة أن معظم الموضوعات الصحية كانت تعتمد على استضافة دكتور متخصص في مجال معين، وإعطاء نصائح للمرأة المصرية، سواء كانت نصائح تجميلية أو نصائح للأم الحامل أو تنظيم الأسرة وتأثير منتجات بير السلم على الصحة العامة للأم والأسرة بشكل عام، واتضح أيضاً الالتزام ببعض معايير المسؤولية الاجتماعية، مثل الالتزام بمواثيق الأخلاق أثناء معالجة القضايا الصحية، والتزامها بمعيار الدفاع عن مصالح المجتمع.

وهذه النتيجة تختلف مع مبارك بن واصل الحازمي ٢٠٠٤^(٦١)، حيث ذكرت عينته أن التلفزيون حظى بأقل نسبة في مراعاة الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية، وأن برامجه تسعى إلى استغلال المرأة والطفل.

جدول (١٣): قضايا سياسية

القضايا	ك	%
الدور السياسي للمرأة في السنوات الأخيرة	٦	١٠٠
الإجمالي	٦	١٠٠٠٠

احتلت القضايا السياسية نسبة ضئيلة جداً من القضايا التي يعالجها برنامج (زينة)؛ حيث طرح ٦ موضوعات سياسية فقط من إجمالي القضايا التي تمت معالجتها، واقتصر البرنامج على الحديث عن دور المرأة في الخمس سنوات الماضية، وبمدة زمنية بلغت ٤.٨% من إجمالي المدة الزمنية للبرنامج، وهي مدة زمنية ضئيلة نسبياً بالنسبة للدور الحيوي الذي قامت به المرأة المصرية في هذه الفترة المهمة، والتي شهدت تحولات سياسية وديمقراطية متنوعة كان ينبغي أن تخصص فقرات ممتدة عن هذا الملف السياسي المهم والحيوي والأساسي في تنمية وتمكين وتنقيف المرأة المصرية، ويؤخذ على البرنامج إخلاله بحق المرأة المصرية في المعرفة بالقضايا السياسية المطروحة على الساحة المصرية والدولية، وينبغي على القائمين على إدارة هذه البرامج الاهتمام بالبعد السياسي، والالتزام بحق المرأة في المعرفة، خاصة أن هذا البرنامج يستهدف قطاعاً كبيراً من المرأة المصرية، وهو المرأة التي لا تعمل، وهذا يتضح من توقيت إذاعة البرنامج (وقت العمل).

جدول (١٤): قضايا قانونية

القضايا	ك	%
قضايا النفقة ورؤية الطفل	٩	٣٧.٥
قضايا العنف ضد المرأة	٦	٢٥.٠
ميثاق شرف إعلامي لحماية حقوق المرأة	٦	٢٥.٠
منح السيدة السعودية الدفاع عن نفسها بمهنة المحاماة	٣	١٢.٥
الإجمالي	٢٤	١٠٠٠٠



احتلت القضايا القانونية رتبة متأخرة من إجمالي القضايا التي عالجها البرنامج؛ حيث احتلت مدة زمنية بلغت ٤.٢%، واقتصرت القضايا القانونية على القضايا الخاصة بالأسرة، مثل النفقة ورؤية الطفل والعنف ضد المرأة، ولم يتطرق البرنامج إلى تثقيف المرأة بحقوقها القانونية المتنوعة، وهذا يعد إخلالاً بحق المرأة في المعرفة، وكذلك إخلال بالمسئولية الاجتماعية للبرنامج نحو حقوق المرأة في التوعية القانونية والتثقيف الواجب نحوها، ويؤكد كذلك أن البرنامج لم يتطرق إلى أي أبعاد لتنمية المرأة؛ مما يعد قصوراً في وظائف الإعلام نحو المرأة.

ويلاحظ عند مقارنة هذه النتائج بالدراسات الأخرى التي درست معالجة قضايا حقوق الإنسان في الإعلام السعودي، مثل دراسة خالد عبد الله النامي^(٦٢) الذي توصل إلى تصدر قضية التمكين السياسي للمرأة السعودية قائمة الحقوق السياسية في المملكة العربية السعودية، وذلك بنسبة ٥٣.٢%، فنجد أن هناك جانباً سلبياً في معالجة برنامج (زينة) لقضايا المرأة المصرية؛ حيث أغفل هذا البرنامج البعد السياسي في هذه المعالجات، واقتصرت القضايا القانونية على مناقشة قوانين الأسرة وقوانين الخصوصية واحترام حقوق الغير".

جدول (١٥): قضايا التعليم

القضايا	ك	%
محو الأمية للسيدات	٦	١٠٠
الإجمالي	٦	١٠٠

اقتصرت البرنامج في معالجة القضايا التعليمية على تناول قضية محو الأمية للمرأة في صعيد مصر وخاصة في محافظة قنا، ولم يتناول ملف التعليم من قريب أو بعيد، ولم يتعرض لمشاكل التعليم المتعددة، وهذا يعد عدم اهتمام بهذا الملف الأساسي والضروري جداً للتنمية، كما يعد إخلالاً بالمسئولية الاجتماعية. وبالتحليل الكيفي لل فقرات تبين عدم تحقيق أي نوع من التوازن بين مصلحة المرأة ومصلحة المجتمع.

جدول (١٦): قضايا دينية

قضايا دينية	ك	%
فتاوى وأحكام	٦	٦٦.٧
حقوق المرأة في الدين	٣	٣٣.٣
الإجمالي	٩	١٠٠

تكررت الفقرة الدينية في بعض حلقات البرنامج وسميت أحياناً (الطريق إلى الله)، وأحياناً أخرى (في بيوت آمنة مطمئنة) واشتملت الفقرات على فتاوى للنساء من خلال أسئلة المتصلات بالبرنامج، وأحياناً عن بر الوالدين وأهمية الأخلاق في الإسلام وبعض من سير الصحابة، ولم تتطرق الفقرة إلى مناقشة قضايا المرأة في الإسلام، أو دعم دور المرأة في المجتمع من خلال عرض النماذج النسائية في الإسلام.



وبالتحليل الكيفي للفقرات الدينية تبين أن التزام البرنامج بالمسؤولية الاجتماعية في معالجة هذه الفقرات كان ملحوظاً في عرض حقوق المرأة في الإسلام، والدعوة لنبذ العنف ضد المرأة، والاستشهاد بآيات من القرآن تدعو إلى تكريم المرأة.

