دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	مشكلات الإعلاميات فى الإذاعة والتلفزيون الأردنى : دراسة فى سوسيولوجيا اللامساواة الجنوسية
المصدر:	المجلة المصرية لبحوث الإعلام
الناشر:	جامعة القاهرة - كلية الإعلام
المؤلف الرئيسي:	ساري، حلمي خضر
المجلد/العدد:	ع29
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2008
الشهر:	مارس
الصفحات:	349 - 392
رقم MD:	956401
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	الإعلام، وسائل الإعلام، اللامساواة الجنوسية، الإعلاميات، مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنى
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/956401

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

مشكلات الإعلاميات في الإذاعة والتلفزيون الأردني:

دراسة في سوسيولوجيا اللامساواة الجنوسية

د./ حلمي خضر ساري(*)

أ./ رولا أبو الروس

مقدمة

على الرغم من القدر الكبير من المساواة الذي حققته النساء مع الرجال في مجالات كثيرة في المجتمع العربي، إلا أن التفاوت واللامساواة بينهما في مجال سوق العمل ما زال قائما [1]. فتقسيم العمل وتوزيعه بين الرجال والنساء في هذا المجتمع، كما في غيره من المجتمعات الأخرى، ما يزال إلى حد كبير يستند إلى تصورات المجتمع ومفاهيمه الثقافية والاجتماعية لمعنى الجنس (Sex) والجنوسة (Gender)[2]؛ لذا تُخَصّص للرجال أعمال معينة، وتُناط بالنساء أعمال أخرى[3] تتناسب مع هذه المفاهيم وتتلاءم مع تلك التصورات.

غير أن المشكلة الحقيقية لا تكمن في هذا التقسيم، وإنما في القيمة الاجتماعية التي يعطيها المجتمع لكل من أعمال النساء وأعمال الرجال، وفي التفاوت الواضح في مواقع العمل لكليهما في القوة والثروة والمكانة الاجتماعية، وفي المشكلات الاجتماعية الكثيرة التي تنجم عن مثل هذا التفاوت. فتقسيم العمل استنادا إلى مفهوم المجتمع الثقافي والاجتماعي للجنس والجنوسة يحصر عمل النساء في كثير من الأحيان في مجالات ضيقة ومحدودة، وذات قيمة اجتماعية دونية، ومردود مادي ضئيل، مقارنة

(*) الجامعة الأردنية/ قسم علم الاجتماع.

بمجالات عمل الرجال ومردوده المادي الأكبر؛ حيث تميل مجالات استخدام النساء في سوق العمل، بشكل عام، إلى الانحصار والتركّز في المهن الوسطى والمتدنية، والبعيدة نسبيا عن مراكز صنع السياسات واتخاذ القرارات. كما أن هذا التقسيم يشيّد الخناق، أيضا، على مجالات عمل النساء، فيكاد يحصرها في المهن والوظائف التي تتطلب مستوى أدنى من المهارة والتنوع والتخصص قياسا على المهن التي يعمل فيها الرجال. وهذه الأعمال هي، في جوهرها، أعمال ذات طبيعة جنوسية ، أي أنها تستند إلى مفهوم المجتمع الثقافي وتصوره الاجتماعي حول "طبيعة" ما "يليق" بالنساء، وما يتلاءم مع "طبيعة" الرجال . وهنا تكمن اللامساواة الجنوسية بكل أشكالها، وتكمن في الوقت نفسه أهم المشكلات التي تواجهها النساء في أعمالهن ومهنهن في مؤسسات المجتمع المختلفة.

مشكلة الدراسة

تتعرض النساء لأشكال كثيرة، وانواع مختلفة من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والمهنية الناجمة عن اللامساواة الجنوسية (Gender Inequality) في المهن التي يعملن فيها[٤]. وليس العمل بمهنة الإعلام بمستثنى من ذلك. ولكن الدراسات الاجتماعية والإعلامية كانت إلى عهد غير بعيد مصابة بما يمكن أن يطلق عليه " العمى الجنوسي"، إذ إنها لم تلتفت إلى الأبعاد المتعددة والأشكال المختلفة التي تظهر عليها اللامساواة الجنوسية داخل المؤسسات الإعلامية، فجل اهتمامها كان يتمحور حول البعد العددي لهذه المشكلة، حيث أنها انشغلت بتحديد عدد الإعلاميات في المؤسسات الإعلامية ومقارنته بعدد زملائهن الإعلاميين، والذي هو في الحقيقة يميل لصالح الإعلاميين الذكور، مغفلين المظاهر الأخرى التي تتخذها اللامساواة الجنوسية في مهنة الإعلام .

وعلى الرغم من أهمية البعد العددي في فهم اللامساواة الجنوسية في مهنة الإعلام ، إلا أنه يبقى قاصرا في الإلمام بالجوانب العديدة لهذه المشكلة الاجتماعية، وغير كاف للإحاطة بأبعادها المختلفة ذات الانعكاسات السلبية والتأثيرات البالغة على حياة الإعلاميات المهنية . لذا تقتضي الحاجة ضرورة تحليل المستويات المختلفة التي تأخذها مشكلة اللامساواة الجنوسية في مهنة الإعلام من منظور أكثر شمولية من المنظورات السابقة، بحيث يكون قادرا على استيعاب المستويات المختلفة التي تظهر عليها هذه المشكلة، وهي: مستوى الممارسة والتطبيق (Practice)، ومستوى اتخاذ القرارات (Decision – Making)، ومستوى العلاقات الاجتماعية (Social Relations) بين الإعلاميات والإعلاميين في هذه المؤسسة. ولهذا الغرض تم اختيار الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، باعتبار هذه المؤسسة من أهم المؤسسات الإعلامية الرسمية في الأردن.

أهمية الدراسة ومبررات إجرائها

تأتي أهمية الدراسة من كونها تعالج موضوعا غير مطروق في الدراسات الاجتماعية–الإعلامية في المجتمع الأردني وهو اللامساواة الجنوسية في مهنة الإعلام بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، وبالمشكلات الناجمة عنها. وفي الوقت الذي ترمي فيه المشكلات الناجمة عن اللامساواة الجنوسية بكل ثقلها ووزنها على الإعلاميات العاملات بهذه المؤسسة، فإنه نادرا ما التفت أحد إلى طبيعة هذه المشكلات وربطها بالتفاوت واللامساواة الجنوسية . لذا تغدو معرفة هذه المشكلات، وتحديد المستويات التي تظهر عليها داخل المؤسسة الإعلامية، وتحليل مدى تأثيراتها وانعكاساتها على الإعلاميات يصبح أمرا ملحاً، لأن مثل هذه المعرفة ستساعد صانعي القرار في التعامل معها وإيجاد الحلول المناسبة لها، أوالتخفيف من وطأتها. صحيح أن هناك دراسات محلية كانت قد تناولت العمل الإعلامي والنساء العاملات فيه، إلا أنه، كما قلنا، تقع غير قريب في أهدافها ومنظورها الاجتماعي من أهداف هذه الدراسة ومنظورها، ولعل في هذا مسوغ كاف للقيام بهذه الدراسة.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

١. التعرف إلى دوافع عمل الإعلاميات في مهنة الإعلام في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني.

٢. التعرف إلى طبيعة المشكلات التي تواجهها الإعلاميات في هذه المؤسسة.

٣. التعرف إلى العلاقة بين هذه المشكلات وبعض المتغيرات المرتبطة بهذه المهنة، مثل: عدد سنوات الخبرة، والحالة الاجتماعية، والتخصص الأكاديمي، والأجور/الرواتب، وطبيعة العمل الذي يقمن به، والعمر، والمسؤول المباشر عن الإعلامية في العمل.

الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة

إن الدراسات التي تناولت موضوع عمل المرأة في المجال الإعلامي كثيرة ومتنوعة، ومتباينة الأهداف، ومتفاوتة المستوى العلمي. وبعد الاطلاع على عدد غير قليل منها تم اختيار ما يمكن الاستفادة منه أكثر من غيره في هذه الدراسة.

أجرت علياء تفاحة من الأردن عام (٢٠٠٣) دراسة بعنوان: "مشكلات المرأة الصحفية العاملة في الصحف اليومية الأردنية"[٥]، تكونت عينتها من (٥٧) صحفية يعملن في خمس صحف يومية هي (الدستور، والرأي، والجوردان تايمز، والعرب اليوم، والأسواق). واستخدمت الباحثة الاستبانة في جمع المعلومات، وذلك بهدف التعرف إلى أهم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والمهنية والنفسية التي تواجه الصحفية العاملة في هذه الصحف. وتوصلت الدراسة إلى وجود مشكلات عديدة تواجه الصحفية منها صعوبة التوفيق بين الحياة العائلية وظروف العمل، وعدم تناسب الراتب مع الجهد

المبذول، واضطرار الإعلامية للإنفاق على عملها من مواردها الخاصة، وعرقلة نجاحات الصحفية من قبل زملائها الذكور. كما توصلت الدراسة أيضا إلى وجود اختلاف في التعامل بينها وبين زميلها الصحفي، إضافة إلى تعدد القيود المهنية التي تحد من خوضها في مواضيع مهمة، والنظر إليها على أنها أقل كفاءة من زميلها الصحفي؛ وكشفت الدراسة أيضا عن أن الصحفيات المندوبات هن الأكثر إحباطا والأكثر تعرضا للشائعات والمساءلة القانونية.

وهناك دراسة أخرى في هذا المجال قام بها عزت حجاب، ومحمود شلبية من الأردن عام (١٩٩٩) بعنوان: "النساء المهنيات في وسائل الإعلام الأردنية"[٦] هدفت إلى الكشف عن خطاب النساء الإعلاميات وتصورهن لعلاقة المرأة الأردنية بوسائل الإعلام، وتحليل هذا الخطاب والتعرف إلى خصائص الإعلاميات وآرائهن في وسائل الإعلام الأردنية والصعوبات التي تواجههن. وقد تكونت عينة دراستهما من (٥٠) إعلامية. وأما فيما يتعلق بأداة جمعهما للبيانات فقد استخدما الاستبانة بالإضافة إلى اللقاءات الشخصية. وقد توصل الباحثان إلى وجود نوع من التمييز بين الإعلاميين والإعلاميات، وخاصة فيما يتعلق بالترقيات والتدريب وتوزيع الأعمال، والإيفاد لتغطية المهمات الخارجية، وجدول أوقات الدوام. وبينت الدراسة أيضا أن الصحفية تواجه العديد من المعوقات في مجال العمل الصحفي من أهمها إحباط زملائها لها في العمل. ومن الصعوبات الأخرى التي كشفت عنها الدراسة هو السهر في مكان العمل من أجل تأدية مهمة صحفية، وعدم وجود قوانين لحمايتها من التعسف الذي قد يفرض عليها من قبل إدارة المؤسسة. وأما فيما يتعلق بانعكاسات العمل في الحقل الإعلامي على العلاقات العائلية والاجتماعية فقد أوضحت الدراسة أن نسبة العائلات التي ترفض العمل بالمهنة الإعلامية للإناث هي نسبة قليلة جدا، كما توصلت الدراسة أيضا إلى

أن ما نسبته (٨٨%) من المجتمع الأردني يؤيد اختيار الإناث للمهنة الإعلامية، وأن (١٦%) منه يقف موقفا محايداً.

وأما الدراسة الأخرى التي أجريت في الأردن، ولها علاقة بالدراسة التي نقوم بها، فهي تلك التي أجرتها تريز حداد عام (١٩٨٨)، حيث أجرت هذه الباحثة دراستها على ٢٥ صحفية بهدف معرفة: "واقع الصحافة النسائية في الأردن"[٧]. وقد توصلت الدراسة إلى أن أغلبية الإعلاميات يعانين من وجود تمييز بين الصحفي والصحفية في تحديد المهام وتقسيم العمل، وأنهن حرمن من القيام بتنقلات داخل الأردن وخارجه في نطاق العمل. كما أوضحت الدراسة أن أغلب الصحفيات تم توجيههن لشؤون الأسرة والطفل، فيما يوجد عدد قليل منهن يزاولن الأعمال الميدانية التي كانت تعتبر في السابق من المهن غير التقليدية في نظر المجتمع الأردني.

