

**دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة - دراسة ميدانية
من وجهة نظر الناشطات النسويات**

**The Role of Jordanian Media in Supporting Women's
Issues - Field study - from the point of
view of women activists**

إعداد:

أفين قاسم محمد فهمي الكردي

إشراف الدكتور:

محمود الرجبي

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2021

تفويض

أنا أفين قاسم محمد فهمي الكردي، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخة من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: أفين قاسم محمد فهمي الكردي.

التاريخ: 2021 / 01 / 20.

التوقيع: أفين قاسم محمد فهمي

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة - دراسة ميدانية

من وجهة نظر الناشطات النسويات.

للباحثة: أفين قاسم محمد فهمي الكردي.

وأجيزت بتاريخ: 20 / 01 / 2021.

أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	أ. د. عزت محمد حجاب
	جامعة الشرق الأوسط	مشرقًا	د. محمود أحمد الرجبي
	جامعة الشرق الأوسط	عضوًا من داخل الجامعة	د. كامل خورشيد مراد
	جامعة الشرق الأوسط	مراقب الجلسة	د. أحمد علي عريقات
	جامعة البتراء	عضوًا من خارج الجامعة	أ. د. تيسير احمد أبو عرجة

شكر وتقدير

لا يسعني وأنا أضع اللمسات الأخيرة في رسالتي هذه إلا أن أبدأ بالشكر لله عزّ وجلّ الذي قدّرنى وسخّر لي السبل والظروف للبدء والإنهاء بالرغم من كلّ الصعاب والمخاوف ...

أشكر ابنتي وريحانة قلبي لافا التي تحملت غيابي أحياناً وانشغالي بالمحاضرات والدراسة والأبحاث خلال فصول الدراسة ...

لأوّل من أخذ بيدي لهذه الخطوة شكراً عظيماً من القلب، ولا تسعه سماءٌ ولا أرض

للدكتور سليم شريف وجوخ.

كما وأتوجّه بخالص الشكر والتقدير لمعلمي وقُدوتي والأبّ الروحي الدكتور كامل خورشيد الذي دعمني كل الدعم بموضوع رسالتي وسنين الدراسة وذلّل لي الصعاب ... والأستاذ العظيم يحيى شقير الذي كان لي يد العون دائماً ... ومعلمي ومشرفي الغالي الدكتور محمود الرجبي الذي لم يتوان عن دعمي بتوظيف أفكارى في رسالتي، ولما كان لنصائحه وتوجيهاته أثر بليغ في نفسي ورسالتي.

ولا يفوتني أن أشكر كلّ من كان لهم الفضل واشتدّ أزرى بهم من الأهل والصدقات والأصدقاء أختي سوزان وبناتها شيرين ودارين ولينا ... الزميل والأخ عبدالرحمن شنان صديقة عمري وسندي الاء القاسم ... والغالية رانيا حسين والأخت العظيمة هيفاء غيث والبعيدة القريبة غفران البدو والصديق هيثم الشوبكي.

وأخيراً لكلّ من راهن على تعثري وأسقطت رهانه بالخصوص.

الباحثة

أفين الكردي

الإهداء

إلى روح والدي الغالي (رحمه الله) ...

إلى لافا ابنتي ومهجة قلبي التي من أجلها أصبحت امرأة ذات قضية ...

إلى كلِّ امرأةٍ عانت وقُهرت وظلمت وسعت جاهدة لتغيير واقعها المؤلم إلى واقع مشرقٍ لها ولأطفالها

... إلى كلِّ أمٍ مُعيّلة لم تتخلَّ عن فلذة كبدها برغم الظروف الصعبة ...

الباحثة

أفين الكردي

فهرس المحتويات

أ.....	العنوان
ب.....	تفويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	شكر وتقدير
ه.....	الإهداء
و.....	فهرس المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ط.....	قائمة الأشكال
ي.....	قائمة الملحقات
ك.....	الملخص باللغة العربية
ل.....	الملخص باللغة الإنجليزية

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

2.....	1-1 مقدمة
4.....	2-1 مشكلة الدراسة
4.....	3-1 أهمية الدراسة
6.....	4-1 أهداف الدراسة
7.....	5-1 أسئلة الدراسة
7.....	6-1 حدود الدراسة
8.....	7-1 محددات الدراسة
8.....	8-1 مصطلحات الدراسة

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

12.....	1-2 الأدب النظري
25.....	2-2 الدراسات السابقة
33.....	3-2 التعليق على الدراسات السابقة
34.....	4-2 توظيف الدراسات السابقة

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

- 1-3 منهج الدراسة 37
- 2-3 مجتمع الدراسة 37
- 3-3 البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة 38
- 4-3 أداة الدراسة 39
- 6-3 إجراءات الدراسة 40
- 7-3 صعوبات الدراسة 41
- 8-3 طريقة تحليل البيانات 42

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

- 1-4 مقدمة 44
- 2-4 إجابة السؤال الأول: أولويات قضايا المرأة التي تحتاج لدعم الإعلام 44
- 3-4 أكثر وسيلة إعلامية تثق بها الناشطات النسويات للتوعية بحقوق المرأة 46
- 4-4 البرامج التي تجد فيها الناشطات النسويات مضمون يدعم المرأة بشكل قوي 48
- 5-4 التوصيات التي تقدمها الناشطات النسويات لوسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة 51

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

- 1-5 مقدمة 58
- 2-5 مناقشة نتائج الدراسة 58
- 3-5 التوصيات 66

المصادر والمراجع

- أولاً: المراجع العربية 68
- ثانياً: المراجع الاجنبية 72
- الملحقات 74

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
38	البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة	1 - 3
39	البيانات الديمغرافية لمجتمع الدراسة	2 - 3

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
15	تطور البث الإذاعي في الأردن	1 - 2
17	أكثر مصدر متابعة للحصول على الأخبار في الأردن	2 - 2
19	المراكز التي تولتها المرأة من عام 1979-1999.	3 - 2
19	نسبة القاضيات في الأردن.	4 - 2
21	نسبة عضوية المرأة في النقابات.	5 - 2

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
75	الأسئلة الموجهة للناشطات النسويات	1

دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة -دراسة ميدانية

من وجهة نظر الناشطات النسويات

إعداد: أقين قاسم محمد فهمي الكردي

إشراف الدكتور: محمود الرجبي

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على وجهة نظر الناشطات النسويات في الأردن حول الدور الذي يقوم به الإعلام الأردني بالاهتمام بقضايا المرأة، باعتماد المنهج النوعي بأسلوب التوجّه بأسئلة الدراسة إلى مجموعة من الناشطات النسويات باعتماد المُقابلة الفردية المعمّقة.

وقد بلغ مجتمع الدراسة (400) ناشطة نسوية، وأجرت الباحثة لقاءاتٍ معمّقةً فرديةً مع (16) مبحوثة منهنّ، تم اختيارهنّ بطريقة العينة القصدية. وتوصّلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أنّ قضايا الإعلام لا تتجزأ، ولا تتفصل عن قضايا الإنسان، وضرورة التركيز على عدّة قضايا تخصّ المرأة؛ منها القوانين المؤثرة على حياتها، والمساواة الجندرية، وحصول الأبناء على جنسية أمهاتهم، والوصاية على الأبناء بعد الطلاق، والعدالة في التوظيف والعنف ضد المرأة، ونفقات الأطفال بعد الطلاق، وحضانة الأطفال والأمهات المعيلات.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ الإعلام لا يتطرق فعلياً بشكلٍ كافٍ لهذه القضايا، وتبيّن ضعف ثقة الناشطات النسويات بوسائل الإعلام، وظهر أنّ الأعمال الدرامية من الوسائل التي تدعم حقوق المرأة نسبياً حسب وجهة نظر بعض المبحوثات، بينما اعتبرت بعضهنّ العكس، وكما توصّلت الدراسة إلى ضرورة وجود مؤسسات إعلامية قوية تتبنى قضايا المرأة، وإعطاء الوقت الكافي لمناقشة قضايا المرأة في المحتوى الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: الدور، الإعلام الأردني، قضايا المرأة، الناشطات النسويات، الإعلام.