ثانياً: دراسة تأطير قضايا المرأة في برامج التليفزيون الحكومي:

جدول (١٧): نوع الأطر المستخدمة من حيث المضمون

نوع الإطار من حيث المضمون	ك	%
إطار المسؤولية	٧٢	٦٠.٠
إطار الصراع	٤٨	٤٠.٠
الإجمالي	١٢٠	١٠٠.٠

اتفقت الباحثة مع تصنيف 1993 Wayen Wanta & Yu Wei Hu الذي ذكره خالد صلاح الدين ٢٠٠١ في دراسته، والذي صنف الأطر طبقاً للمضمون وفقاً لدرجة الصراع، وتشمل:

- ١- أطر على درجة عالية من الصراع.
- ٢- أطر تحوى قدرًا أقل من الصراع.
- ٣- أطر تحوى قدرًا محدودًا من الصراع، وهي المرتبطة بالاهتمامات الإنسانية والأخلاقية والمسؤولية؛ لذلك تم قياس إطار المسؤولية كإطار رئيس مرتبط بالقضية وإطار الصراع كنوعين رئيسيين من تصنيفات الأطر طبقاً لمضمون الإطار.

أما عن الأطر المستخدمة في المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة، فقد مثلت أطر المسؤولية العامة غالبية الأطر بنسبة ٦٠%، بينما مثلت أطر الصراع بنسبة ٤٠%، وينقسم إطار المسؤولية إلى مسؤولية سببية ومسؤولية علاجية، فالمسؤولية السببية تركز على القضية، بينما المسؤولية العلاجية تطرح حلولاً للقضايا المطروحة.

وعن أدوات بناء إطار المسؤولية في معالجة قضايا المرأة، اعتمد البرنامج على:

- ١- بناء السياقات contextualization من خلال العديد من الكلمات المحورية، مثل (تحرص الدولة - تسعى الدولة - توفر الدولة السلع الأساسية للأسرة - يتابع البرنامج ملف صحة المرأة - نضيف الجمال إلى منزلك - نبحت عن جمالك - لك سيدتي - ...).
- ٢- شخصنة المواقف Personalization والحديث بلسان الشاكية سواء في القضايا الدينية أو القانونية.
- ٣- تجزئة المواقف والأحداث Fragmentation، وذلك من خلال تجزئة القضية الرئيسية إلى ملفات صغيرة يسهل معالجتها، وهذا يؤكد ارتفاع نسبة استخدام الإطار المحدد أكثر من الإطار العام.



وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه عادة محيي الدين ٢٠١٦، من ارتفاع نسبة استخدام إطار المسؤولية وبقاء الأوضاع كما هي في موقع جريدة الأهرام أكثر من موقع جريدة المصري اليوم، في حين ارتفع استخدام إطار الصراع في موقع المصري اليوم عن الأهرام.

كما تم أيضاً تقسيم أطر القضايا وفقاً للسمات البارزة لهذه القضايا، وفي هذا السياق طرح Mecombs وزملاؤه مفهوم السمات البارزة في التغطية الإعلامية للقضايا على اعتبار أن هذه السمات تؤثر بدورها في إدراك الرأي العام لتلك القضايا المختلفة التي تبرزها وسائل الإعلام في فترة زمنية معينة، وتتضمن هذه السمات كلاً من: السمات الموضوعية والتي يجب أن تحوى معلومات أساسية عن القضايا، ثم السمات العاطفية والتي تهتم بكيفية عرض القضايا وأطرافها في إطار إيجابي أو سلبي^(٦٣).

وبالنسبة للأطر المستخدمة طبقاً للسمات البارزة في برنامج (زينة)، وكما اتضح من خلال التحليل الكيفي للقضايا، تبين أن البرنامج يحرص على عرض المرأة كأنثى جميلة تتلخص اهتماماتها في الطهي والديكور والأزياء والتجميل للبشرة والشعر وكيفية الاستعداد للزواج، متجاهلاً الجانب الآخر في حياة المرأة التي تشغل الآن كافة المناصب القيادية.

وهذا يعكس الواقع السلبي لمعالجة قضايا المرأة المصرية في التلفزيون الحكومي، وأن الإعلام المصري التابع للدولة متمثلاً في برامج المرأة بالقناة الفضائية الثانية، يعد من العوامل التي تسهم في تراجع الدور السياسي للمرأة المصرية.

جدول (١٨): أنماط الأطر المستخدمة

نمط الإطار	ك	%
سياسي	٦	٤.٤
ديني	٣	٢.٢
اجتماعي	٧٢	٥٣.٣
قانوني	٢١	١٥.٦
صحي	٣٠	٢٢.٢
تعليمي	٣	٢.٢
الإجمالي	١٣٥	١٠٠.٠

ارتفعت نسبة الاعتماد على الإطار الاجتماعي لكل القضايا، حيث بلغت نسبتها ٥٣.٣%، يليها بفارق كبير الإطار الصحي للقضايا الذي اتضح من خلال التحليل الكيفي أنه مرتبط بالقضايا الصحية، بينما ارتبط الإطار الاجتماعي ببعض القضايا الدينية والقانونية، خاصة تلك التي تتناول المشكلات الزوجية وقوانين النفقة وقانون رؤية الطفل، وانخفضت نسبة وجود الإطار السياسي في معالجة القضايا،



ماعدًا القضايا السياسية، والتي كانت نسبتها ضعيفة بطبيعتها، ولم تتجاوز ٤.٤% من إجمالي القضايا التي يعالجها البرنامج.