وهناك دراسة أخرى حول هذا الموضوع في لبنان قامت بها نهوند القادري، وسعاد حرب عام (٢٠٠٢) بعنوان: "الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون: بحث في الأدوار والمواقع"[٨]، هدفت إلى رسم صورة عامة للخصائص الجنوسية للعمل الإعلامي في خمس محطات تلفزة لبنانية هي: (محطة أم تي في، والمستقبل، والمنار، وأن بي أن، وتلفزيون لبنان)، إضافة إلى التعرف إلى التوزيع الجنوسي في هذه المحطات تبعا للأقسام. واستخدمت الباحثتان الاستبانة ودراسة الحالة من أجل جمع المعلومات من الإعلاميين والإعلاميات، تم توزيعها على (١٦٢) إعلامية. وقد توصلت الدراسة إلى أن للمهنة الإعلامية مؤثرات سلبية على حياة الإناث العائلية أكثر منها على الذكور؛ إذ ترى الإناث أن المهنة الإعلامية كانت سببا في تأخر زواجهن، أو عدم زواجهن، وقللت من إمكانية إنجابهن للأبناء، فيما كان أثر المهنة إيجابيا على الحياة العائلية للذكور. وأما فيما يتعلق بدوافع العمل الإعلامي فقد كانت كما يلي: الاستزادة من الثقافة، وكسب المزيد من

العلاقات الاجتماعية، والمساعدة على التحرر، والقرب من أصحاب القرار السياسي. وأما دوافع الذكور فقد كانت كما يلي: إشباع الهواية،وارتفاع المردود المادي والمعنوي. وقد تساوى الجنسان في ذكرهما الدوافع التالية: الاختصاص، والمكسب المادي، والراحة في العمل. وأوضحت الدراسة أن النساء يعملن بجدية مثل الرجال تماما، فهن يعملن ويداومن مثلهم أو أكثر، وقد يتأخرن في القدوم إلى العمل أكثر من الرجال إنما يتغيبن أقل. وفي حين اعتبر الذكور أن عملهم مريح وجدته الإناث مملا ومتعبا. وأما فيما يتعلق بالمردود المادي، فلم تول الإناث أهمية كبيرة له. كما كشفت الدراسة عن أن الاختلاف في واقع النساء في المؤسسة يعود للمؤسسة التي تعمل فيها، حيث يلاحظ الطابع الأبوي في التعامل مع النساء في (تلفزيون لبنان) المنفتح بحذر على مجالات جديدة لعمل المرأة، والتنافس وإثبات الذات في المؤسسات الأخرى، بينما يبقى تلفزيون المنار أكثر تقليدية في توزيع الأعمال بين النساء والرجال.

وهنـــاك دراسة مسحية أخرى قام بها خالد الشعبي، ورجاء المصعبي، من اليمن، عام (١٩٩٩) بعنوان: "الحضور النسائي في وسائل الإعلام اليمنية"[٩] بهدف التعرف إلى واقع العمل النسائي في مؤسسات الإعلام اليمني. وقد تكونت عينة دراستهما من (٢٧) عاملة في الإذاعة والتلفزيون و(٢٠) عاملة في القناة الفضائية من أصل (٤٨) عاملة، و(٧) عاملات في إذاعة صنعاء من أصل (٢٣) عاملة، واستخدمت الدراسة المقابلة المفتوحة في جمع المعلومات. وأما فيما يتعلق بالنتائج، فقد توصلت الدراسة إلى أن واقع المرأة في مجال الإعلام محكوم بالموقف السلبي لمراكز القرار في المؤسسة الإعلامية اليمنية، والتي تأتي ضمن دائرة واسعة من المفردات المكونة لمنظومة الثقافة الاجتماعية السائدة والتي تعاني من الازدواجية والتناقض بين القول النظري والممارسة العملية فيما يتعلق بعمل المرأة. كما

بينت الدراسة أن متوسط سنوات الخدمة للنساء في تلفاز صنعاء لا يزيد عن سنتين ونصف السنة فقط، وهي فترة البث الفضائي، ويرجع سبب ذلك إلى استبعاد الكوادر النسائية من أمام الشاشة وتحويلها للعمل الإداري في أماكن أخرى، بعد أن تتجاوز الإعلامية سن (٣٥) سنة بحجة أن التلفاز يحتاج للمقدمة الشابة. أما الإعلامية في إذاعة صنعاء فيصل متوسط سنوات خدمتها إلى (١١,٤) سنة لأن الإعلامية في الإذاعة لا تحتاج إلى النضارة والشباب كما هو حال زميلتها في التلفاز.

وأما عواطف عبد الرحمن من جمهورية مصر العربية، فقد أجرت عام (١٩٩٤) دراسة عن المرأة العاملة في المجال الإعلامي في مصر بعنوان: "المرأة العربية والإعلام: بين الواقع والاستجابة"[١٠]. وقد هدفت الدراسة إلى معرفة الأداء الإعلامي والاتجاهات الفكرية للإعلاميات العربيات تجاه قضية المرأة في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع. وقد توصلت الباحثة إلى أن أغلب القائمين بالاتصال في مجال إعلام المرأة من النساء، سواء المحررات في الصحف أو مقدمات البرامج النسائية في الراديو والتلفزيون، جميعهن حاصلات على مؤهلات جامعية، وينتمين إلى الشرائح الوسطى والصغرى من سكان المدن (القاهرة على وجه التحديد). وكشفت الدراسة أيضا عن وجود ما نسبته (٧٥%) من الإعلاميات كن قد التحقن بالعمل الإعلامي عن طريق العلاقات الشخصية، بينما لم تزد نسبة اللواتي تقدمن للعمل الإعلامي دون وساطة عن (٢٥%). وأجمعت الإعلاميات المبحوثات على وجوب تركيز صحافة المرأة على قضايا محو أمية المرأة الريفية، وتنظيم الأسرة، والتوسع في مشروعات تشغيل المرأة، والتوعية الصحية والسياسية والاجتماعية، وتدريب القيادات النسائية، وترشيد الاستهلاك. وأشارت الإعلاميات إلى عدم اقتناع القيادات الإعلامية بأهمية أقسام المرأة وإلى وجود قضايا محظورة لا يستطعن الخوض فيها.

كما توصلت الدراسة إلى غياب الجمهور النسائي واحتياجاته عن قائمة الأولويات الإعلامية. وأوضحت أن الإعلام العربي يصور المرأة أنها مخلوق ناقص وفاقد القدرة على التفكير العقلاني، بالإضافة إلى تصويرها كأداة للجذب والإمتاع الجنسي خاصة في الإعلان.

وهناك دراسة أجنبيـــة حول الموضوع أجرتها المنظمة الدولية للنساء الإعلاميات، (١٩٩٥)، بعـــنوان[١١]: "Women in the Media: Facing Obstacles, Changing Attitudes" أي "النساء في وسائل الإعلام: مواجهة الصعوبات وتغير الاتجـــاهات" هدفت إلى التعرف إلى أهم العقبات التي تواجه النساء الصحفيات والتغير الحاصل في وجهات النظر تجاه عمل النساء في المجال الإعلامي، وتناولت جميع الصحفيات المشاركات في المؤتمر العالمي الرابع للمرأة الذي عقد في بكين عام (١٩٩٥)، وكذلك الصحفيات العضوات في المنظمة ويضـــم (٤٠) دولة. وقد توصلت الدراسة إلى أن أهم الصعوبات التي تواجه الصحفيات هي صعوبة التوفيق بين العمل والعائلة، وقلة وجود أمثلة لصحفيات رائدات يمكن التعلم من تجاربهن، إضافة إلى صعوبات أخرى مثل التمييز في الرواتب، وقلة فرص الحصول على وظائف مقارنة مع الرجال. وأكد ما نسبته (٩٣%) من هؤلاء الصحفيات أن المرأة الصحفية تواجه عقبات لا يواجهها الصحفي الرجل، وعلى الرغم من ازدياد أعداد النساء الملتحقات في العمل الصحفي، وازدياد الوعي بموضوع التمييز بين المرأة والرجل في مكان العمل، والجهود المبذولة للحـــد من هذا التمييز، إلا أن الإعلاميات ما زلن يواجهن عقبات في التوظيف. كما عبرت المبحوثات عن إحبـــاطهن بسبب حرمانهن من تغطية المواضيع العلميـــة، والســـياسية. وأكدت (٦٤%) من أولئك الصحفيـــات أن وسائل الإعلام ترســـم صـــورا نمطـــية غير صحيحة للمرأة.

ملاحظات على الدراسات السابقة

يتبين من استعراض الدراسات السابقة أنها كانت قد تناولت جوانب مهمة ومختلفة من العمل في مهنة الإعلام، ولكنها اختلفت وتباعدت في أهدافها ومنظوراتها عن أهداف هذه الدراسة ومنظورها. وقد اتضح من ذلك الاستعراض أيضا مدى افتقار تلك الدراسات إلى نظرية اجتماعية محددة وواضحة تفسر النتائج التي توصلت إليها. ورغم هذا القصور من هذا الجانب، إلا ان هذه الدراسة استفادت من سابقاتها من حيث تحديدها لمشكلة البحث، وصياغة تساؤلاته، وتصميم استبانته. ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة كمحاولة لسد ثغرة يحسن سدها في تلك الدراسات وهي مسألة اللامساواة الجنوسية في مهنة الإعلام.

الإطار النظري للدراسة

اللامساواة الجنوسية في العمل بمهنة الإعلام: مقاربات سوسيولوجية

بدأ الاهتمام بموضوع اللامساواة الجنوسية في نهاية الستينيات من القرن الماضي وما يزال مستمرا حتى الوقت الحاضر. وعبر هذه السنين قدم علماء الاجتماع والدارسين مقاربات مختلفة (Contrasting Approaches) في تفسيراتهم لأسباب اللامساواة الجنوسية وتحليلاتهم لها ، وتبيانهم لمدى خطورتها وتأثيرها على العلاقات بين الجنسين في مجال العمل بشكل خاص، وعلى المجتمع بشكل عام، كما أنهم قدموا في الوقت نفسه أطروحات عديدة فيها حلول متباينة لهذه المشكلة الاجتماعية.

ونظرا لكثرة المقاربات في هذا الموضوع، ولصعوبة استعراضها جميعها في هذه الدراسة، فسنقتصر على عرض للمسلمات الرئيسة لأهم مقاربتين وأشهرهما، وذلك لأنهما، فيما نرى، أكثر مناسبة من غيرهما في فهم اللامساواة الجنوسية وتحليلها في العمل النسوي، وهاتان المقاربتان هما: المقاربة النسوية (Feminist Approach) بشقيها الليبرالي والراديكالى، ومقاربة عالم اجتماع الجنوسة روبرت كونل (Connell) باعتباره أكثر علماء الاجتماع المعاصرين اهتماما بدراسة الجنوسة واللامساواة الجنوسية.

ويختلف أنصار المقاربة /المنظور النسوي فيما بينهم في تفسير التفاوت أو اللامساواة الجنوسية، ومع ذلك فهم جميعهم متفقون على أن

النساء لا يتمتعـــن بوضع منصف في المجتمع، بل يعشن وضعا يعانين فيه من الإجحاف والتمييز[١٢]. وترجع صاحبات المنظور النسوي الليبرالي (Liberal Feminism) اللامساواة الجنوسية إلى الاتجاهات الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع؛ فهذه الاتجاهات، برأيهن، هي المسؤولة عن إخضاع المرأة للرجل واحتلالها مكانة هامشية في المجتمع والعمل والمهن المختلفة[١٣]. ومن هذا المنطلق فإن أنصار هذا المنظور يولون جهودهم لفهم العوامل والأسباب التي تسهم في خلق هذا التفاوت أو اللامساواة الجنوسية، كالتفرقة في المعاملة ضد النساء في المؤسسات المختلفة مثل المؤسسة التعليمية والمؤسسة الإعلامية، وفي أماكن العمل الأخرى. وأما الحلول التي يقدمها أصحاب هذا المنظور للتخلص من هذا التفاوت فتكمن في توفير فرص متكافئة للنساء في مجالات العمل من خلال الوسائل الديموقراطية، وسن التشريعات القانونية التي تحقق لهن المساواة؛ مثل المساواة في الأجور، ومناهضة التمييز ضدهن.

