



بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف

بن عيسى قرمزي متخرج من جامعة المدية

تخصص: إعلام آلي

التخصص الثاني: حفظ التراث بنفس الجامعة

1983/08/28 بالمدية – الجزائر-

الجنسية الجزائر وليس لي وطن فأنا مسلم

للتواصل **وطلب المذكرات** مجاناً وبدون مقابل

هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريدي إلكتروني: benaisa.inf@gmail.com

MSN : benaisa.inf@hotmail.com

فيس بوك: <http://www.facebook.com/benaisa.inf>

سكايب: benaisa20082

دعوة صالحة بظهر الغيب فر بما يصلك ملفي وأنا في التراب

أن يعفو عنا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

ملاحظة: أي طالب أو باحث يضع نسخاً لصق لكامل المذكرة ثم يزعم أنه المذكرة له

فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيامة وما همدنا إلا النفع حيث كان لا أن تنبئ أعمال

الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

لا تنسوا الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم

صلى على النبي – سبحانه الله وبحمده سبحانه الله العظيم-

بن عيسى قرمزي 2012

صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية
*The Image of the Jordanian Woman in
Daily Jordanian Newspapers*

إعداد:
ميس فريد جاد الله بدر

إشراف:
أ. د. عصام سليمان موسى

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الآداب

تخصص الإعلام

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية الآداب - قسم الإعلام

أيار / 2009

أنا ميس فريد جادالله بدر أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا و الكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو
الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ميس فريد بدر

التاريخ:

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: "....." وأجيزت

بتاريخ: / /

أعضاء لجنة المناقشة (في حالة الإشراف المنفرد)

التوقيع

- | | |
|---------------------------------|---------------------------|
| رئيساً ومشرفاً:..... | 1. الأستاذ الدكتور: |
| عضواً:..... | 2. الأستاذ الدكتور: |
| عضواً:..... | 3. الدكتور: |
| عضواً خارجياً: (جهة العمل)..... | 4. الدكتور: |

شكر وتقدير

يسعدني وقد شارفت على إنجاز هذه الدراسة أن أنسب الفضل إلى أهله... فأتقدم للفاضل الأستاذ الدكتور عصام موسى الذي أكرمني بالإشراف على رسالتي... وقدم المساعدة بكثير من الصبر.... وفيض من الخلق الرفيع... وكان له الفضل في إبراز هذا العمل إلى حيز الوجود... فله جزيل الشكر وكل التقدير والامتنان.....

والشكر موصول إلى أعضاء لجنة المناقشة الأكارم على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة ممثلة بالأستاذة الدكتورة حميدة سميسم، والأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، والأستاذ الدكتور ابراهيم أبو عرقوب. والأستاذ الدكتور عبدالرؤوف زهدي، والأستاذ الدكتور غازي خليفة، والأستاذ الدكتور عبدالجبار البياتي، لدعمهم ومؤازرتهم.

لكم مني جميعا وافر التقدير والاحترام والامتنان

الإهداء

إلى

" أمي الحبيبة "

الصفحة	المحتويات
أ	الموضوع
ب	العنوان
ج	التفويض
د	قرار لجنة المناقشة
هـ	الشكر
و	الإهداء
ح	قائمة المحتويات
ي	قائمة الجداول
ك	قائمة الملحقات
م	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الانجليزية
	الفصل الأول:
1	المقدمة
5	المرأة الأردنية
7	مشكلة الدراسة
8	أسئلة الدراسة
9	أهمية الدراسة
10	مصطلحات الدراسة
11	محددات الدراسة
	الفصل الثاني:
12	الإطار النظري
33	الدراسات السابقة

	الفصل الثالث:
47	منهجية الدراسة
48	مجتمع الدراسة
50	أداة الدراسة
50	ثبات الأداة
56	إجراءات تطبيق الدراسة
	الفصل الرابع:
57	نتائج الدراسة
	الفصل الخامس:
81	مناقشة النتائج
88	التوصيات
	المراجع:
89	المراجع العربية
95	المراجع الأجنبية
	الملاحق:
97	استمارة تحليل المضمون
100	كشف تحليل مضمون

فهرس الجداول

الرقم	محتوى الجدول	الصفحة
1.	يبين قيم الثبات لمعادلة هولستي لعينة الدراسة	55
2.	المرجعية النسائية	57
3.	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية والمرجعية النسائية الواردة في الموضوعات الإعلامية	58
4.	مهنة المرأة	59
5.	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية ومهنة المرأة الواردة في الموضوعات الإعلامي	60
6.	الوضع الاجتماعي للمرأة الاردنية	61
7.	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية والوضع الاجتماعي الواردة في الموضوعات الإعلامية	62
8.	نوع العلاقة	63
9.	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية ونوع العلاقة الواردة في الموضوعات الإعلامية	64
10.	طرف آخر في العلاقة	65
11.	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية وطرف آخر في العلاقة الواردة في الموضوعات الإعلامية	66
12.	نوع المضمون (القضايا والموضوعات)	67
13.	مصدر المضمون	69
14.	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية والمصدر للمادة الإعلامية الواردة في الموضوعات الإعلامية	70

71	المرأة بحسب المناطق الجغرافية	15.
الصفحة	محتوى الجدول	الرقم
72	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية والمرأة حسب المناطق الجغرافية للموضوعات الإعلامية	16.
73	النمط الصحفي	17.
74	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية و النمط الصحفي للمواد الاعلامية	18.
75	معالجة المضمون	19.
75	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية ومضمون المواضيع الاعلامية	20.
76	إتجاه السمة	21.
77	نتائج اختبار مربع كاي بين الصحف اليومية و اتجاه السمة	22.
78	نتائج اختبار مربع كاي بين نوع العلاقة(التعاون، النزاع،الحياد) والمرجعية النسائية(المرأة كفرد، والمرأة كمجموعة والمرأة عموماً)	23.
79	نتائج اختبار مربع كاي بين نوع العلاقة(التعاون، النزاع،الحياد) وطرف اخر في العلاقة (أردني، عربي، أجنبي، لا يوجد طرف)	24.
80	نتائج اختبار مربع كاي بين اتجاه السمة (ايجابي، سلبي، محايد) ومعالجة المضمون (رسمي، غير رسمي)	25.

فهرس الملاحق

الصفحة	المحتوى	الملحق
97	استمارة تحليل المضمون	.1
100	كشف تحليل مضمون الصحف اليومية	.2

صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية

إعداد:

ميس فريد جاد الله بدر

إشراف:

أ. د. عصام سليمان موسى

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة الأردنية كما قدمت في الصحافة الأردنية اليومية، وبيان دور حارس البوابة، والأجندة الإعلامية، في رسم معالم تلك الصورة. وذلك من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة.

تكون مجتمع الدراسة من ثلاث صحف يومية هي (الرأي والدستور والغد) وتم تحليل مضمون المواضيع المتعلقة بالمرأة الأردنية باعتماد عينة تألفت من اثنين وأربعين عدداً من الصحف اليومية الثلاث للعام 2007م. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي (تحليل مضمون).

كما تم اختيار الفقرة وحدة للتحليل، وتم تحليل المضامين المتعلقة بالمرأة بموجب ثلاث عشرة فئة رئيسية، وسبع وأربعين فئة فرعية انبثقت عنها، للتعرف على الدقائق المكونة لصورة المرأة الأردنية. وقد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة بإجراء اختبار قبلي على عينة مماثلة بنسبة (10%) من حجم العينة الأصلي، فبلغت نسبة الثبات (89%) حسب معادلة هولستي. ولغايات

تحليل البيانات، تم استخدام المعالجات الإحصائية المناسبة (التكرارات والنسب المئوية) للوصف و(أختبار مربع كاي) للمقارنة بين نتائج الصحف الثلاث الموصوفة في خمسة وعشرين جدولاً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن صورة المرأة الأردنية في الصحف اليومية الثلاث هي صورة ايجابية لكن غير متوازنة تماماً. لقد بينت النتائج المرأة الأردنية متقلدة مهناً علياً، ومتعاونة مع مجتمعها، كما أبرزت النتائج الاهتمام بنشاطات المرأة غير الرسمية أكثر من النشاطات الرسمية. وتركز الاهتمام على المرأة في العاصمة دون غيرها من مناطق المملكة. هذه النتائج في مجملها بينت أن صورة المرأة لم تكن متوازنة، بل كان فيها انحياز للمرأة في المدن، واهملت الشرائح النسائية في الريف والبادية، وهذه النتائج تقود لاستنتاج عام يدل على عدم وجود سياسة واضحة لحارس البوابة الاعلامية بخصوص المرأة. وأوصت الدراسة بصياغة اجنذة واضحة ازاء المرأة بهدف ابراز الجوانب الشاملة لاستكمال معالم صورة المرأة الأردنية، مما سيساعد في أن تعكس الصحافة جميع عناصر نشاط المرأة في كافة ارجاء المملكة، ليعزز دور المرأة فتصبح شريكا حقيقياً في تنمية المجتمع.

The Image of the Jordanian Woman in Daily Jordanian Newspapers

*Prepared by
Mais Bader*

*Advisor: Professor Dr.
Issam Al-Mousa*

Abstract

This study aimed at analyzing the content of the Image of Jordanian woman in the daily Jordanian newspapers, and the role of the gate-keeper and his/her agenda-setting in portraying this image in the Jordanian newspapers, through answering the research questions.

The study sample consisted of three daily newspapers, Al-Rai, Al-Dustour, and Al-Ghad as representative of Jordanian daily newspapers. Forty-two issues of the three daily newspapers for the year 2007 were analyzed. The unit of analysis was the paragraph. Thirteen main categories (and forty-seven sub-categories) were made, for the purpose of analyzing the image of Jordanian woman. Then Holsti's test formula was conducted yielding (89%) intercoder reliability.

For the purpose of analyzing the collected data, proper methods were conducted (recurrences and percentages) and (Chi Square test) for comparing the results between the three newspapers.

The study concluded that the image of Jordanian woman is a positive one. This image showed Jordanian woman holding high paying jobs and careers, and contributing well in her society. It concentrated on women living in the capital Amman, thus it was

biased as it ignored less privileged classes of women in the countryside and Bedouin women.

The study recommended a new media strategy, and set a clear agenda to improve the Jordanian woman image in association with the newspapers and the various organizations that deal with woman concerns.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة:

تحتل المرأة مكانة أساسية، ودورا فاعلا في المجتمع الأردني، وفي الوقت الذي أظهرت فيه وسائل الإعلام الإلكترونية صوراً جديدة لها، بات من الضروري أن يتم تحليل صورتها في هذه الوسائل المختلفة ومنها الصحافة اليومية، ومعرفة الأدوار التي كرستها الصحافة للمرأة في المجتمع.

وتعد وسائل الإعلام، من بينها الصحافة، مصدرا من مصادر المعرفة التي تشكل وعي الإنسان، وتساهم مساهمة رئيسة في "صياغة التصورات والمفاهيم العامة التي يراد تثبيتها في مجتمع معين" (Rivers, W,& Schramm, 1980, p43)، بل وأنها "تجح في تكوين انطباعات وصور عقلية ايجابية أو سلبية في ظروف معينة ومحددة" (عبيد، 1997، ص127).

ومن هذه الصور المهمة التي يزرعها الإعلام في عقول المتلقين، صورة المرأة، لما لها من ابعاد اجتماعية وسياسية وثقافية على المجتمع. وبتوسع أكبر، بينت البحوث والدراسات التي تناولت المرأة العربية في مختلف وسائل الإعلام، أن هذه الوسائل تعمل على "تقديم صورة تقليدية للمرأة"، وحصرها في أدوار محدودة، كدور الزوجة والأم وربة المنزل، دون إبراز للأدوار العديدة التي تقوم بها في الحياة المعاصرة، كدور "المرأة العاملة أو الدارسة أو المشاركة في تنمية مجتمعها أو المساهمة في صنع القرار السياسي أو المهتمة بقضايا مجتمعها" (دياب، 1988، ص14).

وأشار منهاج عمل مؤتمر بكين عام 1995 إلى أن ما تقدمه وسائل الاتصال من أعمال وبرامج تركز الأدوار التقليدية، وتؤثر سلباً على مشاركة المرأة في المجتمع؛ لذا فقد سعى منهاج العمل إلى خلق ظروف مواتية للمرأة من خلال تحسين مهاراتها ومعارفها وفرص وصولها إلى تكنولوجيا المعلومات، من أجل تعزيز قدرتها على مكافحة الصورة السلبية والقضاء على أشكال التمييز للاعتراف بحقوقها واعتبارها جزءاً أساسياً من حقوق الإنسان" (United Nations, 2000).

كما أظهرت وسائل الإعلام العربية صورة المرأة التي تدافع عن تبعيتها معتبرة أن "تلك الصورة هي جزء لا يتجزأ من طبيعتها الأنثوية"، فيؤدي بها ذلك إلى التضحية بنفسها بلا حدود من أجل إسعاد الآخرين. وهذا يعني وجود صورتين متناقضتين للمرأة معا في الخطاب الإعلامي في وقت واحد، ويدل ذلك على غياب الإستراتيجية العامة لوسائل الإعلام في التعامل مع موضوع المرأة (رمزي، 1995، ص 65).

وتؤكد عبد الرحمن أن المرأة العربية ما زالت تواجه العديد من المشكلات التي تسهم في صعوبة تغيير الوضع الاجتماعي للمرأة ومنها "ارتفاع نسبة الأمية بين النساء وجمود القوانين والتشريعات الخاصة بالمرأة، وضعف مشاركة المرأة في العمل السياسي" (عبد الرحمن، 1999، ص 98).

ولذا فإن صورة المرأة التي تظهر في الصحافة لا تخرج عن الصورة النمطية التي تركز فقط على بعض القضايا مثل: "الدعوة إلى محو أمية المرأة الريفية، وتنظيم الأسرة، والتوسع في مشروعات تشغيل المرأة الريفية، والتربية السليمة للأبناء، والتوعية الصحية، وتدريب القيادات النسائية، والتوعية السياسية، وترشيد الاستهلاك" (عبد الرحمن، 1999، ص 189).

وشابت تلك الصور أيضا بعض السلبيات التي تحتاج إلى التصويب، فعلى سبيل المثال أن المرأة المستقلة اقتصاديا قد بدت مستهجنة اجتماعيا، كما صورت أنها "في حاجة ماسة إلى الرجل الذي يقوم عنها بالأعمال الصعبة التي تفشل في أدائها بمفردها" (رمزي، 2001، ص175).

وفي الأردن ذكر الدكتور نبيل الشريف رئيس تحرير جريدة الدستور في نهاية القرن العشرين في ندوة ناقشت واقع المرأة "إن الصحافة الأردنية تقدم صورة نمطية (شوهاء) للمرأة الأردنية تعزز من دونيتها وتضعها في مرتبة أقل من الرجل وتؤطرها في أدوار (وأنماط جنسية)، وتؤثر سلبا في إحباط جهود المرأة للمشاركة الفاعلة في النهوض" (مقتبس من الموسى، 1998، ص190).

وبانت قضية النهوض بالمرأة الأردنية وتغيير الصورة النمطية التقليدية، التي رسمت لها في وسائل الإعلام وخاصة الصحف، وتطوير وضعها إلى مستوى المكانة التي تستحقها باعتبارها "عنصراً فاعلاً وشريكاً كاملاً في التنمية وتقدم المجتمع، أصبحت واحدة من أهم القضايا المعاصرة التي مازالت تشغل بال الحكومات والمؤسسات والهيئات الدولية" (برنامج العمل الوطني للنهوض بالمرأة الأردنية 1998-2002).

وقد اهتمت التشريعات والسياسات بالنهوض بالمرأة ويعد الميثاق الوطني الأردني الصادر في كانون الأول/ ديسمبر عام 1990 إحدى الوثائق المرجعية في مسيرة الدولة الأردنية، فهو يكرس أهمية دور المرأة ويدعم وجودها في الحياة السياسية مصداقاً لنص المادة السادسة من الفصل الثالث، حيث ينص على أن "المرأة شريكة الرجل وصنوه في تنمية المجتمع الأردني وتطويره، مما يستوجب نيلها حقها الدستوري والقانوني في المساواة والتعليم والتنقيف

والتوجيه والتدريب والعمل وتمكينها من أخذ دورها الصحيح في بناء المجتمع وتقدمه" (سعد الدين، 2006، ص136).

وزاد من ذلك التوجه نحو تفعيل دور المرأة في المجتمع الأردني ما تجسد في خطاب جلالة الملك عبد الله الثاني لدى استهلاله التقرير الأردني الأول للتنمية الإنسانية لعام 2000م، الذي دعا فيه إلى ضرورة "تخطي الفروقات بين الجنسين كأحد التحديات التي يواجهها المجتمع الأردني"، معتبرا للمرأة دورا مهما في تحقيق التنمية الشاملة (ناصر، 2000، ص46).

ومن خلال ما حققته المرأة الأردنية في السنوات الماضية ونجاحها في تولي مناصب عليا ومتقدمة في السياسة، ومشاركتها في النقابات المهنية والأحزاب السياسية والهيئات التطوعية، ودخولها مجال الصناعة والتجارة، فقد رأى بعض الباحثين أن المرأة كانت يجب أن تحظى باهتمام أكبر في الصحف، ومن المؤسسات الاجتماعية، خاصة تلك التي تهتم "بشؤون المرأة ودورها الأساسي في المجتمع للمساهمة في بناء الصورة الصحيحة لها". (الضميري، 1999، ص3)

فإذا كانت الدراسات السابقة لصورة المرأة تعكس سياقاً تاريخياً في ترويج صورة المرأة وفق قوالب نمطية وتوقعات مجتمعية تأسرها في نطاق معين وتستبعدا من إنتاج مضمون بديل، مما يعيق مشاركة المرأة الفعالة في تحقيق المساواة وتأكيد دورها الفعال في المجتمع، فإن هذا يبين ضرورة دراسة صورة المرأة الأردنية في الصحف اليومية المعاصرة، لا لتبيان أدوارها فحسب، وإنما أيضا لنقارن بين نتائج البحوث لصورة المرأة في الصحافة بين الماضي والحاضر وصولا إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الصحافة الأردنية في العناية بقضايا المرأة الأردنية المختلفة.

المرأة الأردنية

حققت المرأة الأردنية في العقود الأخيرة تقدماً ملحوظاً في المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وذلك بسبب الجهود التي بذلتها لتحقيق هذا التقدم، وأيضاً لتزايد اهتمام جلالة الملك عبدالله الثاني وجلالة الملكة رانيا وسمو الأميرة بسمة، ومنظمات المجتمع المدني بالمرأة الأردنية وقضاياها، ونتيجة لذلك كله زاد اهتمام وسائل الإعلام والصحافة بالمرأة وتسليط الضوء على المرأة الأردنية وأوضاعها.

فأحرزت العديد من المكاسب في مجال التعليم والعمل والتأمينات الصحية والضمان الاجتماعي والعمل السياسي، ولعبت المنظمات والهيئات النسائية الدور الكبير في تنمية وتمكين المرأة الأردنية اجتماعية وسياسية واقتصادية، وهذا التطور لا بد أن يواكبه تطوراً لصورتها في وسائل الإعلام والصحافة الأردنية.

هدفت كل هذه الجهود إلى تمكين المرأة وتحفيزها للمشاركة الفعالة في تنمية المجتمع،" وظهر ذلك بانخفاض نسبة الأمية بين النساء في الأردن من (24.8%) عام 1990 إلى (11.6%) عام 2007، وزاد استخدام المرأة للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات إذ أن 41% من مستخدمي الإنترنت في المنازل هن من النساء" ساهم هذا التقدم في المستوى التعليمي للمرأة الأردنية في توفر فرص عمل وتحسين الأوضاع الاقتصادية للمرأة واسرتها، "وزادت مشاركة المرأة الأردنية في سوق العمل من 6,7% عام 1979 إلى 14.7% عام 2007" (الدستور، 2009/3/8).

وحدثت تطورات هامة على الصعيد مشاركة المرأة في صنع القرار السياسي، "ممثلاً بارتفاع نسبة مشاركة المرأة في مجلس الأعيان من (2.6%) عام 1990 إلى (12.7%) عام 2007، وأرتفعت نسبة التمثيل النسائي في مجلس النواب من (1.3%) عام 1993 إلى (6.4%) عام 2005" (الدستور، 2009/3/8). وتولت النساء اربع حقائب وزارية عام 2007.

"وطالبت المرأة الأردنية بتغيير الكثير من القوانين، فتم تغيير مجموعة من القوانين، مثل قانون العمل وقانون الأحوال الشخصية، وقانون الضمان الاجتماعي، ونظام الخدمة المدنية، وقانون العقوبات، وغيرها من القوانين" (الدستور، 2009/3/8).

ساهمت المنظمات والاتحادات النسائية في الأردن بالنهوض بالمرأة ومساعدتها على تمكين نفسها سياسياً واجتماعياً واقتصادياً، "وتعود بداية نشأة المنظمات النسائية في الأردن إلى الاربعينات من القرن الحادي والعشرين، فقد ساعد اتحاد المرأة العربية عام 1945 في الأردن على توعية المرأة سياسياً ومحو الأمية واعدادها لممارسة حقوقها، أما الولادة الجديدة للحركة النسائية فقد ظهرت عام 1989 في سياق التحولات الديمقراطية". ويمكن تحديد الهيئات والمنظمات النسائية المهمة في الأردن على النحو التالي: (الحوراني وآخرين، 2000، ص279).

اتحاد المرأة الأردني : تأسس عام 1974 ثم عمل على تعديل نظامه الأساسي وتغيير اسمه عام 1994 .