**The Role of Jordanian Media in Supporting Women's Issues - Field
Study - From the Point of View of Women Activists**

Prepared by: Aveen Qassim Kurdi

Supervised by: Dr. Mahmoud Ahmad Rajabi

Abstract

This study aimed to recognize the perspective of the active feminists in Jordan about the role that the Jordanian media's interests with women's issues, using the qualitative approach throughout targeting a group of active feminists using n-depth individual interviews, that included 400 active feminists.

The researcher had interviewed 16 feminists whom where selected by intentional sampling .

The study resulted many results most importantly that Media issues are indivisible from human issues, and the importance of concentrating on several issues that concerns women issues, for example the laws that affects her life, gender equity and the ability of granting their children their nationality and child custody and job equity and violence against women and kid alimony and custody .

The study resulted that Media doesn't really covers those issues, and showed that the feminists have minimal trust in media, and showed that dramas are one of the ways to supports women's rights to a certain level, meanwhile some of them didn't really see that.

The study also resulted that their should be strong media organizations support women's rights.

Keywords: The Role, The Jordanian Media, Women Issues, Women Activist, Media.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

- 1-1 مقدمة.
- 2-1 مشكلة الدراسة.
- 3-1 أهمية الدراسة.
- 4-1 أهداف الدراسة.
- 5-1 أسئلة الدراسة.
- 6-1 حدود الدراسة.
- 7-1 محددات الدراسة.
- 8-1 مصطلحات الدراسة.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

1-1 مقدمة

تُعدّ وسائل الإعلام من أهم مصادر المعلومات للجمهور في ضوء اندماج التكنولوجيا بالاتصال والمعلومات (Information communication technologies (ICTs) ونظراً لسرعتها وأنيّتها في إيصال المعلومات أصبح تأثيرها في المتلقّي يُؤخذ في الاعتبار في تغيير قيم ومواقف الجمهور تجاه مختلف الأحداث. ويتم هذا التأثير من خلال اتجاه الفرد لحماية نفسه من خلال التعرّض الانتقائي Selective Exposure، والإدراك الانتقائي Selective Perception، والتذكر الانتقائي Selective Retention، وذلك بهدف تجنب الرسائل التي لا تتفق مع أفكارنا ومعتقداتنا. (مكاوي والسيد، 2003؛ ص 397-398).

إنّ تعبير "المرأة نصف المجتمع" يُمثل إقراراً بحد ذاته سقط في الحيز العام بأهميّة دور المرأة في المجتمعات، وهذا يُبين إمكانياتها ومكانتها الأساسية أينما حلّت. وتتعدد قضايا المرأة وما تواجهه من هضمٍ للحقوق وجورٍ من المجتمع والقوانين والعادات والتقاليد في بعض الأحيان. وهذا يستلزم أن يكون للإعلام دورٌ حيويٌّ ومهم في الدفاع عن قضاياها. والترويج الدائم لكل ما تمرُّ به من عوائق حياتية غير منطقية ومبرّرة بالعادات والتقاليد والقوانين والمساعدة على إيجاد الحلول الفعلية لهذا الجور المتراكم منذ الأزل، ولا يوجد أفضل من وسائل الإعلام لنصرة أصحاب القضايا.

وقد برزت أهميّة وسائل الإعلام المختلفة في المجالات كافة دون استثناء، ومن أهمّها دعم ومساندة قضايا المرأة، لما لها من دور مؤثر سواء أكان ذلك على الرأي العام، أم على المسؤول وصانع القرار، واستثمار توقيع الأردن على الاتفاقيات الدولية المعززة لحقوق المرأة وسعيه إلى إعداد

تشريعات تضيف مكتسبات جديدة للمرأة في المجتمع بشكل عام في سبيل تهيئة الظروف الأنسب لها، وتمكينها في المجالات كافة.

ويبدو أن اهتمام الإعلام الأردني بشكل عام بقضايا المرأة ليس جديداً، لكنه يبقى يدور في نمطين رئيسيين هما: الأول تتميط المرأة كمستهلكة، وثانياً كسلعة ترافق الإعلانات مما يعمل على إيجاد صور نمطية سلبية لها. ويتبين ذلك من خلال (الخصاونة، 2015):

1- وجود مبالغة في إظهار مفاتن المرأة بشكل مكثف في الإعلانات التي تظهر بها.

2- إنّ العامل الأكثر فاعلية في استخدامها بالإعلان هو جمالها.

وتؤدّي منظمات المجتمع المدني بشكل عام، والناشطات النسائيات دوراً مهماً في الدفاع عن قضايا المرأة. وقد ساهمت هذه المنظمات في إحداث مجموعة من التغييرات المهمة في مجال التدريب وبناء قدرات النساء في المجتمعات المحلية، وفتحت المجال أمامهن للانخراط في مؤسسات المجتمع المدني خصوصاً في مجال التوعية، والتنمية والمشاركة السياسية وإدارة الشأن العام، وتوفير بيئة آمنة وحاضنة لقدراتهن والمساهمة في تحسين نوعية الحياة لهنّ ولأسرهن وللنساء الأخريات في مجتمعاتهن.

وكان مجلس الوزراء، قد أقرّ الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة (2020-2025)، بمناسبة يوم المرأة العالمي الذي يُصادف في الثامن من آذار (مارس) من كلّ عام، والتي تأتي تطويراً للاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة (2013-2017)، والتي كان من أهدافها "توظيف وسائل الإعلام في توعية المرأة وأسرته ومجتمعها بأهميّة دورها كشريك استراتيجي في إحداث التنمية المجتمعية المستدامة بمختلف محاورها"، وتغيير الصورة النمطية التي تبثّها بعض وسائل الإعلام عن المرأة بإبراز دورها بصفتها شريكاً متكافئاً في المجالات كافة".

وتبيّن الدراسات أن سلوك الإنسان وتصرفه مرهون بالصورة النمطية المختزنة في إطاره المرجعي وتحصل الاستجابة لرسالة من الرسائل نتيجة التفاعل بين رموز تلك الرسالة وبين الصورة العقلية المتكونة عن الخبرات السابقة (الموسى، 1997).

2-1 مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في تساؤل رئيس مفاده: كيف تنتظر الناشطات النسويات في الأردن إلى دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة؟

3-1 أهمية الدراسة

1-3-1 الأهمية العلمية

من الأسباب التي جعلت الباحثة تختار هذا الموضوع ندرة الدراسات المتخصصة المعتمدة على المنهج النوعي في بيان دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة باعتبارها طاقة يمكن أن تسهم في عملية التنمية. ولاحظت الباحثة أن كثيراً من النساء لا يعرفن حقوقهن في عدة قوانين كقانوني العمل والضمان الاجتماعي، أو في مجال قانون الأحوال الشخصية رقم 15 لسنة 2019 (وبالأخص المطلقات وأطفالهن)، وما يخص قانون الجنسية، ولاحظت الباحثة أيضاً أن القوانين السارية اتجاه المرأة لا يتم تعديلها من دون مناصرة الإعلام ولا يتم بيان سلبياتها وآثارها مع إن لها تأثيراً سلبياً على سير حياة المطلقات مثال على ذلك (المادة 171/ب و 171/ب و 176 و 223 و 172 من قانون الأحوال الشخصية) الذي أضرّ بالمطلقات وأطفالهن من حيث فقدان الأم التي حملت وسهرت وتعبت ليأتي القانون وينتزع منها طفلها في حالة زواجها من غير الأب، ولا يعتبرها وصية على طفلها بل اعتبرها فقط أداة عناية بالطفل لعمر معين وحالة اجتماعية معينة.

وربما تكون الثقافة القانونية للنساء بشكل عام أقل من الثقافة القانونية للرجال لأسباب عديدة لا مجال للخوض فيها.