وعلى الرغم مما حققته مطالب هذا المنظور للنساء في المجتمع في المجالات السابقة في الستينيات والسبعينيات، إلا أنه تعرض لبعض الانتقادات لأنه لم يعالج جذور التفاوت واللامساواة الجنوسية في المجتمع، ولم يفلح في الوصول إلى الأسباب العميقة لهذا التفاوت كما يرى أصحاب المنظور النسوي الآخر بشقه الراديكالي (Radical Feminism)[١٤].

وتختلف منطلقات هذا المنظور عن منطلقات المنظور النسوي الليبرالي السابق في فهمه وتفسيره لمسألة التفاوت واللامساواة الجنوسية. إذ يرى أصحابه، وأكثريته الساحقة من النساء ذوات الاتجاه الماركسي، أن اللامساواة الجنوسية لا تكمن في مجرد الاتجاهات الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع نحو النساء، كما يرى المنظور الليبرالي السابق، بل هي أعمق من ذلك بكثير؛ فهي تضرب بجذورها في بنية النظام الباطرياركي (patriarchy) الرأسمالي[١٥]. ففي مثل هذا النوع من الأنظمة الاجتماعية يهيمن الذكور على النساء بطريقة منظمة. ومن هنا فالرجال في مثل هذا النوع من المجتمعات التي يسودها هذا النظام هم المسؤولون عن وجود التفاوت واللامساواة، وهم في الوقت نفسه المستفيدون والمنتفعون من هذا الوضع.

ويحتل مفهوم الباطرياركية، في الحقيقة، مكانة مركزية في الفكر النسوي الراديكالي المتعلق بتفسير اللامساواة الجنوسية وتحليلها؛ حيث يعتبر كثير من أنصار هذا الفكر، وبخاصة كيت ميللت (Millet) وشولاميث فيرستون (Firestone) وهايدي هارتمان (Hartmann) وكرستين دلفي (Delphy)، أن النظام الباطرياركي هو المسؤول عن هذه اللامساواة؛ فهذا النظام الاجتماعي، برأيهن، هو ظاهرة خبرتها المجتمعات الإنسانية عبر تطورها التاريخي؛ حيث تعرضت النساء لأشكال من التبعية والقمع والاضطهاد على يد الرجال[١٦]. وتضاعفت هذه اللامساواة وتعمقت بمجيء النظام الرأسمالي؛ حيث خضعت النساء لنوع جديد من القمع، هو القمع الرأسمالي. وهكذا، إذاً، أصبحت النساء تتعرض إلى نوعين متداخلين من القمع هما: القمع الذكوري المتجذر في البنية الباطرياركية، والقمع الرأسمالي المتجذر في البنية الاقتصادية.

وتعتبر عالمة الاجتماع سيلفيا ولبي (Walby) من أشهر دعاة الفكر النسوي الراديكالي، وأكثرهن حماسة في توجيه النقد إلى النظام الباطرياركي باعتباره هو النظام المسؤول عن اللامساواة الجنوسية. لذا طورت ولبي منظوراً أكثر مرونة في فهم التفاوت أو اللامساواة الجنوسية من المنظورات السابقة، يسمح بإدخال واستيعاب عوامل أخرى فاعلة ومؤثرة في فهم التداخل بين الباطرياركية واللامساواة الجنوسية كالاختلافات الطبقية، والأصول الإثنية (Ethnicity).

ويقوم منظور ولبي، في الواقع، على النظر إلى النظام الباطرياركي باعتباره "نسق من البنى والممارسات الاجتماعية يقوم فيه الرجال باضطهاد النساء واستغلالهن والسيطرة عليهن"[١٧] وتذهب بولبي في منظورها لتؤكد على التفاعل والتداخل والتناغم بين هذا النظام والنظام الرأسمالي في ترسيخ اللامساواة الجنوسية، وعلى الاختلاف والتوتر بينهما أحيانا. وفي هذا الصدد تقدم تصورا شموليا مختلفا عن التصورات السابقة لفهم العلاقة المتداخلة والمتشابكة والمعقدة بين النظام الباطرياركي واللامساواة الجنوسية؛ حيث ترى أن النظام الباطرياركي يتألف من ست بنى (Structures) اجتماعية مستقلة لكنها متداخلة ومتفاعلة مع بعضها بعضا هي: علاقات الإنتاج داخل الأسرة، والعمل المأجور، وسياسة الدولة الباطرياركية، والعنف الذكوري،

والعلاقات الباطرياركية في الأنشطة الجنسية، ثم المؤسسات الثقافية الباطرياركية[١٨].

وعلى الرغم من أهمية كل بنية من هذه البنى في فهم اللامساواة الجنوسية عند ولبي في النظام الباطرياركي إلا أنها تولي أهمية خاصة للبنية الأخيرة، أي بنية المؤسسات الثقافية التي يقوم عليها هذا النظام كالمؤسسة الإعلامية، لأن هذه المؤسسة، برأيها، هي التي تتولى مهمة إنتاج وتقديم (Representation) نماذج وأدوار للمرأة، بالطريقة التي يريدها هذا النظام، وبالأسلوب والشكل الذي يخدم مصالحه[١٩]. وتشكل هذه الأدوار والنماذج الجنوسية النموذجية خطرا، برأيها، على هوية النساء، وذلك لأنها تحدد لهن المواصفات الملائمة والمقبولة لأفعالهن وسلوكاتهن.

وتمضي ولبي في توضيحها لمعنى النظام الباطرياركي وأشكاله؛ حيث تميز بين نوعين من هذا النظام، هما النظام الباطرياركي الخاص (Private Patriarchy)، حيث يسيطر فيه الرجال على النساء داخل الأسرة، والنظام الباطرياركي العام (Public Patriarchy)، حيث يأخذ طابعا مؤسسيا؛ وذلك حين ينخرطن في العمل في المجال العام مثل النشاط السياسي، وسوق العمل. ورغم هذا الانحراط تبقى لهن حدود تفصلهن عن القوة (Power)، والثروة، والمكانة الاجتماعية (Status)، فهذا العمل هو في مجمله عمل هامشي وثانوي[٢٠].

وترى ولبي أن النظام الباطرياركي في المجتمعات الغربية المعاصرة قد بدأ بالتراجع والانحصار مقارنة بما كان عليه في السابق، وتعدد عوامل كثيرة لهذا التراجع والانحسار، منها التقدم الكبير الذي أحرزته المرأة في مجال التحصيل العلمي، وتضاؤل الهوة بين النساء والرجال في الأجور في سوق العمل. ومع ذلك فهذا النظام لم ينته، لأن المؤسسات الثقافية، وبخاصة المؤسسة الإعلامية، التي يستند إليها في ترسيخ قواعده ما زالت تعمل بفاعلية وقوة.

غير أن تحولا جديدا في فهم الجنوسة وتحليلها قد بدأ بالظهور والانتشار في أواخر الثمانينيات على يد عالم اجتماع الجنوسة روبرت كونل (Connell). وترجع شهرة هذا المنظور وانتشاره بين قطاعات واسعة من علماء الاجتماع المهتمين بتفسير اللامساواة الجنوسية إلى تشديده على

ضرورة فهم ما طرأ على الذكورة من تغيرات جوهرية في مجتمعات الحداثة وما بعدها حين نتحدث عن اللامساواة الجنوسية. ففي رأيه، لا يكفي ما قدمه المنظور النسوي من تحليلات للامساواة الجنوسية حين ركز على النساء واستغلال الرجال لهن كأنه أمر مسلم به، ومفروغ منه؛ إذ لا بد، في رأيه، من فهم لمعنى الذكورة أيضا وارتباطها بالأنوثة. فتجليات الذكورة، برأيه، تمثل جانبا أساسيا من نظام الجنوسة بحيث لا يمكن فصلها أو فهمها بمعزل عن تأثيراته. (٢١) ومن هذا المنطلق يشكل منظور كونل مقاربة سوسيولوجية شاملة عن علاقات الجنوسة لأنه جمع فيه مفاهيم الباطرياركية والأنوثة والذكورة في نظرية شاملة من نظريات علاقات الجنوسة.

ويتمحور منظور كونل، في الحقيقة، حول الطريقة التي تتمكن فيها القوة الاجتماعية التي يتمتع بها الرجال في المجتمع من خلق اللامساواة الجنوسية والإبقاء عليها. وفي هذا الصدد يقدم أدلة كثيرة تدعم اعتقاده بأن هناك نسقا منظما من الممارسات الإنسانية اليومية (Daily Practice) والتفاعلات والعلاقات الاجتماعية (Social Relations) التي ترغم فيها النساء على البقاء في وضع متدن، ومرتبة أقل شأنا ومكانة من شأن الرجال ومكانتهم. ويؤكد كونل أن بنية المجتمعات الرأسمالية الباطرياركية الأبوية هي التي تدعم مثل هذه الممارسات وهي التي تعمل في الوقت نفسه على تعزيزها على المستويين الفردي والمؤسسي(٢٢).

ويتحدث كونل عن ثلاثة جوانب تتفاعل داخل المجتمع لتكون النظام الجنوسي، وتشكل أنماط علاقات القوة بين الجنسين، هي: العمل (Labour)، والقوة (Power)، والعواطف (Emotion)؛ إن هذه الجوانب الثلاثة ليست منفصلة عن بعضها، بل مترابطة ومتفاعلة فيما بينها، وتؤثر الواحدة منها في الأخرى، ويجري من خلالها إعادة بناء العلاقات الجنوسية، ورسم الحدود والقيود عليها.

ففيما يتعلق بالجانب الأول، أي العمل، فيعني عند كونل تقسيمه بين الجنسين سواء داخل البيت، مثل توزيع المسؤوليات المنزلية ورعاية الأطفال، أو سوق العمل، بما فيها من تفرقة وتمييز في المهن وتفاوت الأجور. وأما فيما يتعلق بالجانب الثاني، وهو القوة، فإنها تتجلى في طبيعة

العلاقات الاجتماعية ومحاورها الأساسية وهي السلطة، والعنف، والأيديولوجيا، في المؤسسات، والدولة، وداخل البيت. وأما الجانب الثالث من هذه الجوانب المشكلة للنظام الجنوسي داخل المجتمع وعلاقات القوة بين الذكورة والأنوثة فيه فهي العواطف، والتي تتمثل برأيه، بالعلاقات والوشائج والأواصر والمشاعر الحميمية كما في حالة الزواج والنشاط الجنسي[٢٣].

ويؤكد كونل في تحليله لعلاقات الجنوسة في المجتمع أن الذكورة والأنوثة تتجلى في أشكال مختلفة، سواء داخل المجتمع الواحد، أو في المجتمعات والثقافات المختلفة؛ حيث تتدرج هذه الأشكال المختلفة والمتباينة في نظام تراتبي (Hierarchy) تدور كل المستويات فيه، كما يقول، حول محور واحد هو هيمنة الرجال (Hegemony) على النساء[٢٤].

إن مفهوم الهيمنة الذكورية(Hegemonic Masculinity) هو في الحقيقة مفهوم محوري في مقاربة كونل حول علاقات الجنوسة، ذلك لأنه فسر مفهوم الهيمنة الذكورية وحللها بطريقة دقيقة مختلفة عن تفسير وتحليل المقاربات النسوية السابقة؛ إذ يشير مفهوم الهيمنة لديه إلى السطوة الاجتماعية (Dominance) التي تمارسها جماعة ما في المجتمع، ليس بالقوة العاتية أو الوحشية (Brute Force)، بل من خلال منظومة من القيم الثقافية التي تتغلغل في تفاصيل الحياة اليومية، والأنشطة الاجتماعية بأبعادها ومجالاتها وأنشطتها المختلفة[٢٥]. وتشيع الهيمنة والسطوة الذكورية وتترسخ في المجتمعات الحديثة، وبخاصة الغربية منها، من خلال مؤسسات كثيرة كالمؤسسة التعليمية، والمؤسسة الإعلامية.