الاتحاد النسائي الأردني العام : تأسس عام 1981.

اللجنة الوطنية لشؤون المرأة : تأسست عام 1992.

تجمع لجان المرأة الوطني الأردني : تأسس عام 1995.

ويوجد في الأردن العديد من الجمعيات والنوادي والمراكز النسائية: مثل جمعية النساء

العربيات، ونادي صاحبات الاعمال والمهن، ومركز دراسات المرأة (الحوراني وآخرين،

2000، ص ص 297-281).

مشكلة الدراسة:

احتل موضوع المرأة الأردنية مكانة كبيرة في الصحافة اليومية في الأردن نتيجة لتحسن اوضاع المرأة في العمل والانتاج والتنمية وزيادة وعيها بقضاياها ومشاكلها ومطالبتها بحقوقها، ولأن المرأة نصف المجتمع، وكما أنه بحاجة ماسة إلى مساهمة المرأة، فإنه من الضروري التعرف على الكيفية التي تقدمها بها الصحافة وسائل الإعلام الأخرى، إن تحليل صورة المرأة في الصحافة سيساعد في التغلب على العقبات التي تواجه المجتمع، عدا عما سيؤدي إليه ذلك من مشاركة للمرأة في تنمية المجتمع.

إن التطورات التي لحقت بالمرأة الأردنية خلال السنوات الماضية، فأدخلتها الوزارة والبرلمان والقضاء، في عصر الثورة التكنولوجية الاتصالية الرابعة، والانفتاح الكبير والهائل على المجتمعات الأخرى، ومطالبة كثير من الكتاب وصناع القرار والقيادات النسائية تمكينها في جميع الجوانب والمجالات المختلفة، جعل من الضروري دراسة صورتها المعاصرة في وسائل الإعلام، للتعرف فيما إذا تطورت هذه الصورة ايجابيا نحو الأفضل بعد أن كانت وسمت بأنها صورة سلبية في الماضي، كما اقترحت الدراسات السابقة.

من هنا فإن التعرف على صورة المرأة كما رسمتها الصحافة سيبين لنا السمات التي وسمتها، بها والموضوعات التي تناولتها فيها، والمصادر التي تحدثت عنها، والمشاكل والقضايا التي عرضت الصحافة المرأة بها، كما سيبين فئات النساء التي اهتمت بإبرازها، والأمكنة الجغرافية التي ركزت عليها. إن جميع هذه العناصر، إذا ما حللت، ستظهر دور حارس البوابة الإعلامية في المعلومات التي يمررها للقارئ عن المرأة، ويكشف عن الأجندة التي يطبقها والتي تؤدي إلى رسم صورة محددة لها في اذهان المتلقين. وعليه فإن تحليل صورة المرأة في

الصحافة يصبح أمراً في غاية الأهمية لأنه سيسهم في تعريف الجهات المختلفة، الثقافية والسياسية والاجتماعية، بواقع المرأة كما يظهر في الصحافة اليومية.

أسئلة الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحديد صورة المرأة التي رسمتها الصحافة الأردنية حديثاً، من خلال الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي الآتي: "ما الصورة التي رسمتها الصحافة اليومية المعاصرة في الأردن للمرأة الأردنية"؟ وينبثق من هذا السؤال الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما الفئات النسائية التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟
2. ما المهن التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟
3. ما الأوضاع الاجتماعية التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟
4. ما نوع العلاقة مع الطرف الآخر التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟
5. من الطرف الآخر الذي برز في العلاقة مع المرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟
6. ما القضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة الأردنية التي أبرزتها الصحافة الأردنية؟
7. ما المصادر التي استخدمتها الصحافة الأردنية لتقديم صورة المرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟

8. ما المناطق الجغرافية للمرأة التي ركزت عليها الصحافة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات

دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟

9. ما الأنماط الصحفية التي استخدمت للحديث عن المرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات

دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟

10. كيف تناولت الصحافة الأردنية المرأة بطريقة رسمية أم غير رسمية؟ وهل توجد فروق

ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟

11. ما أهم السمات التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة

إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟

أهمية الدراسة:

قد تكون أهمية الدراسة من أهمية موضوعها في أنها الأولى -على حد علم الباحثة-

التي تسعى لتحديد ملامح صورة المرأة الأردنية المعاصرة في الصحافة اليومية، وأهم القضايا

والموضوعات النسوية التي ركزت عليها الصحافة، وتبيان السمات الايجابية والسلبية والحيادية

للمرأة، والفئات النسائية التي أبرزتها في مضامينها، ومقارنة نتائج هذا البحث بما سبق من

البحوث العلمية المتعلقة بالمرأة الأردنية والعربية في الإعلام والصحافة.

وبما أنه لا توجد دراسة متكاملة عن صورة المرأة الأردنية المعاصرة في الصحافة

الأردنية، تأتي هذه الدراسة لتبرز صورة المرأة الأردنية بجوانبها المختلفة كما رسمت ملامحها

الصحافة اليومية، والمصادر التي استنقت المعلومات منها. والحقيقة أن دراسة الصورة الصحفية

معنية بنوع المعلومات التي يمررها حارس البوابة الإعلامية، الذي يقوم بدور مهم في تكوين

الصور والانطباعات لدى قراء تلك الصحف.

كما تكمن أهمية الدراسة في أنها تفيد المختصين في مجالات الإعلام والمرأة والدراسات النسوية، لتوضيح الجوانب الإيجابية والسلبية في صورة المرأة التي يقوم الإعلام الأردني بإبرازها للاستفادة منها في عصر الانفجار المعرفي والتكنولوجي وظهور مفهوم العولمة، وفي ظل التغييرات المتلاحقة التي أخذت تطرأ على المجتمع الأردني، بما يؤدي في النهاية لتمكين المرأة الأردنية ومشاركتها للرجل كعضو فاعل في جميع المجالات.

مصطلحات الدراسة:

الصورة العقلية: (Image): عرف كيلمان (Kelmen) تعريفاً علمياً للصورة العقلية بأنها "التمثيل المنظم لمنبه ما في الإطار المعرفي للفرد". كما ويعرفها بولدنج (Boulding) أنها "محصلة الخبرة الشخصية التي تحكم سلوك الفرد" (الموسى، 2005، ص 63).

الصورة النمطية (Stereotype): هي "الانطباعات والتصورات التي تتكون عند الإنسان نتيجة المعرفة المبسطة والجزئية (بدلاً من المعرفة العميقة التي تعتمد البحث والتدقيق)" (الموسى، 1986، ص 220).

حارس البوابة الإعلامية (Gatekeeper): ويشير هذا المصطلح إلى أن "القائم على الأخبار أو الرسائل الإخبارية هو قائم بذاته على فتح أو إغلاق (بوابة) الخبر والمضامين الأخرى، سامحاً بذلك للخبر أن يندفع إلى الأمام، أو أن يشاع ليكون حاجزاً ضد عناصر أخرى حسب خليط من الاختيارات المهنية الشخصية، لأن انحياز الفرد قد يؤدي إلى إتلاف أو دمج بعض العناصر، ولأن اختيارنا للأخبار هو الذي يقوم بدون شك بتوزيع وتلوين (تصوراتنا) أي معرفتنا للأحداث البعيدة أو الغابرة" (وسينجلتيري وجيرالد، 1999، ص 39).

السمات: يقصد بها كشف الخصائص والصفات للمرأة الأردنية كما قدمتها الصحافة، وعرفها الوفاي أنها "الصفات أو الخصائص أو القدرات (النفسية، العقلية، الجسدية) التي يتميز بها شخص ما" (1989، ص159).

حدود الدراسة:

اقتصرت هذه الدراسة على تحليل صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية، لثلاث صحف صدرت في عام 2007م.

محددات الدراسة:

- 1) يقتصر تحليل صورة المرأة الأردنية على عدد قليل من الصحف اليومية الأردنية ممثلة بصحيفة الرأي والغد والدستور، ولم يتطرق التحليل إلى جميع الصحف اليومية.
- 2) لا يشمل التحليل الصحف الأسبوعية، ولا وسائل الإعلام الإلكترونية- وكلها وسائل مؤثرة تلعب دورا مهما في صياغة صورة المرأة وتثبيتها في أذهان المتلقين.

الفصل الثاني

الإطار النظري

يتكون هذا الفصل من جانبين، أولهما يتعلق بالإطار النظري ذي العلاقة بموضوع الدراسة، ويتضمن نظرية حارس البوابة الإعلامية، ونظرية إعداد الخطة (الأجندة) الإعلامية، الصورة العقلية، الصحافة الأردنية، أما الجانب الثاني فيعالج الدراسات السابقة العربية والأجنبية حسب التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث.

أولاً: الإطار النظري:

إن تحليل الصورة العقلية في المضمون الصحفي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بقرارات حارس البوابة الإعلامية وما يمرره من معلومات للقراء محددًا بذلك الأجندة الإعلامية التي تشكل الصور العقلية عند القراء. يضاف إلى ذلك، أن الصحافة الأردنية اليومية التي يجري تحليلها في هذه الدراسة تخضع لإطار نظري محدد قد يكون له صلة بقرارات حارس البوابة هذا. لذا، سيتم في هذا الجزء تقديم نظريات حارس البوابة، والأجندة الإعلامية، والصورة العقلية والنمطية، بالإضافة إلى الإطار النظري للصحافة الأردنية التي ستخضع للتحليل.

نظرية حارس البوابة الإعلامية:

ترتبط نظرية حارس البوابة بعالم النفس الأمريكي كيرت لوفين (Kurt Lewin) حيث تقوم على أساس أن حارس البوابة الإعلامية له "مهام ومسؤوليات جمع المعلومات من مصادرها، والإلمام بعامة تفاصيل الموضوع، وعرض المعلومات التي تم التوصل إليها على

المحرر ليتولى إعدادها بصيغة إخبارية حسب الأصول" (الشريف، 1993، ص 88). وهذا يعني أن المعلومات تمر في سلسلة من شخص إلى آخر حتى تصل المتلقي.

ويرى لوفين (Lewin) أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف "توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات أكبر أهمية في انتقال المعلومات". فالحدث الذي يقع في بلد ما كالأردن مثلاً يمر بمراحل عديدة قبل الوصول إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في بلد آخر كالولايات المتحدة، وحجم المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها، وهذا ما يطلق عليه اسم "أجهزة التقوية"، حيث يشير لوفين (Lewin) إلى أن فهم وظيفة البوابة يعني "فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة" (مكاوي والسيد، 2001، ص 176).

إن المشكلة التي تواجه حارس البوابة هي الفيض الكبير من الإخبار والمعلومات التي ترد إليه من مصادر مختلفة، وبسبب الضغوط التي تفرضها طبيعة العمل، فإن عليه أن يختار من هذا الفيض مقداراً كافياً يتناسب مع "الأهداف التي يسعى لتحقيقها" (الموسى، 1986، ص 88).

والحقيقة أن هناك عدداً من الاعتبارات والضغوطات التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية وعلى قراراته أثناء إعداد المواد الإعلامية، فهناك النظام الاجتماعي بما يمثله من قيم ومبادئ ومثل لا يستطيع الإعلام الحياد عنها، وهي وثيقة الصلة بوظيفة التنشئة الاجتماعية التي ترغب الإعلامي على أن يحافظ على القيم الثقافية والاجتماعية وأن ينشرها أو يذيعها،

وهناك أيضا الأهداف والمبادئ الأساسية للمجتمع التي لا يستطيع تجاهلها، والتي تدفعه لأن يسقط بعض المعلومات التي لا تتفق وهذا الاعتبار، ثم أن هناك أيضا "تأثيرات وكالات الأنباء العالمية، والمحلية، ومصادر الأخبار، والصحف الكبرى والعالمية، وبعض ما يطرحه الجمهور، وبعضها يتمثل بالقوانين والسياسة الإعلامية للمؤسسة، والمراجع التي تتعلق بالاعتبارات الثقافية والسياسية للإعلامي نفسه" (الموسى، 1986، ص 89).

ويمكن تحديد العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إلى أربعة عوامل أساسية هي:

1. قيم المجتمع وتقاليد: تتأثر الرسالة التي يمررها حارس البوابة بالقيم الاجتماعية التي يؤمن بها ويعتقد بصحتها، ويذهب الباحثون إلى أن "النظام الاجتماعي يؤثر على عمل وسائل الإعلام" التي تعمل ضمن إطار ذلك النظام وترتبط بقوانينه، فتقدم "مبادئ وقيماً" تهدف إلى إقناع المواطنين بها" (مكاوي والسيد، 2001، ص 175). ومن جملة المبادئ والقيم العديدة التي تسعى وسائل الإعلام لخرسها في نفوس المتلقين لها هناك "الحفاظ على الفضائل الفردية والمجتمعية وحماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع" (عجوة، 2001، ص 181).

وقد تضحي وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار للمتلقين، وذلك "رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليد" (مكاوي والسيد، 2001، ص 178)، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع، وتتجنب الانتقاد لبعض الأفراد الذي يقومون بحماية الأنماط الثقافية لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع.

2. المعايير الذاتية للقائم بعملية الاتصال: تتأثر الرسالة التي يمررها حارس

البوابة الإعلامية بالمعايير الذاتية للإعلامي، ومن هذه المعايير "الجنس، العمر، الدخل، الانتماءات الفكرية والعقائدية، الطبقة الاجتماعية" (عصفور، 2003، ص 287).

ويعد الانتماء عنصراً محددًا من محددات الشخصية، لأنه "يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات: التعليمية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية. وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات" (مكاوي والسيد، 2001، ص 179).

3. المعايير المهنية للقائم بعملية الاتصال: تتأثر الرسالة الإعلامية التي يمررها

حارس البوابة الإعلامية بمهنية الصحفي، ومن ذلك "توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في عملية الاتصال" (Whitney, 1995, p23). فإن الصحفي الناجح والقادر على أقناع المتلقي ينبغي أن يكون "مدرّباً ومتقفاً وناجحاً، قادراً على إصدار الأحكام السليمة، واتخاذ القرارات السريعة التي يحتاج لها عمله، وأن يكون مبدعاً له القدرة على صنع وخلق الأفكار الجديدة" (الموسى، 1986 ص 90).

وتلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية، لذا ينبغي أن يتصف بمهارات تؤهله للقيام بدوره مثل "مهارات الاتصال، ومهارة الكتابة، والقراءة، والقدرة على التفكير السليم، والقدرة على مخاطبة الجمهور، وسعة علمه ومعرفته" (مكاوي والسيد، 2001، ص 156).

ويستطيع الإعلامي أن يحوز على ثقة المتلقين واحترامهم إذا اتصف هو نفسه بالمصداقية والموضوعية والجرأة والنشاط والهمة وتسامي الذوق، وهذا يستدعي أن يكون

الإعلامي" واسع الأفق والثقافة، ودودا يشعرهم بالأمان والاطمئنان، وواسع الصدر، عادلا، يهتم بالمشاكل الصغيرة والكبيرة على حد سواء، وديناميكيا نشيطا في عمله، وجريئا في قول الحق" (الموسى، 1986، ص90).

وتتأثر المعايير المهنية بسياسة الوسيلة الإعلامية، وعلاقات العمل وضغوطه، وذلك على النحو الآتي:

سياسة الوسيلة الإعلامية: تتأثر المؤسسات الإعلامية والصحفية بمجموعة من الضغوط الداخلية والخارجية التي تؤثر في "عمل حارس البوابة" (عصفور، 2003 ص 135). ومن الضغوط الداخلية التي تؤثر في عمل المؤسسات الإعلامية والصحفية الملكية وأساليب السيطرة، ونظام الإدارة وضغوط الإنتاج، حيث تؤثر في "شكل المضمون الذي يقدم للجمهور وتجعل القائم بعملية الاتصال جزءا من العمل العام للمؤسسة" (مكاوي والسيد، 2001، ص180).

ويمكن معرفة سياسة الوسيلة الإعلامية من خلال "معرفة وقراءة الموضوعات الإخبارية التي تتحدث فيها هذه الوسيلة" (يوسف، 1992، ص211). وإن التعرف على السياسة الإعلامية للصحف الأردنية موضوع الدراسة يصبح أمرا ضروريا لتبيان نوع الضغوط التي قد يتعرض لها.

وهناك العديد من العوامل التي تجبر العاملين داخل الوسيلة الإعلامية على الخضوع لسياساتها، وتتمثل هذه الضغوط بما يلي:

أ. "سلطة صاحب الوسيلة الإعلامية في فصل أو عقاب العاملين داخل هذه الوسيلة الإعلامية.

ب. شعور الصحفي بالالتزام نحو الوسيلة الإعلامية التي يعمل لها.

ج. عدم وجود معارضة للسياسات السائدة داخل الوسيلة.

د. طبيعة العمل الإعلامي الذي يتسم بالتعاون وتبادل الأفكار" (مكاوي والسيد، 2001، ص 181).

إن صعوبة استغناء القائم على عملية الاتصال عن مصادر معلوماته، تتمثل في "توجه وكالات الأنباء الانتباه لأخبار معنية بطرق عديدة، وطريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحوال، وتقليد الصحف الصغرى الصحف الكبرى في أسلوب واختبار المضمون، ومصادر الأخبار" (سعود، 1997، ص 141).

علاقات العمل وضغوطه: إن علاقات العمل تؤثر بشكل جدي على القائم بعملية الاتصال، نظرا لأنه "يرتبط مع زملائه في علاقات سابقة تخلق أبعاداً اجتماعية، وتشكل مجموعة عمل مشتركة يعملون من خلالها بود وتعاون" (عصفور، 2003، ص 92).

وإن هذه العلاقات تقوم بإكساب القائم على عملية الاتصال "المعايير المهنية" وتساعده على التخلص من "مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي والتفاعل مع السياسة الخاصة بالمؤسسة الإعلامية" (الشريف، 1993، ص 196).

وتظهر أهمية ضغوط العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال في حد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق سبق للوصول إلى أكبر عدد من المتلقين وكسب ثقتهم لأسباب اقتصادية أو فكرية أو عقائدية، وبجانب إكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية تقوم علاقات العمل على "مساعدته على تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي" (مكاوي والسيد، 2001، ص 181). والذي يؤثر بالتالي في الدافعية والانجاز.

4. معايير الجمهور: تتأثر الرسالة التي يمررها حارس البوابة بمعايير الجمهور، فإن الرسائل الإعلامية التي يقدمها القائم بالاتصال تحددها ردود فعل الجمهور، لأن الجمهور

"يلعب دوراً أساسياً في عملية الاتصال" (الشريف، 1993، ص15). وإن القائم على عملية الاتصال يكون في حاجة شديدة لإرضاء الجمهور الذي بدوره "يؤثر على عملية اختيار المحتوى وتنقيحه". فدراسة عملية الاتصال تساهم في معرفة أصول العملية الإعلامية، لتحليل دور وسائل الإعلام في تكوين السلوكيات المرغوبة في نفوس وعقول الجماهير "لإحداث التغيير الايجابي في المجتمع" (مكاوي والسيد، 2001، ص 184).

نظرية إعداد الخطة (الأجندة) الإعلامية:

ومن ناحية ثانية، تتأثر وسائل الإعلام بالجدول اليومي للجمهور خلال فترة معينة؛ لأنها لا تملك قوة مطلقة "فالسيسيون أحيانا يتجاهلون أقوال صحف معينة ويقتبسون من أخرى" (Pierre, 2000,p21). وهناك عوامل من داخل وخارج المؤسسة الإعلامية تؤثر على الجدول اليومي لها، وأحيانا هنالك ضغوط من جهات خارجية.

إن مهمة الصحفي صعبة وملئنة بالعقبات، وخاصة عندما يواجه أسئلة جوهرية من قبيل: ماذا يجب علي أن أنقل؟ وكيف سأعرض الخبر؟ عملية الانتقاء في الممارسة الصحفية اليومية مسألة ضرورية، مشروطة بطبيعة المؤسسة الإعلامية وأهدافها وأولوياتها، الأمر كذلك متعلق بحنكة وموهبة وتوازن الصحفي، لكن العملية تظل دوماً مفعمة بالمزلق والهفوات.

فالصحافي يمارس مهنته في مؤسسة إعلامية، ترتبط بخصوصية وأولويات معينة، تختزل في ما يطلق عليه المحللون وخبراء الإعلام بـ الأجندة الإعلامية (Agenda Setting) وهي عبارة عن "مفهوم وخطط ترسم أدوار المؤسسة الإعلامية وتوجه عملها المهني، ومن خلالها يتم توجيه الرأي العام نحو قضايا وأخبار معينة دون غيرها" (Pierre, 2000,p21).

فالواقع الذي يعمل فيه الصحفي غير موجود كحقيقة واحدة وكلية، ولا يمكن الإمساك به، فهو مصنوع "بأيد وأعين وعمليات متسلسلة، وعواطف وشروط مجتمعية مترابطة" (فوكو، 1985، ص9).

ونقل الوقائع يعني بالضرورة، المساهمة في صنعها وتأويلها وإعطائها شكلاً ومادة خاصة مغايرة لشكلها الأولي، وهو ما يعرض أمام أعداد كبيرة من الجماهير، التي بدورها تمارس فعل القراءة والتأويل. فالعملية برمتها معقدة وجدلية، ولا تبتعد عن منطق العلاقة التواصلية التي تربط المرسل بالمرسل إليه.

وفي الوقت نفسه، يشكل عمل الصحفي أو حاجة الجماهير إلى أخباره وتأويلاته وكلامه عن الغير، نقطة مهمة، تتمحور حول خطر الخطاب بشكل عام، كما حدده ميشيل فوكو، الذي حاول الاستدلال على فرضيته القائلة بأن "إنتاج الخطاب داخل كل مجتمع، مراقب ومنتقى ومنظم، يعاد توزيعه بموجب إجراءات لها دور في أبعاد سلطاته، والسيطرة على حادثة الاحتمالي، وإسقاط ما فيه من مادية رابعة وثقيلة" (فوكو، 1985، ص9).