جدول (١٩): التصنيف العام للإطار

نوع الإطار	ك	%
عام	١٨	١٥
محدد	٧٢	٨٥
الإجمالي	١٢٠	١٠٠

تميز البرنامج بتوافر الأطر المحددة في كل نوعية من أنواع القضايا المتنوعة التي يعالجها البرنامج بنسبة ٨٥%؛ حيث يتحدد الإطار أياً كان نوعه (اجتماعي - صحي - سياسي - ديني - ...) بينما وجدت الأطر العامة بنسبة ١٥%، ولوحظ من خلال التحليل الكيفي أن الأطر العامة وضحت بشكل أكبر في القضايا التي شملت أكثر من نمط (اجتماعي ديني - اجتماعي اقتصادي - اجتماعي قانوني ...) وتختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه Rebrer, Bryan and Berger, Braa 2004 والذي أكد أن المعالجات التي درسها لم تلتزم بإطار محدد أو فرعي، ولكن التزمت أكثر بالأطر العامة، خاصة أنها كانت تقدم عبر قنوات متعددة التوجهات، ولكنها اتفقت مع دينا يحيى ٢٠٠٣ التي توصلت إلى التزام جريدتي الأهرام والوفد بالأطر المحددة أكثر من الأطر العامة، والمعروف أن الإطار المحدد يركز على أحداث معينة أو قضايا محددة أو أفراد بعينهم، بحيث يمكن دراسة الأسباب للتوصل إلى الحلول، وغالباً ما يستخدم القائمون بالاتصال الأطر المحددة في معالجة القضايا؛ لكونها أكثر قوة وقدرة على جذب انتباه المتلقى، حيث تخصص قضايا محددة وتتناولها بقدر كبير من التفصيل؛ لأن الإطار المحدد يسهم في فهم أبعاد المشكلة؛ لإيجاد الحلول لها، في حين يصعب قياس ذلك في الإطار العام^(٦٤).

جدول (٢٠): نوع الإطار من حيث المخرجات

إطار المخرجات	ك	%
مكاسب	١٠٥	٨٧.٥
خسائر	١٥	١٢.٥
الإجمالي	١٢٠	١٠٠

لتوضيح كيف تعمل أطر المخرجات في تشكيل وعي الجمهور نحو قضايا المرأة، نجد أن هذه الأطر تركز على بعض قطع المعلومات حول موضوع القضية، من خلال تنشيط هذه القطع وإبرازها؛ مما يجعلها أكثر ملاحظة وتذكراً لدى المشاهدين، ويؤدي تزايد البروز إلى تعزيز احتمال إدراك النص بإبراز المعلومات بعدة أساليب، منها التكرار والربط بالنماذج الثقافية الموجودة؛ لهذا فإن البرامج والمفاهيم ذات الصلة، مثل الصور النمطية، تتضمن مجموعة من الأفكار المخزونة التي تمرر المعلومات لدى الأفراد؛



لأن البروز هو الناتج النهائي لتفاعل النصوص مع المتلقي^(٦٥)، وقد تميز البرنامج بوجود إطار المكاسب بنسبة بلغت ٨٧.٥% أكبر من إطار الخسائر التي بلغت ١٢.٥%، وتمثلت المكاسب التي يطرحها البرنامج في شكل الجهود التي تبذلها الدولة لتنمية المرأة (توفير السلع الاستهلاكية - طرق عمل ديكورات متنوعة - طرق عمل أكلات ووصفات محببة للأطفال - طرق وضع الماكياج - كيفية التغلب على أمراض خاصة بالمرأة، مثل هشاشة العظام - مبادرة حرك السكن لمواجهة سرطان الثدي -....) وذلك سعياً لتكوين صورة إيجابية لجهود الدولة في رعاية وتنمية المرأة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Gotlieb, Melissa 2008)، والذي أكد أن القضايا التي تُوَطر بإطار المكاسب بنسبة كبيرة يترتب عليها قلة اهتمام الجمهور بها نتيجة عدم الثقة في الوسيلة.

جدول (٢١): الإطار الزمني للقضايا (حالية القضية)

الإطار الزمني	ك	%
حالية	١٢٠	٦٢.٥
مستقبلية	٧٢	٣٧.٥
الإجمالي	١٩٢	١٠٠

غلب إطار حالية القضية على الأطر الزمنية للبرنامج؛ حيث اتسمت نسبة ٦٢.٥% من القضايا التي تمت معالجتها بالحالية (قضايا معاصرة)، ولم تتطرق إلى المستقبل إلا بنسبة ٣٧.٥% من إجمالي القضايا في مختلف الأنماط التي عالجها البرنامج.

جدول (٢٢): المداخل الإقناعية المستخدمة في تناول القضايا

المداخل المستخدمة	ك	%
مدخل الدعم	٥٤	٢١.٢
مدخل التنمية	٩	٣.٥
التشجيع والتحفيز	٢٤	٩.٤
مدخل الرعاية	٤٥	١٧.٦
مدخل المقاومة	١٢	٤.٧
التوعية والتثقيف	٨١	٣١.٨
اهتمامات تقليدية	٣٠	١١.٨
الإجمالي	٢٥٥	١٠٠

تعد المداخل الإقناعية هي الآليات أو الأساليب التي استخدمها البرنامج لعرض أطر القضية، وتكون هذه المداخل دائماً متفقة مع سياسة ومليكية الوسيلة الإعلامية، وكذلك متناسبة مع نوع القضايا المطروحة، وقد استخلصت الباحثة هذا التعريف من خلال التحليل الكيفي للمعالجة وتفرغ الكلمات



المحورية التي اعتمد عليها البرنامج أثناء المعالجة؛ حيث وجدت الباحثة أنها الآليات الأساسية المرتبطة بإنتاج الإطار.

وقد اعتمد البرنامج على مداخل إقناعية متعددة في معالجة القضايا، فمثلاً ارتفعت نسبة مدخل التوعية والتنقيف؛ حيث بلغت ٣١.٨% في المجالات التي اتضح فيها التوعية، مثل الملفات الصحية والاجتماعية، ومن خلال التحليل الكيفي اتضح أن التوعية والتنقيف ظهرت بنسبة كبيرة في (الاهتمام بالصحة العامة وصحة الشعر وعلاج الهشاشة - كيفية الاستعداد للزواج - فوائد النباتات في المنزل والديكورات - حقوق المرأة في الدين - مخاطر التدخين على صحة المرأة، ...) بينما لوحظ ندرة وجود التنقيف السياسي والفني والوعي الثقافي.

يليه مدخل الدعم الذي بلغ ٢١.٢%؛ حيث ركزت بعض فقرات البرنامج على دعم المرأة، خاصة في الحلقات الخاصة بالاحتفال بيوم المرأة العالمي ٩ مارس، ويوم المرأة المصرية ١٦ مارس، وعيد الأم ٢١ مارس، وتمثل هذا الدعم في تقديم نماذج للمرأة، والحديث عن أمهات السينما المصرية، (وخاصة الفنانة كريمة مختار)، وكذلك حلقة خاصة عن الأم في الإسلام.