وهكذا يوضح الاستعرض السابق لمسلمات المقاربة النسوية، ومسلمات مقاربة كونيل، مفهوم اللامساواة الجنوسية وأبعادها وتأثيراتها بشكل دقيق، ويوضح أيضا الحلول المقترحة لهذه المشكلة الاجتماعية. وإذا كانت هاتان المقاربتان ملائمتين لفهم مشكلة اللامساواة الجنوسية وتحليلها في المجتمعات الغربية ، فإننا نرى إمكانية الاستفادة من بعض مسلماتهما وركائزهما الفكرية في تحليل هذه المشكلة في مجتمعنا العربي بشكل عام، والحلول المقترحة

لها، مع التنبه إلى طبيعة خصائص كل من المجتمعين والفروقات الواضحة بينهما.

أسئلة الدراسة

ستحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:

١ ـ ما هي دوافع عمل الإعلاميات في مهنة الإعلام في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني؟

٢ـ ما المشكلات التي تواجهها الإعلاميات العاملات في هذه المؤسسة، وما تأثيراتها عليهن؟

٣ـ هل توجد علاقة بين المشكلات التي تواجهها الإعلاميات والمتغيرات التالية:عدد سنوات الخبرة، والحالة الاجتماعية، والتخصص الأكاديمي، والأجور/ الرواتب، وطبيعة العمل، والعمر، والمسؤول المباشر عن الإعلامية في العمل؟

متغيرات الدراسة

اشتملت الدراسة على نوعين من المتغيرات هما:

١. **المتغيرات المستقلة**، وهي عدد سنوات الخبرة، والحالة الاجتماعية للإعلامية، والتخصص الأكاديمي، والأجور / الرواتب، وطبيعة العمل/الوظيفة، والعمر، والرئيس المسؤول عن الإعلامية (أنظر جدول (١) لمعرفة هذه الخصائص والمتغيرات ومستوى كل متغير من هذه المتغيرات).

٢. **المتغير التابع**، وهو مشكلات الإعلاميات في العمل الإعلامي، وتقاس هذه المشكلات من خلال استبانة تم إعدادها لهذا الغرض، وتكونت من (٣٤) فقرة/ سؤالا.

الإجراءات المنهجية

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تحليل مشكلة اللامساواة الجنوسية في العمل بمهنة الإعلام بهدف الحصول على معلومات

كافية ودقيقة عن هذه المشكلة. وفي إطار هذا المنهج تم استخدام المسح الاجتماعي (Survey Method) بشقيه الوصفي والتحليلي.

جدول (١)

خصائص أفراد عينة الدراسة

المتغيرات	العدد	النسبة المئوية	المتغيرات	العدد	النسبة المئوية
الحالة الاجتماعية	الرئيس المسؤول عن الاعلامية				
عزباء	38	38	ذكر	٧٠	٧٠
متزوجة	57	57	انثى	٣٠	٣٠
مطلقة	5	5			
المجموع	100	100	المجموع	١٠٠	١٠٠
عدد سنوات الخبرة	الراتب الشهري (بالدينار)				
سنة واحدة – أقل من٥ سنوات	14	14	من١٠٠– أقل من ٢٠٠	1	1
من ٥ – أقل من ١٠ سنوات	34	34	من ٢٠٠ – أقل من ٣٠٠	58	58
من ١٠– أقل من ١٥ سنوات	27	27	من ٣٠٠– أقل من ٤٠٠	27	27
من١٥ – أقل من ٢٠ سنة	17	17	من ٤٠٠ – أقل من ٥٠٠	8	8
٢٠ سنة فأكثر	8	8	أكثر من ٥٠٠	6	6
المجموع	100	100	المجموع	100	100
العمر	التخصص الأكاديمي				
٢٠ – أقل من ٢٥	9	9	صحافة وإعلام	17	17
٢٥ – أقل من ٣٠	16	16	الآداب واللغات	39	39
٣٠ – أقل من ٣٥	33	33	علوم سياسية	6	6
٣٥ – أقل من ٤٠	22	22	علوم اجتماعية وإنسانية	22	22
٤٠ – أقل من ٥٠	16	16	علوم إدارية	13	13
٥٠ فأكثر	4	4	تخصص علمي	2	2
المجموع	100	100	فنون	1	1
			المجموع	100	100
طبيعة العمل الإعلامي/ الوظيفة					
١. رئيسة تحرير	٦	٦	٨. معدة برامج	٩	٩
٢. محررة	٥	٥	٩. معدة ومذيعة معا	٣٤	٣٤

٣. مذيعة	٦	٦	١٠. مخرجة	٤	٤
٤. محررة ومذيعة معا	١١	١١	١١. مندوبة	٥	٥
٥. منتجة ومذيعة معا	١١	١١	١٢. تبادل إخباري	٢	٢
٦. مديرة دائرة البرامج	١	١	١٣. علاقات دولية	٥	٥
٧. مساعدة مديرة دائرة البرامج	١	١			
المجموع			100		١٠٠

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني وعددهن (١٠٩) إعلامية، ويعملن في المجالات الإعلامية التالية: الإخراج التلفزيوني، وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وإعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وتقديم الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، وتحرير الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، والتبادل الإخباري، والعلاقات الدولية، والعمل الميداني، مساعدة مديرة دائرة البرامج، مندوبة(انظر هذه المجالات في جدول ١). ونظرا لصغر عدد هؤلاء الإعلاميات ، وتوخيا للوصول إلى نتائج ذات مصدقية عالية يطمأن إليها، فقد تم استخدام أسلوب المسح الشامل وليس أسلوب العينة.

أداة الدراسة

تم تصميم استبانة لجمع المعلومات المتعلقة بالإعلاميات، اشتملت على (٤٧) فقرة/سؤالا تضم المحاور التالية:

١. **المحور الأول:** ويتعلق بالخصائص الديموغرافية والمعلومات الأولية عن الإعلاميات، وقد تكون من (٧) أسئلة.

٢. **المحور الثاني:** ويتعلق بدوافع العمل في مهنة الإعلام في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، وقد تكون من (٦) أسئلة.

٣. **المحور الثالث:** وقد تكون من (٣٤) سؤالا تقيس المشكلات التي تواجه العاملات في مهنة الإعلام. وقد تم تصنيف هذه المشكلات إلى ثلاث

مشكلات، هي: المشكلات الاجتماعية، والاقتصادية، والمهنية. وقد وضعت الأسئلة على مقياس ليكرت (Likert) الرباعي، وأعطيت (٤) درجات للموافقة بشدة، و(٣) للموافقة، و(٢) لغير الموافقة، و(١) لغير الموافقة أبدا في حال العبارات الإيجابية، والعكس في حال العبارات السلبية.

وقد تم جمع المعلومات والبيانات عن طريق المقابلة الشخصية مع كل إعلامية بعد تحديد موعد محدد مع كل واحدة منهن على حدة. وقد اعتذرت ست إعلاميات منهن عن تعبئة الاستبانة لأسباب خاصة، وتغيبت عن موعد يوم المقابلة المحدد لهن ثلاث منهن، لذا اقتصرت الدراسة على (١٠٠) إعلامية فقط من أصل (١٠٩).

صدق الأداة وثباتها

لقد تم اختبار صدق الأداة/الاستبانة بعرضها على ثلاثة محكمين من الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة (الجامعة الأردنية، وجامعة اليرموك، وجامعة البتراء) لإبداء ملاحظاتهم واقتراحاتهم، وقد أخذت هذه الملاحظات بعين الاعتبار عند تصميم الإستبانه في صورتها النهائية، والتي تم اعتمادها وتوزيعها على العينة، واعتبر ذلك صدقا ظاهريا لها. وأما فيما يتعلق بثبات الأداة الداخلي فقد تم اختباره من خلال استخدام معامل (كرونباخ ألفا)، حيث بلغت قيمتة(0.82) وهي نسبة جيدة لإجراء هذه الدراسة.

المعالجة الإحصائية

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، ومن خلاله استخدمت الأساليب الإحصائية التالية:

١ ــ التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية لوصف خصائص أفراد العينة.

٢ ــ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى أهم المشكلات التي تواجهها الإعلاميات.

٣ ــ اختبار تحليل التباين الأحادي (One –Way ANOVA) لاختبار أسئلة الدراسة.

٤ ــ اختبار شافيه (Scheffe) للمقارنات البعدية.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

كشفت نتائج الدراسة عن مظاهر عديدة للتفاوت واللامساواة الجنوسية داخل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تجسدت بمشكلات اجتماعية واقتصادية ومهنية. وسيتم عرض النتائج المتعلقة بهذه المشكلات تبعا لأسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما هي دوافع عمل الإعلاميات في مهنة الإعلام؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية لكل دافع من هذه الدوافع كما يبين (جدول ٢). إذ يكشف هذا الجدول عن وجود دوافع عديدة كامنة وراء اختيار الإعلاميات لهذه المهنة، أهمها الدافع الاجتماعي المتمثل بتحقيق هذه المهنة "الفائدة الاجتماعية للمجتمع". وقد بلغت نسبة من كن يأملن بذلك (74,2%). وأما الدافع الثاني فهو دافع "الحظوة باحترام المجتمع"، حيث اعتقدت (٧٢،٢%) منهن ان العمل الإعلامي عمل يحظى باحترام المجتمع وينال تقديره.

جدول (٢)

دوافع العمل بمهنة الإعلام

عملت بمهنة الإعلام لأنها مهنة:	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	النسبة المئوية
- تحقق فائدة كبيرة للمجتمع	2.970	0.674	٧٤،٢
- تحظى باحترام المجتمع	2.890	0.723	٧٢،٢
- تحقق لي مكانة اجتماعية مرموقة بالمجتمع	2.800	0.922	٧٠،٠
- تقربني من أصحاب القرار السياسي في المجتمع	2.600	0.888	٦٥،٠
- تؤمن لي مردودا ماديا عاليا يسد حاجاتي الضرورية والأساسية	2.580	0.699	٦٤،٥
- تحقق لي استقلالاً ماديا عن الآخرين	2.570	0.998	٦٤,٢

وأما الدافع الآخر الذي تلا هذين الدافعين فهو دافع "تحقيق مكانة اجتماعية مرموقة في المجتمع"، حيث اعتقدت ما نسبته (٧٠%) من الإعلاميات العاملات بهذه المهنة بأن عملهن في مجال الإعلام سيحقق لهن مكانة اجتماعية عالية في المجتمع، مما سيشعرهن بذواتهن ويعلي من شأنهن.

وهناك دافع اجتماعي آخر كان قد دفع الإعلاميات للعمل بهذه المهنة وهو اعتقادهن أن العمل الإعلامي "سيقربهن من أصحاب القرار السياسي" في المجتمع الأردني؛ إذ ساد هذا الاعتقاد لدى (٦٥%) من أولئك الإعلاميات. ويبدو من هذه الإجابة أنهن يعتقدن أن مهنة الإعلام ستقربهن من متخذي القرارات السياسية المهمة، وستجعلهن أكثر تواصلا مع ذوي المكانات السياسية العالية، وأصحاب النفوذ في المجتمع، مما قد ينعكس عليهن إيجابيا؛ حيث سيشعرن بأهميتهن، وترتفع مكانتهن، ويقوى نفوذهن.

وأما الدافع الخامس من دوافع العمل بمهنة الإعلام، فهو دافع مادي، حيث اعتقدت (٦٤،٥%) من الإعلاميات أن أجورهن التي سيتقاضينها جراء عملهن هذا ستعود عليهن بمردود مادي من شأنه "تأمين الحاجات المادية". ولكن تأمين المردود المادي لم يكن هو الدافع الوحيد وراء اختيارهن لهذه المهنة، كما يبين الجدول، بل اخترنها أيضا لاعتقادهن بأن هذا العمل سيعمل على "تحقيق استقلالهن المادي"، بحيث يصبحن مكتفيات وغير معتمدات على غيرهن من هذه الناحية، وقد بلغت نسبة من كن مدفوعات بهذا الدافع (٦٤،٢%).