إن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على طرح مواضيع للنقاش والتفكير في الحياة الاجتماعية، فهي تبني المحيط الرمزي لموضوع معين، ولها تأثير كبير للموقع والنطاق الإعلامي الذي تحتله مواضيع معينة، وتجاهل مواضيع أخرى، مما يؤثر على مدى الأهمية التي ينسبها لها الجمهور، زيادة على ذلك الطرق والوسائل لبناء الأجندة مثل: "ترتيب عرض المواضيع المختلفة في نشرة الأخبار والمدة الزمنية المخصصة لكل موضوع، فمعالجة موضوع معين بشكل مكثف يكسب الموضوع أهمية"، فالأجندة الإعلامية هي المواضيع التي تم تغطيتها وترتيب أهميتها لتشكل جدول الإعلام اليومي (بارت، 1985، ص97).

الصورة العقلية:

حظي مفهوم الصورة (Image) باهتمام الباحثين، وقد ميزوا بينها وبين الصورة النمطية (Stereotype). وتعرف الصورة العقلية تعريفاً عاماً بأنها "الانطباعات الذاتية التي يكونها الفرد عن شخص معين أو نظام أو مؤسسة ما أو شيء آخر له تأثير على حياة الإنسان" (جاسم، 1997، ص17). ويعرف جون (John) الصورة العقلية أنها "التصورات والآراء التي يكونها الأفراد عن أشخاص آخرين أو مجموعات أخرى وتكون لها تأثير واسع على تفاعلات وسلوكيات هؤلاء الأفراد مع الآخرين" (1980, P31).

وعلى أية حال، فإن الصورة العقلية أو الصورة النمطية، تصدر عن الإطار المرجعي للفرد فيعمل الإنسان على تقديم ذاته من خلال الرموز (المنبهات) التي يكونها وتصدر عنه حاملة أفكاره، ويحدث ذلك عن طريق الإطار المرجعي (Frame Reference)، إذ يمثل الإطار المرجعي "خلاصة خبرات الإنسان المتجمعة على مر الأيام والسنوات التي تمثلها بموجب الاستعدادات الشخصية" (الموسى، 1986، ص59).

ويقوم الإطار المرجعي بملاحظة المعلومات وانتقائها على أساس حاجات المرء النفسية واستعداداته وقدراته الشخصية وظروف بيئته الاجتماعية والثقافية، ففي ضوء التقييم يقرر الإطار المرجعي قبول معلومات أو رفضها؛ فإذا ما قرر رفض المعلومات كتلك التي لا تتفق مع قيم المرء وتقاليد المجتمع أو غيرها، فإن المعلومات لا يسمح لها بالمرور إلى المخزون المعرفي أو دخوله، لذلك ترفض هذه المعلومات دون أن تترك أثراً على أفكار الإنسان، وإذا ما تم قبولها فإن الإطار المرجعي يقوم بتحليل تلك المعلومات وتمثلها واختزانها؛ مما يؤدي بالتالي إلى "استثارة جميع الوحدات المعرفية، ويصاحب ذلك حدوث عمليات التذكر والتفكير التي

يقوم بها الدماغ"، فجميع الوحدات المعرفية التي استطاعت الرموز الداخلة استثارته تكون في مجملها الصورة العقلية، وينتج عنها سلوك ايجابي أو سلبي أو حيادي (الموسى، 1986، ص60).

إن دراسة الصورة العقلية مفيدة لتفسير كيفية قيام وسائل الإعلام بتصوير موضوع أو قضية معينة، ففي التحليل الذي قام به كراوس وديفس (Kraus & Davis) لوظيفة ترتيب الأجندة تبين كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بتكوين الانطباع الذي ترغب في ترويجه للمتلقين حيث يقولان " يبدو أن للتلفاز والصحيفة والمذيع والفلم السينمائي قوة هائلة في تشكيل الرأي العام حول القضايا التي تواجه المجتمع، ولكن وسائل الإعلام لدى تسليطها الضوء على بعض القضايا وإهمالها لأخرى، فإنها بقصد أو بغير قصد تقوم بتحديد أولويات الاهتمام لقطاعات الجمهور المختلفة" (1976, p403). وهنا تبدو العلاقة وثيقة بين الانطباع أو الصورة العقلية وبين الأجندة الإعلامية.

وتعد دراسة الصورة العقلية مفيدة في أن لها مدلولات تساعد في تحقيق فهم أفضل للقوى الداخلية التي تسير مؤسسات الإعلام لذلك فإن اختيار الموضوع الذي سيتم نشره في صحيفة ما يقرر كيف سيعمل على تشكيل الصورة العقلية، وكما يبين الصور التي سيتم التركيز عليها.

ويعرف كلمان (Kelman) الصورة العقلية تعريف علميا بأنها ذلك " التمثيل المنظم للمنبه في النظام المعرفي للفرد"، وهو يرى في هذا أن الصورة العقلية تمثل مجموعة متغيرات تعكس الاتجاه بشكل واسع، فالاتجاه كما عرفها نيمو (Nemo) هي "ميل أو نزعات الناس للاستجابة لأساليب محددة تحت ظروف محددة" (الموسى، 1984، ص63). لذلك فإن استخدام

الصورة العقلية في دراسة بعض فئات المجتمع كالمراة يعني دراسة الانطباعات التي تكونت حول هذه الشريحة، وتحديد سماتها.

وتعرف الصورة العقلية أيضا أنها "قدرة الفرد على استحضار الأفكار والانطباعات الخاصة بشيء معين على ما يملكه من أفكار ومعلومات عنه". وهي بذلك تهدف إلى إبراز ميول شكلية يتم مقارنتها مع سمات لأناس آخرين (فؤاد، 1987، ص18).

ويعرف هولستي (Holisti) الصورة العقلية بأنها: مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل، التي يحتفظ بها الفرد وفقا لنظام معين، عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه (العسكر، 1993، ص19). وهو يعني بذلك كل المعلومات التي يخزنها الفرد في ذاكرته ولكنها مرتبة وفقا لبعض الأسس مثل: التفضيل والتمييز، وذلك لأن الصورة العقلية تعني تحديد بعض معالم الشيء المراد صنع له صورة في العقل وهو ما يعني تفضيل وتمييز جوانب بعينها للاحتفاظ بها في الذاكرة أو رفضها. ويرتبط بهذا الاصطلاح صورة من الذاكرة (Memory Image) وهو يعني "إحياء أو بعث التجربة السابقة عن شيء ما في غياب هذا الشيء بالذات، بحيث تأتي صورته من الذاكرة وعن طريق التذكر، أما الصورة الأولوية من الذاكرة (Primary) فهي تلك الصورة الحية جدا التي يجري استحضارها على الفور في أعقاب الإدراكية الحسية للشيء" (الزعبي، 2002، ص23).

ويرى عبد الحميد أنها "مجموعة الأحاسيس والمشاعر التي كونها الأفراد حول علاقتهم مع الآخرين في المجتمع" (2000، ص10).

ومن ناحية أخرى تتألف الصورة العقلية من ثلاثة مكونات: المكون العقلي أو فهم الهدف فكريا بناء على صفات متنوعة، والمكون العاطفي أو مظاهر الحب والكراهية، والمكون العملي الذي تتبدى فيه الاستجابات والأعمال التي تصدر عن المرء وردود الفعل نحوه، مما يؤكد وجود

علاقة بين العاطفة وبين السمات الإدراكية للصورة العقلية، لذا فإن الناس تتكون لديهم سمات ايجابية للأناس الذين يحبونهم، وسمات سلبية للأناس لا يحبونهم (Scott، 1965، ص ص72-82).

ويرى كلمان ((Kelman) أنه "إذا كانت المعلومات ايجابية عن شخص، أو جماعة، أو دولة تكون الصورة العقلية ايجابية، والعكس إذا كانت المعلومات سيئة فإن الصورة تكون سلبية، وهذا لا يعني أن كل الصور هي صور ايجابية أو سلبية، فأحيانا تكون الصورة غامضة وغير واضحة، بناء على معلومات متناقضة تلقاها الفرد، أو معلومات بسيطة وقليلة، لا تكفي لتكوين صورة واضحة؛ لذا فإن تعقيد الصورة العقلية يعتمد على مستوى معلومات الفرد" (الزرعي، 2005، ص25)

ويؤسس الإنسان صورته العقلية عن الأشياء أو الأشخاص عن طريق التجارب المباشرة والتجارب غير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم، ونتيجة لخبرات الفرد واطلاعه، تكون الصور مخترنة تتضمن معارف ومعلومات بانتظار صور وافدة جديدة يمكن أن تؤثر في الصورة المخترنة، وتقرر نوعية معلوماتنا عن الآخرين صورهم في عقولنا، "فإذا كانت المعلومات جيدة عن شخص أو جماعة أو دولة تكون الصورة ايجابية، والعكس إذا كانت المعلومات سيئة فان الصورة تكون سلبية" (مسلم، 1980، ص29).

وللارتباط الوثيق بين الصورة العقلية التي يكونها الناس وبين مطالبهم واهتماماتهم يرى بعض الباحثين أن الصورة العقلية هي صورة "رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير ومطالبهم، واهتماماتهم وتطلعاتهم، والرغبة القادرة على الوفاء للجماهير بكل هذا وأكثر منه"، وهذه الصورة لا يمكن أن تتشكل بين يوم وليلة، إذ أن مادتها ترسخ في العقول، كما أنه ليست ترجمة

لأفعال وسلوك أي منظمة، أو مؤسسة، وأقوال المسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال والأقوال (Krous & Davis, 1976, p30).

وقد كانت الصورة النمطية (Stereotype) موضع الاستخدام منذ القدم، وأن استخدامها الشائع حاليا جاء من التعريف الاجتماعي بأنها "صورة أو تصور قياسي ومبسط يستثمر في معنى معين يحتفظ به أفراد مجموعة معينة من الناس بصورة مشتركة"، (الزعبي، 2002، ص17).

وفي الاستخدام الحديث فإن مصطلح الصورة النمطية يحمل نبرة سلبية، من خلال اعتقاد مبالغ به يرتبط بفئة ما، ووظيفته تبرير السلوك إزاء تلك الفئة". حيث تعرف على أنها "رأي ثابت ذو طبيعة تقييمية وتعميمية يشير إلى فئة من الناس (سكان محليين أو عنصر أو جماعة معينة) يمكن أن يكونوا متشابهين ضمن تصنيف معين". (السيد، 1981، ص4). وتعرف أيضا أنها "حكم قيمة - سلبى أو ايجابى - بالغ البساطة والتعميم يقترن بفئة من الناس (قومىة، ديانة، جنس، جماعة معينة) متجاهلا الفروق الفردية بين أعضاء تلك الفئة ويصعب تغييره في معظم الأحيان" (الجبوري، 1999، ص5).

لذلك غالبا ما تكون مصحوبة بالتحيز والإجحاف، وتعطي تعميمات لمجموعات اجتماعية وصفات لأفراد دون الأخذ بالاعتبار الاختلافات بين أعضاء تلك الجماعة، وإن هذا التغافل عن تلك الاختلافات يجعل تلك التعميمات مشوهة ومربية.

ويعرف ساري الصورة النمطية، أنها "تصور يتصف بالتصلب والتبسيط المفرط لجماعة ما، يتم على ضوءه وصف الأشخاص الآخرين الذين ينتمون إلى هذه الجماعة، وتصنيفهم استنادا إلى مجموعة من الخصائص والسمات المميزة لتلك الجماعة". (1999، ص765).

وعرفها شاهين بأنها "صورة ثابتة ومرسخة في العقل الإنساني، ترفض التغيير" (1988، ص105). حيث يعد تجاوز هذه الصورة وإقصارها من مساحة الوجدان من أعقد وأصعب الإجراءات.

والصورة النمطية هي عبارة عن "عموميات يجري التعامل معها كأنها حقائق مقبولة للجميع"، وبتعريف أكثر تحديدا فإن الصورة النمطية تمثل حالة من "الاعتقاد أو الاتجاه مبسط للغاية في محتواه، وتكون صفات الأشياء الفريدة فيها غير ملحوظة ومقاومة للتغيير". (الموسى، 1984، ص65) وإذا ما استطاعت الصورة النمطية أن تنمو فإنها تصبح صورة جامدة ومتطرفة بدرجة كبيرة لا تعود قابلة للتغيير أو التعديل.

ومن المعروف عموما أن للصحافة دورا أساسيا في تكوين الصورة العقلية والنمطية في عقول القراء، لما تتمتع به رسائلها من انتشار واسع، ودور بارز في نشر الحقائق وعرضها أمام الأفراد في المجتمع، وتقوم بوظائف متعددة حيث تعمل على "تكوين الانطباعات والصور العقلية الايجابية والسلبية والتي تؤثر بدورها في أنماط السلوك" (عبيد، 1997، ص25-127)، وفي هذا المجال يرى بولدينج (Boulding) أن "السلوك يعتمد على الصورة العقلية" (الموسى، 1984، ص63).

ويقودنا هذا النقاش إلى استنتاج مفاده أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في خلق وتشكيل الصور لفئة أو جماعة معينة من خلال التركيز على الموضوعات الرئيسية الباعثة على الاهتمام التي تختارها للنشر، ومن خلال السمات التي تقدمها للجمهور بشكل عام، فهذه هي القاعدة الفكرية التي سعت هذه الدراسة لتحديدها والوقوف عليها.

الإطار النظري للصحافة الأردنية:

يقوم الإعلام في النظام السلطوي بدعم وتعزيز سياسات الحكومة التي تسيطر على الإعلام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال إعطاء إجازات (التراخيص)، والإجراءات القانونية، أو ربما بالوسائل المالية، ويسمح النظام للإعلام بمناقشة أمور المجتمع والجهاز الحكومي، ولكن ليس أمور رجال السلطة (روو، 1987، ص53).

ويؤكد الموسى "على أن الصحافة العربية ولدت في رحم النظام السلطوي وما تزال أسيرة له" (2003، ص14)، إذ عمدت بعض الأنظمة إلى إحكام قبضتها على الصحافة، فعملت على تأميمها، أو تملكها للأحزاب الحاكمة، أو الدخول شريكا في إدارتها، أو منح رخص إصدارها للموالين فقط (روو، 1987، ص30).

ويرى (روو) أن الصحافة في ست دول عربية هي: الأردن وتونس والسعودية والبحرين وقطر من الصحف الموالية للنظام، لأن أكثر خصائصها بروزا هي أن هذه الصحف "موالية للنظام الحاكم باستمرار على الرغم من أنها أهلية"، حيث لا تقوم الصحافة الموالية بمناقشة السياسات الرئيسية للنظام أو بمهاجمة شخصيات القيادة العليا، ومع ذلك فإن الصحف الموالية قد تفتقد الخدمات الحكومية التي تراها غير فعالة، وقد تنتشر أخبارا تضع مسؤولاً حكومياً معينا في وضع سلبي، كما أن طبيعة هذه الصحف يميزها أسلوبها فهي تميل لأن تكون سلبية وأقل صراحة في تعليقاتها ، وتتجنب بعض القضايا الحرجة (1987، ص119).

ويرى الموسى أنه "على الرغم أن الدستور والرأي من الصحف الموالية، كما أشار لذلك وليم روو، فإن هذا لم يمنع الحاكم العسكري، ومجلس الوزراء من تعطيلهما، مما يعطي صورة واضحة عن سلطوية الأحكام العرفية في إيقاف الصحيفة لأوهى الأسباب" (1998، ص150).

ويبين الموسى أن الصحافة الأردنية منذ نشأتها مرت بأربع مراحل ابتداء من مرحلة

الإمارة إلى عهد الديمقراطية والصحافة الحديثة هي:

1. صحافة الإمارة (1921-1946):

تعود بدايات الصحافة الأردنية إلى عام 1921، أي بعد تأسيس الإمارة الأردنية، فصدرت بذلك أول صحيفة أردنية ألا وهي "الحق يعلو"، تصدر مرة في الأسبوع مؤقتاً، وقد اهتمت بنشر "الأخبار العربية السياسية، وشؤون الحرب وتحركات الأمير ونشاطاته" (الموسى، 1998، ص ص 81-138). واستوجب بناء الدولة الحديثة الاهتمام "بوسائل الاتصال الجماهيري، باعتبارها ضرورية لنشر المعلومات على أفراد الشعب" (الموسى، 1998، ص 83). فدخلت المطبعة، وصدرت أول جريدة مطبوعة هي الشرق العربي، وتلتها صحف أخرى، كانت كلها اسبوعية، ولم تصدر صحيفة يومية في هذه المرحلة. وخضعت الصحافة لقانون المطبوعات والنشر الصادر عام 1909 وتعديلاته. وكانت الصحافة تنشر البيانات الرسمية والمقالات السياسية والأدبية والقصائد، حيث كان طابعها العام أنها صحف أسبوعية أو نصف شهرية، تميزت بدورها الفاعل في "توعية المواطنين بالقضايا المحلية والعربية" (الموسى، 1998، ص ص 84-103). وخلال عهد الإمارة كان "تعطيل الصحف أمراً مفروغاً منه إذا ما أقدمت على نشر أي شيء يخالف قانون المطبوعات" (الموسى، 1998، ص 105).

2. صحافة ما بعد الاستقلال (1946-1970):

في هذه المرحلة صدرت الصحافة اليومية، كما صدر أول قانون للمطبوعات والنشر عام 1953، حيث أعطت مرحلة الاستقلال للصحافة دوراً بارزاً، واتسمت صحافة هذه الفترة بشيء من الحرية في التعبير والنقد والمعارضة وبالذات في فترة الخمسينات والستينات،

وامتازت بالاستمرارية والاستقرار وطول العمر والتطور الفني والتقني والإخراجي. كما أن قانون 1953 لم يشترط رأسمال كبيراً لإصدار الصحف، ونص على "التقاضي أمام المحكمة في حالة رفض منح الرخصة" (الموسى، 1986، ص266)

إلا أن روو يرى أن الصحافة الأردنية في هذا العهد تصنف ضمن إطار "الصحافة الموالية"، أي أنها تخضع لتأثير الحكومة، وأن هذا التأثير يتم بطرق غير مباشرة وذكية تجاوز القوانين المعمول بها، وتتميز هذه الصحافة "بموالاتها للنظام وتأييده في الأخبار والتحليلات التي تنشرها، لأن الدعم المالي الذي تقدمه الحكومة يشكل مصدراً أساسياً من واردات الصحف، ويجيء ذلك من خلال نشر الإعلانات الرسمية، أو الاشتراكات الرسمية، أو المعونات أو الهبات" (روو، 1987، ص113).

3. الصحافة الحديثة (1971 - 1989):

بدأت الصحافة الأردنية تدخل عهد المؤسسة في فترة السبعينيات والثمانينيات، إذ أرسيت في هذه الفترة "أسس الصحافة الأردنية الحديثة وتميزت بالاستقرار المالي وتقدمها الفني، وازدياد صفحاتها وتنوع معالجاتها، وما نجم عن ذلك من اتساع في الخدمات التي تقدمها لتلبية احتياجات القراء في مختلف القطاعات والمجالات، وبرز عدد من الصحفيين والكتاب البارعين" (الموسى، 1997، ص ص 135 - 158)، وقد شهد عقد السبعينيات تطورات مهمة في تاريخ الصحافة، إذ أرسيت فيه أسس "الصحافة الأردنية الحديثة" (الموسى، 1986، ص267)، وتميزت باستقرارها المالي وتقدمها الفني وتنوعها، مما نجم عن ذلك من اتساع في الخدمات التي تقدمها للقراء في مختلف القطاعات والمجالات، فارتفع لذلك كله توزيعها وغدت مطلوبة جماهيرياً، وأصبحت الصحف في هذه الفترة مساهمات جماهيرية عامة، ومن الصحف التي

احتلت مكانة بارزة خلال هذه المرحلة الدستور والرأي والشعب، وقد مثلت الرأي والدستور الخط الصحفي السائد الذي اثبت نجاحه في تجربة الصحافة الأردنية منذ نشأتها وحتى الآن.

4. الصحافة في ظل الديمقراطية عام 1989م:

دخلت الصحافة الأردنية في نهاية الثمانينات مرحلة العهد الديمقراطي، حيث اتسمت بسمات ميزتها عن غيرها، وبخصائص من شأنها بيان ما حملته تلك الصحافة من صفات، فشهدت السوق الأردنية "فيضا من الصحف الجديدة اليومية والأسبوعية والحزبية والمستقلة، وبدأت تأخذ دورها كسلطة رابعة رقيقة على الوقائع والأحداث، وأصبحت أداة فاعلة لتقوية الديمقراطية من خلال تسليط الأضواء على المثالب والعيوب، والغوص وراء الأحداث، والدفاع عن المصالح العامة للأمة، وتبادل الآراء وإنصاجها" (الموسى، 1998، ص167).

وفي هذا الجو الجديد بدأت تظهر ملامح صحافة تقدم جديدة، لم يكن التركيز فيها على إحداهن توازنات في الحياة الأردنية بمقدار ما كان هدف معظم هذه الصحف تلمس طريقها من خلال تقديم قصص إخبارية تعتمد الإثارة والتقولات، وكان من نتيجة ذلك أن استن قانوننا 1997 و 1998 اللذان شددوا على حرية التعبير المسؤولة. وفي ظل الانفتاح الديمقراطي شهدت الحياة الأردنية فيضا من الصحف الجديدة اليومية والحزبية والأسبوعية المستقلة، التي صدرت بمؤازرة من قانون المطبوعات لسنة 1993 الذي كان مثل سلفه الذي صدر قبل أربعين عاما سنة 1953 ليبراليا جزئيا يسمح "بالمفاضة في المحاكم" (الموسى، 2003، ص19).