العلاقات المزدوجة الخاصة بتأطير القضايا:

جدول (٢٣): العلاقة بين نوع القضايا وإطار المخرجات (مكاسب وخسائر)

تعليمي		صحي		قانوني		اجتماعي		ديني		سياسي		القضية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	إطار المخرجات
١٠٠	٦	٨٣.٣	٣٠	٨٣.٣	٢٠	٦٣	٣٤	١٠٠	٩	١٠٠	٦	مكاسب
-	-	١٦.٧	٦	١٦.٧	٤	٣٧	٢٠	-	-	-	-	خسائر
١٠٠	٦	١٠٠	٣٦	١٠٠	٢٤	١٥٥	٥٤	١٠٠	٩	١٠٠	٦	الإجمالي

اعتمد البرنامج على طرح إيجابيات الدولة في معالجة قضايا المرأة المتنوعة، عاكساً المكاسب التي حققتها الدولة في علاج قضايا المرأة في مختلف نوعيات القضايا التي تم طرحها في البرنامج، متجاهلاً المشكلات التي تعاني منها المرأة في قطاعات متعددة، مثل (العشوائيات - الريف - الصعيد - والمرأة المعيلة، ...) وقد اتضح ذلك من خلال التحليل الكيفي، وكذلك من خلال النسب في الجدول أعلاه، والتي توضح أن إطار المكاسب في القضايا الصحية ٨٣.٣% (ركزت معظم القضايا الصحية على المرأة في سن الزواج والحمل والإنجاب، متجاهلاً فئات عمرية مهمة جداً في حياة الأنثى، وهي فترة المراهقة والشيوخة) وكذلك القضايا القانونية (التي ركزت أيضاً على فئة عمرية محددة في حياة المرأة، وهي فترة الزواج والطلاق في مستقبل العمر، وما ينتج عنه من مشكلات تؤثر في استقرار الأسرة؛ حيث دارت القضايا القانونية حول قانون رؤية - إلزام الزوج برد قائمة المنقولات، وغيرها من مشكلات مرتبطة بالزواج...).



وبالنسبة للقضايا السياسية، تطرح المعالجة أن المكاسب التي حققتها المرأة في هذا المجال مرتفعة جداً بنسبة ١٠٠%، ولم تتناول فقرة واحدة من الفقرات السياسية التي عالجه البرنامج مدى قصور الدولة في تمكين المرأة المصرية سياسياً، أو تفعيل دور المرأة في الأحزاب السياسية، وحصص دور المرأة في الأعمال الخيرية والأنشطة التطوعية داخل الأحزاب، وهذه المعالجة تعد مخالفةً للواقع السياسي للمرأة، ومخالفة لمعايير المسؤولية الاجتماعية التي تفرض على القائمين بالاتصال ضرورة عرض الحقائق كاملة وبدقة وحيادية ووضوح.

وهذه النتيجة توضح أن برنامج (زينة) المذاع على الفضائية المصرية الثانية لم يقدّم بدوره كوسيلة إعلامية تهدف إلى تحقيق تنمية للمرأة المصرية، بل يسهم في دعم الصورة النمطية لها وحصص دورها في الأدوار التقليدية للمرأة.

جدول (٢٤): العلاقة بين نوع الإطار من حيث المضمون ونوع القضايا التي تمت معالجتها

القضية		سياسي		ديني		اجتماعي		قانوني		صحي		تعليمي	
نوع الإطار من حيث المضمون		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
المسؤولية		٤	٦٦.٧	٩	١٠٠	٤٤	٨١.٥	١٤	٥٨.٣	٣٦	١٠٠	٦	١٠٠
الصراع		٢	٣٣.٣	-	-	١٠	١٨.٥	١٠	٤١.٧	-	-	-	-
الإجمالي		٦	١٠٠	٩	١٠٠	٥٤	١٠٠	٢٤	١٠٠	٣٦	١٠٠	٦	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة إطار المسؤولية بشقيه (المسؤولية السببية والمسؤولية العلاجية) في مختلف أنواع القضايا التي طرحها البرنامج؛ حيث بلغت نسبته في القضايا الصحية ١٠٠%، وكذلك القضايا الدينية والتعليمية، وهذا يؤكد أن تليفزيون الدولة الحكومي يقف في صف الحكومة، ويتعد عن الوظيفة الرئيسة للإعلام، وهي خدمة الجمهور وطرح قضاياها بموضوعية، في سبيل الوصول إلى حل، وخاصة في القطاع الصحي الذي يعاني من كم كبير من المشكلات التي تواجهنا يومياً وتعاني منها المرأة المصرية، ونجد أن هذا البرنامج على مدار حلقات شهر كامل يطرح قضايا صحية ذات بعد إيجابي، ويبرز السمات الإيجابية لموقف الدولة من هذا الملف الحيوي جداً لكل قطاعات الجمهور؛ ولهذا ترى الباحثة أن برنامج (زينة) يؤطر قضايا المرأة طبقاً لما تراه سياسة المحطة التابعة للدولة، ولم يلتزم بمعايير المسؤولية الاجتماعية في معالجة قضايا المرأة المصرية؛ حيث يبرز جوانب إيجابية على طول الحلقات التي تم تحليلها، ويتعد تماماً عن عرض الوجه الآخر من القضايا في مختلف الملفات.



جدول (٢٥): العلاقة بين نوعية القضايا المعالجة والمداخل الإقناعية المستخدمة

القضية		سياسي		ديني		اجتماعي		قانوني		صحي		تعليمي	
المداخل		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مدخل الدعم		٣٣.٣	٢	٤٤.٤	٤	١٦.٧	٩	٣٧.٥	٩	١٦.٧	٦	٣٣.٣	٢
مدخل التنمية		-	-	-	-	٣.٧	٢	٨.٢	٢	٥.٦	٢	٣٣.٣	٢
التشجيع والتحفيز		٣٣.٣	٢	-	-	٥.٦	٣	٢٠.٨	٥	٥.٦	٢	٣٣.٣	٢
مدخل الرعاية		-	-	-	-	٩.٣	٥	٨.٣	٢	٢٧.٨	١٠	-	-
مدخل المقاومة		-	-	-	-	٥.٦	٣	-	-	٥.٦	٢	-	-
التوعية والتثقيف		٣٣.٣	٢	٥٥.٦	٥	٢٢.٧	١٢	٢٥	٦	٣٨.٩	١٤	-	-
اهتمامات تقليدية		-	-	-	-	٣٧	٢٠	-	-	-	-	-	-
الإجمالي		١٠٠	٦	١٠٠	٩	١٠٠	٥٤	١٠٠	٢٤	١٠٠	٣٦	١٠٠	٦

تعددت المداخل التي اعتمد عليها البرنامج، وكان أبرزها مدخل التوعية والتثقيف، الذي ارتفعت نسبته في القضايا الدينية، حيث بلغ ٥٥.٦%، يليها القضايا الصحية بنسبة ٣٨.٩%، ثم مدخل الدعم الذي ارتفعت نسبته في القضايا الدينية بنسبة ٤٤.٤%، يليها القضايا القانونية بنسبة ٣٧.٥%، وتقاربت نسبة الاعتماد على مداخل التنمية والرعاية والمقاومة والاهتمامات التقليدية في مختلف القضايا.