وتتفق هذه النتيجة مع تلك التي توصلت لها دراسة حجاب وشلبية (١٩٩٩)، حيث بينت تلك الدراسة أن العمل الإعلامي يحظى باحترام المجتمع الأردني الذي يؤيد اختيار الإناث للمهنة الإعلامية عموما. غير أنها لا تنسجم مع ما جاء في دراسة الشعبي والمصعبي (١٩٩٩) التي تناولت

الإعلاميات العاملات في وسائل الإعلام اليمنية، حيث بينت تلك الدراسة أن المجتمع اليمني لا يتقبل عمل المرأة في مهنة الإعلام. وهذا ينسجم مع كون المجتمع اليمني أكثر محافظة من المجتمع الأردني وأقل انفتاحا منه في تعامله مع النساء .

وفي الواقع، فإن اعتقادات الإعلاميات بأهمية العمل بمهنة الإعلام، سرعان ما تبددت حين عملن بهذه المهنة، فلا مكانتهن الاجتماعية تغيرت، ولا أجورهن/رواتبهن أمنت لهن دخلا ماديا كافيا، كما كن يعتقدن؛ فخلافا لما كن يطمحن إليه، فقد واجهن مشكلات مادية واجتماعية ومهنية عديدة لم يكنّ يتوقعنها في هذه المهنة، كما تبين الجداول التي سنعرض لها لاحقا.

السؤال الثاني: ما المشكلات التي تواجهها الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، وما تأثيراتها عليهن؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات هذه المشكلات، والمتوسط الحسابي للفقرات ككل. وأما هذه المشكلات فيبينها الجدول رقم (٣)، وهي كما يلي:

٢/١ **المشكلات الاجتماعية:** يبين جدول (٣) أن كثيرا من المشكلات الاجتماعية التي تواجهها الإعلاميات، وبخاصة مع بعض أفراد أسرهنّ، إنما هي بسبب "شهرتهنّ الإعلامية" الناجمة عن العمل بهذه المهنة. فقد احتلت الشهرة الإعلامية، باعتبارها مشكلة اجتماعية المرتبة الأولى بين المشكلات الأخرى، حيث تشعر (٧٨،٥%) من هؤلاء الإعلاميات أن شهرتهنّ في عملهنّ قادتهنّ إلى الوقوع في خلافات ومشكلات مع أسرهنّ. وأما المشكلة الاجتماعية الثانية التي تواجهها الإعلاميات، فهي معارضة أزواجهنّ، أو أولياء أمورهنّ،

قيامهنّ بالتكاليف المهنية التي تتطلبها منهن مهنتهنّ كالسفر إلى الخارج (حضور مؤتمرات، ورشات عمل، وحضور ندوات ....إلخ)، إذ تشكو (٧٦%) منهنّ من هذه المشكلة.

جدول (٣)

المشكلات الاجتماعية التي تواجهها الإعلاميات

المشكلات الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
- تسبب لي شهرتي الإعلامية بعض المشكلات مع أفراد أسرتي	٣,١٤٠	٠,٥٦٩	٧٨،٥
- يعارض زوجي/ولي أمري تكليفي بمهمة خارج الأردن	٣,٠٤٠	٠,٨٢٨	٧٦,٠
- أجد صعوبة في التوفيق بين حياتي المهنية والعائلية	٢,٦٧٠	٠,٧٩٢	٦٦،٧
- أشعر بعدم رغبة الرجال الارتباط بي كإعلامية	٢,٤٨٠	٠,٨٥٩	٦٢،٠
- أشعر بعدم تفهم الرجال غير العاملين في المجال الاعلامي لطبيعة مهنتي ومتطلباتها	٢,٣٢٠	٠,٨٧٥	٥٨،٠
- تؤثر ساعات العمل غير المنتظمة على علاقاتي الاجتماعية	٢,١٨٠	٠,٨٦٩	٥٤،٥

غير أن العمل في مهنة الإعلام لم يقتصر على هاتين المشكلتين الاجتماعيتين فحسب، بل نجم عنه مشكلات أخرى ذات انعكاسات سلبية على حياة الإعلاميات، وبخاصة العائلية، إذ كانت مشكلة صعوبة التوفيق بين الحياة المهنية والحياة العائلية، أبرز هذه المشكلات؛ حيث شكت منها (٦٦,٧%)، وأما المشكلة الأخرى فلا تقل بخطورتها عن المشكلة السابقة وهي "إحساس الإعلاميات بعدم رغبة الرجال بالارتباط بهن" بسبب هذه المهنة، حيث تشعر بهذا الشعور (٦٢%) منهن، إضافة إلى ذلك، تشعر (٥٨%) من هؤلاء الإعلاميات من "صعوبة تفهم الرجال ممن لا يعملون بمهنة الإعلام لطبيعة مهنتهن كإعلاميات وتقديرهم لمتطلباتها"، حيث تعاني هذه النسبة منهن من سوء فهم الرجال الذين لا يعملون بهذه المهنة، ويشكون من عدم تقديرهم للطبيعة الخاصة لها.

وأما المشكلة الأخيرة من المشكلات التي تواجهها الإعلاميات، فهي تلك المتعلقة "باضطراب في علاقاتهن الاجتماعية مع محيطهن الاجتماعي" بسبب سوء التنظيم الإداري المتعلق بسير عملهن وساعات دوامهن في المؤسسة. إن سوء التنظيم الإداري لجدول عملهن جعل (٥٤,٥%) منهن مقصرات في الالتزام بكثير من الشؤون العائلية والأمور الاجتماعية الضرورية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج كل من دراسة حجاب وشلبية (١٩٩٩)، والمنظمة الدولية للإعلاميات (١٩٩٥)، حيث بينت هذه النتائج أن ساعات العمل غير المنتظمة تؤثر على علاقات الإعلاميات مع محيطهن الإجتماعي، وكشفت عن وجود صعوبات في التوفيق بين التزامات العمل والتزامات العائلة.

٢/٢ **المشكلات الاقتصادية:** تتمحور المشكلات الاقتصادية، كما يبين جدول (٤)، في جوهرها حول تدني مستوى الأجور التي تتقاضاها الإعلاميات في المؤسسة، وانعكاسات ذلك على مهنتهن وعلى أدائهن فيها. فهي، برأيهن، أجور قليلة لا تمكنهن من مواجهة متطلبات الحياة المتزايدة، وضغوطاتها الكثيرة، الأمر الذي جعل (٨٢,٧%) منهن يفكرن جديا بترك عملهن، والبحث عن أي عمل آخر من شأنه أن يساعدهن في مواجهة تكاليف الحياة المرتفعة.

وكان تدني الأجور قد تمخض عنه مشكلات أخرى أيضا، كبحث بعض الإعلاميات عن عمل إضافي خارج المؤسسة يؤمن لهن زيادة في دخلهن المادي، إذ بلغت نسبة هؤلاء الإعلاميات (٧٨,٧%).

وأما المشكلة الثالثة التي تشعر بها الإعلاميات فهي التراجع في أدائهن المهني مقارنة بما كان عليه في السنوات السابقة، وذلك بسبب الضغوطات الاقتصادية التي يتعرضن لها، فقد انعكست هذه الضغوطات بشكل سلبي على أداء (٧٥,٥%) منهن. وتلا هذه المشكلات مشكلة أخرى تتعلق بتدني مستوى الرواتب / الأجور وهي اضطرار الإعلاميات للإنفاق من مواردهن الخاصة

على متطلبات مهنتهن (ملابس، ومكياج، ومكالمات هاتفية....الخ)، حيث عانت من هذه المشكلة (70,2) منهن.

ومن المشكلات الأخرى في هذا المجال مشكلة سكن الإعلاميات، ومشكلة مواصلاتهن إلى المؤسسة. فالبعيدات في سكنهن عن مبنى المؤسسة يواجهن مشكلة القدوم المتأخر إلى العمل، أو العودة المتأخرة إلى البيت مما يسبب لهن في الحالتين مشكلات في العمل، أو مشكلات مع الأسرة؛ فنسبة من سبب لهن سكنهن البعيد عن مبنى المؤسسة مشكلات في العمل بلغت (٥٩,٢%)، ونسبة من سبب لهن عدم انتظام مواصلات المؤسسة مشكلات مع أسرهن بلغت (٥١,٥%). وبالإضافة إلى ذلك تشعر (٣٩،٢%) من الإعلاميات أن بدل المواصلات الذي تدفعه المؤسسة للإعلامية التي لا تستخدم مواصلات المؤسسة هو مبلغ قليل وغير مجز.

جدول (٤)

المشكلات الاقتصادية التي تواجهها الإعلاميات

المشكلات الاقتصادية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
– كثيرا ما فكرت جديا بترك عملي في المؤسسة والبحث عن عمل آخر لأن راتبي لا يتماشى مع تكاليف الحياة المرتفعة	٣,٣١٠	٠,٨٣٧	٨٢,٧
– تدفعني تكاليف الحياة المرتفعة إلى البحث عن عمل خارج المؤسسة يؤمن لي زيادة في الدخل المادي	٣,١٥٠	٠,٨٣٣	٧٨,٧
– أشعر بتراجع في أدائي لعملي بسبب الضغوطات الاقتصادية عليّ	٣,٠٢٠	٠,٨٩٩	٧٥,٥
– كثيرا ما أضطر إلى الإنفاق على مستلزمات المهنة من مواردي الخاصة.	٢,٨١٠	٠,٩٦١	٧٠,٢
– يسبب لي بعد مكان سكني عن مبنى المؤسسة مشكلات في عملي	٢,٣٧٠	٠,٨٩٥	٥٩,٢
– يسبب لي عدم انتظام مواصلات المؤسسة مشكلات مع أسرتي	٢,٠٦٠	٠,٨٣٩	٥١,٥
– أشعر برضا عن خدمة المواصلات التي تؤمنها المؤسسة	١,٩٥٠	٠,٧٨٣	٤٨,٧

- لن أتردد بترك عملي في المؤسسة إذا ما أتيحت لي فرصة للعمل الإعلامي في مؤسسة أخرى براتب أفضل	١,٨٣٠	٠,٨٨٨	٤٥,٧
- يؤمن لي راتبي معيشة مرضية	١,٧٧٠	٠,٨٠٢	٤٤,٢
- إن نظام بدل المواصلات الذي تصرفه المؤسسة للإعلامية التي لا تستخدم مواصلات المؤسسة هو نظام غير مجز	١,٥٧٠	٠,٦٨٥	٣٩,٢
- أشعر أن راتبي يتناسب مع الجهد الذي أبذله	١,٤٠٠	٠,٥٨٦	٣٥,٠
- إن الراتب الذي أتقاضاه لا يتناسب مع تكاليف الحياة المادية المرتفعة	١,٣٥٠	٠,٥٠٠	٣٣,٧

وتعكس هذه المشكلات بوضوح مدى تدني الأجور التي تتقاضاها الاعلاميات، فهي لا تتناسب مع تكاليف الحياة المادية المرتفعة، ولا مع الجهد المبذول في العمل، وهي كذلك لا تؤمن لهن مستويات معيشية مرضية. وربما يكون هذا التدني في الأجور هو الذي دفع ببعض الإعلاميات إلى ترك عملهن في المؤسسة والتحاقهن بمؤسسات أخرى في دول غنية تدفع لهن رواتب أعلى.

غير أن مشكلة تدني الأجور لم تكن مشكلة خاصة بالعاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني وحدها، بل هي مشكلة عامة تعاني منها إعلاميات أردنيات أخريات في مؤسسات إعلامية أخرى كالمؤسسة الصحفية على سبيل المثال. فقد أوضحت دراسة تفاحة (٢٠٠٣) أن أجور الصحفيات في تلك المؤسسة لا تتناسب مع الجهد المبذول في أداء المهنة الصحفية، وأنها لا تؤمن لهن مستوى ماديا لائقا. ولكن مثل هذه المشكلة غير موجودة في القطاع الإعلامي اللبناني كما بينت دراسة القادري وحرب (٢٠٠٢)، التي تناولت الإعلاميات والإعلاميين في خمس محطات تلفزة لبنانية؛ حيث لم تول الإعلاميات أهمية كبيرة لمسألة الأجور.