1-3-2 الأهمية التطبيقية

غالباً ما تعلق الناشطات النسويات آمالاً كبيرة على وسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة وزيادة إبراز هذه القضايا كماً وكيفاً على وسائل الإعلام.

وقد أجرى مركز حماية وحرية الصحفيين استطلاعاً لرأي الصحفيين كجزء من تقريره السنوي "حالة الحريات الإعلامية في الأردن لعام 2014: طريق مسدود". وأشار استطلاع رأي أن (65) في المئة من المشاركين في الاستطلاع يرون أن المرأة في الإعلام عانت من التمييز (مركز حماية وحرية الصحفيين، 2014، ص 35).

وينصّ منهاج العمل الصادر عن مؤتمر بكين عام 1995 والذي تلتزم به الدول العربية ومنها الأردن: على استخدام وسائل الاتصال لتغيير الأدوار الاجتماعية، وتحقيق المساواة بين النساء والرجال كمنطلق للعمل الإعلامي (منظمة المرأة العربية، 2005، ص 52).

تعدّ وسائل الاعلام بأنواعها المختلفة من أهمّ الأدوات في تكوين وتشكيل الصورة الذهنية في أذهان الناس. ووسائل الاعلام بشكل عام تقوم بنقل المعلومات والمعارف إلى الجمهور المتلقي على نطاق واسع، والذي يساهم بشكل كبير في تكوين تصوراتنا عن المرأة. وأصبحت الصورة الذهنية مجالاً خصباً للدراسات الإعلامية العليا (الماجستير والدكتوراه). ونظرة سريعة على هذه الرسائل الجامعية تبين هذه الحقيقة (حسين، 1997).

كما تُعدّ وسائل الإعلام من أفضل الوسائل لتوعية المرأة بحقوقها نظراً لوصولها إلى النساء في مختلف أماكن سكنهن في المدن والقرى والبيوادي. كما تُعدّ وسائل الإعلام فرصة يمكن من خلالها الدفع بقضايا المرأة إلى واجهة الاهتمام، وتصحيح الصورة التي رسخها الإعلام التقليدي عن المرأة بشكل عام والأردنية بشكل خاص، وتعدّ قضايا المرأة من أهمّ القضايا التي يتم مناقشتها في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، وجاء هذا الاهتمام متماشياً مع الاتجاه السياسي العام في أغلب البلاد العربية التي أصبحت تولي المرأة وقضاياها اهتماماً متزايداً، حيث تتبع أهمية قضايا المرأة وخصوصيتها من أنها تتشابه مع كل القضايا المجتمعية السياسية والاجتماعية والصحية والتعليمية وغيرها.

4-1 أهداف الدراسة

هدف الدراسة الرئيس: التعرف على وجهة نظر الناشطات النسويات في الأردن حول الدور الذي يقوم به الإعلام الأردني بالاهتمام بقضايا المرأة. ويتفرّع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- 1) توضيح دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة من وجهة نظر الناشطات النسويات.
- 2) التعرف على تقييم الناشطات النسويات في الأردن لمستوى الدعم الإعلامي للمرأة الأردنية تجاه قضاياهن المختلفة.

- 3) تحديد القضايا التي متوقع من وسائل الإعلام دعمها لدعم المرأة.
- 4) كشف المعوقات والصعوبات التي تواجه النساء المعنفات والمطلقات.

ومن المؤمل أن تستفيد الجهات التالية من هذه الدراسة:

أ. الحكومة والسلطة التشريعية لعلها تساهم في تعديل التشريعات التي من شأنها دعم قضايا المرأة في ضوء النتائج التي ستتوصل لها الدراسة.

ب. القائمون على العملية الاتصالية في وسائل الإعلام لتعظيم دور الإعلام في دعم قضايا المرأة.

ج. منظمات المجتمع المدني وخاصة النسائية منها الراغبة في إحداث تغيير حقيقي في تمكين المرأة.

د. الباحثون: خاصة طلبة الدراسات العليا الذين يجرون دراسات وأبحاثاً عن تغيير الصور النمطية للرجل أو المرأة.

1-5 أسئلة الدراسة

حاولت هذه الدراسة الإجابة على الأسئلة الآتية:

(1) ما دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة من وجهة نظر الناشطات النسويات.

(2) ما تقييمك كناشطة لمستوى الدعم الإعلامي للمرأة الأردنية تجاه قضاياها المختلفة؟

(3) ما القضايا التي متوقع من وسائل الإعلام دعمها لدعم المرأة؟

(4) ما المعوقات والصعوبات التي تواجه النساء المعنّفات والمطلقات؟

1-6 حدود الدراسة

الحدود المكانية

أُجريت الدراسة المسحية داخل مدينة عمان - المملكة الأردنية الهاشمية) بواسطة اللقاءات

المعمقة الفردية مع الناشطات النسويات.

الحدود التطبيقية

تتمثل الحدود التطبيقية في اختيار عينة قصدية من الناشطات النسويات الأردنيات لمعرفة رأيهن بدور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة. أجريت هذه الدراسة على ما مجموعه (16) ناشطة نسائية.

الحدود الزمانية

أُجريت الدراسة الميدانية خلال المدة من 2020/10/01 لغاية 2020/12/01.

7-1 محددات الدراسة

طبقت الدراسة على عينة من الناشطات النسويات في الأردن، بحيث قامت الباحثة باختيار العينة بطريقة قصدية مُعتمدة على خبرتها الشخصية و معرفتها الجيدة بمجتمع الدراسة إضافة إلى معرفة بعض المبحوثات أنفسهن بحيث قامت باستطلاع رأي كل مبحوثة، وطلب اقتراحها لعمل لقاء مع مبحوثة أخرى بناء على معايير التعمق في قضايا المرأة، والنشاط الكبير في الدفاع عنهن، ولاحظت الباحثة تكرار أسماء بعض الناشطات مما يدل على شبه اتفاق بين الناشطات المبحوثات عليهن. وبناءاً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإنه لا يوجد ما يمنع من تعميم النتائج على مجتمع البحث.

8-1 مُصطلحات الدراسة

1-8-1 الناشطات النسويات

النسوية بالإنجليزية (Feminism) ويترجمها البعض حرفياً أنثوية وهي مجموعة مختلفة من النظريات الاجتماعية، والحركات السياسية، والفلسفات الأخلاقية، التي تحركها دوافع متعلقة بقضايا

المرأة. يتفق النسويون والنسويات على أن الهدف النهائي هو القضاء على أشكال القهر المتصل بالنوع الاجتماعي (الجندر) وتحقيق المساواة وإنهاء العنف ضدها. (العمد 2016، ص33)

وأصبح فهم النسوية بأنه موقف الالتزام بتغيير المكانة الاجتماعية للمرأة، والاعتقاد بأنّ تبعية النساء والظلم الواقع عليهن نابعة من حقيقة جنسهن كنساء فقط. وظهرت حركات نسوية عديدة لها أصولٌ سياسية، وفلسفية مختلفة إلا أنّها جميعاً تشترك في تحقيق المطالب النسوية في إنهاء اضطهاد النساء، ولتحقيق المساواة، والمطالبة بحقوق المرأة، وإنهاء العنف ضدها (جعفري، 2012، ص64).

ولأغراض هذه الدراسة يقصد بالناشطة النسوية إجرائياً: المرأة في الأردن التي تسعى إلى الدفاع عن حقوق المرأة، ولديها فكر نسوي، وتطالب بفرصٍ متساوية لها مع الرجل، ويظهر هذا السعي من خلال نشاطاتها الإعلامية أو الاجتماعية، أو بأي شكل من الأشكال.

1-8-2 الإعلام

لغة: مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلم يُعلمُ إعلاماً ... وأعلمته بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: "استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه. (لسان العرب، 1988، ج 9، ص 371).

الإعلام اصطلاحاً: هو نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد. ويعرّفه د. إبراهيم إمام بأنه: "نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة". (إمام، 1969، ص 12). ويقصد بالإعلام إجرائياً الإعلام الأردني.