الخلاصة ونتائج الدراسة:

أولاً: نتائج تحليل فئات الشكل:

بلغ عدد الحلقات التي تم تحليلها ٣٠ حلقة بواقع ٤٥ ساعة، وتمت معالجة ١٢٠ قضية متنوعة (اجتماعية، وصحية، ودينية، وقانونية، وتعليمية، وسياسية) واعتمد أسلوب المعالجة على قالب الحوار أكثر من الحديث المباشر أو التقرير؛ حيث بلغت نسبة الاعتماد على الحوار ٥٥%، كما بلغت نسبة الفقرات التي لا تعتمد على عناصر الإبراز ٦٠%، بينما اعتمدت ٢٢.٥% على صور ثابتة لتوضيح المضمون، واعتمدت ١٠% فقط من الفقرات على المادة الفيديوية أو التقارير المصورة.

وغلبت النزعة المحلية على مضمون القضايا؛ حيث إن البرنامج موجه للمرأة المصرية والعربية؛ لذلك جاءت القضايا محلية بنسبة ٩٢.٥% يليها النزعة العربية بنسبة ٥%، ولوحظ تحميل الكوادر الإعلامية النسائية مسؤولية معالجة قضايا المرأة في البرنامج، وقصر الاشتغال في الإعلام النسائي على المرأة دون الرجل في معظم الأحيان.

وتنوعت وظائف وتخصصات الضيوف (الذكور والإناث)، بينما ارتفعت نسبة استضافة الشيفات، ثم الطبيب وخبراء التجميل؛ وذلك لاحتواء البرنامج على فقرة ثابتة للطهي وصحة المرأة، وبلغت نسبة المشاركة الخارجية للجمهور من خارج البرنامج ٤٥%، وتفوقت وسيلة المشاركة بالاتصال التليفزيوني



على باقى وسائل التواصل مع البرنامج، وارتفعت نسبة معالجة القضايا الاجتماعية، حيث بلغت ٤٠.٩%، يليها القضايا الصحية بنسبة ٢٧.٣% ثم القانونية، وقد لوحظ التركيز على اهتمامات ومشكلات الشرائح العليا من نساء العواصم والمدن وعلى مشكلات المرأة فى مرحلة الخصوبة والإنجاب دون الاهتمام بالمراحل العمرية الأخرى.

وقد ركزت القضايا الاجتماعية التى تمت معالجتها على القضايا التقليدية التى تعكس الدور السلبى للمرأة فى المجتمع، والمتمثلة فى صفات الطهى والديكور وتجميل المنزل والمشكلات الزوجية، وأغفلت القضايا الخاصة بتثقيف المرأة والنهوض بها وتوعيتها النفسية والتربوية، وبالنسبة للقضايا الصحية ركزت الفقرات التى تم تحليلها على موضوعات التجميل وسرطان الثدي والصحة الإنجابية والرعاية بصحة الأم الحامل وتنظيم الأسرة.

وجاءت القضايا السياسية بنسبة ضئيلة بلغت ٤%، وكانت معالجتها هامشية وسطحية، وابتعدت تمامًا عن مناقشة القضايا السياسية المهمة المطروحة على الساحة، ولم تخصص لها فقرات ثابتة فى البرنامج، ولا مساحة زمنية تناسب هذا النوع المهم جدًا من الموضوعات التى من شأنها إحداث تنمية سياسية للمرأة المصرية، وبالنسبة للقضايا القانونية التى ناقشها البرنامج، فقد أخذت البعد الأسرى والاجتماعى فى المعالجة؛ حيث اقتصرت على قضايا النفقة ورؤية الطفل والعنف ضد المرأة، متجاهلة التوعية القانونية للمرأة بمختلف القضايا المتنوعة، وكذلك التثقيف القانونى للمرأة فى مختلف الجوانب.

وبالنسبة لقضايا التعليم، فقد اقتصرت المعالجة على تناول قضية محو الأمية للنساء فى صعيد مصر من خلال مبادرة قامت بها إحدى الجمعيات، ولم تتناول ملف التعليم فى مصر، ولم تتطرق لأى من مشكلاته، وهذه المعالجة السطحية لملف التعليم تعد إخلالاً بالمسئولية الاجتماعية للبرنامج نحو المرأة المصرية، وبالنسبة للقضايا الدينية، فقد اقتصرت على القضايا المرتبطة بالأسرة والفتاوى الخاصة بالمرأة وحقوق المرأة فى الإسلام، متجاهلة عرض نماذج للمرأة فى الإسلام أو معالجة قضايا دينية أكثر عمقاً.

ثانياً: نتائج التحليل الكيفى للمسئولية الاجتماعية للبرنامج فى معالجة القضايا المتنوعة:

بالنسبة للموضوعات الاجتماعية: لوحظ من خلال التحليل الكيفى عدم قدرة البرنامج على تحقيق التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع فى المعالجة، خاصة فيما يتعلق بنوعية الموضوعات المطروحة؛ حيث يعتمد البرنامج على أجندة القضايا التقليدية التى ترسخ الصورة النمطية والسلبية للمرأة المصرية والعربية.

وبالنسبة للموضوعات الصحية: اتضح الالتزام ببعض معايير المسئولية الاجتماعية، مثل الالتزام بمواثيق الأخلاق أثناء معالجة القضايا الصحية، والتزامها بمعيار الدفاع عن مصالح المجتمع، وهذه النتيجة جاءت مرتبطة بالأنثى فى فترة الخصوبة، أى فترة الزواج والحمل والإنجاب، ولم يتطرق البرنامج



إلى المشكلات الصحية والنفسية التي تعاني منها الفتاة فى فترة المراهقة أو المشكلات الصحية لكبار السن.