وهكذا تؤكد نتائج الدراسة المتعلقة بالمشكلات الاقتصادية السابقة ما كان قد ذهب إليه المهتمون بدراسة مشكلات اللامساواة الجنوسية المتصلة

باجور النساء، والذين استعرضنا تحليلاتهم وأطروحاتهم حول هذا الموضوع في الإطار النظري لهذه الدراسة، مثل فيرستون وهارتمان ودولفي وولبي وكونل؛ حيث أكدوا على أن بنية العمل الجنوسي هو في غالبتيه من بنية ثانوية غير مجزية ماديا للنساء اللواتي يعملن به، فهو لا يرفع من مكانتهن الاجتماعية، ولا يحقق لهن دخلا كافيا يرفع من مستوى معيشتهن. صحيح أن الأجور التي يتقاضاها كلا الجنسين لمن يشغل نفس الوظائف هي أجور متساوية في المؤسسة، ومع ذلك فأجور الإعلاميات، بشكل عام، تبقى قليلة مقارنة بأجور الرجال، لأن طبيعة الوظائف التي تشغلها غالبيتهن هي وظائف أقل شأنا في تلك المؤسسة من حيث التراتب أو التدرج الوظيفي فيها (Hierarchal Occupation).

٢/٣ **المشكلات المهنية:** يشير جدول (٥) إلى وجود عدد غير قليل من هذه المشكلات، وبالنظر إلى الجدول المذكور يتبين أن المشكلة الأولى منها تكمن في عدم تقدير المؤسسة للكفاءات المهنية لهؤلاء الإعلاميات. فقد أجابت (٩٢,٥%) منهن بأنهن يفكرن جديا بترك عملهن بسبب ذلك والبحث عن عمل آخر في مؤسسة أخرى تقدر لهن هذه الكفاءات.

وبالإضافة إلى ذلك، هناك مشكلة مهنية أخرى تواجهها (٨٩،٥%) من الإعلاميات ترتبط بطبيعة الخبرة المهنية التي يكتسبنها من العمل بهذه المؤسسة. فهذه الخبرة، برأيهن، أقل بكثير من تلك التي تكتسبها الإعلاميات جراء عملهن في مؤسسات إعلامية موجودة خارج الأردن، وهي أيضا خبرة لا تتيح لهن فرصا للتطور والإبداع المهني، كذلك الذي تتيحه تلك المؤسسات للعاملات فيها. إن هذا الوضع المحبط الذي يعشنه داخل المؤسسة هو الذي جعل (٦٠،٢%) منهن يفقدن الإحساس بالرضا الوظيفي، وهو المسؤول عن تراجع (٥٨%) منهن في أدائهن لعملهن من حيث الاتقان والدافعية للانجاز عما كان عليه في السنوات السابقة.

جدول (٥)

المشكلات المهنية التي تواجهها الإعلاميات

المشكلات المهنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
- إن عدم تقدير المؤسسة لكفاءتي المهنية يدفعني إلى التفكير بترك عملي والالتحاق بمؤسسة أخرى تقدر لي هذه الكفاءة	٣,٧٠٠	٠,٥٢٢	92,5
- يكسب العمل في القنوات الفضائية والإذاعية في الخارج الإعلاميات العاملات فيها خبرة مهنية أكبر مما يكسبه العمل في المؤسسة	3.580	0.606	٨٩،٥
- أتعرض لتحرش جنسي من قبل بعض أفراد فريق العمل الميداني	٣,٥٧٠	٠,٥٩٠	89,2
- أتعرض لتحرش جنسي من قبل بعض المواطنين أثناء العمل الميداني	٣,٣٥٠	٠,٨٨١	83,7
- لا يتقبل أفراد فريق العمل الميداني من الذكور اقتراحاتي لتطوير العمل	2.740	0.939	68,5
- أشعر بعرقلة الزملاء الإعلاميين لنجاحي كإعلامية لأنني أنثى	2.550	0.833	63,7
- أشعر أحيانا أن المؤسسة تعمل على استثنائي كإعلامية من القيام بمهمات على درجة كبيرة من الأهمية والمسؤولية	٢,٤٦٠	٠,٨٧٠	61,5
- أشعر بتمييز في توزيع المهمات الإعلامية لصالح الإعلاميين	٢,٤١٠	١,٠٧٤	٦٠,٢
- لا أشعر بالرضا والأمان الوظيفي في المؤسسة	٢,٤١٠	٠,٧١٢	60,2
- تشعرني المضايقات الشخصية في المؤسسة بالاغتراب النفسي والاجتماعي في المؤسسة	2.340	0.879	58,5
- تراجع أدائي الوظيفي عما كان عليه قبل سنوات بسبب المضايقات داخل المؤسسة	٢,٣٢٠	٠,٩٤٢	58,0
- لا أتمتع بحرية كاملة في اتخاذ قراراتي في العمل داخل المؤسسة	٢,١٨٠	٠,٧٨٣	54,5

- لا أستطيع كإعلامية تناول بعض الموضوعات المفيدة للمرأة الأردنية بسبب عدم انسجامها مع توجهات أصحاب القرار في المؤسسة	2.150	0.796	53,7
- لا يسهل أصحاب القرار الإعلامي لي أداء عملي على أكمل وجه	٢,٠٤٠	٠,٨٤٠	51,0
- عدم استناد فرص الترقية المهنية إلى أسس ومعايير موضوعية	١,٥٣٠	٠,٦٢٧	٤٤،٧
- تتحكم الوساطة والعلاقات الشخصية بعملية توزيع المهمات	١,٥٠٠	٠,٧٣٢	37,5

وهناك مشكلات من نوع خاص كشفت عنها نتائج الدراسة أيضا أهمها مشكلة التحرش والمضايقات الجنسية التي تتعرض لها الإعلاميات؛ فهناك (٨٩,٢%) منهن يتعرضن لأشكال مختلفة من هذه التحرشات والمضايقات من قبل زملائهن العاملين معهن في العمل الميداني، كما تتعرض (٨٣,٧%) منهن كذلك لمثل هذه الأفعال والسلوكيات من قبل المواطنين أثناء قيامهن بعمل إعلامي ميداني.

ومن المشكلات الأخرى التي كشفت عنها نتائج الدراسة في هذا المجال، وذات الدلالات الجنوسية الواضحة، فهي شعورهن بالتمييز ضدهن، واستثنائهن من بعض الأعمال المهمة، وشعورهن بالاغتراب في عملهن، والمضايقات الشخصية التي يتعرضن لها داخل المؤسسة، وعدم قدرتهن على اتخاذ القرارات المتعلقة بعملهن كإعلاميات، وتدخل الوساطة والعلاقات الشخصية في ترقيتهن المهنية. وقد تفاوت شعور الإعلاميات بشدة هذه المشكلات فيما بينهن. فهناك (٦٣,٧٥%) منهن يشعرن بوجود عقبات أمامهن في العمل يضعها زملاؤهن الذكور لتحد من نجاحاتهن، وهناك (٦١،٥%) يشعرن أن المؤسسة تستثنيهن من القيام بمهمات إعلامية مهمة لا لشيء يتعلق بكفاءاتهن المهنية بل لأنهن إناث، وهناك (٦٠،٢%) يشعرن بتمييز المؤسسة ضدهن في توزيع كثير من الأعمال والمهمات لصالح

زملائهن من الإعلاميين، وهناك أيضا (٥٨،٥%) منهن يشعرن بالإغتراب النفسي والاجتماعي في المؤسسة بسبب المضايقات المختلفة التي يواجهنها في أكثر من مجال من مجالات العمل داخل المؤسسة.

ومن المشكلات المهنية الأخرى ذات الدلالات الجنوسية التي كشفت عنها الدراسة أيضا، فهي تلك المتعلقة باتخاذ القرارات، حيث تبين أن (٥٤،٥%) من هؤلاء الإعلاميات لا يتمتعن بحرية كاملة في إتخاذ القرارات المتعلقة بعملهن، كما أن (٥٣،٧%) منهن لا يستطعن في كثير من الأحيان تناول موضوعات إجتماعية أو أسرية أو نسوية؛ فاتخاذ مثل هذه القرارات ليس بيدهن. وإذا ما أضفنا إلى المشكلات السابقة مشكلة أخرى، وهي عدم استناد ترقية الإعلاميات المهنية إلى أسس موضوعية ومعايير نزيهة، أدركنا عندها مدى الإجحاف والتمييز الجنوسي الذي تواجهه هذه الإعلاميات في هذه المؤسسة؛ فقد أجابت (٣٨،٢%) منهن بأنهن يواجهن مشكلات تتعلق بترقيتهن في العمل، حيث يعتقدن أن أسس الترقية لا تستند إلى معايير موضوعية، بل تتدخل فيها العلاقات الشخصية والوساطة.

وبمقارنة المتوسط الحسابي لكل مشكلة/ بعد من المشكلات/ الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والمهنية، يتضح أن المشكلات الاجتماعية احتلت الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدره (2,613)، في حين جاءت المشكلات المهنية في الترتيب الثاني، وذلك بمتوسط حسابي قدره (2,439)، وأما المشكلات الاقتصادية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (2,2158). وأما على مستوى الأداة ككل، فقد تبين أن المتوسط العام للمشكلات جميعها (الاجتماعية، والمهنية، والاقتصادية) قد بلغ (٢،٥) تقريبا، والجدول (٦) يبين ذلك.

جدول (٦)

مشكلات الإعلاميات حسب كل بعد من أبعاد أداة الدراسة.

المشكلات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المشكلات الاجتماعية	٢,٦١٣	٠,٤٥٢
المشكلات المهنية	٢,٤٣٩	٠,٢٥٣٣
المشكلات الاقتصادية	٢,٢١٥٨	٠,٢٣٥٤

وتنسجم هذه النتائج في غالبيتها مع ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة التي تم استعراضها، وبخاصة دراسة المنظمة الدولية للإعلاميات (١٩٩٥) والتي عبرت من خلالها صحفيات من أكثر من أربعين دولة في العالم عن حرمانهن في كثير من الأحيان من تغطية المواضيع العلمية والسياسية، وعدم تقدير كفاءاتهن المهنية، إضافة إلى عدم تمتعهن بالحرية الكاملة في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل. كما تتفق هذه النتائج أيضا مع النتائج التي توصلت إليها دراسة تفاحة (٢٠٠٣)، حيث بينت تلك الدراسة أن أغلب الصحفيات في الصحف اليومية الأردنية لا يمتلكن حرية الكتابة في مواضيع متعلقة بعملهن، وأرجعن ذلك إلى تعارض الموضوع مع سياسة الصحيفـــة؛ وينسجم أيضا مع ما توصلت إليه دراسة الشعبي والمصعبي(١٩٩٩) التي تناولت الحضور النسائي في وسائل الإعلام اليمنية؛ إذ أوضحت تلك الدراسة أن الإعلاميات في اليمن يعانين من التدخل الدائم في مفردات المادة الإعلامية التي يقمن بإعدادها.

وتنسجم هذه النتائج أيضا مع ما توصلت إلية دراسة تفاحة السابقة من حيث عدم شعور الإعلاميات بالأمان والرضا الوظيفي. كما أنها تتفق مع ما توصلت إليه دراسة حجاب وشلبية (١٩٩٩) حول الإحباط الذي يتسبب فيه زملاء العمل كعائق من أهم المعوقات التي تواجه الإعلاميات.