ويعلق وليم روو (Rugh) على هذه المرحلة الجديدة بقوله "إنه مع بداية القرن الحادي والعشرين قامت أربع دول وهي مصر، الأردن، تونس، والجزائر، بتطوير ما يمكن أن يسمى بنظام انتقالي لإعلامهم المطبوع، نظرا لأنه طرأ عليه تغيير منتظم لمدة تزيد عن عقد، وما يزال هذا النظام غير محدد الملامح ويبدو غير مستقر بصورة من الصور" (2004، ص120).

وهذا يعني أن ملامح الصحافة الأردنية لم تتحدد تماما في المرحلة الرابعة الحديثة من التطور رغم أن هذه الدراسة سنتشمل الصحف في هذه المرحلة.

ونخلص من هذا إلى أن الصحافة الأردنية خضعت لنظرية السلطة، وكانت موالية حتى دخولها مرحلة الديمقراطية والتي اسماها (روو) بالمرحلة الانتقالية. وستقوم الباحثة بتحليل ثلاث صحف يومية هي: الدستور، والرأي والغد. وفيما يلي عرض موجز للصحف الثلاث:

أ. صحيفة الدستور:

صدرت صحيفة الدستور عام 1967 عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر، اثر قرار دمج جريدتي المنار وفلسطين. وفي عام 1986 تحولت الدستور إلى شركة "مساهمة عامة"، إذ طرحت أسهمها للاكتتاب العام، فاحتفظ المساهمون القدامى بنسبة 35% و طرح 25% للاكتتاب العام ومساهمون جدد 40% (عبيدات، وآخرون، 2003، ص259).

ب. صحيفة الرأي:

صدرت جريدة الرأي في 1971/6/2م عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وفي عام 1986م أصدرت الحكومة قرارا بتوسيع ملكية شركة المؤسسة الصحفية الأردنية اعتبارا من مطلع ذلك العام، وبموجب القرار تم إعادة توزيع الأسهم فامتلكت المؤسسة الأردنية للاستثمار 15%، ومؤسسو الصحيفة 35%، و طرح 25% للاكتتاب العام، وتمتلك مؤسسة الضمان الاجتماعي 45.9% من الأسهم (عبيدات، وآخرون، 2003، ص260). "ويرى دارسو الصحافة الأردنية أن صحيفة الرأي اليومية شاهد حي على تطور الصحافة من حيث الشكل الفني والإخراج والمضمون والتطور الطباعي والتقنيات المستخدمة في الأردن منذ عام 1971 ولغاية عام 2000" (عبيدات، وآخرون، 2003، ص36).

ج. جريدة الغد:

تعد جريدة الغد من أحدث الصحف اليومية الأردنية، والمستقلة من ناحية الملكية، حيث تأسست في الأول من آب عام 2004م، عن الشركة الأردنية المتحدة للصحافة والنشر برأس مال بلغ أربعة ملايين دينار، وبلغ عدد الموظفين عام 2004 (150) موظفاً، وتزايد هذا العدد خلال السنوات الماضية ليصبح عددهم (350) موظفاً عام 2008⁽¹⁾.

¹ (مقابلة مع مسؤول التسويق عمر الكفاريني في جريدة الغد الأردنية في 10/1/2009م)

الدراسات السابقة:

تم في هذا الجزء من الفصل الثاني مراجعة الدراسات السابقة من الأقدم إلى الأحدث .

قامت **عبد الرحمن (1989)** بدراسة بعنوان "صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام في مصر ودول الخليج"، هدفت إلى التعرف على واقع المرأة المصرية والخليجية من خلال الصحف اليومية الرسمية الصادرة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة الآتية:

1. "ما القضايا والمشكلات المتعلقة بالمرأة والتي تتركز حولها اهتمامات الصحف العربية؟، وهل تمثل هذه القضايا والمشكلات جزءا من هموم ومشاكل المرأة العربية في المرحلة الراهنة؟

2. ما الفئات النسائية التي يتكرر الحديث عنها في أبواب المرأة في الصحف اليومية والمجلات النسائية التي تصدر في كل من مصر ومنطقة الخليج العربي؟

3. ما التصور الذي تطرحه وسائل الإعلام المقروءة بشأن قضايا التعليم ومشاركة المرأة في النشاط السياسي والاجتماعي العام؟

وقامت عبد الرحمن بإعداد أداة تحليل المضمون خاصة بفئات الدراسة، حيث تكونت عينة الدراسة من جريدة الأهرام اليومية، وأخبار اليوم، ومجلة آخر ساعة، والمصور تصدر أسبوعية، ومجلة حواء، وهي مجلة نسائية متخصصة لعدة سنوات خلال السبعينات، كما قامت الباحثة باختيار بعض الصحف الكويتية والإماراتية، ومجلة من البحرين. وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة المصرية قدمت المرأة في موقع وأدوار مختلفة كزوجة وأم وربة بيت وامرأة عاملة، وهي تركز على الأدوار التقليدية للمرأة، كما تبرز الاهتمامات المختلفة المرتبطة بالأنوثة على حساب الأدوار الأخرى كشريك في الإنتاج وبناء الأسرة واتخاذ القرارات السياسية،

وجوانب أخرى كالخلق والإبداع الفكري والفني، كما بينت الدراسة أيضا أن الصحافة المصرية لا تركز على هموم ومشكلات المرأة الريفية، وتركز على فئات أعمار الشباب، وتهمل الفتيات المراهقات إلا في مناسبات ومواسم معينة كالامتحانات.

وبينت الدراسة أن الصحف الخليجية تقدم المرأة في مواقفها الاجتماعية التقليدية كزوجة وأم وربة بيت، ثم كطالبة، وأخيرا كموظفة، كما تبين من خلال النتائج أنها ركزت على قضايا الطلاق والزواج وقوانين الأحوال الشخصية وحقوق المطلقات أكثر من القضايا التي تتعلق بمواقع الإنتاج والعمل والمشاركة السياسية والثقافية والاجتماعية، وأظهرت أيضا أن مجلة أسرتي الكويتية تتخذ موقفا معاديا لعمل المرأة وتحرص على المطالبة بضرورة عودة المرأة إلى البيت ومنعها من العمل بحجة عدم الحاجة لدورها العام، وذلك استنادا لمواقف دينية اجتماعية.

بينما أظهرت النتائج أن مجلة الأزمنة العربية تركز على قضايا التحرر الاجتماعي والإنساني للمرأة الخليجية، وتبدي تشجيعا لحق المرأة في العمل والمشاركة الاجتماعية والسياسية، وأظهرت النتائج أيضا أن الصحف الخليجية تركز في طرحها على نساء المدن المتعلمات، وتبدي تجاهلا واضحا إزاء قضايا ومشكلات المرأة في البادية واللائي يشكلن أكثر القطاعات النسائية تخلفا وفقرا وأمية في منطقة الخليج، كما أظهرت الدراسة أيضا أن المجلات النسائية في دول الخليج تهتم بالنماذج الغربية من خلال المواد الإعلامية والإعلانات التي تنشرها عن الأزياء والماكياج والأثاث كرمز للعصرية والتحضر، وأخيرا أظهرت النتائج أن الطابع الديني كان ملموسا وواضحا في معالجة قضايا المرأة في معظم الصحف والمجلات.

أجرى بدري وأسامة (Badri & Osama, 1995) دراسة بعنوان "المرأة ووسائل

الإعلام: دراسة نقدية وتحليلية لصورة المرأة السودانية في الإعلام المكتوب"، في الجمهورية السودانية. هدفت إلى الكشف عن الصورة التي أنشأتها وسائل الإعلام السودانية المطبوعة للمرأة

السودانية. ولأغراض الدراسة استخدم الباحثان أسلوب تحليل المحتوى للسجلات التاريخية للصحف السودانية اليومية ولمجلات المرأة، كما قام الباحثان بإعداد أداة (استبانة) للدراسة لمعرفة وجهات النظر حول صورة المرأة السودانية في الصحف والمجلات، وتكونت عينة الدراسة من جميع المحررات في الوسائل الإعلامية المطبوعة . وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1. "تبين نمطية صورة المرأة السودانية في كونها تابعة للرجل.
 2. ركزت الصحف والمجلات على القضايا التي تمس حياة المرأة السودانية بشكل عام.
- ركزت الصحف على (16) موضوعاً من المواضيع التي تخص حياة المرأة السودانية من أبرزها: العمل، والزواج، والطلاق، والعنف الأسري، والاضطهاد، وعدم الحصول على الحقوق، وقضايا التعليم، وتولي المناصب القيادية في الحياة العامة".
- وأجرى الصرايرة وآخرون (1996) دراسة بعنوان "المرأة في الصحافة الأردنية اليومية" هدفت إلى التعرف على صورة المرأة الأردنية كما تجسدها الصحافة الأردنية اليومية، ومدى اهتمام الصحافة لشؤون المرأة ومدى مساهمة المرأة في كتابة المواد الإعلامية، ولأغراض الدراسة قام الباحثون بإعداد استمارة تحليل المضمون عن طريق التعرف على الموضوعات المتعلقة بالمرأة والكتابات الصحفية للمرأة الأردنية وصورتها، من خلال ربط كل هذه العناصر بالعدد والمساحة التي احتلتها، حيث تم اعتماد فئات التحليل الآتية: فئات الموضوع: الشؤون العامة، وشؤون المرأة كفاعل رئيسي، وفئات الأنماط الصحفية، وفئات جنس كاتب الموضوع الصحفي، وموضوعات شؤون المرأة، والموقع على الصفحات، والتوزيع الجغرافي للمضامين، وصورة المرأة وشملت أربع فئات: ايجابية، سلبية، مختلطة، غير واضحة. وتكونت عينة الدراسة من (7) أعداد من كل صحيفة للرأي والأسواق للعام 1994.

خلصت الدراسة إلى أن الصحافة الأردنية اليومية خصصت (7.4%) من مساحتها لموضوعات شؤون المرأة واستخدمت في معالجتها لشؤون المرأة كل الأنماط الصحفية. وتبين أن التركيز على الرجل في الموضوعات الصحفية العامة أكثر، وأظهرت النتائج أيضا أن الصحافة الأردنية ركزت على الموضوعات الاجتماعية والثقافية والفنية، والاهتمامات الإنسانية والتقليدية والرياضية أكثر من غيرها في المواضيع التي تخص شؤون المرأة، كما تهتم الصحافة الأردنية بشؤون المرأة المحلية والعالمية، وأخيرا أظهرت النتائج اهتمام الصحف الأردنية بالمرأة في العاصمة أكثر من غيرها في المحافظات الأخرى، وأظهرت صورة المرأة الأردنية من خلال الأدوار الايجابية، إذ قدمتها كامرأة قيادية، وفنانة، وموظفة، ورياضية، ومهنية، ومنتجة، وربة بيت، وجامعية.

وفي دراسة أجراها **خضور (1997)** بعنوان "صورة المرأة في الإعلام العربي"، هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة العربية من خلال تحليل الأبحاث الإعلامية الميدانية العربية وسيلة للتعرف على الصورة التي يرسمها الإعلام في الدول العربية للمرأة. توصل الباحث في دراسته إلى تحديد ملامح الصورة التي يقدمها الإعلام العربي من خلال مجموعة من المحاور هي:

- "الإعلام النسائي المحافظ أو التجاري": بين أن الإعلام يخفي صورة المرأة العاملة خارج المنزل، وتهيمن إلى حد السيطرة المطلقة صورة ربة المنزل، وإذا ظهرت صورة المرأة العاملة خارج المنزل فهي تظهر إما في إطار الترفيه أو إطار الحوادث أو في مجال التزيين أو الأزياء أو الخدمات.

- "الإعلام النسائي في الدول العربية الجمهورية": أشار الباحث إلى أن صورة المرأة في هذه الدول تنتم بالمهام الآتية: ربة بيت، لا يقدم الإعلام النسائي المرأة ربة منزل تتجز عملا

منتجا وتنمويا، يبرز المرأة التي تؤدي أعمالا غير هامة وغير أساسية، يبرز صورة المرأة كأنثى حتى وهي تعمل خارج المنزل، يبرز عمل المرأة ليس هدفاً بحد ذاته تحقق المرأة ذاتها وإنسانيتها من خلاله، تبرز صورة المرأة المتعلمة والمتقفة والعاملة ولكن ولاءها ما زال للعائلة وليس للمجتمع أو الوطن، إن الحافز الأول للمرأة العربية العاملة، هو رغبتها في الحفاظ على مكاسبها كأنثى ، وتقدم المرأة العاملة الناجحة غالبا بصورة نمطية (غير إنسانية وغير واقعية)، ويتم توظيف نجاحها لخدمة غيرها.

كما أجرت زغلولة (1997) دراسة بعنوان "صورة المرأة العربية في الدراما المتلفزة" هدفت إلى التعرف على صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام المرئية من خلال التمثيليات والمسلسلات العربية، وذلك من خلال الأسئلة الآتية:

1. "ما السمات التي تعزى للمرأة؟
 2. ما القيم والمعايير المرتبطة بصورة المرأة ومكانتها بالمجتمع؟
 3. ما جملة العلاقات القائمة بين المرأة والمرأة وبين المرأة والرجل؟
 4. ما عناصر الصورة التي يعرضها التلفاز للمرأة العربية في الأعمال الدرامية؟
- وخلصت الدراسة إلى أن الدراما المتلفزة على المستوى الاجتماعي والثقافي أبرزت دور المرأة زوجة أو أما أو أختا، وأنها أداة إنجاب ووسيلة إمتاع، كما أظهرت نتائج الدراسة أن المرأة فتنة الرجل وغوايته ليس لها هوية مستقلة وتفقر لضبط العواطف في سلوكها، وسلبية في مواجهتها للمشكلات اليومية التي تواجهها. أما على المستوى النفسي فقد بينت الدراسة أن الدراما المتلفزة قدمت المرأة في صورة المعذبة في المرتبة الأولى، وسلبية في المرتبة الثانية، وذلك من خلال اتباعها وسائل وطرق كالزواج، والتضحية، والطاعة المطلقة للزوج، واستخدام الأنانية، وطلب الطلاق، والاستسلام للظروف في تحقيق أهدافها. أما على المستوى العقلي

والذهني فقد أظهرت النتائج أنه ينقصها القدرة الذهنية والعقلية في مجال المعرفة والفكر، وتفتقر إلى العقلية العلمية. أما على صعيد السمات الاقتصادية فقد بينت الدراسة أن المرأة تشغل دورا هامشيا وثانويا يقل عن دور الرجل في عملية التنمية الإنتاجية، وهي حين تعمل خارج المنزل تكون زوجة فاشلة وأما فاشلة وعاجزة عن إدارة المشاريع الاقتصادية، وغير كفاء في إدارة أملاكها بنفسها، وتابعة اقتصاديا للرجل ولا تستطيع إعالة نفسها.

كما أجرى مركز البحوث والدراسات والتوثيق التونسي (1997) دراسة بعنوان "صورة المرأة في الصحافة المكتوبة الوطنية لعام 1997". هدفت إلى الكشف عن صورة المرأة التونسية في الصحافة المكتوبة، وأهم الموضوعات التي تقدمها هذه الصحف عن المرأة. ولغايات الدراسة تم استخدام استمارة تحليل خاصة تحوي عدة نماذج من الصحف.

وخلصت الدراسة إلى أن نسبة حضور المرأة في المساحة المخصصة لها لا تتجاوز (1.6%)، مما يدل على غياب مفهوم النوع الاجتماعي عند المهنيين، كما أظهرت الدراسة أن المقالات التي تتمحور حول المرأة في الصفحات الأولى في الجرائد لا تتجاوز (5.5%)، وأن أنواع الأنشطة التي تشكل المرأة فيها حضورا إعلاميا تدرج ضمن قسم المتفرقات في الصحف بنسبة (14%)، وأظهرت الدراسة أيضا أن موضوع الثقافة يحتل المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (22.5%)، أما مواضيع المتفرقات فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (17%) من المساحة الإجمالية المخصصة للمرأة في الصحيفة.

وأخيرا بينت الدراسة أن أهم الأدوار الاجتماعية للمرأة كما تضمنتها الصحف في المواطنة حيث حصلت على (22.3%)، وتلتها في المرتبة الثانية دورها مرتكبة جريمة أو ضحية حيث حصلت على (14.7%)، وجاءت في المرتبة الثالثة دورها مسؤولة سياسية، حيث حصلت على (13.7%)، أما دورها فنانة ومبدعة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية

بلغت (12.2%) . وقد بينت الدراسة أيضا أن حضور المرأة في المجالات الاقتصادية لا يتعدى (3.1%) رغم الحضور المتواتر للمرأة في قطاعات الإنتاج والتنمية والقومية، وأخيرا بينت الدراسة أن صورة المرأة الحديثة تتفوق في هذه الصحف على صورة المرأة التقليدية بنسبة بلغت (69.3%) ، مقابل (30.7%).

وفي دراسة أجرتها **غباش (1998)** بعنوان "صورة المرأة في الإعلام العربي"، هدفت إلى التعرف على صورة المرأة العربية كما تقدمها وسائل الإعلام العربي، استخدمت الباحثة طريقة سوسيولوجية المعرفة التي تبحث في علاقة الفكر بمجمل الظروف الاجتماعية. وقد خلصت النتائج إلى أن المقصود بالصورة هي الكيفية التي تعكسها وسائل الإعلام، كما بينت نتائج الدراسة أن اهتمام السينما العربية بتقديم نماذج النساء المنحرفات ونساء الليل والنشالات، وبينت الدراسة أيضا أن الإعلام العربي يهتم بتقديم صورة المرأة الأنيقة، من خلال الإعلانات التلفزيونية التي ركزت على المرأة، كما تبين أن الكثير من وسائل الإعلام العربي يركز على المرأة الحضرية داخل المدن، وإهمال المرأة في الريف والبادية، وأخيرا أظهرت النتائج المتعلقة بالدراسة أن الصحف والمجلات قدمت صورة نمطية سلبية للمرأة العربية.

وأجرت **رمزي (2001)** دراسة بعنوان "مقارنة بين صورة المرأة والرجل في الدراما الإذاعية" لمنظمة اليونيسيف، هدفت إلى مقارنة الصورة النمطية والذهنية للرجل والمرأة في الدراما الإذاعية العربية من خلال العديد من الأعمال الدرامية. وقد بينت الدراسة أن الدراما الإذاعية أظهرت صورة المرأة بثلاثة وجوه سلبية هي:

1. "المرأة التي تفنقر إلى العقلية العلمية، حيث تنسم بضيق الأفق واللجوء إلى الغيبيات، بينما

يمثل الرجل الضمير المنقذ أو الشخص الموجه.

2. المرأة التي تفتقر إلى هوية مستقلة وتلجأ في حل مشكلاتها إلى الرجل سواء كان أبا أو زوجا أو ابنا أو أخا.

3. المرأة التي تخشى فقدان جمالها أو تقدمها في السن وفقدان دورها منجبةً، ومحقة رغبات الرجل الذي تفقده إذا فقدت تلك الصفات، وهي بذلك تتحرك في ادوار رسمت لها كأنثى".

وأجرى مركز [وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية \(2004\)](#) دراسة بعنوان "صورة المرأة في الصحافة المصرية" في جمهورية مصر العربية، هدفت إلى التعرف على صورة المرأة العربية عموما والمصرية خصوصا في الصحف والمجلات المصرية. تكونت عينة الدراسة من (3) صحف يومية هي: الأهرام، والأخبار، والجمهورية، و(3) مجلات شهرية هي: حريتي، ونصف الدنيا، وصباح الخير. خلصت الدراسة إلى أن الاهتمام بالمرأة وقضاياها ما زال في مرتبة متأخرة لدى الصحفيين، كما بينت الدراسة تراجع الصحافة عن دورها في تغيير الاتجاهات لدى المجتمع في التعامل مع المرأة وقضاياها بشكل ايجابي، بل أن اغلب التغطيات الإعلامية جاءت تجسيدا للأدوار والصور النمطية السائدة عن المرأة والمجتمع والعادات والتقاليد الموروثة. وهو ما ظهر جليا في الصحافة المصرية، وبينت الدراسة أيضا أن صورة المرأة في أنافتها وإثارتها للرجل تتزايد بشكل ملحوظ في المجلات، وتجاهل دورها الايجابي مناضلة وباحثة ومؤلفة وعاملة وعصرية ومسؤولة.