وبالنسبة للموضوعات السياسية: يؤخذ على البرنامج إخلاله بحق المرأة المصرية فى المعرفة بالقضايا السياسية المطروحة على الساحة المصرية والدولية، وبالنسبة للموضوعات القانونية فيتضح إخلال البرنامج بالمسئولية الاجتماعية نحو حقوق المرأة فى التوعية القانونية والتنقيف الواجب نحوها، ويتضح كذلك أن البرنامج لم يسع إلى أى أبعاد لتنمية المرأة، وهذا يعد قصورًا فى وظائف الإعلام الحكومى نحو المرأة.

وبالنسبة للموضوعات التعليمية: فلم يهتم البرنامج بملف التعليم، ويعد كذلك إخلالًا بالمسئولية الاجتماعية، وعدم تحقيق أى نوع من التوازن بين مصلحة المرأة ومصلحة المجتمع، وبالنسبة للموضوعات الدينية: فقد تبين أن التزام البرنامج بالمسئولية الاجتماعية فى معالجة هذه الفقرات كان ملحوظًا فى عرض حقوق المرأة فى الإسلام، والدعوة لنبذ العنف ضد المرأة، والاستشهاد بآيات من القرآن تدعو إلى تكريم المرأة.

ثالثًا: نتائج دراسة تأطير قضايا المرأة فى البرنامج:

كشفت الدراسة تأثير ملكية الوسيلة الإعلامية فى الأطر التى يتبناها البرامج فى عرض قضايا المرأة؛ حيث وظفت أطرًا متنوعة تتفق مع نمط ملكيتها وسياستها واتجاهاتها نحو دعم دور الدولة فى معالجة قضايا المرأة، كما يأتى:

- ١- مثلت أطر المسئولية العامة غالبية الأطر بنسبة ٦٠%، بينما مثلت أطر الصراع نسبة ٤٠%.
- ٢- ارتفعت نسبة الاعتماد على الإطار الاجتماعى لكل القضايا؛ حيث بلغت نسبتها ٥٣.٣%، يليها بفارق كبير الإطار الصحى للقضايا، الذى اتضح من خلال التحليل الكيفى أنه مرتبط بالقضايا الصحية، بينما ارتبط الإطار الاجتماعى ببعض القضايا الدينية والقانونية، خاصة تلك التى تتناول المشكلات الزوجية وقوانين النفقة وقانون رؤية الطفل، وانخفضت نسبة وجود الإطار السياسى فى معالجة القضايا ما عدا القضايا السياسية، والتى كانت نسبتها ضعيفة بطبيعتها، ولم تتجاوز ٤.٤% من إجمالى القضايا التى يعالجها البرنامج.
- ٣- تميز البرنامج بتوافر الأطر المحددة فى كل نوعية من أنواع القضايا المتنوعة التى يعالجها البرنامج بنسبة ٨٥%؛ حيث يتحدد الإطار حسب نوعه أيًا كان نوعه (اجتماعى - صحى - سياسى - دينى - ...) بينما وجدت الأطر العامة بنسبة ١٥%، ولوحظ من خلال التحليل الكيفى أن الأطر العامة وضحت بشكل أكبر فى القضايا التى شملت أكثر من نمط (اجتماعى دينى - اجتماعى اقتصادى - اجتماعى قانونى ...).



٤- تميز البرنامج بوجود إطار المكاسب بنسبة بلغت ٨٧.٥% أكبر من إطار الخسائر التي بلغت ١٢.٥%، وتمثلت المكاسب التي يطرحها البرنامج في شكل الجهود التي تبذلها الدولة لتنمية المرأة (توفير السلع الاستهلاكية - طرق عمل ديكورات متنوعة - طرق عمل أكالات ووصفات محببة للأطفال - طرق وضع الماكياج - كيفية التغلب على أمراض خاصة بالمرأة، مثل هشاشة العظام - مبادرة حرك السكون لمواجهة سرطان الثدي- ...). وذلك سعياً لتكوين صورة إيجابية لجهود الدولة في رعاية وتنمية المرأة.

٥- غلب إطار الحالية القضية على الأطر الزمنية للبرنامج؛ حيث اتسمت نسبة ٦٢.٥% من القضايا التي تمت معالجتها بالحالية (قضايا معاصرة)، ولم تنطرق إلى المستقبل إلا نسبة ٣٧.٥% من إجمالي القضايا في مختلف الأنماط التي عالجها البرنامج.

٦- اعتمد البرنامج على مداخل إقناعية متعددة في معالجة القضايا، فمثلاً ارتفعت نسبة مدخل التوعية والتثقيف؛ حيث بلغت ٣١.٨% في المجالات التي اتضح فيها التوعية، مثل الملفات الصحية والاجتماعية، ومن خلال التحليل الكيفي اتضح أن التوعية والتثقيف ظهرت بنسبة كبيرة في (الاهتمام بالصحة العامة - وصحة الشعر - وعلاج الهشاشة - وكيفية الاستعداد للزواج - وفوائد النباتات في المنزل والديكورات - وحقوق المرأة في الدين - ومخاطر التدخين على صحة المرأة....) بينما لوحظ ندرة وجود التثقيف السياسي والفني والوعي الثقافي.

٧- وبالنسبة للأطر المستخدمة طبقاً للسمات البارزة في برنامج (زينة)، وكما اتضح من خلال التحليل الكيفي للقضايا، تبين أن البرنامج يحرص على عرض المرأة كأنتى جميلة تتلخص اهتماماتها في الطهي والديكور والأزياء والتجميل للبشرة والشعر وكيفية الاستعداد للزواج، متجاهلاً الجانب الآخر في حياة المرأة التي تشغل الآن كافة المناصب القيادية؛ وهذا يعكس الواقع السلبي لمعالجة قضايا المرأة المصرية في التلفزيون الحكومي.

٨- اعتمد البرنامج على طرح إيجابيات الدولة في معالجة قضايا المرأة المتنوعة، عاكساً المكاسب التي حققتها الدولة في علاج قضايا المرأة ذات البعد الاجتماعي، متجاهلاً المشكلات التي تعاني منها المرأة في قطاعات متعددة مثل (العشوائيات - الريف - الصعيد - والمرأة المعيلة...).

٩- ارتفعت نسبة إطار المسؤولية بشقيه (المسؤولية السببية، والمسؤولية العلاجية) في مختلف أنواع القضايا التي طرحها البرنامج؛ حيث بلغت نسبته في القضايا الصحية ١٠٠%، وكذلك القضايا الدينية والتعليمية، وهذا يؤكد أن تلفزيون الدولة الحكومي يقف في صف الحكومة، وبيتعد عن الوظيفة الرئيسة للإعلام، وهي خدمة الجمهور وطرح قضاياها بموضوعية في سبيل الوصول إلى حل.