وبالنسبة لتمييز إدارة المؤسسة ضد الإعلاميات لصالح الذكور، وخاصة فيما يتعلق بتوزيع المهام الخارجية، فإن نتائج الدراسة تنسجم مع ما جاء في دراسة حجاب وشلبية (١٩٩٩) التي تناولت النساء المهنيات في وسائل الإعلام الأردنية؛ حيث توصلت دراستهما إلى أن هؤلاء الإعلاميات يشعرن بالتمييز لصالح الذكور، خاصة في المشاركة في المهمات الخارجية، كما تتفق أيضا مع دراسة المنظمة الدولية للإعلاميات (١٩٩٥)، والتي أكدت فيها صحفيات من ٤٠ دولة في العالم أن أكثر ما يعانين منه خلال عملهن الإعلامي هو التمييز ضدهن. وبالاضافة إلى ذلك تتفق هذه النتائج مع معظم ما جاء في أوراق العمل التي تقدمت بها باحثات من دول عربية مختلفة تعرضن فيها إلى بعض المشكلات التي تواجه الاعلاميات في مجتمعاتهن [٢٦].

السؤال الثالث: هل توجد علاقة بين المشكلات التي تواجهها الإعلاميات ومتغيرات الدراسة التالية:

٣/١ عدد سنوات الخبرة:

لمعرفة ذلك تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، حيث يشير جدول (٧) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشكلات الاجتماعية ومتغير الخبرة، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (4,856) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة (0,05)، بينما كانت قيمة (F) المحسوبة في المشكلات الأخرى ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05). وهذا يعني عدم وجود فروق في المشكلات الاقتصادية والمهنية تبعا لمتغير الخبرة، وهذا يعني أن هذه المشكلات هي مشكلات ملازمة للعمل المهني الجنوسي ومرافقة له. فجميع الإعلاميات اللواتي يعملن بهذه المهنة يعانين من هذه المشكلات، بصرف النظر عن خبرتهن العملية في المؤسسة.

جدول (٧)

نتائج إختبار (F) للمشكلات تبعا لمتغير عدد سنوات خبرة الإعلاميات

المشكلات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٣,٤٤	٤,٠٠	٠,٨٦	٤,٨٥٦	٠,٠٠١**
	خلال المجموعات	١٦,٨٢	٩٥,٠٠	٠,١٨		
الاقتصادية	بين المجموعات	٠,١١	٤,٠٠	٠,٠٣	٠,٤٦٧	٠,٧٦
	خلال المجموعات	5.38	95.00	0.06		
المهنية	بين المجموعات	٠,٥٧	٤,٠٠	٠,١٤	٢,٣٤٨	٠,٠٦٠
	خلال المجموعات	٥,٧٨	٩٥,٠٠	٠,٠٦		

** ذات دلالة عند مستوى (٠,٠١)

ولبيان مصادر الفروق تم استخدام اختبار شافية (Scheffe) للمقارنات البعدية بالنسبة للمشكلات الاجتماعية، حيث تبين أن الإعلاميات اللواتي تقع سنوات خبرتهن في الفئة (من ١٠ – أقل من ١٥ سنة) هن أكثر شعورا وإحساسا بالمشكلات الاجتماعية مقارنة مع باقي فئات الخبرات الأخرى، كما يبين جدول (٧). وهذا يعني أنه كلما كانت خبرة الإعلامية قليلة في العمل المهني قلت قدرتها على التكيف مع هذه المشكلات.

٣/٢ الحالة الاجتماعية :

يشير الجدول (٨) إلى أن قيمة (F) المحسوبة ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0,05) بالنسبة لمشكلات الدراسة الثلاث، مما يدل على عدم وجود فروقات في المشكلات جميعها تبعا لهذا المتغير، وهذا يعني أن جميع الإعلاميات يعانين من المشكلات نفسها بصرف النظر عن حالاتهن الاجتماعية، عزباوات كنّ أم متزوجات أم مطلقات.

جدول (٨)

نتائج اختبار (F) للمشكلات تبعا لمتغير الحالة الاجتماعية للإعلاميات

المشكلات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	١,٠٧	٢,٠٠	٠,٥٤	٢,٧٠٩	٠,٠٧٢
	خلال المجموعات	١٩,١٩	٩٧,٠٠	٠,٢٠		
الاقتصادية	بين المجموعات	٠,٢٢	٢,٠٠	٠,١١	١,٩٨٥	٠,١٤٣
	خلال المجموعات	٥,٢٧	٩٧,٠٠	٠,٠٥		
المهنية	بين المجموعات	٠,٠٤	٢,٠٠	٠,٠٢	٠,٣٣٣	٠,٧١٨
	خلال المجموعات	٦,٣١	٩٧,٠٠	٠,٠٧		

٣/٣ التخصص الأكاديمي

يبين الجدول (٩) أن قيمة (F) المحسوبة ليست ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمشكلات الدراسة الثلاث تبعا لمتغير التخصص الأكاديمي للإعلامية، مما يدل على أنهن جميعهن يعانين من المشكلات نفسها بصرف النظر عن هذا التخصص ونوعه، سواء أكان في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، أم الإدارية أم السياسية أم العلمية أم الآداب واللغات أم في الصحافة والإعلام.

جدول (٩)

نتائج اختبار(F) للمشكلات تبعا لمتغير التخصص الأكاديمي

المشكلات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٠,٣٩	٤,٠٠	٠,١٠	٠,٤٦٣	٠,٧٦٢
	خلال المجموعات	١٩,٨٧	٩٥,٠٠	٠,٢١		
الاقتصادية	بين المجموعات	٠,١٠	٤,٠٠	٠,٠٣	٠,٤٤٨	٠,٧٧٤
	خلال المجموعات	٥,٣٩	٩٥,٠٠	٠,٠٦		
المهنية	بين المجموعات	٠,٢٩	٤,٠٠	٠,٠٧	١,١٢٤	٠,٣٥٠
	خلال المجموعات	٦,٠٧	٩٥,٠٠	٠,٠٦		

٣/٤ الأجور/ الرواتب التي تتقاضاها الإعلاميات:

يتبين من الجدول (١٠) أن هناك فروقا في المشكلات الاقتصادية تبعا لمتغير الأجور؛ حيث كانت قيمة (F) المحسوبة دالة احصائيا عند مستوى (0,05) بينما لم تظهر فروق في المشكلات الاجتماعية والمهنية تبعا لهذا المتغير، حيث كانت قيمة (F) غير دالة إحصائيا.

ولبيان مصادر الفروق أشار اختبار (Scheffe)، إلى أن العاملات اللواتي يتراوح دخلهن بين (٣٠٠ ــ ٤٠٠) دينارا أردنيا هن الأكثر إحساسا وتأثرا بالمشكلات الاقتصادية مقارنة بباقي فئات الدخل الأخرى. ولعل هذا يعود إلى أن زيادة دخل الإعلاميات ضمن هذا المستوى يؤدي إلى زيادة متطلبات إضافية صارت تبدو ضرورية لمهنتهن. فالإعلاميات ذوات المستوى الأدنى يرضين بالأجر القليل ويتكيفن معه.

جدول (١٠)

نتائج اختبار (F) للمشكلات تبعا لمتغير الأجور

المشكلات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	Fالمحسوبة	مستوى الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	١,٦٩	٤,٠٠	٠,٤٢	٢,١٦٥	٠,٠٧٩
	في المجموعات	١٨,٥٧	٩٥,٠٠	٠,٢٠		
الاقتصادية	بين المجموعات	٠,٥٣	٤,٠٠	٠,١٣	٢,٥٦١	*٠,٠٤٣
	خلال المجموعات	٤,٩٥	٩٥,٠٠	٠,٠٥		
المهنية	بين المجموعات	٠,٤٥	٤,٠٠	٠,١١	١,٨٢٩	٠,١٣٠
	خلال المجموعات	٥,٩٠	٩٥,٠٠	٠,٠٦		

* ذات دلالة عند مستوى (٠,٠٥)

٣/٥ طبيعة العمل/ الوظيفة:

يوضح الجدول (١١) أن قيمة (F) المحسوبة ذات دلالة إحصائية بالنسبة للمشكلات المهنية تبعا لمتغير طبيعة العمل، حيث كانت (F) ذات دلالة عند مستوى (0,05)، بينما كانت قيمة (F) غير دالة في المشكلات الاقتصادية والاجتماعية. وباستخدام اختبار شافيه (Scheffe) البعدي تبين أن وظيفة مندوبة (Reporter) هي أكثر وظيفة من الوظائف التي تواجه مشكلات مهنية، وخاصة مشكلات التحرش الجنسي، مقارنة بباقي الوظائف. وربما يعود ذلك إلى الطبيعة المهنية الحرجة لهذه المهنة والتي تتطلب العمل في الميدان، مما يضطر من تزاولها للاحتكاك مع أفراد مختلفين من المجتمع.

جدول (١١)

نتائج إختبار (F) للمشكلات تبعا لمتغير طبيعة العمل/ الوظيفة

المشكلات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٢,٩٣	١٢,٠٠	٠,٢٤	١,٢٢٤	٠,٢٨٠
	خلال المجموعات	١٧,٣٣	٨٧,٠٠	٠,٢٠		
الاقتصادية	بين المجموعات	٠,٣٧	١٢,٠٠	٠,٠٣	٠,٥١٨	٠,٨٩٨
	خلال المجموعات	٥,١٢	٨٧,٠٠	٠,٠٦		
المهنية	بين المجموعات	١,٥٥	١٢,٠٠	٠,١٣	٢,٣٤٤	*٠,٠١٢
	خلال المجموعات	٤,٨٠	٨٧,٠٠	٠,٠٦		

* ذات دلالة عند مستوى (٠,٠٥)

خلاصة وتوصيات

كشفت نتائج الدراسة عن وجود دوافع عديدة دفعت الإعلاميات الأردنيات للعمل بهذه المهنة، كان أبرزها تحقيق الفائدة للمجتمع، والوصول إلى مكانة اجتماعية مرموقة تقربهن من أصحاب النفوذ والجاه الاجتماعي، وتقدير المجتمع لهن، وتحقيق مكاسب مادية تؤمن لهن استقلالا ماديا يبعدهن عن الحاجة إلى الناس. ولعل التفسير الاجتماعي لهذه الدوافع يتصل بطبيعة نظرة المجتمع الدونية الى المرأة وإلى مكانتها الاجتماعية في المجتمع، مما يدفعها إلى محاولة القيام بأي شيء من أجل تغيير هذه النظرة والمكانة، والنهوض بأعباء رفع الضيم الذي تشعر به جراء هذه النظرة فيما يشبه التعويض النفسي والاجتماعي باتجاه تحقيق قبول اجتماعي أعلى من خلال العمل بمهنة الإعلام من جهة، أو من خلال بعض النتائج المتوقعة للعمل بهذه المهنة كسهولة الاتصال بصانعي القرارات والسياسات المهمة في المجتمع.

ولكن العمل بهذه المهنة لم يغير كثيرا من هذه المكانة، ولم يرفع الظلم الواقع عليها، بل إنه في الواقع كان قد أضاف اليهن مشكلات أخرى فوق المشكلات التي يواجهنها أصلا في المجتمع.

وأما فيما يتعلق باللامساواة الجنوسية فقد ظهرت على شكل مشكلات اجتماعية ومهنية واقتصادية وذلك على مستوى الممارسة، والعلاقات والتفاعلات اليومية، وتوزيع القوة بين الإعلاميات والإعلاميين في الجانب المتعلق بعملية اتخاذ القرارات. وهذه المستويات هي في الأصل المستويات التي تتجسد فيها مشكلات اللامساواة الجنوسية بمفهومها السوسيولوجي، كما تقول الباحثة في مسألة اللامساواة الجنوسية جوان آكر(Acker) [٢٧] ، وما كان قد ذهب إلية روبرت كونيل ، وولبي وغيرهم ممن استعرضنا لمسلمات منظوراتهم في الاطار النظري لهذه الدراسة .