وأجرت ماريلان (Maryilan, 2004) دراسة بعنوان "صورة المرأة في الصحف: تحليل عام" في الولايات المتحدة الأمريكية. هدفت إلى الكشف عن دور الصحف الأمريكية في إبراز صورة المرأة وتحديد التوجهات الناتجة عن هذه الصور، من خلال الإجابة عن السؤال الآتي: ما صورة المرأة في الصحف الأمريكية؟، وما التوجهات الناتجة عن ذلك. استخدمت الباحثة منهجية البحث النوعي التي تقوم على تحليل الموضوع. وقد تكونت عينة الدراسة من

(15) دراسة منشورة حول صورة المرأة خلال الفترة 1973-1988. وخلصت الدراسة إلى

النتائج الآتية:

1. "إن مفهوم الصورة هي مكانة المرأة في المجتمع كما تعكسها الصحف الأمريكية.
 2. إبراز صورة المرأة التي تتعرض لمعاملة غير عادلة من الرجال سواء في المنزل أو مكان العمل رغم دخولها الكثير من أماكن العمل.
 3. إبراز صورة المرأة السلبية بشكل ملحوظ".
- وفي دراسة أجرتها **شعلة (2005)** بعنوان "صورة المرأة في الإعلام العربي، وهموم ومشكلات المرأة في الصحافة والإعلام" في القاهرة، هدفت إلى إثارة عدد من القضايا الأساسية المرتبطة بموضوع المرأة والإعلام، ودور المرأة في الإعلام، وذلك لتحريك الفكر الإعلامي تجاه هذه الموضوعات الحيوية، ونشر الوعي حولها وحث الممارسة الإعلامية على التجديد من حيث موقفها من صورة المرأة وموقفها من المرأة العاملة في المؤسسة الإعلامية. توصلت الدراسة إلى مجموعة من المقترحات والتوصيات لتحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية تمثلت في النقاط الآتية:

1. "إنشاء مرصد إعلامي عربي مهمته الرئيسية خدمة المرأة العربية وقضاياها.
2. دراسة مضامين الأدوات الإعلامية من برامج ودراما ورصد ما تنقله من صور عن المرأة العربية، مع التأكيد على رصد الواقع بسلبياته وإيجابياته.
3. إجراء أبحاث متخصصة عن الرسالة الإعلامية ومضمونها، وخاصة فيما يتعلق بوضع المرأة وقضاياها، على أن تشمل هذه الأبحاث المتلقي للرسالة الإعلامية ورغباته واحتياجاته والسعي نحو توفير هذه الدراسات.

4. عقد دورات تدريبية للمرأة الإعلامية تنمي قدراتها في مجال استخدام التكنولوجيا والاتصالات والمعلومات.

5. تبني دورات توعية للإعلاميين لزيادة وعيهم بقضايا المرأة العربية، وبأهمية دورها في التنمية المجتمعية.

6. تبني مشروع الميثاق الوطني المغربي الذي يتعلق بتحسين صورة المرأة في الإعلام والترويج له وتعميمه في الدول العربية".

وفي تقرير صدر عن كوثر واليونيفم (2006) روجعت البحوث الصادرة عن المرأة العربية والإعلام وتوصل التقرير إلى أن صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام سلبية مرتبطة بفسادها العقلي والأخلاقي، وأنها جسد مثير ومادية وانتهازية ولا يعنىها الشأن العام، كما أن الإعلاميات ليس لهن حضور كاف في مراكز صنع القرار، وأن معظم المواد المتحدثة عن المرأة هي مواضيع سياسية واقتصادية تليها المواضيع المتصلة بالأحوال الشخصية ثم المسائل الاجتماعية، كما بين التقرير أن وسائل الإعلام تستهدف المرأة عامة ولا تراعي اختلاف الأوضاع والأعمار، وأن أغلب وسائل الإعلام ليس لديها إستراتيجية واضحة في التعامل مع قضايا المرأة، وتنتشر مواد قليلة عنها. وقد توصل التقرير إلى نتائج مفادها أن العدد الأكبر من البحوث أعطت المرأة "صورة سلبية في وسائل الإعلام"، بينما عدد قليل من البحوث أعطت صورة متوازنة وإيجابية عن المرأة في التلفزيون والمطبوع. وأوصى التقرير بدراسة صورة المرأة بكل وسائل الإعلام .

وفي ورقة عمل للأطرش (2007) حول "صورة المرأة في الإعلام"، بينت أنه رغم ازدياد عدد النساء العاملات في وسائل الإعلام إلا أنه لم يحدث تغيير في صورة المرأة النمطية، ولا تتناسب الصورة مع ما حققته المرأة العربية بالعلم والتعرف على العالم وثقافته المختلفة،

وبينت أن الإعلام بجميع وسائله لا يعكس الصورة الحقيقية للمرأة، بل يقدم " صورة سلبية" عن النساء واهتمامهن الفكري، وأنه بالرغم من وصول المرأة إلى مراكز صنع القرار ووجود بعض السياسيات إلا أن الإعلام لا يسلب الضوء عليهن في برامجهم وتحليلاته السياسية، كما أكدت على أن مشاركة المرأة في تلك البرامج لا تزال هامشية وثانوية، وإهمال المرأة البدوية والريفية والعاملة والمعيلة، ورغم ظهور الصحافة النسائية إلا أن الاهتمام يقتصر على القضايا التقليدية كالطهي والأبراج والإثارة والسحر والتنجيم، والفن وسيدات الأعمال، وتهمل المعلمات والطبيبات والباحثات والفلاحات.

وأجرت جاكاه وموكوهونجو (Gakahu & Mukhongo, 2007) دراسة بعنوان "الصفحات النسائية في الصحف الكينية: تطبيقات لتطوير البلاد" في نيجيريا، هدفت إلى التعرف على واقع الصور التي تضعها الصحف الكينية للمرأة في البلاد. استخدمت الباحثتان استمارة التحليل للصحف الصادرة لمدة ثلاثة أسابيع. وأظهرت النتائج أن الصحف الكينية تركز على صورة الرجل وشؤونه، بينما أهملت صورة المرأة، كما أكدت على الجهود المبذولة لتغيير صورة المرأة والاهتمام بقضاياها، وتشجيع النساء على قراءة الصحف، وأظهرت النتائج أيضا الصورة النمطية للمرأة الكينية، حيث تتميز هذه الصورة بالسلبية والمحلية والتركيز على الجمال فقط، وإنكار دورها الإنتاجي في المجتمع.

كما كتبت إيفرباخ (Everbach, 2008) ورقة عمل بعنوان "صورة الثقافة النسوية في الصحف اليومية الأمريكية" في الولايات المتحدة الأمريكية، هدفت إلى الكشف عن الصورة الثقافية للمرأة في الصحف الوطنية الأمريكية، واستخدمت الباحثة التحليل النوعي للصحف اليومية الصادرة في عدة ولايات أمريكية، كما أجرت مقابلات مع بعض الصحفيات من خلال

طرح مجموعة من الأسئلة. وخلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لوجود الإناث في الصحف أدى إلى تحسين صورة المرأة عند القراء.

تعقيب على الدراسات السابقة:

ركزت الدراسات التي تم عرضها على إبراز صورة المرأة في الإعلام بشكل عام سواء المقروء منها والمرئي أو المسموع. كدراسة (عبد الرحمن، 1989)، ودراسة زغلولة (1997)، ودراسة (مركز البحوث والدراسات والتوثيق التونسي، 1997)، ودراسة (غباش، 1998)، ودراسة (مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، 2004)، ودراسة بدري وأسامة (Badri & Osama, 1995)، ودراسة مارلين (Marrilan, 2004). كما تناول بعض الدراسات موضوع المرأة مقارنة مع الرجل كدراسة (رمزي، 2001). وتناول بعض الدراسات صورة المرأة في الصحف الأردنية، حيث ركزت على قضايا وشؤون المرأة، ولم تبحث صورة المرأة من خلال مفهوم الصورة العقلية كدراسة (الصرايرة، 1996). وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة خاصة العربية والأردنية بأنها قدمت مفهوم الصورة العقلية وعناصرها وفئاتها، للتعرف على صورة المرأة في المجتمع الأردني.

ومن خلال عرض الدراسات السابقة لوحظ أنها اعتمدت على منهج تحليل المضمون وسيلة لجمع المعلومات التي طبقت في الغالب على الصحف والمجلات شبه الرسمية والأهلية، للتعرف على صورة المرأة في الإعلام. ويؤخذ على أغلب هذه الدراسات أنها لم تركز على توضيح مفهوم الصورة العقلية والنمطية، ولم تتطرق لمفهوم السمات.

وأخيراً، تم الاستفادة من الدراسات العربية، والأجنبية في دراسة الإطار النظري وإعداد أداة الدراسة، إذ إن معظم الدراسات استخدمت أسلوب تحليل المضمون أداة لجمع المعلومات.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

تعرض هذا الفصل إلى منهجية الدراسة وهو المنهج الوصفي التحليلي (تحليل المضمون)، وعينة الدراسة، وأداة الدراسة وثباتها، والإجراءات التي تم تطبيق الدراسة من خلالها .

منهجية البحث:

يعد تحليل المضمون (Content Analysis) أداة هامة من أدوات البحث العلمي وانتشر استخدامها في البحوث الإعلامية بهدف الكشف عن مضمون أجهزة الإعلام وما تبثه من صور وأفكار وسلوك. ويستخدم هذا المنهج في تحليل المادة التي تستخدمها وسائل الإعلام المختلفة، وطريقة لجمع بيانات كمية وموضوعية عن محتوى هذه الوسائل، ويعد "أداة حديثة تساعد في التعبير عن الظواهر تعبيراً كمياً أو تناوياً إحصائياً من خلال تحليل النص" (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1984، ص21).

وتساعد دراسة تحليل المضمون في التعرف على كل أو بعض العناصر المكونة لعملية الإعلام وعن مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة التي تقدمها، ومدى اهتمام كل وسيلة بنوعيات معينة من الموضوعات بصفة خاصة. وقد استخدم هذا المنهج منذ القرن الثامن عشر في حقول علمية كثيرة ولاسيما الاجتماعية والدينية، وتزايدت استخداماته في السبعينيات من القرن العشرين في المجالات الإعلامية والسياسية والاجتماعية والبيئية، واعتمدت تطبيقاته على عنصرين من عناصر الاتصال هما: النص والمتلقي (حسين، 1983، ص37).

ويعتمد في تحليل المضمون على مجموعة من الضوابط والقواعد العلمية المنظمة والمحددة، وترمي إلى معرفة أغراض نص ما من حيث شكله ومضمونه، وتحديد مدى اتفاق تلك الأغراض أو تعارضها مع أفق توقع محلل النص. وتعرف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المضمون على أنه "أحد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الاتصال المكتوبة أو المسموعة بوضع خطة منظمة تبدأ باختيار عينة من النص لتحليلها وتصنيفها كميًا وكيفياً" (Rosengrer,1981, p47).

وورد لتحليل المضمون عدة تعريفات لعدد من الباحثين، فقد عرف برلسون (Berelson) تحليل المضمون بأنه "طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية، توضح محتوى المادة الإعلامية". وعرفه كابلان (Kaplan) بأنه "محاولة لتجسيد المعاني في شكل محدد من النماذج بأسلوب منتظم وكمي". وعرفه كريبندروف (Krippendorff) فإنه "أسلوب بحثي يهدف إلى الحصول على نتائج صادقة، يمكن الحصول عليها من خلال إعادة الدراسة وذلك من معلومات تتمثل في المحتوى". كما عرفه كيرلنجر (Kerlinger) إنه "منهج لدراسة الاتصال وتحليله بطريقة منتظمة وموضوعية، بهدف قياس المتغيرات" (الحيزان، 1998، ص ص 122-123).

في هذه الدراسة جرى تحليل وتدوين المحتوى الظاهري للاتصال أي مضامين الصحف المتعلقة بالمرأة الأردنية، وقد تم استثناء الإعلانات من التحليل، وكانت وحدة التحليل (Unit of Analysis) "الفقرة" لملائمتها وطبيعة الدراسة وأهدافها، وتعد الفقرة أكثر دقة لتحديد تفاصيل صورة المرأة كما قدمتها الصحافة الأردنية (بد ورفاقه، 1986، ص 39).

مجتمع الدراسة:

تم اختيار ثلاث صحف من الصحف اليومية الأردنية، وهي الرأي والدستور والغد، لسعة انتشارها. وتم تحليلها لمدة عام واحد وهو عام 2007، كما تم اختيار طريقة الأسبوع الصناعي التي ابتكرها (Carter & Jones)، وذلك عن طريق "اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول (من فترة البحث) ثم اليوم الثاني من الأسبوع الثاني واليوم الثالث من الأسبوع الثالث) (الوفائي ، 1989 ص 151). تألفت العينة من 14 عدداً من كل صحيفة من الصحف الثلاث لتمثل أسبوعين صناعيين، وبذلك يكون مجموع العينة 42 عدداً. وهي الأعداد التالية:

للعام 2007 من الرأي والدستور والغد:

السبت: 6 / كانون الثاني

الأحد: 11 / شباط

الاثنين: 12 / آذار

الثلاثاء: 17 / نيسان

الأربعاء: 23 / أيار

الخميس: 28 / حزيران

الجمعة: 27 / تموز

السبت: 5 / آب

الأحد: 9 / أيلول

الاثنين: 15 / تشرين الأول

الثلاثاء: 20 / تشرين الثاني

الأربعاء: 19 / كانون الأول

الخميس: 25 / كانون الثاني

الجمعة: 24/ شباط

أداة الدراسة:

تم بناء أداة الدراسة استناداً إلى الدراسات السابقة ذات الصلة وتحليل ما نسبته 10% من عينة مماثلة لعينه الدراسة. وقد اعتمدت وحدة التحليل (Unit of Analysis) الفقرة (بد ورفاقه، 1989، ص39)، وحدة تحليل لتناسبها مع موضوع الدراسة ولتغطي أكبر دلالات ممكنة. أما فئات التحليل فشملت أحد عشر مجالاً على النحو الآتي:

أولاً: المرجعية النسائية Referent: وهي المرأة الأردنية كما ترد في المضمون الصحفي بحسب الفئات الفرعية التالية:

1. المرأة مفردة: يقصد بها تصنيف المرأة مفردة فقط حيثما ترد .
2. المرأة مجموعة: يقصد بها تصنيف المرأة ضمن مجموعات (اثنتان فأكثر) كالمرأة في مؤسسات المجتمع المحلي، والمرأة في الأندية الرياضية... الخ.
3. المرأة عموماً: يقصد بها الإشارة في الصحافة للمرأة الأردنية بشكل عام، مثال: حققت المرأة الأردنية نجاحاً.

ثانياً : مهنة المرأة: يقصد بها تصنيف المرأة بحسب عملها في الفئات التالية :

1. مهن عليا: المرأة في مهن ذات مهارات عليا، مثل: ملكة، أميرة، وزيرة، برلمانية (عين، نائبة)، طبيبة، مهندسة، قاضية، محامية، معلمة، مديرة، رئيسة قسم، إدارية... الخ.
2. مهن إبداعية: المرأة في مهن ذات مهارات إبداعية، مثل: فنانة، كاتبة، روائية، إعلامية، رسامة، رياضية.... الخ.

3. مهن يدوية: المرأة في مهن ذات مهارات يدوية، مثل: مزارعة، سائقة، عاملة في مصنع، عاملة نظافة.... الخ.

4. غير عاملة، ويقصد بها المرأة التي لا تعمل مثل الطالبة، وربة بيت.

5. غير محدد، ويقصد عمل المرأة غير المحدد في النص.

ثالثا : الوضع الاجتماعي : ويقصد به وضع المرأة على النحو التالي:

1. متزوجة .

2. غير متزوجة .

3. مطلقة .

4. غير محدد .

رابعا: نوع العلاقة: يقصد بها العلاقة مع الآخرين التي تم فيها طرح المضمون المتعلق

بالمرأة، هل هو:

1. التعاون: يقصد به المضامين التي تبين المرأة في حالة انسجام وتوافق مع الغير.

2. النزاع: يقصد به المضامين التي تبحث في حالات العنف والطلاق والإجرام.

3. الحياد: يقصد به المضامين التي تكون فيها المرأة لا في حالة تعاون ولا نزاع.

خامسا: طرف آخر في العلاقة: هو المضمون الذي تم فيه إقامة علاقة بين المرجعية

النسائية وأطراف أخرى موزعا كما يلي:

1. أردني .

2. عربي .

3. أجنبي .

4. لا يوجد .

سادسا: نوع المضمون، ويقصد بها:

1. سياسية: يقصد به كل عمل تقوم به المرأة الأردنية في أحزاب أو نقابات، أو انتخابات برلمانية وغيرها، أو أي منصب حكومي، مثال: المرأة في الانتخابات.
2. اقتصادية: يقصد به كل عمل تقوم بها المرأة الأردنية في المجالات المالية والأنشطة الاستثمارية المختلفة والبنوك، مثال: مشاركة المرأة في السوق المالي.
3. اجتماعية: يقصد به الأعمال التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال الأسرة وتنظيم دورها في المجتمع، والأعمال الخيرية، مثال: الاتحاد النسائي الأردني.
4. ديني: يقصد به النشاطات التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال القيم والأخلاق، والعبادات، وطقوس الصلوات المختلفة، مثال: المرأة والطلاق.
5. صحية: يقصد به الأعمال المختلفة التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال العلاج والتمريض والتطبيب، والوقاية الصحية، مثال: المرأة والتمريض.
6. رياضية: يقصد به أي نشاط جسدي تقوم به المرأة الأردنية، مثال: كرة القدم، والسباق، والسباحة، ... الخ وفكري كالشطرنج.
7. تربوية: يقصد به النشاطات التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال التدريب والتطوير والتعليم وخدمة المجتمع المحلي، مثال: المرأة معلمة في إحدى المدارس الأردنية.
8. ثقافية: يقصد به النشاطات التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال الفكري، والأنشطة المختلفة مثل الندوات والمناقشات الأدبية والشعرية.

9. فن: يقصد به النشاطات المختلفة التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال الترفيه

والفلكلور والتمثيل والغناء والرقص والرسم والكاريكاتير، مثال: خبر عن فنانة أردنية.

10. العسكرية: يقصد به النشاطات المتعلقة بشؤون الجيش والشرطة والأمن .

11. أخرى: يقصد به كل مضمون أو نشاط تقوم به المرأة الأردنية لم يرد في التصنيفات

السابقة.

سابعاً: مصدر المضمون: يقصد به الجهة التي تحدثت حول موضوع المرأة الأردنية،

وهو المصدر الذي ورد المضمون منه، وقسم إلى الفئات الفرعية الآتية:

1. وكالات الأنباء الأردنية

2. وكالات أنباء غربية

3. كاتب صحفي

4. غير محدد

ثامناً: المرأة بحسب المناطق الجغرافية: يقصد به المنطقة الجغرافية للمرأة في المضمون

الصحفي موزعاً كما يلي:

1. العاصمة: عمان.

2. المدن.

3. الريف.

4. البادية.

تاسعاً: النمط الصحفي: تم تقسيم المضمون الصحفي إلى ثلاثة أنواع رئيسة هي:

1. خبر: وهو "سرد لحدث يقع في وقت معين يؤثر في أكبر عدد من الناس على أن يقدم بطريقة مفهومه، ويؤثر في القراء ويثير اهتمامهم" (الفار، 2006، ص165).
2. تحليل: يقصد به المواد التي تمت معالجتها في المقالات والتحقيقات والتقارير والقصص الإخبارية وبريد القراء.
3. الصور والرسومات: وهي وسيلة إيضاحية يستعاض بها عن الكتابة لتعريف الأهداف وتوضيحها (الفار، 2006، ص270)، والكاركاتير: وهو "رسم فني قد يصحبه تعليق مختصر يفهمه كل الناس دون إجهاد عقلي، ويكمن تأثيره بأنه يشد الانتباه" (الفار، 2006، ص270). وتم احتسابها فقرة مستقلة (وحدة تحليل مستقلة) سواء وردت في النص أو خارجه.

عاشرا: معالجة المضمون:

1. رسمي: يقصد به النشاط الذي تقوم به جهات حكومية.
 2. غير رسمي: يقصد به النشاط الذي تقوم به جهات شعبية، مثل منظمات المجتمع المحلي.
- أحد عشر: اتجاه السمة:** يعرف الوفاي السمة بأنها "الصفة أو الخاصية أو القدرة التي تتميز بها المرأة من حيث الجوانب السيكولوجية والاجتماعية الوظيفية". (1989 ص 159).
1. ايجابية: يقصد بها العبارات التي توحى بأن المرأة قد وسمت بسمات كالحنان والكرم والشجاعة والقوة، والانجاز، والتفوق، والنجاح والتعاون... الخ.
 2. سلبية: يقصد بها العبارات التي توحى بأن المرأة قد وسمت بسمات كالضعف والخوف والخيانة والاستسلام والهروب.

3. حيادية: يقصد بها العبارات الأخرى التي لا توحى بأي سمات ايجابية أو سلبية.

ثبات الأداة:

للتأكد من ثبات الأداة تم الاستعانة بمحللين مستقلين يمتلكان الدراية اللازمة للقيام بعملية التحليل بمنهجيتها الصحيحة. وتم شرح أسلوب التحليل وقواعده وإجراءاته المتبعة للمحللين، كما أوضحت أهداف الدراسة وأهميتها. وبعد الانتهاء من عملية التحليل تم حساب معامل الثبات بين المحللين حسب معادلة هولستي التي تنص على:

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد الفقرات التي اتفق عليها المحكمان}}{\text{عدد الفقرات الكلي}} \times 100$$

فكانت النتيجة كما هي موضحة في جدول (1).

جدول (1)

يبين قيم الثبات لمعادلة هولستي لعينة الدراسة

الصحيفة	قيمة هولستي
الرأي	0.90%
الدستور	0.88%
الغد	0.89%
الأداة ككل	0.89%

يظهر من خلال معاملات الثبات أن جميع القيم عالية وتدل على ثبات أداة التحليل.

إجراءات تطبيق الدراسة:

- 1- تم تحديد مشكلة الدراسة وأسئلتها، وفي ضوء ذلك تم اختيار الصحف التي تم تحليلها وقد شملت ثلاث صحف لعام 2007.
- 2- تم بناء أداة التحليل بالاعتماد على الدراسات السابقة وتحليل قبلي لما نسبته 10% من عينة مماثلة للعينة التي استخدمت في التحليل، وتطوير الأداة لتناسب البحث.
- 3- أما عملية التحليل فقد اعتمدت الفقرة وحدة للتحليل، لملاءمتها لطبيعة الدراسة وأهدافها. تم تحليل مضمون الصحف في ضوء فئات التحليل وتحديد الفئة التي تنتمي إليها كل فقرة بموجب استمارة التحليل (انظر ملحق رقم 1).
- 4- تم عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة ومناقشتها والخروج بالتوصيات المناسبة.

المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام الأساليب والإجراءات الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية، واختبار مربع كاي (Chi- Square)، إلى جانب ذلك تم استخدام معادلة هولستي للتحقق من ثبات أداة تحليل المضمون.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

حاولت هذه الدراسة الكشف عن العناصر المكونة لصورة المرأة الأردنية في الصحف الأردنية الثلاث الرأي والدستور والغد لعام 2007 ولتحقيق هذا الهدف تم استعمال برنامج SPSS للحصول على النسب المئوية والتكرارات لوصف الظاهرة. ولإيجاد العلاقات بين المتغيرات، كما تم استخدام مربع كاي (Chi-Square) للمقارنة بين الصحف الثلاث، وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة .

للإجابة عن السؤال الأول الذي ينص على "ما الفئات النسائية التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (2) يوضح ذلك.

جدول رقم (2)
المرجعية النسائية

المرجعية النسائية	التكرار	النسبة المئوية
المرأة كفرد	607	63.0%
المرأة كمجموعة	217	22.5%
المرأة عموماً	140	14.5%
المجموع	964	100.0%

يبين الجدول رقم (2) أن المرأة (كفرد) قد نالت (63%) من التغطية في الصحف الثلاث، وهذا يمثل ضعفي التغطية في الصحافة اليومية، وقد برزت في هذه الفئة نساء مفردات تكرر ظهورهن مثل الملكة والأميرة، والوزيرة، والمرأة النائبة، والناشطة في حقوق المرأة. أما

المرأة (كمجموعة) فقد نالت (22.5%) من التغطية. مثل جمعية نسائية تشكر رئيس الوزراء على إصدار اتفاقية إلغاء العنف ضد المرأة. وحضور نسائي لورشة عمل حول الصحة الإنجابية وتخريج فوج من الشرطة النسائية. والمرأة (عموما) نالت (14.5%) من التغطية. مثل موضوع المرأة الأردنية والانتخابات، ومكتسبات المرأة الأردنية لعام 2007، وتحقيقات عن الزواج المبكر والعنف الأسري، وعن حقوق المرأة. وهذا يعني أن التركيز في الصحافة اليومية انصب معظمه على المرأة (كفرد) بصورة واضحة.

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة المرجعية النسائية، استخدم اختبار (Chi-Square) والجدول (3) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (3)

العلاقة بين الصحف اليومية والمرجعية النسائية الواردة في الموضوعات الإعلامية

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة المرجعية النسائية
%50.8	%67.6	%73.8	المرأة كفرد
%22.2	%21.7	%24.2	المرأة كمجموعة
%27.0	%10.7	%02.0	المرأة عموما
%100	%100	%100	المجموع

Chi-Square value:82.2, DF:4, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (3) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية النسائية للموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث ، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (82.2) وهي قيمة دالة إحصائيا ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهرت (المرأة كفرد) بأعلى نسبة في الغد (73.8%) ، وأقل منها في الدستور (67.6%) ثم في الرأي (50.8%)، و(المرأة كمجموعة) بنسب متقاربة بين الصحف الثلاث .في حين كانت (المرأة

عموماً أعلى في الرأي (27.0%) ، وأقل اهتماماً في الغد (02.0%). وهذه النتيجة تبين أن جريدة الرأي اهتمت بالمرأة وقضاياها بشكل عام.

وللإجابة عن السؤال الثاني الذي ينص على "ما المهن التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (4) يوضح ذلك.

جدول رقم (4)

مهنة المرأة

النسبة المئوية	التكرار	مهنة المرأة
53.6%	517	مهن عليا
14.3%	138	مهن إبداعية
02.0%	19	مهن يدوية
10.8%	104	غير عاملة
19.3%	168	غير محدد
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (4) أن الصحافة ركزت في أكثر من نصف ما نشرته (53.6%) على النساء في (المهن العليا). مثل وظيفة وزيرة ، مديرة ونائبة أو عين ، ومسؤولة برامج في تجمع لجان المرأة، وطبيبة ومهندسة. وتلتها فئة (النساء دون تحديد لمهنة) بنسبة (19%)، وأظهرت الصحف النساء في مهن إبداعية قليلا (14%). مثل: الإعلامية والروائية والشاعرة وقاصة وممثلة ومصممة أزياء. وأقل منها (المرأة غير العاملة) (10.8%). أما (المهن اليدوية) (2%) فقد نالت اهتماما ضئيلا جدا، مثل تحقيق إخباري عن أول امرأة سائقة لضاغطة النفايات في أمانة عمان. وهذا يعني أن هذا الفئة لم يتم التركيز عليها ، مثل العاملة في المصنع أو المزارعة

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة مهنة المرأة استخدم، اختبار (Chi-Square)

والجدول (5) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (5)

العلاقة بين الصحف اليومية ومهنة المرأة

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة مهنة المرأة
%51.7	%51.6	%59.4	مهن عليا
%10.1	%17.3	%16.0	مهن إبداعية
%1.1	%3.8	%0.4	مهن يدوية
%13.5	%11.3	%6.1	غير عاملة
%23.7	%15.9	%18.0	غير محدد
%100	%100	%100	المجموع

Chi-square value 33.087, DF: 8, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (5) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مهنة المرأة الواردة في

الموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث قيد الدراسة، حيث كانت قيمة مربع كاي

المحسوبة (33.087) وهي قيمة دالة إحصائياً ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما

عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهرت

المرأة متقلدة (مهناً علياً) بأعلى نسبة في الغد (59.4%)، ثم الرأي (51.7%) وتلتها

الدستور (51.6%)، وكانت أقل نسبة للمرأة في (مهن يدوية) في الغد (0.4%) والأعلى في

الدستور (3.8%)، في حين أن المرأة في فئة (غير محددة المهنة) كانت الأعلى

بالرأي (23.7%)، وظهرت المرأة في (مهن إبداعية) بأعلى نسبة في الدستور (17.3%) وتلتها

الغد (16.0%) ثم الرأي (10.1%). وهذا يدل على اهتمام الصحف الثلاث بالمرأة في مهن عليا

بشكل كبير وإهمال المرأة في المهن الأخرى.

ولإجابة عن السؤال الثالث الذي ينص على "ما الأوضاع الاجتماعية التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صفح الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (6) يوضح ذلك.

جدول رقم (6)
الوضع الاجتماعي للمرأة الأردنية

النسبة المئوية	التكرار	الوضع الاجتماعي
09.4%	91	متزوجة
01.0%	10	غير متزوجة
00.03%	3	مطلقة
89.2%	860	غير محدد
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (6) أن الوضع الاجتماعي للغالبية العظمى للمرأة (89%) لم يحدد في التغطية للصحف الثلاث، وأبرزت الصحف نسبة ضئيلة للمرأة (المتزوجة) (9.4%)، و(غير المتزوجة) (1%)، و(المطلقة) (03.%) وهي نسبة ضئيلة جدا. وهذا يعني أن الصحف في مجملها لم تركز على فئة الوضع الاجتماعي إلا قليلا، كما أنها لم تبرز وضع النساء المطلقات تحديدا رغم أن مشكلة الطلاق لها أبعاد كبيرة في المجتمع .

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة الوضع الاجتماعي، استخدم اختبار (Chi-Square) والجدول (7) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (7)
العلاقة بين الصحف اليومية والوضع الاجتماعي

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة
			الوضع الاجتماعي

%11.2	%11.0	%4.7	متزوجة
%2.2	%0.3	%0.4	غير متزوجة
%1.2	-	-	مطلقة
%85.3	%88.7	%93.9	غير محدد
%100	%100	%100	المجموع

Chi-square value 26.159, DF: 6, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (7) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوضع الاجتماعي للمرأة الواردة في الموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث قيد الدراسة، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (26.159) وهي قيمة دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهرت المرأة (المتزوجة) في صحيفتي الدستور والرأي بالتساوي بنسبة (11.0%)، والمرأة (غير المتزوجة) في الرأي بنسبة (2.2%)، في حين ظهرت المرأة (المطلقة) في صحيفة الرأي بنسبة (1.2%)، وظهرت المرأة (غير المحدد وضعها الاجتماعي) بنسب عالية في الصحف الثلاث، وهذه النتيجة تبين أن الرأي كانت الأكثر اهتماماً بمشكلة المرأة المطلقة مع أنه ليس بالاهتمام الكافي.

للإجابة عن السؤال الرابع الذي ينص على "ما نوع العلاقة مع الطرف الآخر التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (8) يوضح ذلك.

جدول رقم (8)

نوع العلاقة

النسبة المئوية	التكرار	نوع العلاقة
%88.1	489	تعاون

نزاع	93	09.6%
حياد	22	02.3%
المجموع	964	100.0%

يبين الجدول رقم (8) أن غالبية المضامين قد بحثت المرأة في علاقة (التعاون) (88%)، ممل يدل على أن المرأة الأردنية قد ظهرت في علاقة جيدة ومنسجمة مع مجتمعها ومع الغير مثل: فوز نساء بمشاريع ريادية بجائزة الملك عبد الله للعمل الحر، والنساء مشاركات في برامج وورش عمل. أما علاقة المرأة في حالات (نزاع وصراع) فكانت ضئيلة (9.6%)، ويدل ذلك على علاقات ذات خلاف بسيط مع المجتمع. مثل: تقارير تتحدث عن العنف الأسري الجسدي والمعنوي والتسلط الذي يتعرضن له من قبل الأزواج، والحديث عن جرائم الشرف، والفتاه الضحية وان المجتمع يكيل بمكيالين وانه ينبغي على المجتمع أن يؤمن الحماية لهن وتغيير المفاهيم الاجتماعية اتجاه المرأة وتطبيق العدالة بين المرأة والرجل، وخلاف بين الأزواج المطلقين حول زيارتهم لأطفالهم في دار الضيافة التابعة لبرامج اتحاد المرأة الأردنية. وكانت علاقة (الحياد) ضئيلة جدا (2.3%). وهذه النتائج تبين أن الصحف الثلاث ركزت على إبراز صورة المرأة الأردنية في حالة تعاون وانسجام عالية.

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة نوع العلاقة، استخدم اختبار (Chi-Square)

والجدول (9) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (9)

العلاقة بين الصحف اليومية ونوع العلاقة

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة نوع العلاقة
80.6%	91.2%	94.3%	التعاون
17.4%	6.3%	3.3%	النزاع
2.0%	2.5%	2.5%	الحياد

المجموع	%100	%100	%100
---------	------	------	------

Chi-square value 40.669, DF: 4, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (9) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع العلاقة للموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (40.669) وهي قيمة دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وظهرت أعلى علاقة تعاون بين الصحف الثلاث في صحيفة الدستور (94.3%)، وأعلى علاقة نزاع بين الصحف الثلاث في صحيفة الرأي (17.4%)، في حين تساوت نسبة (التعاون) و(الحياد) في الغد مع انخفاض في نسبة (علاقة النزاع) (2.5%). وهذه النتيجة تبين أن جريدة الرأي كانت الأكثر اهتماماً بعرض مواضيع النزاع المتعلقة بالمرأة.

للإجابة عن السؤال الخامس الذي ينص على "من الطرف الآخر الذي برز في العلاقة مع المرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (10) يوضح ذلك.

جدول رقم (10)
طرف آخر في العلاقة

النسبة المئوية	التكرار	طرف آخر
47.7%	460	أردني
4.8%	46	عربي
14.1%	136	أجنبي
33.4%	322	لا يوجد
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (10) أن الصحف بحثت المرأة الأردنية في علاقة مع (طرف أردني) في حوالي نصف التغطية (47.7%) ممثلاً بكل أطراف المجتمع الأردني من شركات ووزارات ومؤسسات وأفراد. وتلتها فئة (لا يوجد طرف آخر في العلاقة) (33.4%) أي أنه لم تبحث المرأة بصورة منفردة. وبحثت المرأة مع (طرف أجنبي) (14%)، وهذا يؤشر إلى دور أطراف أجنبية مثل: المنظمات الإنسانية كاليونسكو، والاتحاد الأوربي في برنامج شراكة لدعم مشروع المساواة والديمقراطية وحقوق الإنسان من خلال حقوق المرأة والتواصل بين الجمعيات النسائية وبناء تحالف مجتمع مدني وبناء قدرات المنظمات النسائية، واليونيسيف والمنظمات العالمية المهتمة بشؤون المرأة والأسرة. لكن المرأة الأردنية بحثت مع (طرف عربي) (4.8%) وهي ضئيلة. مثل: مصر ومشاركة فرقة موسيقية أردنية لاحتفال غنائي، سوريا مع الأردن في بطولة عمان النسوية الكروية، ومشاركة بطلات أردنيات في دورة العاب القوى بدمشق، وحضور السفير الكويتي حفل تكريم فنانة أردنية .

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة طرف آخر في العلاقة، استخدم اختبار (Chi-Square) والجدول (11) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (11)

العلاقة بين الصحف اليومية وطرف آخر في العلاقة

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة طرف آخر في العلاقة
55.6%	41.8%	45.1%	أردني
4.2%	3.6%	7.4%	عربي
14.6%	11.5%	17.2%	أجنبي
25.6%	43.1%	30.3%	لا يوجد
100%	100%	100%	المجموع

Chi-square value 33.515, DF: 6, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (11) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الطرفين الآخر في العلاقة الوارد في الموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث قيد الدراسة، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (33.515) وهي قيمة دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهرت المرأة في علاقة مع (طرف أردني) بنسبة (55.6%) في صحيفة الرأي، ومن ثم في الغد (45.1%) وبنسبة أقل في الدستور (41.8%)، وأعلى نسبة للمرأة في علاقة مع (طرف عربي) في الغد (7.4%)، ونسبة مع (طرف أجنبي) في صحيفة الرأي (38.2%)، بينما كانت الموضوعات المتعلقة بعدم وجود طرف آخر في صحيفة الدستور (43.1%). وهذه النتيجة تبين أن الصحف الثلاث أبرزت الطرف الأردني بشكل واضح.

للإجابة عن السؤال السادس الذي ينص على "ما القضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة الأردنية التي أبرزتها الصحافة الأردنية؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (12) يوضح ذلك.

جدول رقم (12)

نوع المضمون (القضايا والموضوعات)

النسبة المئوية	التكرار	نوع المضمون
14.0%	155	سياسي
11.0%	115	اقتصادي
22.0%	243	اجتماعي
3.0%	35	ديني
6.0%	69	صحي
12.0%	133	رياضي
12.0%	133	تربوي

ثقافي	70	6.0%
فني	78	7.0%
عسكري	43	4.0%
أخرى	20	2.0%
المجموع	1094	100.0%

* سمح بتسجيل التكرارات المتعددة (multiple coding)، لذلك جاء المجموع أكثر من 964

يبين الجدول رقم (7) أن المرأة قد تم التركيز عليها في النواحي (الاجتماعية) بدرجة أعلى من غيرها إذ بلغت النسبة (22%)، مثل: المضامين التي تتحدث عن المرأة والأسرة والعنف وجرائم الشرف وتحقيقات وتقارير حول الاهتمام بالمنزل والنباتات المنزلية والتحضير لمواسم العيد، والمعاكسات الهاتفية واستعداد الأزواج لقدم الطفل الأول، والخيانة الزوجية، والدليل القانوني للزواج والتسهيلات والإجراءات المتبعة للزواج والنهوض بالمستوى الأسري. وجاء في الترتيب الثاني الاهتمام بالمرأة (سياسيا) (14%) إذ برز بشكل كبير وواضح موضوع المرأة والانتخابات البرلمانية والبلدية وتشجيع المؤسسات والمنظمات للمرأة الأردنية لخوض الانتخابات. تلاها الاهتمام بالمجالين (التربوي) (12%) و(الرياضي) (12%) بصورة متساوية.

وأيضا جاءت المضامين التربوية متنوعة مثل : المعلمة المتميزة ومشاكل المعلمات في المناطق النائية، ومقابلات مع الطالبات في المدارس والجامعات. أما المضامين الرياضية مثل: مشاركة الفرق والمنتخبات النسائية في بطولة الكرة النسوية والعباب القوى والشطرنج وكرة السلة وتنس الطاولة والتايكوندو. وقريبا من ذلك الاهتمام بنشر أخبارها في المجال (الاقتصادي) (11%) مثل: خبر وزيرة التخطيط والتعاون الدولي في كلمة لها عن القروض الماكروية أي

الصغيرة التي تمنح بدعم من الانروا وان 80% من القروض تمنح للنساء. وتقارير أخرى تتحدث عن دعم ومشاركة المرأة اقتصاديا لتمكينها من الاعتماد عن نفسها في المجتمع.

أما المجالات (الفنية) (7%) مثل: لقاءات مع مطربة أردنية وتكريمها، ومشاركات للفنانات الأردنيات في عروض مسرحية ، ومعارض رسم لرسامات وفنانات تشكيليات أردنيات . والمجالات (الثقافية) (6%) وهي نسبة منخفضة، مثل لقاءات مع المرأة الأردنية الشاعرة والقاصة والروائية والمشاركة النسائية للندوات والملتقيات الثقافية. والمجالات (الصحية) (6%) مثل: خبر عن الصحة الإيجابية دورة تثقيفية تشمل سبعة آلاف امرأة في جرش تقول فيه منسقة لبرنامج الصحة الإيجابية، إن أعلى نسبة خصوبة في العالم في جرش وساكب، وان النساء في القرى النائية ما زلن حريصات على الإنجاب بأعداد كبيرة. وحديث الملكة رانيا عن فوائد الرضاعة الطبيعية ومدتها. وأقل من ذلك تغطية المرأة في المجالات (العسكرية) (4%). مثل: تخريج فوج من النساء العسكريات. والمجالات (الدينية) (3%) كمقابلة لصحيفة ايطالية مع جلالة الملكة رانيا تتحدث فيها عن الحجاب ولباس المرأة المسلمة والدين الإسلامي. واهتمامات أخرى (2%).

للإجابة عن السؤال السابع الذي ينص على "ما المصادر التي استخدمتها الصحافة الأردنية لتقديم صورة المرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (13) يوضح ذلك.

جدول رقم (13)

مصدر المضمون

النسبة المئوية	التكرار	مصدر المضمون
17.8%	172	وكالة الأنباء الأردنية
0.04%	4	وكالات غربية
77.8%	750	كاتب صحفي
03.8%	38	غير محدد
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (13) أن معظم التغطية الصحفية للجراند الثلاث قد اعتمدت مصدر

(كاتب صحفي) (77.8%)، وهذا يعني اعتماد الصحف على مراسليها أكثر من أي مصدر

آخر. وجاءت في المرتبة الثانية (وكالة الأنباء الأردنية) (17.8%)، ثم تلتها (مصادر غير

محددة) بنسبة (3.8%)، ولكن اهتمام الوكالات الغربية (0.04%) بالمرأة الأردنية كان ضئيلاً

جداً.

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة مصدر المضمون، استخدم

اختبار (Chi-Square) والجدول (14) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (14)

العلاقة بين الصحف اليومية ومصدر المضمون للمادة الإعلامية

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة المصدر المضمون
17.4%	19.2%	16.4%	وكالات أردنية
0.6%	0.3%	0.4%	وكالات عربية
79.8%	72.3%	83.2%	كاتب صحفي
2.2%	8.2%	-	غير محدد
100%	100%	100%	المجموع

Chi-square value 32.891, DF: 6, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (14) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المصدر الخارجي للمادة الإعلامية والصحف اليومية الثلاث قيد الدراسة، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (32.891) وهي قيمة دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وظهر أن صحيفة الدستور قد اعتمدت (وكالة الأنباء الأردنية) (19.2%) ومن ثم الرأي (17.4%) ، وأقل نسبة في الغد (16.4%)، في حين ظهرت أعلى نسبة (مصدر غير محدد) في الدستور ولم تظهر أية مضامين من (مصدر غير محدد) في الغد. وأعلى نسبة (كاتب صحفي) في الغد (83.2%)، وتلتها الرأي (79.8%) ثم الدستور (16.4%)، وهذه النتيجة تبين أن الصحف الثلاث تعتمد على الصحفيين العاملين لديها كمصادر للأخبار أكثر من المصادر الأخرى.

للإجابة عن السؤال الثامن الذي ينص على "ما المناطق الجغرافية للمرأة التي ركزت عليها الصحافة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (15) يوضح ذلك.

جدول رقم (15)
المرأة بحسب المناطق الجغرافية

النسبة المئوية	التكرار	المنطقة الجغرافية
82.7%	797	العاصمة
15.5%	146	المدن
0.9%	9	الريف
0.9%	9	البادية
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (15) أن معظم التغطية الصحفية للمرأة في العاصمة (عمان) (82.7%)، وأن الاهتمام ضئيل في بقية (المدن) (15.5%)، أما في (الريف) (0.9%) و(البادية) (0.9%) فكان اهتماما ضئيلا للغاية بالمرأة في تلك المناطق والتي أكثر حاجة للاهتمام.