1-8-3 قضايا

لغة جمع قضية، وقضى: حكم؛ وقضى عليه عهداً: أوصاه وأنفذه. (الفيروز آبادي، 2004؛ ص 1419).

القضية: مسألة يُتَنَازَعُ فيها أي مسألتُهُ التي تطرَحُ جوانب من حالةٍ تحتاجُ إلى حلٍّ أو يُتَنَازَعُ فيها. والقضيةُ (في المنطق): قول مكون من موضوع ومحمول يحتمل الصدق والكذب لذاته، ويصح أن يكون موضوعاً للبرهنة والجمع. (المعجم الوسيط مادة (قضى)).

واصطلاحاً يقصد بقضايا المرأة: المحتويات الفكرية أو الرؤى التي تحوي داخلها جوانب الخلاف والتضاد والتباين في وجهات النظر، وتحتاج في الوقت نفسه إلى مناقشتها بهدف استجلاء جوانبها، وعرض مختلف أركانها، وحجج المؤيدين لها، والمعارضين، وحتى المحايدين (علم الدين، 2003، ص 213).

وإجرائياً تقصد الباحثة بمصطلح "قضايا المرأة" المشاكل والمظالم التي تعاني منها المرأة سواءً في القانون أو الواقع الفعلي والممارسة المجتمعية.

الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة

1-2 الأدب النظري.

1-1-2 لمحة تاريخية عن الإعلام في الأردن.

2-1-2 لمحة تاريخية عن وضع المرأة في الأردن.

3-1-2 الإسناد النظري للدراسة.

2-2 الدراسات السابقة.

1-2-2 الدراسات العربية.

2-2-2 الدراسات الأجنبية.

3-2 التعقيب على الدراسات السابقة.

4-2 استفادة الباحثة من الدراسات السابقة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1-2 الأدب النظري

1-1-2 لمحة تاريخية عن الإعلام في الأردن

يعود تاريخ الإعلام في الأردن إلى عام 1920 وهو عام تأسيس إمارة شرق الأردن إذ أصدر الأمير عبدالله العدد الأول من صحيفة (الحق يعلو) انطلاقاً من مدينة معان جنوب الأردن. وبعد إصدار هذه الصحيفة الانطلاقة الحقيقية لتاريخ الصحافة الأردنية، وبعد صدور بضعة أعداد من الجريدة انتقل بها إلى مدينة عمان لاستكمال الصدور من هناك ولكنها توقفت بعد عددين أو ثلاثة (عبيدات، 2003 ص 44).

وفي عام 1923 صدرت صحيفة الشرق العربي بعد دخول المطبعة لأول مرة إلى الأردن في ذلك التاريخ، الذي شهد تدريجياً صدور عدد من الصحف الأخرى في العشرينيات والثلاثينيات من القرن العشرين الماضي.

وفيما يتعلق بقوانين المطبوعات والنشر الأردنية فقد شكلت التشريعات الأردنية المتعددة أداة رئيسية للحكومات الأردنية المتعاقبة في ضبط الصحافة والتحكم بها. ومنذ بدء عملية التحول الديمقراطي في الأردن صدرت عدة قوانين للمطبوعات والنشر "تتراوح في درجة انسجامها مع معايير حقوق الإنسان المكفولة في المواثيق الدولية" (عايش، 2003؛ ص 82).

وعودة إلى عهد الإمارة في العشرينيات من القرن العشرين الماضي كان الأردن يطبق القوانين العثمانية الخاصة بالمطبوعات مع إجراء تعديلات عليها. وقد كان قانون حق التأليف العثماني

الصادر عام 1910 ساري المفعول في الأردن حتى صدور قانون حماية حق المؤلف رقم 22 لسنة 1992. وجاء في قرار محكمة العدل العليا رقم 1981 /76: "إنّ قانون حق التأليف العثماني، يعتبر من القوانين النافذة المفعول في المملكة ما دام لم يصدر تشريع بإلغائه". (شقيير، 2011؛ ص29)

وفي عام 1953 صدر أول قانون أردني للمطبوعات لكنه لم يعمر طويلا ثم تبعته عدة قوانين للأعوام 1955، 1967، 1973 الذي بقي نافذاً حتى إقرار قانون المطبوعات والنشر رقم (10) لسنة 1993 الذي تم إقراره مع عملية التحوّل الديمقراطي في الأردن نهاية ثمانينيات القرن الماضي حيث شكّل هذا القانون بداية عهد جديد لحرية الصحافة بعد إلغاء فترة الأحكام العرفية. وقد ازداد عدد الصحف الخاصة في عصر هذا القانون ولعبت الصحافة الخاصة دورا كبيرا في نشر المعلومات وطرح الآراء. (شقيير، 2011؛ ص29)

وفي عام 1998، أقر البرلمان قانون المطبوعات والنشر رقم 18 لعام 1998 والذي أدخلت عدّة تعديلات عليه وهو النافذ حالياً.

وقد أنشئت وزارة الإعلام بتاريخ 1964/7/6 لتحل محلّ وزارة الداخلية في تنفيذ قانون المطبوعات. (عبيدات، 2003، ص129).

وفي عام 2001 صدر قانون المجلس الأعلى للإعلام المؤقت رقم 74 لعام 2001، بعد إلغاء وزارة الإعلام التي كانت تمارس سلطة مركزية على جميع جوانب الإعلام بما فيها تنظيم المحتوى، ليكون المجلس كهيئة مرجعية تنظيمية غير تنفيذية، يتمتع باستقلال مالي وإداري. وفي مراتٍ عديدة طالب سياسيون ونواب وحتى صحفيون بعودة الوزارة، وفي نهاية عام 2008 تم إلغاء المجلس بقانون

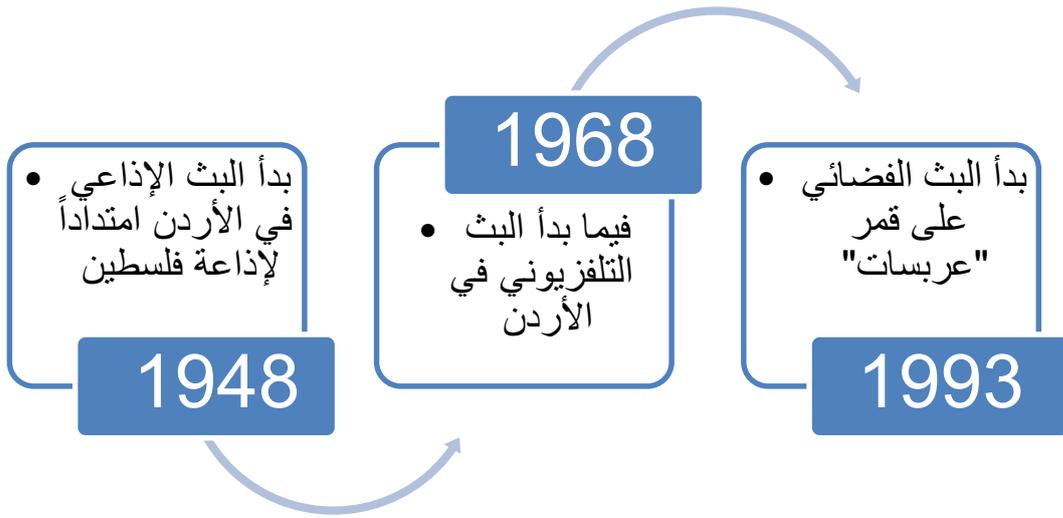
رقم 57 لسنة 2008 وأخيراً تمّ تسمية الوزارة "وزارة دولة لشؤون الإعلام والاتصال". (شقير 2011، ص59)

وفي عام 2011 جرى دمج دائرة المطبوعات والنشر، وهيئة الإعلام المرئي والمسموع والتي أصبحت تسمى "هيئة الإعلام" حالياً. وكانت دائرة المطبوعات والنشر تتولى عملية تنظيم الصحافة المطبوعة في الأردن بما فيها الدوريات اليومية والأسبوعية والصحف المتخصصة والكتب وتوزيع المطبوعات الأجنبية. ويمكن اعتبار دائرة المطبوعات امتداداً لمديرية المطبوعات التي أنشئت بموجب نظام المطبوعات لسنة 1939، وبهذا تعدّ أول وأقدم جهاز رقابي عرفه الأردن. (شقير 2011، ص59)