فعلى مستوى الممارسة للامساواة الجنوسية في المؤسسة، بينت نتائج الدراسة أن كثيرا من صانعي القرار الإعلامي فيها كانوا يستثنون الإعلاميات من القيام بتفيذ بعض الأعمال والمهمات الإعلامية المهمة، ويوكلون مثل ذلك للرجال؛ وعلى مستوى الممارسة أيضا كثيرا ما كانت توضع العراقيل والعقبات أمام الإعلاميات للحد من نشاطاتهن وإبداعاتهن وطاقاتهن، سواء أكانت هذه العقبات آتية من قبل رؤسائهن الذكور في المؤسسة، أم آتية من نظام الترقية المهنية غير المنصف لهن؛ وكثيرا أيضا من إقتراحات وأفكار الإعلاميات التي كن يطرحنها أو يتقدمن بها لتطوير سير العمل أو الإرتقاء بالمهنة والنهوض بها كانت تواجه بالرفض من قبل الذكور لا لشيء إلا لأن معظم أصحاب القرار الإعلامي يتمتع بنمط من التفكير الذكوري الذي لا يتقبل اقتراحات وأفكار تأتيه من النساء. وإذا ما أضفنا إلى كل ما سبق من ممارسات جنوسية ، المضايقات والتحرشات الجنسية التي تتعرض لها الإعلاميات في ميدان العمل الميداني، لاتضح لنا بشكل جلي حجم الممارسات المتعلقة باللامساواة الجنوسية الذي تتعرض له الإعلاميات في هذه المؤسسة.

وأما المظهر الآخر الذي تبدت فيه اللامساواة الجنوسية في المؤسسة فيتصل بتوزيع القوة بين الإعلاميات والإعلاميين في الجانب المتعلق بعملية اتخاذ القرارات. فممارسة الفرد لعملية إتخاذ القرارات داخل أي مؤسسة ما من المؤسسات هو تعبير، في الحقيقة، عن مدى ما يتمتع به ذلك الفرد من قوة ونفوذ وسلطة داخل تلك المؤسسة. وبالعودة إلى نتائج الدراسة، تبين في هذا الصدد أن الإعلاميات في المؤسسة لا يتمتعن بالقدر نفسه من القوة والسلطة والنفوذ الذي يتمتع به الإعلاميون الذكور في ما يتصل بعملية اتخاذ القرار الإعلامي . فهناك (٧٠%) من هؤلاء الإعلاميات يرأسهن إعلاميون من الذكور، وعلية فقرارات المؤسسة الحاسمة هي بيدهم وليست بيدهنّ، وحتى في الحالات التي كنّ هنّ فيها يشغلن مراكز قيادية، ونسبتهن (٣٠% فقط)، لم يستطعن، في كثير من الأحيان، كما دلت نتائج الدراسة، أن يتخذن قرارات إعلامية تتعلق بعملهن، حتى ولو كان قرارهن من الحجم الخفيف من حيث القوة، كاختيارهنّ، مثلا، لموضوع من الموضوعات الإعلامية المتعلقة بالمرأة نفسها.

وفي الحقيقة، فإن مشكلات اللامساواة الجنوسية السابقة ليست قصراً على الإعلاميات الأردنيات وحدهن، بل هي مشكلات عامة تعاني منها الإعلاميات العربيات في المؤسسات الإعلامية الأخرى التي يعملن بها، مع اختلاف نسبي، بالطبع، في طبيعة هذه المشكلات وحجمها. وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على مدى اللامساواة الجنوسية في المؤسسات الإعلامية في المجتمع العربي. وهذا ما كانت قد توصلت إليه نتائج الدراسات التي تم استعراضها في هذه الدراسة، سواء من المجتمع المصري، أم اللبناني، أم اليمني، أم نتائج تلك الدراسة المسحية الشاملة التي أجرتها المنظمة الدولية للنساء الإعلاميات باللغة الانجليزية حول المشكلات التي تواجه الإعلاميات في (٤٠) دولة من دول العالم، أم نتائج تقرير تنمية المرأة العربية الثالث حول "المرأة العربية والإعلام: دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين ١٩٩٥

ـ ٢٠٠٥"[٢٨]، حيث بين التقرير مدى التمييز الجنوسي الذي تتعرض له الإعلاميات في المؤسسات الإعلامية في المجتمع العربي.

وإذا كانت اللامساواة الجنوسية في المؤسسات الإعلامية العربية منتشرة بهذا الحد وهذه العمومية، فإنه لا يجب أن نتوقع لها حلولا سريعة وسهلة. ومع ذلك فمثل هذه الحلول غير مستحيلة أو متعذرة. وفي إطار البحث عن هذه الحلول فإننا نرى في بعض ما قدمه أصحاب المنظور النسوي الليبرالي وفي ما قدمه كونيل أيضا في هذا الشأن، حلولا عملية وواقعية. واستنادا إلى ذلك، فإننا نقترح التوصيات العملية التالية على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني،للتخفيف من أعباء هذه المشكلات ومخاطرها على الإعلاميات العاملات فيها، وعلى المؤسسات الإعلامية الأخرى أيضا التي تتعرض العاملات فيها لمشكلات جنوسية مشابهة:

١. ضرورة إعادة النظر في رواتب/أجور الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني والعمل على تحسينها بما يتلاءم ومتطلبات العيش.

٢. رصد مكافآت مادية للإعلاميات العاملات في المؤسسة اللاتي يقدمن أعمالا إعلامية متميزة.

٣. إقرار نظام توظيف وترقية منصفين وغير منحازين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، يحدان من تدخلات الوساطة في التوظيف ، ولا يعيق فرص الترقي الوظيفي أمام الإعلاميات.

٤. إعطاء مزيد من الحرية للنساء الكفوات لممارسة اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهن.

٥. تمكين الإعلاميات مهنيا بحيث يصبحن على قدر من الكفاءة والقدرة المهنية التي تتمتع بها زميلاتهن في المؤسسات الإعلامية الأخرى في الخارج.

الهوامش والمراجع

(١) للإطلاع على مساهمة النساء في النشاط الاقتصادي في المجتمع العربي أنظر، على سبيل المثال:

- فـؤاد، ثناء (٢٠٠١)، الدولة والقوى الاجتماعية في الوطن العربي: علاقات التفاعل والصراع. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. وأما حول مساهمتهن في السوق المحلي الأردني فانظر:
- البوريني، عمر، والهندي، هاني (١٩٩٤)، المرأة الأردنية "رائدات في ميدان العمل". (ط١). عمان: دار الجميع، الأردن.
- الفرحان، أمل (١٩٩٢)، دمج المرأة الأردنية في التنمية. في: نبيل خوري، وأحمد الأحمد، المرأة في سوق العمل الأردني. الطبعة الأولى، عمان: الجمعية العلمية الملكية.ص ص:١١ ــ ٢٧.
- صندوق الأمم المتحدة الإنمائي/اليونيفيم (٢٠٠٤)، تقرير أوضاع المرأة الأردنية: الديموغرافية، المشاركة الإقتصادية، المشاركة السياسية، والعنف ضد المرأة. عمان: الأردن.

(٢) يميز علماء الاجتماع بين مفهومي الجنس والجنوسة؛ فالأول يشير إلى الفروق البيولوجية بين جسم الذكر وجسم الأنثى، بينما يشير الثاني إلى الفروق الثقافية والاجتماعية والنفسية بين الرجال والنساء. وهذا يعني أن الجنس مفهوم بيولوجي، والجنوسة مفهوم ثقافي. ومن أجل التمييز بين هذين المفهومين أنظر:

- The Wharton, A. (2005) Sociology of Gender, Blackwell Publishing Ltd. P18.

(٣) تستخدم هذه الدراسة مصطلح العمل ليشير إلى أداء مهمات تتطلب بذل طاقات عقلية أو ذهنية أو بدنية في سبيل إنتاج سلع أو خدمات تلبي احتياجات بشرية؛ وأما المهنة فتشير الى العمل الذي يؤدّى لقاء أجر منتظم. انظر في ذلك:

- Giddens, A. (2001) Sociology. 4th edition, Polity Press: UK. P113.

(٤) اللامساواة الجنوسية، مصطلح يستخدمه علماء الاجتماع ليشروا إلى الفوارق في ما يتمتع به الرجال والنساء من مكانة ووجاهة في سياقات مختلفة. انظر في ذلك، المرجع السابق:

- Giddens, A. P415.

(٥) تفاحة، علياء (٢٠٠٣)، مشكلات المرأة الصحفية العاملة في الصحف اليومية الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

(٦) حجاب، عزت، وشلبية، محمود (١٩٩٩)، النساء المهنيات في وسائل الإعلام الأردنية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. مجلد (١٥) عدد (١)، ص ص:١٥٩-١٩١.

(٧) حداد ، تريز (١٩٨٨)، واقع الصحافة النسائية في الأردن. نقابة المحامين: عمان، الأردن.

(٨) القادري، نهوند وحرب، سعاد (٢٠٠٢)، الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون بحث في الأدوار والمواقع. (ط١)، بيروت: تجمع الباحثات اللبنانيات، لبنان.

(٩) الشعبي، خالد، والمصعبي، رجاء (١٩٩٩-٢٠٠٠)، الحضور النسائي في وسائل الإعلام اليمنية. باحثات: الكتاب السادس. بيروت، لبنان. ص ص:٣٨٨-٤١٣.

(١٠) عبد الرحمن، عواطف (١٩٩٤)، المرأة العربية والإعلام بين الواقع والاستجابة، الدراسات الإعلامية، عدد ٧٥، المركز العربي الإقليمي. القاهرة، مصر ص ص:٩٤-١١٣.

(11) The International Women's Media Foundation. (1995). "Women in the Media: Facing Obstacles, Changing Attitudes". In: Hernandez, Debra, Editor & Publisher. Vol. 129. Issue 16. (pp. 2-12).

(١٢) للاطلاع على النظريات النسوية باتجاهاتها المختلفة، وعلى مرتكزات كل نظرية من هذه النظريات ومسلماتها، وعلى التطور التاريخي لها، أنظر على سبيل المثل:

- Lindsey, L, (1994). Gender Roles: A Sociological Perspective. Prentick Hall, Englewood Cliff: New Jersey.

- Fenstermarker, S., West, C. (2002). Doing Gender, Doing Difference, (eds). Routledge: London.

- Barrett, M., Davidson,M. (2006) .Gender and Communication at Work. Ash gate: UK.

- Tong, R. (1998). Feminist Thought: a More Comprehensive Introduction. Boulder, Colorado: West view Press.

- Ware, V. (1992). Beyond the pale: white women. Racism and History. London: Verso.

(13) Giddens, A. (2001) Sociology. 4th edition, Polity Press: UK. P113.

(١٤) للمزيد من الاطلاع على هذا النقد أنظر:

- Bradley, H. (1989). Men's Work, Women's Work: A sociological History of the Sexual Division of Labour in Employment. Cambridge: Polity Press.

(15) Fulcher, J. and John, Scott. (2005). Sociology. Second edition. Oxford university press: UK. p164.

(١٦) المرجع السابق (فولشر وسكوت)، ص١٦٥.

(17) Walby, S. (1990). Theorizing Patriarchy. Oxford: Blackwell. P.20.

(١٨) المرجع السابق (وولبي)، ص ٢٠.

(١٩) المرجع السابق. ص ٢٠.

(٢٠) المرجع السابق. ص ٢٤.

(21) Connell, R. W. (1987). Gender and Power: Society, the Person and the Sexual Politics .Cambridge: Polity Press.P.140.

(٢٢) المرجع السابق. (كونيل)، ص١٤١.

(٢٣) المرجع السابق. ص١٤٢.

(٢٤) كما وردت في:

- Fulcher, J., and John Scott. (2005). Sociology. Second edition. Oxford University Press. P.168.

(٢٥) كما وردت في المرجع السابق(فولشر وسكوت)، ص ١٦٨.

(٢٦) أنظر ورقتي كل من :

- مطر، خولة (٢٠٠١)، المذيعات العربيات : صورة جديدة للمرأة أم أداة لتسويق المحطات الفضائية؟. مؤتمر الإعلاميات العربيات . عمان، الأردن ، ١٦ ــ ١٨ حزيران.
- قصاب ، نجوى (٢٠٠١)، المعوقات والعقبات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجه الإعلاميات العربيات . مؤتمر الإعلاميات العربيات ، عمان الأردن .

(27) Acker, J. (1992). Gendered Institution", Journal of Contemporary Sociology. Vol. 21: P565-569.

(٢٨) مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر". (٢٠٠٦)، المرأة العربية والإعلام: دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين ١٩٩٥ – ٢٠٠٥. تونس.