١٠- تعددت المداخل التي اعتمد عليها البرنامج، وكان أبرزها مدخل التوعية والتثقيف الذي ارتفعت نسبته في القضايا الدينية حيث بلغ ٥٥.٦%، يليها القضايا الصحية بنسبة ٣٨.٩%، ثم مدخل الدعم الذي ارتفع في القضايا الدينية بنسبة ٤٤.٤%، يليها القضايا القانونية بنسبة ٣٧.٥%، وتقاربت نسبة الاعتماد على مداخل التنمية والرعاية والمقاومة والاهتمامات التقليدية في مختلف القضايا.

توصيات الدراسة:

بالنظر إلى الدور الوظيفي الذي يقوم به الإعلام المصري الحكومي في خدمة قضايا المرأة العربية، اتضح من نتائج الدراسة أن هذا الاهتمام ليس على القدر الكافي أو الملائم، خاصة في نمطية المعالجة وتقليدية تناول قضايا المرأة المصرية، دون الخوض في جوهر قضايا المرأة المصرية ومشكلاتها، وإهمال الموضوعات السياسية والثقافية التي تسهم في تحقيق تنمية ومشاركة سياسية للمرأة، ومن هذا المنطلق يعد تليفزيون الدولة أحد العوامل التي تؤثر سلباً في المشاركة السياسية للمرأة المصرية؛ ولذلك جاءت توصيات الدراسة كما يأتي:

١- ضرورة إعادة ترتيب أجندة قضايا المرأة المصرية في الإعلام المصري الحكومي، بحيث يكون التركيز على الأبعاد السياسية والثقافية للمرأة المصرية والعربية؛ لما لها من تأثير كبير في تفعيل مفهوم التمكين السياسي للمرأة ونشر ثقافة المشاركة السياسية.

٢- ضرورة تحرير الإعلام الحكومي من القيود المجتمعية والقيمية التي يفرضها الواقع الاجتماعي على واقع المرأة المصرية، وأهمية النظر إليها كمواطن مسئول عن التنمية السياسية والثقافية الحالية والمستدامة مثل الرجل.

٣- ضرورة التدخل بالتشريع أو بإقرار ميثاق شرف للقنوات الفضائية الحكومية فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي المقدم للمرأة، ينص على أهمية توافر الأبعاد السياسية والتعليمية والثقافية فيما يقدم للمرأة المصرية والعربية.

٤- ضرورة إعطاء الأولوية للقضايا التعليمية في التنمية عملاً بوثيقة الأمم المتحدة "التعليم من أجل التنمية".

٥- التركيز على الجوانب الثقافية والفنية التي من شأنها إحداث تنمية بشرية، وبذلك نحقق البعد البشري الأساسي من متطلبات التنمية لقطاع كبير من الجمهور المصري، وهو المرأة المصرية.



المراجع:

- (١) زينب أحنيش ٢٠١٦: "سمات تقديم الأدوار السياسية والاجتماعية للمرأة الليبية فى خطاب الصحافة الليبية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (٢) عواطف عبد الرحمن، ليلى عبد المجيد، نجوى كامل ١٩٩٨: "المرأة المصرية والإعلام فى الريف والحضر"، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع).
- (٣) ياسمين على المهدي ٢٠١٥: " دور البرامج التلفزيونية فى معالجة قضايا عمل المرأة"، ماجستير إعلام، القاهرة، ص٣.
- (٤) ناهد رمزى ٢٠٠٠: "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاتصال من خلال منهاج عمل بكين واستراتيجيات نيروبي التطلعية"، فى المنتدى الفكرى الأول: المرأة والإعلام (القاهرة: المجلس القومى للمرأة، مايو، ٢٠٠٠) ص٢٩.
- (٥) أ.د. هويدا مصطفى، أستاذ الإعلام وعميدة المعهد الدولى العالى للإعلام - أكاديمية الشروق أ.د. خالد صلاح الدين حسن، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- (٦) شيماء ذو الفقار زغيب ٢٠٠٩: "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية فى الدراسات الإعلامية"، الدار المصرية اللبنانية، ص١٦٤.
- (٧) شيماء ذو الفقار، نفس المرجع السابق.
- (٨) نيرمين إبراهيم ٢٠١٦: "المعالجة الإعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (٩) ياسمين على المهدي، ٢٠١٥، مرجع سابق.
- (١٠) رهام عز الدين ٢٠١٢، "العلاقة بين التعرض لبرامج المرأة فى الفضائيات العربية ونظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (١١) شيرين عوض خليل، ٢٠١١: "اعتماد الجمهور العربى على البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العربية فى تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة.
- (١٢) أسماء سمير إبراهيم، ٢٠٠٩، مرجع سابق.
- (١٣) حنان محمد عبد الحميد، ٢٠٠٦: "قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية"، بحث مقدم فى مؤتمر المعلومات الدولية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، نوفمبر ١٤ - ٦ - ٢٠٠٦.
- (١٤) إسماعيل علوان عبيد، "المعالجات الإخبارية للأزمات الأمنية المحلية فى الفضائيات التلفزيونية العراقية واتجاهات النخبة الإعلامية إزاءها"، رسالة دكتوراه (العراق: جامعة ذي قار، ٢٠٠٥)، منشورة فى جريدة الزوار بتاريخ ٢٦ أغسطس ٢٠١٥ العدد: ٦١٣٠، متاح عبر موقع <http://alzawrapaper.com>
- (١٥) هبة شاهين، ٢٠١٤: "المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام فى تناول قضايا الإرهاب دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية"، بحث منشور متاح عبر: <http://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/123456789/60020>
- (١٦) سارة عبد اللطيف عبد الحليم ٢٠١١: "المسؤولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية الحكومية والخاصة كما تراها النخبة دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة).



(١٧) أميرة سمير ٢٠٠٨: "التأثيرات السياسية للفتوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية"، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ج ١

(18) Van Atteveldt, Womuter, Ruigrok, Nel. And Kleninnijenhuis, Op.cit.

(19) Rossmann, Constanze and BerTerm Scheufele. "Smoking- Frames: How German Dailies Framed the Smoking Issue Before and After the Terry-Report." In *Proceedings of the annual meeting of International Communication Association*, New Orleans, May 27, 2004.