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة المرأة حسب المناطق الجغرافية، استخدم اختبار (Chi-Square) والجدول (16) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (16)

العلاقة بين الصحف اليومية والمرأة حسب المناطق الجغرافية

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة المرأة حسب المناطق الجغرافية
%89.9	%74.5	%84.4	العاصمة
%8.7	%22.8	%14.3	المدن
%0.8	%0.8	%1.2	الريف
%0.6	%1.9	-	البادية
%100	%100	%100	المجموع

Chi-square value 35.631, DF: 6, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (16) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المناطق الجغرافية التي وردت في الموضوعات الإعلامية التي تناولت موضوع المرأة في الصحف اليومية الثلاث، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (35.631) وهي قيمة دالة إحصائيا ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. فقد ظهرت المرأة في (العاصمة) في صحيفة الرأي بنسبة (89.9%)، وفي الغد (84.4%) وفي الدستور (74.5%) في حين ظهرت المرأة (المدن) في صحيفة الدستور بنسبة (22.8%)، و ظهرت المرأة في الريف في صحيفتي الدستور والرأي بالتساوي

بنسبة (0.8%)، وظهرت المرأة في (البادية) في صحيفة الدستور بنسبة (1.9%)، وهذه النتيجة تبين اهتمام صحيفة الدستور بالمرأة في المدن والريف أكثر من اهتمام الغد والرأي ، مع أن الصحف الثلاث اهتمت بالمرأة في العاصمة أكثر من اهتمامها بالمرأة في الريف والبادية. للإجابة عن السؤال التاسع الذي ينص على "ما الأنماط الصحفية التي استخدمت للحديث عن المرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (17) يوضح ذلك.

جدول رقم (17)
النمط الصحفي

النسبة المئوية	التكرار	النمط الصحفي
50.0%	482	خبر
27.5%	265	تحليل
22.5%	217	صور
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (17) أن التغطية الصحفية للجرائد الثلاث قد تم نصفها (50%) عن طريق (الخبر) الصحفي. أما النصف الثاني من التغطية فتوزع بين التحليل والصور. وبحثت (التحليل) الصحفية قضايا المرأة في ربع التغطية (27.5%) وهذا يعني أن المحللين والمعلقين قد اهتموا اهتماما واضحا بمناقشة قضايا المرأة. وكانت هذه التحليل متنوعة بين تقرير ومقابلة ومقال وتحقيق وقصة إخبارية. وجاء في الدرجة الثالثة (الصور) والرسومات والكاريكاتير (22.5%).

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة النمط الصحفي، استخدم اختبار (Chi-

Square) والجدول (18) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (18)

العلاقة بين الصحف اليومية و النمط الصحفي

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة النمط الصحفي
%41.6	%47.8	%65.6	خبر
%39.3	%22.5	%17.6	تحليل
%19.7	%29.7	%16.8	الصور
%100	%100	%100	المجموع

Chi-square value 60.947, DF: 4, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (18) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النمط الصحفي

للموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث ، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة

(60.947) وهي قيمة دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى

(0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهر (الخبر)

الصحفي في صحيفة الغد بنسبة (65.6%) وفي الدستور (47.8%) ثم الرأي (41.6%)، بينما

ظهر (التحليل) في أعلى نسبة في صحيفة الرأي (39.3%)، وظهرت (الصور) في صحيفة

الدستور بنسبة (29.7%). وهذه النتيجة تبين أن صحيفة الرأي ناقشت قضايا المرأة على شكل

تقارير وتحقيقات ومقابلات أكثر من الدستور والغد.

للإجابة عن السؤال العاشر الذي ينص على "كيف تحدثت الصحافة الأردنية عن المرأة

بطريقة رسمية أم غير رسمية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه

الفئات في صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية . والجدول

رقم (19) يوضح ذلك.

جدول رقم (19) معالجة المضمون

النسبة المئوية	التكرار	معالجة المضمون
37.6%	362	رسمي
62.4%	602	غير رسمي
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (19) أن التغطية الصحفية للجراند الثلاث قد اهتمت بصورة واضحة بالنشاطات (غيرا لرسمية) (62.4%) فيما يتعلق بشؤون المرأة. أما معالجة المضمون (الرسمي) فكانت قليلة (37.6%)، مما يدل على اهتمام الصحف بالنشاط الشعبي للمرأة.

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و معالجة المضمون، استخدم اختبار (Chi-Square) والجدول (20) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (20)

العلاقة بين الصحف اليومية ومعالجة المضمون

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة معالجة المضمون
37.4%	33.2%	44.3%	رسمي
62.6%	66.8%	55.7%	غير رسمي
100%	100%	100%	المجموع

Chi-square value 7.57, DF: 2, p-value: 0.023

يشير الجدول (20) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ومضمون الموضوعات الإعلامية والصحف اليومية الثلاث ، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (7.57) وهي قيمة دالة إحصائيا ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.023) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهرت أعلى نسبة للمضامين (الرسمية) في صحيفة الغد بنسبة (44.3%) وتلتها الرأي (37.4%) ثم في الدستور (33.2%)، في حين ظهرت المضامين (غير الرسمية) في صحيفة الدستور بنسبة (66.8%) وتلتها الرأي (62.6%) ثم في

الغد(55.7%). وهذه النتيجة تبين أن الدستور كانت الأكثر اهتماماً بنشاط المرأة غير الرسمي،

وأن الصحف الثلاث اهتمت بالنشاط غير الرسمي للمرأة أكثر من النشاط الرسمي.

للإجابة عن السؤال الحادي عشر الذي ينص على "ما أهم السمات التي أبرزتها الصحافة

للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في

صحف الدراسة؟" تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية. والجدول رقم (21)

يوضح ذلك.

جدول رقم (21)

اتجاه السمة

النسبة المئوية	التكرار	اتجاه السمة
86.5%	834	إيجابي
12.2%	118	سلبي
0.12%	12	محايد
100.0%	964	المجموع

يبين الجدول رقم (21) أن التغطية الصحفية للجرائد الثلاث قد أبرزت المرأة الأردنية

بالسمة (الإيجابية) (86.5%) مركزة على المرأة المنتجة والناجحة والمتعاونة مثل: جمعية فتيات

البادية توزع ملابس وأغذية على المحتاجين. وأمينة سر متحف آثار جرش ترعى برنامجاً

توعوياً للزوار وطلبة المدارس. وفوز نساء بجائزة الملك عبد الله للمشاريع الريادية. أما السمة

(السلبية) فكانت ضئيلة (12.2%). كظهور المرأة الخائفة والضعيفة، مثل: فشل المرأة في

الكرك بالإقناع بنفسها كمرشح للبلدية أو البرلمان. والقبض على ألف وخمسين متسولاً ومتسولة

في الأردن خلال ثلاثة أشهر. ومحكمة صلح عمان تحكم على امرأة تدعي على نائبين أنهما قد

أرسلا لها رسائل تهديد وتحرش. وأما سمة (الحياد) فكانت ضئيلة (1.2%).

ولاختبار الفرق بين الصحف الثلاث و فئة اتجاه السمة، استخدم اختبار (Chi-Square)

والجدول (22) يشير إلى نتائج هذا الاختبار الإحصائي.

جدول رقم (22)

العلاقة بين الصحف اليومية و اتجاه السمة

الرأي	الدستور	الغد	الصحيفة اتجاه السمة
%78.1	%91.5	91.4	ايجابية
%20.8	%7.1	%7.4	سلبية
%1.1	%1.4	%1.2	محايدة
%100	%100	%100	المجموع

Chi-square value 38.405, DF:4, p-value: 0.001

يشير الجدول (22) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه السمة وللموضوعات

الإعلامية والصحف اليومية الثلاث ، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (38.405) وهي قيمة

دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من

الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. وقد ظهر اتجاه السمة الايجابي في صحيفة

الدستور والغد بنسبة متساوية (91.4%) في حين ظهر اتجاه (السمة السلبي) في الرأي

(20.8%) في صحيفة الغد والدستور بنسبة متقاربة (1.2%)، وظهر اتجاه (السمة المحايدة) في

الصحف الثلاث بنسب متقاربة أيضا. وهذه النتيجة تبين أن صحيفة الرأي كانت الأكثر اهتماما

بعرض الجوانب السلبية للمرأة.

الربط بين بعض المتغيرات

جدول (23)

نتائج اختبار مربع كاي بين نوع العلاقة (التعاون، النزاع، الحياد) والمرجعية النسائية (المرأة

كفرد، والمرأة كمجموعة والمرأة عموما)

نوع العلاقة	التعاون	النزاع	الحياد	المجموع
-------------	---------	--------	--------	---------

				المرجعية النسائية
%100	%1.5	%4.0	%94.6	المرأة كفرد
%100	%4.1	%5.5	%90.3	المرأة كمجموعة
%100	%2.9	%40.7	%56.4	المرأة عموماً

Chi-Square value:188.428, DF:4, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (23) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية النسائية ونوع العلاقة، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (188.428) وهي قيمة دالة إحصائية ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. فقد تركزت علاقة التعاون في المرجعية الفردية بنسبة (94.6%) والمجموعة بنسبة (90.3%)، وفي عموماً بنسبة (56.4%).

وهذا يدل أن المرأة كفرد ومجموعة متعاونة جداً، وأن هناك قضايا لم تترها أو تناقشها كفرد ومجموعة وإنما طرحت باسم المرأة عموماً، مثال على ذلك العنف ضد المرأة.

جدول (24)

نتائج اختبار مربع كاي بين نوع العلاقة (التعاون، النزاع، الحياد) وطرف آخر في العلاقة (أردني، عربي، أجنبي، لا يوجد طرف)

				نوع العلاقة طرف آخر في العلاقة
المجموع	الحياد	النزاع	التعاون	
%100	%2.6	%17.6	%79.8	أردني
%100	-	-	%100	عربي
%100	%1.5	-	%98.5	أجنبي
%100	%2.5	%3.7	%93.8	لا يوجد طرف

Chi-square value68.4411,DF:6,p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (24) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الطرف الآخر في العلاقة و نوع العلاقة، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (68.4411) وهي قيمة دالة

إحصائياً ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. فقد تركزت علاقة التعاون في الطرف الآخر الأردني والعربي والأجنبي بنسبة (79.8%) و(100%) و(98.5%) على التوالي. وهذا يشير إلى أن المرأة الأردنية في حالة تعاون عالية جداً مع الطرف العربي والطرف الأجنبي، وفي حالة تعاون أقل منها مع الطرف الأردني، بسبب وجود قضايا قابلة للنزاع بين المرأة الأردنية ومجتمعها، مثل: خلاف المرأة مع زوجها أو أهلها.

جدول (25)

نتائج اختبار مربع كاي بين اتجاه السمة (إيجابي، سلبي، محايد) ومعالجة المضمون (رسمي، غير رسمي)

المجموع	محايد	سلبي	إيجابي	اتجاه السمة معالجة المضمون
%100	%0.6	%0.3	%99.2	رسمي
%100	%1.7	%19.4	%78.9	غير رسمي

Chi-square value 80.756, DF: 2, p-value: 0.001

يشير الجدول رقم (25) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالجة المضمون واتجاه السمة، حيث كانت قيمة مربع كاي المحسوبة (80.756) وهي قيمة دالة إحصائياً ليس عند مستوى الدلالة (0.05) فحسب وإنما عند مستوى (0.001) وهي أقل من الدلالة الإحصائية المعتمدة لاختبار هذه العلاقة. فقد تركز اتجاه السمة الإيجابي في المضامين الرسمية وغير الرسمية بنسبة (99.2%) و(78.9%) على التوالي. ومما يدل على أن المضامين الصحفية الرسمية كانت إيجابية بدرجة عالية جداً، ونوقشت بحد ضئيل من النقد. وأن هذه النتيجة تتوافق مع استنتاج البحث (روو) أن الإعلام في النظام السلطوي هو إعلام موالي (روو، 1989، ص 57).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن صورة المرأة الأردنية كما رسمتها الصحافة اليومية (ممثلة بثلاث صحف هي الرأي والدستور والغد) صورة إيجابية، فقد أبرزت المرأة متقلدة مهناً عليا ومراكز مرموقة مثل نائبة ومديرة مؤسسة وعين ووزيرة، وفي حالة تعاون وانسجام واتفق مع المجتمع المحلي والمنظمات والشركات، ومع الغير بشكل عام. وهذه النتيجة مغايرة لما توصلت إليه أبحاث أخرى سابقة عمت سلبية صورة المرأة في وسائل الإعلام الأخرى مثل التلفاز والإعلان.

أبرزت الصحافة المرأة (كفرد) (أي شخصية واحدة) بصورة لافتة، ومن ابرز الشخصيات التي ركزت عليها جلالة الملكة رانيا العبد الله، وسمو الأميرة بسمة بنت طلال، والسيدة سهير العلي وزيرة التنمية والتخطيط الدولي، وأمينة سر تجمع لجان المرأة الوطني العين مي أبو السمن. وكان إبراز الشخصية الفردية أكثر من (المرأة ضمن مجموعة) أو (المرأة الأردنية عموماً)، وهذا يدل على أن الصحافة الأردنية ركزت على شخصيات بارزة بعينها في المجتمع. وعملت الصحف الثلاث على أظهار المرأة متقلدة مهنا عليا مثل: ملكة ووزيرة وأميرة وعين ونائبة ومديرة ومهندسة وقاضية ومحامية ورئيسة قسم، ومن ثم أظهرت المرأة المبدعة فنانة وشاعرة وكاتبة. لكن يؤخذ على هذه الصحف إهمالها المرأة العاملة في المهن اليدوية، مثل النساء في المصانع والمعامل والموظفات وعاملات النظافة والنساء غير العاملات مثل ربات المنازل والطلبات.

لم تظهر الصحف الثلاث في كثير من الأحيان الوضع الاجتماعي للمرأة، فلم تظهر الحالة الاجتماعية للمرأة موضوع الخبر، وقلت التحليل والمقالات والتقارير الصحفية التي

تتحدث عن قضايا مهمة وجوهرية مثل الطلاق والخلع والعنوسة والعنف ضد المرأة وقضايا الشرف، فهذه القضايا لم تحتل الاهتمام الأبرز.

جاء تناول الصحف الثلاث للمرأة الأردنية في حالة تعاون واتفق ومشاركة مع (الطرف الآخر في العلاقة) سواء كان هذا الطرف فردا أو شركة أو مؤسسة عامة أو وطنية، بينما لم تبرز المرأة في حالة خلاف مثل حالات الطلاق والتقاضي والعنف.

كشفت الدراسة أن (الطرف الأردني) برز بنسبة تعادل النصف (كطرف آخري العلاقة مع المرأة الأردنية)، مما يدل على اهتمام المجتمع الأردني بالمرأة من ناحية، وتسليط الضوء على الأنشطة النسائية. ومن ثم برز الطرف الأجنبي وذلك بسبب ترأس أشخاص أجنب في المنظمات الدولية، متزامنا مع اهتمام هذه المنظمات بالمرأة مثل اليونيسكو والانروا واليونيفم والوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، أما الطرف العربي فقد ظهر بنسبة قليلة كطرف آخر.

غلبت الأخبار والمواضيع والأنشطة الاجتماعية على غيرها من المضامين الأخرى في التغطية الصحفية، مثل: دور المرأة في المجتمع والأعمال والخدمات الاجتماعية وشؤون الأسرة والمنزل والطفل وقضايا الزواج والطلاق والعادات والتقاليد، ومناقشة قضايا العنف ضد المرأة، وحقوق المرأة وفي بعض الأحيان عن النساء المهمشات اجتماعيا.

ثم جاءت المضامين السياسية بالدرجة الثانية في التغطية الصحفية، وناقشت مواضيع متعددة مثل التحضير للانتخابات البرلمانية لمجلس النواب في عام 2007. مما ساعد في زيادة الأخبار والتحليل عن المرأة والانتخابات والكويتا وكذلك الانتخابات البلدية، فساهمت الصحف المحلية بالتوعية بدور المرأة السياسي في المجتمع الأردني وتشجيعها على خوض الانتخابات والترشح للبرلمان.

ساهم ارتباط المضامين الاقتصادية بالمرأة الأردنية بشكل كبير في تولي منصب وزير التخطيط والتعاون الدولي، الوزيرة سهير العلي. كما ظهرت المرأة مشاركة في ندوات ومؤتمرات اقتصادية وكذلك دور المنظمات للسعي لتمكين المرأة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، وظهرت برامج مثل: "صندوق المرأة" و"قدرات" و"انجاز" و"شراكة" وغيرها من المؤسسات، التي تعمل على مساعدة المرأة في الاعتماد على نفسها اقتصاديا.

وبالنسبة للمضمون الرياضي فقد ارتبط ارتباطا وثيقا بالمضمون التربوي لان معظم الرياضيات الأردنية طالبات في المدارس أو الجامعات، لذلك تساوت النسب بين المضمون الرياضي والتربوي وغطت المضامين الرياضية عن المنتخبات النسوية، والمشاركة في البطولات العربية والدولية، والسباحة والشطرنج، أما المضمون التربوي فقد جاء عن التعليم والمعلم المتميز وبعض المشاكل التي تواجه المعلمات.

تقاربت النسب بين المضمون الثقافي والفني، وأظهرت الصحف الأردنية المرأة روائية وشاعرة ورسامة ومشاركة في الندوات والأمسيات الثقافية وإعلامية في صورة إيجابية مشرقة، ومغنية وممثلة في المسرح وأحيانا مصممة وعارضة أزياء.

لم تركز الصحف الثلاث على المضمون الصحي وصحة المرأة إلا بنسبة قليلة، فلم تعرض مضامين صحية تهتم المرأة أكثر من غيرها، مثل: موضوع تنظيم الأسرة والصحة الإنجابية والرضاعة الطبيعية وهشاشة العظام.

وكذلك الحال بالنسبة للمضمون العسكري، فلم يتخلل عينة البحث إلا نادرا، كخبر عن المرأة في الجيش الأردني، وتخريج فوج من العسكريات بالأمن العام، بالرغم من الزيادة في عدد النساء الملتحقات بالجيش والأمن العام ودائرة السير. وظهرت المضامين (الأخرى) وهي الفئة الأقل في العينة، مثل: السياحة والإعلام بنسبة قليلة.

اعتمدت الصحف الثلاث على مراسليها كمصدر خارجي في التغطية الصحفية وذلك لان الصحف بشكل عام أخذت مؤخرا تعتمد على المراسلين أكثر من وكالات الأنباء في التغطية الإخبارية، والجانب الآخر هو اهتمام الصحفيين بقضايا ومواضيع المرأة، إلا في حالة الأخبار الرسمية فقد اعتمدت على وكالات الأنباء الأردنية.

برزت بشكل كبير منظمات المجتمع المدني كمصدر داخلي للخبر، مثل: تجمع لجان المرأة الوطنية والاتحاد الأردني للمرأة، وعقدت الكثير من الاجتماعات والمؤتمرات والندوات للتعرف والمناقشة بقضايا ومشاكل المرأة الأردنية، والعمل على تمكين المرأة اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا، ودعم المرأة والأسرة، وعرض مواضيع صحية مثل الرضاعة الطبيعية وتنظيم الأسرة، وأيضا التعليم ودعم المشاريع الصغيرة والاستثمار، وتشجيع المرأة الأردنية لترشيح نفسها للانتخابات البرلمانية والبلدية والمشاركة السياسية.

أظهرت التغطية الصحفية المرأة الأردنية في حالة تعاون وانسجام وتوافق مع الطرف الآخر في العلاقة، سواء كان الطرف الآخر شخصا أو مؤسسة عامة أو منظمة إنسانية أو شركة. بينما لم تظهر المرأة الأردنية في حالة نزاع أو خلاف بدرجة كبيرة مثل الطلاق والعنف والجرائم.

احتلت العاصمة عمان النصيب الأكبر من التغطية الصحفية للمرأة الأردنية وذلك بسبب تركيز المنظمات والنشاطات فيها، ومن ثم المرأة في المدن، ولم تحظ المرأة في الريف والبادية بالاهتمام المطلوب، وهي بحاجة لهذا الاهتمام.

ركزت الصحف الثلاث في تغطيتها الصحفية على نقل الحدث أي التركيز على الخبر الصحفي، مما يدل على عدم وجود أجندة إعلامية واضحة لحارس البوابة الإعلامية متعلقة بصورة المرأة الأردنية، فيما تزامنت الصور والرسومات المحافظة مع الخبر والتحليل،

فظهرت المرأة الأردنية، ملكة وأميرة ووزيرةً وعيناً ونائبةً ورئيسة بلدية، وكذلك ظهرت صور نساء، مثل: طالبات يمارسن الرياضة، وصور للمبدعات والفنانات الملتزمات. أما الكاريكاتير فقد رسم المرأة الأردنية بصورة ساخرة فظهرت تارة مغرية وتارة أخرى جاهلة مثل كاريكاتير يظهر فتاة بملابس رياضية مغرية وكأنها تريد لفت أنظار الرجال إليها، وكاريكاتير آخر يصورها جاهلة تسأل زوجها هل ضربتك الكهرباء بدلا من أن تساعد. وفي التحاليل الإخبارية نوقشت مواضيع المرأة الأردنية من الجوانب الاجتماعية، فتطرقنا لمواضيع العنف والأسرة وعمل المرأة والنساء المهمشات اجتماعيا، والعمل على تحسين وضع المرأة بشكل عام وتمكينها في المجتمع الأردني. ودعا كثير من التحاليل والتقارير والمقالات إلى العمل على توحيد جهود وطاقات المرأة الأردنية للدفاع عن مكتسباتها وحقوقها والتصدي لأي شكل من أشكال العنف والتمييز ضد المرأة، والارتقاء بوعيها ودورها في تعزيز المشاركة في مختلف المجالات والسعي لدمجها في تنمية المجتمع المحلي وتحسين مكانتها الاجتماعية وتمكينها من استثمار طاقاتها الإبداعية والإنتاجية، ولم تناقش مواضيع مهمة مثل محو الأمية في الريف ومواضيع أخرى مثل البطالة والبيئة.