وفي عام 2002 صدر أول قانون للإعلام المرئي والمسموع والذي يجيز "لمجلس الوزراء الحق في رفض منح رخص البث لأي جهة كانت دون بيان الأسباب". كما ينصّ القانون على إمكانية إعفاء المرخص له من الرسوم ورخصة البث، ومن شأنه منح الهيئة هذه السلطة التقديرية بالإعفاء أن تكون أداة انتقائية ضارة للتنافسية ومكافأة لبعض المرخص لهم وعقاباً لآخرين. ولا توجد لدي معايير واضحة وشفافة لكيفية توزيع الترددات من حيث التنوع (ترددات عامة لخدمة الجمهور بشكل عام، وتجارية ومجتمعية لا تهدف إلى الربح). ولا يأخذ القانون بنظام طرح العطاءات في منح رخص البث أو ما يُعرف بمسابقة الجمال Context beauty بما يُتيح عدم العدالة في منح الرخص، خاصة أنّ جهة الإدارة (الحكومة) غير مجبرة قانوناً على بيان أسباب الرفض. (شقير، 2011؛ ص 60-61)

وقد بدأ البثّ الإذاعي في الأردن عام 1948 امتداداً لإذاعة فلسطين عام 1948 في رام الله وبعد وحدة الضفتين انتقلت مكاتب الإذاعة إلى عمّان، فيما بدأ البث التلفزيوني في الأردن بتاريخ

1968/4/27، والفضائي على قمر "عربسات" عام 1993 (خريسات، 2000؛ ص 17). وصدر أول نظام لرخص أجهزة التلفزيون عام 1971 ونصّ على استيفاء رسم مقابل إصدار رخصة سنوية لحيازة أي جهاز تلفزيون. (جرار، 1997)



الشكل (1): تطور البث الإذاعي في الأردن

وبفعل تكنولوجيا المعلومات ICTs حدث تغييرٌ في كيفية استهلاك المعلومات في السنوات الأخيرة. وتاريخياً، فإنّ كل اختراع في التواصل الإنساني كان يؤثر على الوسيلة الاتصالية الأقدم. وهذا ما حدث مع جوتنبرغ حين اخترع المطبعة، مروراً باختراع الراديو ثم التلفزيون والبث عبر الأقمار الصناعية وانتهاءً بالإنترنت ومشتقاتها من منصات التواصل الاجتماعي. إنّ الأنواع أو الوسائل القديمة لا تختفي كلية، إذ يتعايش القديم مع الجديد (كالتلفزيون مثلاً) ويتنافس إلى أن يحدث نوعٌ من تقسيم العمل بينهما. (بريغر وبورك، 2005؛ ص 63).

ومن خلال هذه التطورات أخذت الصحافة الورقية تتراجع لمصلحة الإعلام الرقمي. وأغلقت يومية "العرب اليوم" عام 2013، ومُنيت جريدة "الدستور" (أقدم الصحف الأردنية التي تصدر في

الوقت الحاضر) بخسائر تفوق رأسمالها، فيما انحدر سعر سهم جريدة "الرأي" إلى حوالي 28 قرشاً بعد أن كان سعره أعلى من سهم أكبر بنك أردني، وفي نهاية عام 2019 أُغلقت صحيفة "السبيل"، وسبقها إغلاق صحيفة "الديار".

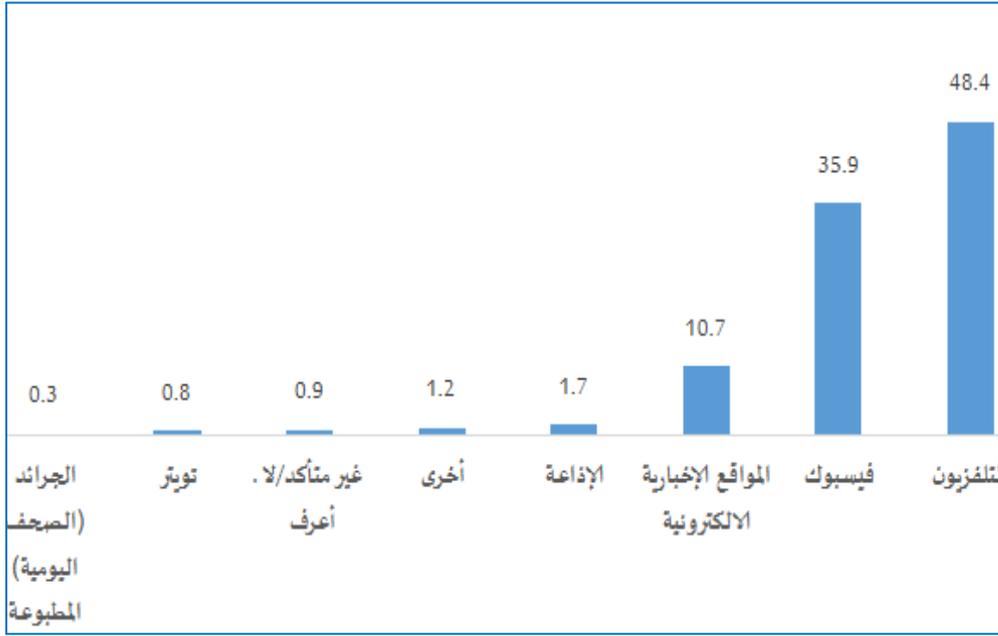
وجاءت جائحة "كورونا" فكانت ضربة إضافية لما تعانيه الصحف حيث جرى حظر طباعتها لأول مرّة في تاريخ الأردن (بسبب تخوفاتٍ من نقلها للعدوى في الفترة 2020/3/18 - 2020/6/2).
(تقرير لجنة الحريات في نقابة الصحفيين الأردنيين لعام 2020).

ويشكّل الإعلام الجديد أهمّ وسيلة عرفها التاريخ للمواطن في: التماس وتلقي وبث المعلومات.

(US Supreme Court, Reno v. ACLU)

وتعتبر شبكة الإنترنت وسيلة اتصال جديدة، وهي نتاج اندماج التكنولوجيا بالمعلومات ICTs، ووفّر هذا التطور فرصة غير مسبوقّة في التاريخ للمواطن، للمجتمعات الهشة والمهمّشة ومن لا صوت لهم للتعبير عن آرائهم تجاه قضاياهم. وأصبحت أعداد الهواتف الذكية أكثر من سكان أغلب الدول العربية، ويات المواطن يمتلك أكثر من جهاز هاتف ذكيّ متصل بشبكة الانترنت.
(شقيير، 2019).

ومن أوضح الأمثلة على تغيّر عادات المواطنين الاستهلاكية للمعلومات ما كشفه استطلاع للرأي العام أجراه مركز الدراسات الإستراتيجية بالجامعة الأردنية خلال الفترة من 2019\12\14-9، على عينة ممثلة للمجتمع الأردني ومن المحافظات كافة حجمها (1800) مستجيباً، الذي بيّن أنّ "الفيسبوك" هو ثاني مصدر للمعلومات عند الأردنيين بعد التلفزيون، فيما حلّت الصحف اليومية في آخر القائمة وبنسبة (0.3%). (مركز الدراسات الإستراتيجية بالجامعة الأردنية 2019).



الشكل (2): أكثر مصدر متابعة للحصول على الأخبار في الأردن

وكان عالم الاتصال مارشال مكلوهان قد توقع في ستينيات القرن الماضي مع نهاية القرن العشرين سيصبح العالم قرية كونية Global village، ومن هذا المصطلح نشأت كلمة العولمة Globalization في كلّ شيء. واعتبر مكلوهان أنّ وسائل مثل الراديو والتلفزيون تمديداً لقدرات الإنسان. ووضح أن مقولته تنطبق أيضاً على وسائل الإعلام الجديد. (بريغرو وبيورك 2005، ص 12 و 244).