(٢٠) غادة محيي الدين محمد، ٢٠١٦: "أطر معالجة انتهاكات حقوق المرأة في الموقع الإلكتروني وتأثيرها على اتجاهات الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(21) Desrosiers, Marie-Eve. "Tackling Puzzles of Identity Based Conflict: The Promise of Framing Theory." *Civil Wars* 17, no. 2 (2015): 120-140.

(22) Sano, Joelle. "Media Framing, Moral Framing: A Study of the Catholic Teachers Union of New Jersey." In *Proceedings of the annual meeting of the American Sociological Association*, San Francisco, August 2009.

(٢٣) مناوور بيان الراجحي، ٢٠٠٩: "أطر التغطية الإخبارية للاستجابات البرلمانية في الصحف الكويتية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد الرابع، يوليو، ديسمبر ٢٠٠٩.

(٢٤) جمال عبد العظيم، ٢٠٠٩: "أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية، دراسة حالة لموقعي بي بي سي والعالم بالتطبيق على أزمة احتجاز البحارة البريطانيين"، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٤، يوليو، أكتوبر ٢٠٠٩.

(25) Reber, Bryan and Braa Berger. "An Analysis of Activist Frames: How the Sierra Club Frames Public Messages." In *Proceedings of the annual meeting of the International Communication Association*, New Orleans, May 7, 2004.

(٢٦) خالد صلاح الدين حسن ، ٢٠٠١: "دور التليفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(27) Akhavan-Majid, Roya and Jyotika Ramaprasad. "Framing Beijing: Dominant Ideological Influences on the American Press Coverage of the Fourth UN Conference on Women and the NGO Forum." *Gazette* 62, no. 1 (2000): 45-59.

(28) De Vreese, Claes. "News Framing: Theory and Typology." *Information Design Journal* 13, no. 1 (2005): 51-62.

(29) Severin, Werner and Tankard Jr., James. *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. Boston: Addison Wesley Longman, 2000.

(30) Marley, Spencer. 2015: "Social Responsibility and Public Radio Using Community Reporters to Make News More Responsible." BA Senior Project, California Polytechnic State University, San Luis Obispo, 2015.

(٣١) أحمد جمال حسن: "التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنيا، ٢٠١٥، ص ٨٦.

(32) Melisande Middleton, 2001: Op. Cit.

(٣٣) طلال صدقي محمود ذكي: "تأثير الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٢٨.



- (٣٤) أحمد جمال حسن: مرجع سابق، ٢٠١٥، ص ٨٧.
- (35) Majid, A.R. Ramaprosed J, Op. Cit.
- (٣٦) محمد سعد أحمد إبراهيم، ٢٠٠٢: "الأطر الخبرية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراءة الصحف"، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثامن لكية الإعلام، جامعة القاهرة، تحت عنوان "الإعلام وصورة العرب والمسلمين" مايو ٢٠٠٢، ص ص ١-٧٥.
- (٣٧) ولاء الجوهري، ٢٠١٥: "التغطية الإخبارية للقضايا الأفريقية المعاصرة فى قناتي النيل والجزيرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٦٨.
- (٣٨) نفس المرجع السابق.
- (39) Claes H. Devreese 2005: Op cit, P. 51-53.
- (40) Pfau, Micheal, Michel Haigh, Mitchell Gettle, Michael Donnelly, Gregory Scott, Dana Warr, Elaine Wittenberg. "Embedding Journalists in Military Combat Units: Impact on Newspaper Story Frames and Tone." *Journalism of Mass Communication Quarterly* 81, no. 1 (2004): 74-88.
- (41) Kimberly, Gross. "Framing Persuasive Appeals Episodic and Thematic Framing Emotional Response and Policy Opinion." *Political Psychology* 29, no.2 (2008): 169-192.
- (٤٢) خالد صلاح الدين، مرجع سابق، ص ٨٢.
- (٤٣) خالد صلاح الدين، نفس المرجع السابق، ص ٨٤.
- (٤٤) خالد صلاح الدين، نفس المرجع سابق، ص ٨٥.
- (٤٥) مناور بيان الراجحي، مرجع سابق.
- (46) An, Seon-Kyoung And Karla K Gower. "How Do the News Media Frame Crises? A Content Analysis of Crisis News Coverage." *Public Relations Review* 45, no. 2 (2009): 107-112.
- (47) Scheufele, Dietram. "Framing as a Theory of Media Effects." *Journal of Communication* 49, no. 1 (1999): 103-122.
- (48) Dietram A. scheufele, 2006, ibid.
- (50) Papacharissi, Zizi and De Fatima Oliveira, Maria. "News Frames Terrorism: A Comparative Analysis of Frames Employed in Terrorism Coverage in U.S. and U.K. Newspapers." *The International Journal of Press/Politics* 13, no.1 (2008): 52-74.
- (50) Stanley J. Baron and K..Davis. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future*. California: Wadsworth Publishing, 2002.
- (51) Werner J severin & James Tankard 1992. Op cit, P. 215.
- (٥٢) حنان عبد الحميد، مرجع سابق، ٢٠٠٦.
- (٥٣) سماح المحمدى، مرجع سابق، ٢٠٠٥.
- (٥٤) أسماء إبراهيم، مرجع سابق، ٢٠٠٩.
- (٥٥) حنان عبد الحميد، مرجع سابق، ٢٠٠٦.
- (٥٨) إيمان عبد الحكيم زايد، ٢٠١٦: "دور القنوات الفضائية المصرية فى معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصرى"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- (٥٧) إسماعيل علوان عبداللطيف، مرجع سابق، ٢٠١٥.
- (٥٨) هبة شاهين، مرجع سابق، ٢٠١٤.



- (59) سارة عبد اللطيف، مرجع سابق، ٢٠١١.
- (60) Berger, Guy and Jude Mathrine, 2008: "Problematizing Media Development as a Bandwagon Gets Rolling." In *Proceedings of the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, 2008*.
- (61) مبارك الخازمي، ٢٠٠٤، مرجع سابق.
- (64) خالد عبدالله النامي، ٢٠١٠، مرجع سابق.
- (65) جمال عبد العظيم ٢٠٠٩: "أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية، دراسة حالة على أزمة احتجاج البحارة البريطانيين"، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٤ يوليو - أكتوبر ٢٠٠٩، ص ٥٨.
- (66) Cross Kimberly, 2008, op cit.
- (67) هبة شاهين، ٢٠٠٧، مرجع سابق، ص ١٩٤.