غلب المضمون غير الرسمي على المضمون الرسمي في التغطية الصحفية للمواضيع المتعلقة بالمرأة الأردنية، ويعزى السبب لظهور منظمات ومؤسسات شعبية اهتمت بقضايا المرأة، واهتمام كثير من الصحفيين والصحفيات بشؤون المرأة. وذلك يعني تقدما إذا ما قورنت بنتائج دراسة الموسى 2003 (الإعلام والمجتمع) إذ غلب المضمون الرسمي على المضمون غير الرسمي في الدراسة السابقة.

أبرزت الصحف الثلاث المرأة الأردنية بصورة ايجابية فظهرت بسمات وعبارات تظهر التفوق والانجاز والنجاح، وأطرت المرأة في مواقع متقدمة سياسيا واجتماعيا متقلدة أعلى

المناصب، مثل: منصب رئيسة بلدية، وعين، ونائبة، ووزيرة، ومهن عليا مثل طبية ومحامية ومهندسة ومدرسة ومديرة مدرسة وأستاذة في الجامعة، وشاعرة وروائية وإعلامية وفنانة، وطالبة متميزة في الرياضة.

وظهرت السمات السلبية بصورة قليلة في التغطية الإعلامية، فقليلًا ما ظهرت المرأة السيئة أو الفاشلة، وسمات مثل الضعف والخيانة والاستسلام والهروب، وغابت الصورة النمطية للمرأة فلم تظهر مشوهة أو ناقصة عقل أو مصدر غواية للرجل كما في دراسات أخرى ومتوافقة مع دراسة الصرايرة وآخرين 1997 بان صورة المرأة الأردنية ايجابية في الصحف الأردنية.

على الرغم من أن صورة المرأة الأردنية هي صورة ايجابية، إلا أنها لم تكن متوازنة مع الواقع، إذ كان الأخرى بها أن تقترب أكثر من الواقع الحقيقي المعيش للمرأة الأردنية، فقد أهملت شرائح كثيرة من نساء المجتمع، فلم يرد مضمون واحد يتحدث عن امرأة عاملة في مصنع أو عاملة نظافة أو موظفة عادية مثل سكرتيرة أو شؤون ومشاكل الطالبات والمراهقات في المدارس، وإهمال فئات مهمشة سياسيا واجتماعيا واقتصاديا وإعلاميا في جميع مناطق المملكة وخصوصا الريف والبادية.

ومما سبق يكمن أن نستنتج أنه لم تظهر أجندة أو خطة إعلامية واضحة، لحارس البوابة الإعلامية في الصحافة الأردنية، ممثلا في هذه الدراسة بصحيفة الرأي وصحيفة الدستور وصحيفة الغد، في عرضه للمضامين الصحفية فكان ناقلا للحدث، لا يوجد لديه سياسة معينة تجاه صورة المرأة أو شؤون المرأة في وسائل الإعلام. وهذا الاستنتاج يتوافق مع اقتراحات للمجلس الأعلى لتجمع لجان المرأة الوطني الأردني في الاجتماع. "حيث أكدت اللجنة على أهمية التخطيط الاستراتيجي القائم على رؤية ورسالة التجمع بهدف النهوض بالمرأة، واقترحت وضع

خطة إعلامية وبرامج توعوية من خلال وسائل الإعلام، لتغير الصورة النمطية عن المرأة" (الدستور 25/ كانون الثاني/ 2007م، العدد 13264).

تميزت هذه الدراسة بأنها درست صورة المرأة الأردنية من خلال تحليل المضمون للفقرة وربطها بالصورة العقلية ومكوناتها وأيضا تحليل السمات التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية، بينما حللت الدراسات الأخرى صورة المرأة بحديثها عن واقع المرأة. وفي الخلاصة اتسمت صورة المرأة الأردنية في هذه الدراسة كما قدمتها الصحف الأردنية بالإيجابية، مع الإشارة إلى أن هذه الصورة لم تكن متوازنة وذلك لإهمالها شرائح نسائية كثيرة مثل المرأة في الريف والبادية ونساء الشريحة الفقيرة.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي الباحثة بما يلي:

1. صياغة سياسة إعلامية ووضع أجندة واضحة بهدف تحسين صورة المرأة الأردنية باستمرار وذلك بالتعاون بين الصحف اليومية والجهات المهتمة بشؤون المرأة.
2. تغطية المرأة الأردنية صحفياً في مناطق الريف والبادية والمدن وفي كافة أطياف وشرائح المجتمع.
3. استخدام مختلف الأنماط الصحفية في تغطية مواضيع المرأة.
4. إجراء دراسة ميدانية للتعرف على رأي الجمهور في صورة المرأة الأردنية في الصحافة ووسائل الإعلام.
5. إجراء دراسة لصورة المرأة الأردنية المعاصرة في الصحافة الاسبوعية ووسائل الإعلام الأخرى.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

الأطرش، ليلي، (2007). صورة المرأة في الإعلام، ورقة عمل لمؤتمر المرأة العربية: آفاق المستقبل.

بارث، رولان، (1985). الكتابة بدرجة الصفر، الطبعة الثالثة، ترجمة محمد نديم خشفة، الشركة المغربية للناشرين المتحددين، الرباط.

بد، ريتشارد، ثورب روبرت، دونهيو لويس، (1986). تحليل مضمون الاعلام المنهج والتطبيقات العربية: ترجمة محمد الجوهر، إربد: قدسية للنشر .

جاسم، علي، (1997). أصول العلاقات العامة، الرياض: دار قباء للنشر والتوزيع.

الجبوري، إرادة، (1999). محاضرات في الصورة النمطية، بحوث منشورة، جامعة صنعاء، اليمن. حسين، سمير محمد، (1983). تحليل المضمون، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتاب.

الهوراني، هاني وآخرون، (2000). دليل منظمات المجتمع المدني في الأردن، ط1 ابورمان، حسين (محرر)، عمان: دار سندباد للنشر والتوزيع.

الحيزان، محمد، (1998). البحوث الاعلامية أسسها - أساليبها - مجالاته، ط1 السعودية: مطبعة السفير.

خضور، أديب، (1997). صورة المرأة في الإعلام العربي، ط1، دمشق: المكتبة الإعلامية.

دياب، اسعد، (1988). "الإعلام العربي الأوروبي: حوار من اجل المستقبل"، المؤتمر السادس للعام 1988، مركز الدراسات العربي الأوروبي.

رمزي، ناهد، (1983). "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاتصال وتغيير الوضع الاجتماعي

للمرأة في المجتمع العربي"، مجلة شؤون عربية، العدد 31.

رمزي، ناهد، (1995). مقارنة بين صورة المرأة وصورة الرجل في الدراما التلفزيونية،

اليونيسف، القاهرة.

رمزي، هدى، (2001). مقارنة بين صورة المرأة والرجل في الدراما الإذاعية العربية، تقرير

مقدم لمنظمة اليونيسف، نيويورك: الأمم المتحدة.

الزعبي، سلافة، (2005). صورة العرب في الإعلام الأمريكي، عمان، دار ورد للنشر والتوزيع.

ساري، حلمي خضر، (1999). صورة الآخر- المرأة كـ (آخر) - دراسة في هيمنة التنميط

الجنساني على مكانة المرأة في المجتمع الأردني، الطاهر، لبيب(محرر)، بيروت، مركز

دراسات الوحدة العربية.

السالم، زغلولة، (1994). صورة المرأة العربية في الدراما التلفزيونية، عمان: دار آرام للنشر

والتوزيع.

سعد الدين، نادية، (2006). المرأة العربية في المواجهة النضالية والمشاركة العامة، مركز دراسات

الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (53)، بيروت.

سعود، فضل، (1997). الكتابة الصحفية، الكويت: دار الهدى للنشر والتوزيع.

السيد، ياسين، (1981). الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر، بيروت: دار التنوير.

شعلة، شكيب، (2005). المرأة العربية والإعلام، متوفر على شبكة الانترنت في

On-), available: <http://www.balagh.com/woman/trbiah/at0t9om7.htm>

(Line

الشريف، إسماعيل، (1983). مقدمة في الاتصال الجماهيري، القاهرة: دار الأهرام للنشر والتوزيع.

الصررايرة، نجيب وآخرون، (1996). المرأة في الصحافة الأردنية اليومية. دراسة تحليلية لصحيفتي الرأي والأسواق، مركز الدراسات الأردنية، إربد: جامعة اليرموك، منشورات، ص 11-62.

الضميري، عماد، (1999). واقع المرأة في الصحافة الأردنية، عمان: منشورات مركز القدس للدراسات السياسية.

ظاهر، أحمد جمال، (1983). المرأة في دول الخليج العربي، دراسة ميدانية، الكويت، ذات السلاسل.

عبد الحميد، محمد، (2000). مدخل في الاتصال، القاهرة: دار الكتاب الجامعي.

عبد الرحمن، عواطف، (1989). دراسات في الصحافة العربية المعاصرة. ط1، بيروت، لبنان: دار الفارابي.

عبد الرحمن، عواطف، (1999). الإعلام وقضايا العولمة، ط1، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.

عبيد، عاطف، (1997). صورة المعلم في وسائل الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.

عبيدات، شفيق، أحمد سكر، زياد الزعبي، (2003). مسيرة الصحافة الأردنية 1920-2000، عمان.

عجوة، علي، (2000). العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة: عالم الكتب.

العسكر، فهد، (2001). الصورة الذهنية في المجال الأمني، الرياض: أكاديمية نايف للعلوم الأمنية.

عصفور، فهمي، (2003). الرأي العام، القاهرة: دار ابن رشد للنشر والتوزيع.

غباش، موزة، (1998). صورة المرأة في الإعلام العربي، ورقة عمل مقدمة إلى الأسبوع الثقافي الإعلامي لدول مجلس التعاون الخليجي، العين: دولة الإمارات العربية المتحدة.

صحيفة الغد الأردنية، 2009. مقابلة مع مسؤول التسويق عمر الكفاريني في الغد الأردنية بتاريخ 2009/1/10م.

فؤاد، السيد، (1987). صورة المعلم في وسائل الإعلام: دراسة تحليلية، القاهرة: دار الهلال للنشر. الفار، محمد جمال، (2006). المعجم الاعلامي، ط1، عمان: دار أيامة المشرق الثقافي. فياض، احمد، (2009). المملكة تشارك دول العالم الاحتفال بيوم المرأة العالمي. جريدة الدستور، الاحد، (8) آذار.

فوكو، ميشيل، (1985). نظام الخطاب وإرادة المعرفة، ترجمة أحمد السطاتي وعبد السلام بن عبد العالي، دار النشر المغربية، البيضاء.

كوثر واليونيفيم، (2006). المرأة العربية والإعلام: دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين 1995-2005، تقرير تنمية المرأة العربية الثالث الصادر عن مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث " كوثر" و صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة " اليونيفيم " .

اللجنة الوطنية لشؤون المرأة الاردنية، (1998). برنامج العمل الوطني للنهوض بالمرأة الأردنية (On-Line): available: http://www.jncw.jo/Arabic/docs_ar/ . 2002 -1998

مركز البحوث والدراسات والتوثيق والإعلام حول المرأة، (1997). صورة المرأة التونسية في الصحافة المكتوبة الوطنية للعام 1997، تونس: منشورات المركز، ص22-45.

مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، (2004). صورة المرأة في الصحافة المصرية

للعام 2004، بيروت: منشورات مركز المركز.

مسلم، سامي، (1980). صورة العرب في ألمانيا الاتحادية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

مكاوي، حسن والسيد، ليلي، (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية للنشر .

المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، (1984). تقنيات تحليل المضمون، التحليل الصنفي،

تونس.

الموسى، عصام، (1986). مدخل في الاتصال الجماهيري، ط1 اربد: دار الأمل للنشر والتوزيع.

الموسى، عصام، (2003). الإعلام والمجتمع: دراسات في الإعلام الأردني والعربي والدولي،

إصدارات وزارة الثقافة، عمان.

الموسى، عصام، (2005). الصورة العربية في الصحافة الأمريكية، ترجمة محمد البطاينة،

إربد: مؤسسة حمادة .

الموسى، عصام، (1998). تطور الصحافة الأردنية (1920-1997)، عمان، منشورات لجنة

تاريخ الأردن.

ناصر، لميس، (2000). الحقوق الإنسانية للمرأة: صورة أردنية، ورقة قدمت إلى محاضر ندوة

تعزيز حقوق الإنسان وحمايتها، عمان، الأردن.

وسينجلتيري، ميخائيل وجيرالد، سنول، (1999). نظرية الاتصال والبحوث التطبيقي، ترجمة عبدالله

بن هنية وسعد هادي القحطاني، الرياض: مركز البحوث والدراسات.

الوفائي، محمد، (1989). **مناهج البحث في الدراسات الإجتماعية والإعلامية**. ط1، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.

يوسف، إبراهيم، (1992). **الإعلام والتنمية**، بيروت: منشورات مركز دراسات الوحدة العربية.

ثانيا: المراجع الأجنبية

- Badri, A., & Osama, S., (1995). "Women and mass media: A critical and analytical study of the portrayal of Sudanese women in printed media". *Ahfad Journal*, 12(1), Pp 24-62.
- Scott, W., (1965). *Psychological and social correlates of international images*. international behavior, ed. Herbert c. Kelman.
- Everbach, T. (2008). *The feminine culture of a women-led newspaper: an organizational study*. paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City, NY,
- Gakahu, N., & Mukhongo. (2007). "Women's pages' in kenya's newspapers: implications for the country's development. *Gender and Development Journal*, 15(3), (425-434).
- Jhon, M.(1980). *The image of women in American T.V commercials*. new York: Long Press Distributors.
- Rosengrger, K. (1981). *Advances in content analysis* (U.S.A).
- Killer, W.(1992). *Myths of illusions. reality and gender differences*. Paper presented at the annual meeting at the American alliance of health
- Kraus, S., & Dennis, D. (1976). *The effects of mass communication on political behavior*, University park: the Pennsylvania State University Press.
- Maryilan, G.(2004). *The portrayal of women in newspapers: meta analysis*. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass communication, August Pp10-13.

- Pierre, S. (2000). *Le métier de journaliste, ed. boreal*, Québec, Canada, p21 .
- Rivers,W,& Schramm, W. (1980). *Responsibility in mass communication*. Los Angeles. Harper and row publishers.
- Rugh, W. .(2004). *Arab mass media: newspapers, radio, and television in arab politics*, Westport, Connecticut, Praeger.
- United Nations.(2000). *Economic and social council, further actions and initiatives to implement the beijing declaration and platform for action*, E\CN, 6, 2000, New York.
- Whitney,W.(1985). *Mass media and social problems*. New York: McGraw Hill.

ملحق (2)

كشف تحليل مضمون الصحف اليومية (الرأي، الدستور، الغد)

أولاً: **المرجعية النسائية Referent**: وهي المرأة الأردنية كما ترد في المضمون الصحفي بحسب الفئات الفرعية التالية:

4. المرأة مفردة: يقصد بها تصنيف المرأة مفردة فقط حيثما ترد .
5. المرأة مجموعة: يقصد بها تصنيف المرأة ضمن مجموعات (اثنتان فأكثر) كالمرأة في مؤسسات المجتمع المحلي، والمرأة في الأندية الرياضية... الخ.
6. المرأة عموماً: يقصد بها الإشارة في الصحافة للمرأة الأردنية بشكل عام، مثال: حققت المرأة الأردنية نجاحاً.

ثانياً : مهنة المرأة: يقصد بها تصنيف المرأة بحسب عملها في الفئات التالية :

1. مهن عليا: المرأة في مهن ذات مهارات عليا، مثل: ملكة، أميرة، وزيرة، برلمانية (عين، نائبة)، طبيبة، مهندسة، قاضية، محامية، معلمة، مديرة، رئيسة قسم، إدارية... الخ.
2. مهن إبداعية: المرأة في مهن ذات مهارات إبداعية، مثل: فنانة، كاتبة، روائية، إعلامية، رسامة، رياضية... الخ.
3. مهن يدوية: المرأة في مهن ذات مهارات يدوية، مثل: مزارعة، سائقة، عاملة في مصنع، عاملة نظافة... الخ.
4. غير عاملة، ويقصد بها المرأة التي لا تعمل مثل الطالبة، وربة بيت.
5. غير محدد، ويقصد عمل المرأة غير المحدد في النص.

ثالثاً : الوضع الاجتماعي : ويقصد به وضع المرأة على النحو التالي:

5. متزوجة .

6. غير متزوجة .

7. مطلقة .

8. غير محدد .

رابعاً: نوع العلاقة: يقصد بها العلاقة مع الآخرين التي تم فيها طرح المضمون المتعلق بالمرأة، هل هو:

4. التعاون: يقصد به المضامين التي تبين المرأة في حالة انسجام وتوافق مع الغير.

5. النزاع: يقصد به المضامين التي تبحث في حالات العنف والطلاق والإجرام.

6. الحياد: يقصد به المضامين التي تكون فيها المرأة لا في حالة تعاون ولا نزاع.

خامساً: طرف آخر في العلاقة: هو المضمون الذي تم فيه إقامة علاقة بين المرجعية النسائية وأطراف أخرى موزعا كما يلي:

5. أردني .

6. عربي .

7. أجنبي .

8. لا يوجد .

سادساً: نوع المضمون، ويقصد بها:

12. سياسية: يقصد به كل عمل تقوم به المرأة الأردنية في أحزاب أو نقابات، أو

انتخابات برلمانية وغيرها، أو أي منصب حكومي، مثال: المرأة في الانتخابات.

13. اقتصادية: يقصد به كل عمل تقوم به المرأة الأردنية في المجالات المالية والأنشطة الاستثمارية المختلفة والبنوك، مثال: مشاركة المرأة في السوق المالي.
14. اجتماعية: يقصد به الأعمال التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال الأسرة وتنظيم دورها في المجتمع، والأعمال الخيرية، مثال: الاتحاد النسائي الأردني.
15. ديني: يقصد به النشاطات التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال القيم والأخلاق، والعبادات، وطقوس الصلوات المختلفة، مثال: المرأة والطلاق.
16. صحية: يقصد به الأعمال المختلفة التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال العلاج والتدريب والتطبيب، والوقاية الصحية، مثال: المرأة والتدريب.
17. رياضية: يقصد به أي نشاط جسدي تقوم به المرأة الأردنية، مثال: كرة القدم، والسباق، والسباحة، ... الخ وفكري كالشطرنج.
18. تربوية: يقصد به النشاطات التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال التدريب والتطوير والتعليم وخدمة المجتمع المحلي، مثال: المرأة معلمة في إحدى المدارس الأردنية.
19. ثقافية: يقصد به النشاطات التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال الفكري، والأنشطة المختلفة مثل الندوات والمناقشات الأدبية والشعرية.
20. فن: يقصد به النشاطات المختلفة التي تقوم بها المرأة الأردنية في مجال الترفيه والفلكلور والتمثيل والغناء والرقص والرسم والكاريكاتير، مثال: خبر عن فنانة أردنية.
21. العسكرية: يقصد به النشاطات المتعلقة بشؤون الجيش والشرطة والأمن .

22. أخرى: يقصد به كل مضمون أو نشاط تقوم به المرأة الأردنية لم يرد في التصنيفات السابقة.

سابعاً: مصدر المضمون: يقصد به الجهة التي تحدثت حول موضوع المرأة الأردنية، وهو المصدر الذي ورد المضمون منه، وقسم إلى الفئات الفرعية الآتية:

5. وكالات الأنباء الأردنية

6. وكالات أنباء غربية

7. كاتب صحفي

8. غير محدد

ثامناً: المرأة بحسب المناطق الجغرافية: يقصد به المنطقة الجغرافية للمرأة في المضمون الصحفي موزعاً كما يلي:

5. العاصمة: عمان.

6. المدن.

7. الريف.

8. البادية.

تاسعاً: النمط الصحفي: تم تقسيم المضمون الصحفي إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

4. خبر: وهو "سرد لحدث يقع في وقت معين يؤثر في أكبر عدد من الناس على أن

يقدم بطريقة مفهومه، ويؤثر في القراء ويثير اهتمامهم" (الفار، 2006، ص165).

5. تحليل: يقصد به المواد التي تمت معالجتها في المقالات والتحقيقات والتقارير والقصص

الإخبارية وبريد القراء.

6. الصور والرسومات: وهي وسيلة إيضاحية يستعاض بها عن الكتابة لتعريف الأهداف وتوضيحها (الفار، 2006، ص270)، والكاريكاتور: "رسم فني قد يصحبه تعليق مختصر يفهمه كل الناس دون إجهاد عقلي، ويكمن تأثيره بأنه يشد الانتباه" (الفار، 2006، ص270). وتم احتسابها فقرة مستقلة (وحدة تحليل مستقلة) سواء وردت في النص أو خارجه.

عاشرا: معالجة المضمون:

3. رسمي: يقصد به النشاط الذي تقوم به جهات حكومية.
4. غير رسمي: يقصد به النشاط الذي تقوم به جهات شعبية، مثل منظمات المجتمع المحلي.
- أحد عشر: اتجاه السمة: يعرف الوفاي السمة بأنها " الصفة أو الخاصية أو القدرة التي تتميز بها المرأة من حيث الجوانب السيكولوجية والاجتماعية الوظيفية". (1989 ص 159).
4. ايجابية: يقصد بها العبارات التي توحى بأن المرأة قد وسمت بسمات كالحنان والكرم والشجاعة والقوة، والانجاز، والتفوق، والنجاح والتعاون... الخ.
5. سلبية: يقصد بها العبارات التي توحى بأن المرأة قد وسمت بسمات كالضعف والخوف والخيانة والاستسلام والهروب.
3. حيادية: يقصد بها العبارات الأخرى التي لا توحى بأي سمات ايجابية أو سلبية.