2-1-2 لمحة تاريخية عن وضع المرأة في الأردن

هناك خلفيات مجتمعية -عادات وتقاليد- وأخرى دينية وسياسية تراكمية أثرت على وضع المرأة العربية عموماً ومنها المرأة في الأردن. فأغلب المجتمعات العربية ما زالت تتشدد بدرجات متفاوتة في نظرتها لدور المرأة في المجتمع، وأنه يفترض بها أن تقوم بممارسة أعمال بعينها كزوجة وربة منزل وأنها تحت وصاية الرجل سواء الأب أو الأخ أو الزوج. (خلف، 2015؛ ص 16).

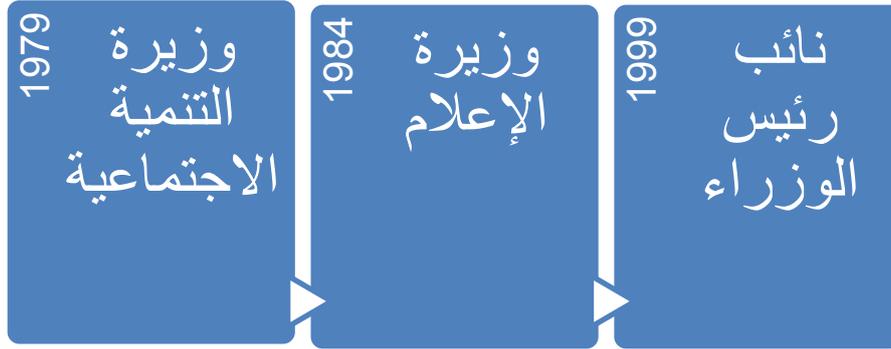
وترى بعض الدراسات أن وصول بعض النساء إلى مناصب قيادية رفيعة ومراكز صنع القرار إلا أن ذلك يعتبر "عملية تجميلية ومجرد لافتة لتحسين صورة هذه الأنظمة". (رياض حمودة، 2012؛ ص 99).

في السلطة التشريعية حصلت المرأة الأردنية على حقها في التصويت والترشح للانتخابات النيابية عام 1974، إلا أنها لم تصل إلى مجلس النواب إلا بعد عشرين سنة عندما نجحت توجان فيصل كأول امرأة في الانتخابات النيابية وأصبحت عضواً بمجلس النواب عام 1993.

بينما في انتخابات 1989 لم تنجح أية مرشحة مما دعا الدولة لتخصيص "كوتا نسائية" بنسبة (10%) من المقاعد النيابية تمت زيادتها إلى (15%) فيما بعد (خلف 2015، ص 14). ومن (130) عضواً بمجلس النواب كان هناك (20) نائباً امرأة (15) منهن حصلن على مقاعدهن بالكوتا النسائية و5 بالتنافس وبنسبة 15.38% في مجلس النواب ونفس النسبة في مجلس الأعيان). وحصل الأردن على ترتيب (136) من أصل (192) دولة بعدد النساء في البرلمان حسب مؤشرات اتحاد البرلمان الدولي. (Pietrobelli, 2013)

ومع أنه جرى منح المرأة حقها بالترشيح والانتخاب للمجالس النيابية عام 1974 إلا أنه عكس المتوقع حصلت على هذا الحق بالترشيح والانتخاب للمجالس البلدية عام 1982م.

وفي السلطة التنفيذية شغلت إينعام المفتي أول امرأة منصباً وزارياً في الأردن عام 1979 (وزارة التنمية الاجتماعية)، ليلي شرف وعام 1984 وزيرة للإعلام، وعام 1999 وصلت إلى منصب نائب رئيس الوزراء. ويوجد تذبذب في أعداد النساء كوزيرات في الحكومة ووصل عدد النساء في السلك الدبلوماسي 52 سيدة عام 2018 بنسبة 18 بالمئة. (حمودة، 2012، ص 100).



الشكل (3): المراكز التي تولتها امرأة من عام 1979-1999

وفي السلطة القضائية وصلت تغريد حكمت كأول المرأة إلى منصب قاضية عام 1996، وتصل نسبة القاضيات في الأردن إلى (22%) في القضاء النظامي أما في القضاء الشرعي فلا يوجد أي قاضية مع أنه يوجد ثلاث قاضيات في القضاء الشرعي في فلسطين مثلاً، وقد جرى تعيين قاضية كنسية (كريستين فضول) عضوة في محكمة استئناف الكنسية الأرثوذكسية في حزيران 2020.

وفي لبنان تصل نسبة القاضيات إلى 49% وفي تونس 43% وفي الجزائر 42%. وفي جميع الدول العربية، تتراجع نسبة النساء في السلك القضائي كلما علا المنصب فمثلاً؛ لا توجد أي قاضية في محكمة التمييز أو المحكمة الدستورية في الأردن، أما في السودان فتتولى امرأة منصب المجلس الأعلى للقضاء منذ عام 2019، وكانت المرأة السودانية قد أصبحت قاضية في وقت مبكر وذلك عام (1965). (الاسكوا 2018، ص 8 و9 و13).

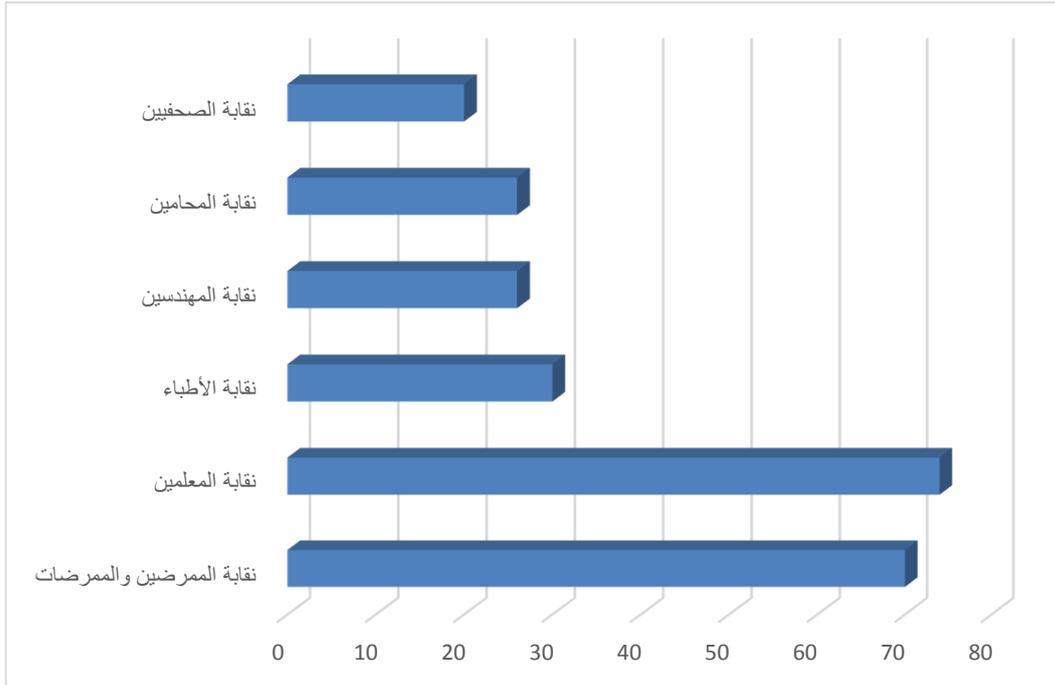


الشكل (4): نسبة القاضيات في الأردن

وتوجب المادة 2 من اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو) على الدول الأطراف (ومنها الأردن) إدماج مبدأ المساواة بين الرجل والمرأة في تشريعاتها الوطنية، وكفالة التحقيق العملي لهذا المبدأ وتتصرف السلطات والمؤسسات العامة بما يتفق وهذا الالتزام؛ واتخاذ جميع التدابير المناسبة للقضاء على التمييز ضد المرأة من جانب أي شخص أو منظمة أو مؤسسة وإبطال القائم من القوانين والأنظمة والأعراف والممارسات التي تشكل تمييزاً ضد المرأة. نشرت الاتفاقية في الجريدة الرسمية.

وفي مجال العمل بالقطاع الخاص تمثل المرأة حوالي (15%) من القوة العاملة حسب إحصاءات المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي ونسبة 37% في القطاع العام. وعلى الرغم من أن أعداد الإناث يزيدن عن الذكور في الجامعات الأردنية (53%) إلا أنّ 25% من مجموع أعضاء الهيئة التدريسية من الإناث. (غسان عبدالخالق وآخرون، 2016؛ ص271).

وباستثناء المنظمات النسائية والجمعيات الخيرية، لا زالت مشاركة المرأة في الأحزاب والنقابات متدنية إلا في نقابة الممرضين والممرضات التي تصل نسبة عضويتها إلى أكثر من (70%)، وفي 14 نقابة مهنية لم تتبوأ المرأة منصب النقيب إلا في نقابة الممرضين. وتصل نسبة عضوية المرأة في نقابة المعلمين إلى 74%، وفي نقابة الأطباء 30%، وفي نقابة المهندسين (26%)، وفي نقابة المحامين 26%، وفي نقابة الصحفيين تصل نسبة الصحفيات إلى 20%، ولم تزد عضويتهم في مجلس النقابة عن 20% منذ تأسيس النقابة عام 1953. (الكتاب الإحصائي السنوي، 2018 ص 166).



الشكل (5): نسبة عضوية المرأة في النقابات

وبعدّ الإعلام محركاً يُعوّل عليه في إحداث تغيير يُسهم في زيادة المشاركة الاقتصادية للنساء، لكنه كقطاع يعاني بحد ذاته من إشكالية تدني حضور ودور المرأة فيه، سواء عددياً أو على مستوى المواقع القيادية، وبصورة أكثر حدّة مما تشهده عدّة قطاعات عمل أخرى. إنّ التطور الذي حقّقه وسائل الإعلام خلال العقود الأخيرة، من حيث التنوع والانتشار والمهنية، لم تواكبه عملية إدماج النساء في هيكليتها لا بل توجد مُعطيات تشير إلى أنّها باتت أقرب إلى بيئة عمل طاردة وغير صديقة للمرأة.

ويتجلى ذلك من خلال حقيقة أن وسائل الإعلام ظلّت على مدى السنوات ساحة شبه حكر على الرجال الذين يشكلون حالياً نسبة (77%) من أعداد العاملين فيها، ويهيمنون تقريباً على كل قياداتها ومواقع القرار فيها. (اليونسكو ومنظمة IMS 2018، ص5).

2-1-3 الإسناد النظري للدراسة

نظرية المسؤولية الاجتماعية

تم اختيار نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإطار النظري لهذه الدراسة لبيان دور وسائل الإعلام في إحداث التغيير الهادف لدعم قضايا المرأة في الأردن.

تدافعت عدّة عوامل اقتصادية وسياسية واجتماعية وفكرية ومهنية لتخل بمبادئ الصحافة

الليبرالية بعد الحرب العالمية الثانية، نتيجة لتزايد ظاهرة الاحتكار والتركيز في ملكية وسائل الإعلام

الغربية، وما نتج عنها من سياق الوسائل لزيادة معدلات التوزيع بالتركيز على الجنس والفضائح،

وظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يرى أنّ حرية الصحافة لا يمكن أن تستمر إلا إذا كانت

حرية مسؤولة. (إسماعيل وصالح، 1996، ص70-77)

تم وضع أسس النظرية سنة 1947 من خلال لجنة هتشنز الأميركية، وتتصّ المبادئ الرئيسية

لنظرية المسؤولية الاجتماعية على الركائز التالية الأساسية التالية:

- على الوسيلة الإعلامية التزامات نحو قيم المجتمع وتزوّده بالمعلومات لتمكينه من اتخاذ القرارات.

- حماية حقوق الأفراد من خلال عملها كحارس البوابة watchdog ورقيب على الحكومة.

- تؤكّد على مسؤولية وسائل الإعلام في تعزيز الإنتاجية والابتكار من خلال التعددية الثقافية.

(Fredrick S. Siebert; Theodore Peterson; Wilbur Schramm; 1984)

- التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام بحيث تكون الوسيلة حرة وتُنظم ذاتياً. (Mirril, 1986)

وتتطلق هذه النظرية من محاولة إيجاد توازن بين مفهومي الحرية والمسؤولية، ونظراً لتزايد النقد

ضد الصحافة في مطلع القرن العشرين وخلال العقود الأولى منه نتيجة اعتماده على الإثارة والمنطق

التجاري، ونتيجة الاحتكارات والانحيازات السياسية لهذه المؤسسات في الولايات المتحدة، تكونت لجنة خاصة عام 1942 برئاسة روبرت هوتشنز رئيس جامعة شيكاغو، ووضعت هذه اللجنة نصب عينها مهمة التحقيق في هل أخفقت أو نجحت الصحافة الأمريكية في أداء دورها الاجتماعي، وتحديد أين مواقع الحرية التي ينبغي على الصحافة أن تتوقف عندها، وما تأثير الضغوط الحكومية أو الإعلان التجاري على حرية العمل الصحفي؟ (المشهداني، 2014، ص113)

وأكدت اللجنة أن الصحافة يجب أن تقوم بالوظائف التالية (المشهداني، 2014، ص116):

أ. تقديم صادق وشامل وذكي عن الأحداث اليومية.

ب. أن تعمل كمُنبر لتبادل التعليق والنقد.

ج. أن تقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.

د. أن تبرز أهداف المجتمع وقيمه وتوضحهما.

هـ. أن توفر معلومات كاملة عما يجري يومياً.

وتوجد عدّة مستويات للمسؤولية الاجتماعية، فهناك الإطار القانوني الذي تحدده الحكومة

لمسؤوليات الصحافة، وهناك الإطار المهني الذي تحدده الصحافة من خلال مسؤوليتها، وهناك

الإطار الذاتي الذي يحدّد فيه الصحفيون الأفراد مستوى الممارسة المهنية الرفيعة.

وأضافت المسؤولية الاجتماعية إلى مبادئ النظام الليبرالي ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب

الصحافة بمجموعة المبادئ الأخلاقية التي تستهدف التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع.

(مكاوي، 1994، ص68-71).

وحققت هذه النظرية بعض النتائج الايجابية في العديد من الدول في أوروبا مثل السويد التي قدمت إعانات حكومية للصحف الصغيرة لضمان التنوع الصحفي. (المشهداني، 2014؛ ص118)

وتنص المادة (13) من ميثاق الشرف الصحفي الصادر عن نقابة الصحفيين الأردنيين: "للمرأة حقّ على الصحافة في عدم التمييز أو التحيز أو الاستغلال بسبب الجنس أو المستوى الاجتماعي، وفي هذا السياق يراعي الصحفيون ما يلي:

1. عدم استغلال المرأة باعتبارها جسداً للإثارة.

2. الدفاع عن حرية المرأة وحقوقها ومسؤولياتها.

وظفت الدراسة هذه النظرية في إطار صياغة المشكلة البحثية القائمة على تشخيص الدور المجتمعي لوسائل الإعلام انطلاقاً من الوظيفة الاجتماعية المحددة لهذه الوسائل وما يتعلق باهتمامات الإعلام بالقضايا الاجتماعية في المجتمع ويتصدر ذلك قضايا المرأة وهمومها ومشاكلها.

إن نظرية المسؤولية الاجتماعية تؤكد على الجانب الوظيفي لوسائل الإعلام فيما يخص المحافظة على منظومة القيم المجتمعية و محاولة إشراك الجمهور في المناقشة الحرة في المجتمع و انطلاقاً من هذه الرؤيا فإن البحث استند إلى هذه النظرية في إطاره المنهجي و النظري.

لدى تقديم التوصيات لوسائل الإعلام للقيام بمسؤوليتها الاجتماعية للتعريف بقضايا المرأة في

ضوء ما تتوصل إليه الدراسة الميدانية.

2-2 الدراسات السابقة

1-دراسة (بدر، 2009) بعنوان صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية: هدفت الدراسة التعرف إلى صورة المرأة الأردنية كما قدمت في الصحافة الأردنية، تكون مجتمع الدراسة من ثلاث صحف يومية (الدستور، الرأي، الغد)، وتكونت عينة الدراسة من (42) عدداً من الصحف اليومية للعام 2007، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- 1) صورة المرأة الأردنية في الصحف الثلاث صورة إيجابية لكن غير متوازنة.
- 2) المرأة الأردنية تتقلد مهناً عالياً.
- 3) اهتمام الصحف الثلاث كان بنشاطات المرأة غير الرسمية على حساب النشاطات الرسمية.
- 4) تركّز الاهتمام على المرأة في محافظة العاصمة مع إهمال المرأة في باقي محافظات المملكة.
- 5) وجود انحياز للمرأة في المدن.
- 6) عدم وجود سياسة واضحة لحارس البوابة الإعلامية بخصوص المرأة.

2-دراسة (الخصاونة، 2015) بعنوان استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية: التلفزيون

الأردني وقناة رؤيا أنموذجاً: هدفت الدراسة التعرف على استخدام المرأة في إعلانات التلفزيون الأردني وقناة رؤيا، تكونت عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في (8) من الجامعات الأردنية والبالغ عددهم (400) عضواً، استخدم الباحث المنهج الوصفي لسهولة تحقيقها أهداف الدراسة، توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

1) الإعجابات بالإعلانات التلفزيونية التي تظهر بها المرأة على قناتي رؤيا والتلفزيون الأردني كانت بدرجة متوسطة.

2) درجة التأييد بظهور المرأة في الإعلانات كانت متوسطة، بالإضافة لوجود مبالغة في إظهار مفاتن المرأة.

3) اتفقت عينة الدراسة على أنّ اختيار معيار المرأة للإعلانات هو درجة الجمال، وانفقوا أيضاً على رفضهم استخدام جسد المرأة بشكلٍ غير مناسب.

3-دراسة (جسام، 2017) بعنوان دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي للمرأة من وجهة نظر

الناشطات في قضايا: هدفت الدراسة التعرف إلى دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي لدى المرأة الأردنية حسب وجهة نظر الناشطات النسويات، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت أداة الدراسة الاستبانة التي تتكون من (30) فقرة، وبلغت عينة الدراسة (341) ناشطة نسوية تم اختيارها بالطريقة العشوائية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

1) تستخدم الناشطات النسويات الأردنيات وسائل الإعلام للحصول على معلومات عن المواضيع التي تهمهن في أغلب الأحيان.

2) تستخدم الناشطات النسويات في الأردن وسائل الإعلام لتصفح المواقع الاقتصادية أو مواقع التعارف بدرجة قليلة.

3) مدة متابعة الناشطات النسويات لوسائل الإعلام لمدة تتراوح من ساعة إلى خمس ساعات يومياً.

4- دراسة (سويدان، 2017) بعنوان اتجاهات أكاديمية نحو برامج المرأة في التلفزيون الأردني:

هدفت الدراسة للكشف عن اتجاهات الأكاديميات الأردنيات لاهتمام التلفزيون الأردني بشؤون المرأة الأردنية، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهداف الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من الأكاديميات الأردنيات في جامعتي الشرق الأوسط والجامعة الأردنية والبالغ عددهن (140) أكاديمية وتم اختيارهن بالطريقة العشوائية. توصلت الباحثة إلى أنّ تقييم العينة لاهتمام التلفزيون الأردني بدرجة منخفضة وتحديدًا في محور التقييم العام لبرامج التلفزيون الأردني، كما توصلت إلى عدم وجود برامج تلفزيونية مخصصة لشؤون المرأة وأن قضايا المرأة وشؤونها تطرح من خلال برامج اجتماعية وسياسية وثقافية.

5- دراسة (كوثر، 2016) بعنوان ور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب أولويات المرأة-

دراسة ميدانية لعينة من الطالبات: هدفت إلى معرفة كيف ترتب البرامج النسائية أولويات المرأة، ومعرفة مدى اهتمام المرأة بالبرامج المخصصة لها، ومعرفة القضايا التي تعالجها البرامج التلفزيونية ومعرفة البرامج الأكثر إقبالاً من طرف المرأة، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (120) طالبة في قسم العلوم الإنسانية في جامعة تبسه، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

(1) مدة مشاهدة البرامج التلفزيونية من قبل عينة الدراسة أكثر من ثلاث ساعات، وهذه المدة

تساعد على التأثير بالبرامج التلفزيونية المعروضة.

(2) أن الغرض من مشاهدة البرامج التلفزيونية، التسلية ثم التثقيف.

(3) أجابت الطالبات أنّ نسبة التعرّض للبرامج التلفزيونية النسائية قليلة، وكانت النسبة التي

تشاهد البرامج التلفزيونية من أجل البرامج النسائية (7.27%).

4) أظهرت النتائج أن أكثر البرامج متابعة من قبل الطالبات هي المسلسلات، تليها البرامج الدينية.

5) تهتم الطالبات في المرتبة الأولى ببرامج الموضة، ثم برامج الطبخ، وفي المرتبة الثالثة البرامج الصحية، وفي المرتبة الأخيرة برامج الديكور.

6- دراسة (السلايطة، 2017) بعنوان دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة: هدفت إلى التعرف على دور الإذاعة الأردنية في توعية المرأة الأردنية، وتوعية المرأة وتحفيزها بالقضايا التي تخصها، استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتم توزيع استبانة على عينة دراسة عنقودية تكونت من (200) عاملة في سبع دوائر من أمانة عمان من أصل (30) دائرة، وتوصّل الباحث إلى ما يلي:

1) جاءت نسبة تغطية برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) للبرامج التي تغطي حاجات المرأة المختلفة، مثل الحاجات الثقافية والاجتماعية والصحية، بنسبة متوسطة.

2) نسبة كفاءة التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية متوسطة.

3) وجدت نتائج الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في نسبة رضا أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية.

4) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة، لتحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة، وتعزى للعمل والمؤهل العلمي.

5) ووجدت أن معدل متابعة عينة الدراسة للبرامج الإذاعية تتراوح من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً.

7- تقرير (معهد الإعلام الأردني، 2017) بعنوان رصد حضور المرأة في وسائل الإعلام المحلية:

هدف التقرير لرصد حضور المرأة في وسائل الإعلام المحلية. تكوّنت عينة الدراسة من الصحافة المطبوعة (الرأي، الغد، الدستور، السبيل)، والمواقع الإلكترونية (عمون، سرايا، خبرني، الوكيل) والتلفزيون (التلفزيون الأردني، رؤيا) والراديو (الإذاعة الأردنية، هلا إف أم، جي بي سي)، وكانت عملية رصد حضور المرأة في الإعلام المحلي في يوم واحد هو 2017-2-26 تهدف إلى معرفة حجم التغطية الإعلامية الخاصة بشؤون المرأة، ومعرفة حجم حضور المرأة كمصدر معلومات، بالإضافة إلى معرفة نوع حضور المرأة كمصدر للمعلومات.

توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

الجانب الأول (معرفة حجم التغطية الإعلامية الخاصة بشؤون المرأة)

- **الصحافة المطبوعة:** تحدّثت الصحافة المطبوعة في (34) مادة من أصل (191)، وكانت النسب كما يلي:

35.5% من الموضوعات تحدّثت عن المرأة والرياضة والصحة، و11.8% من الموضوعات تحدّثت عن العنف ضد المرأة (الجرائم والجنس)، و17.8% من الموضوعات تحدّثت عن الحياة والعمل للمرأة.

- **المواقع الإلكترونية:** تحدّثت المواقع الإلكترونية في 55 مادة من أصل 191، وكانت النسب كما يلي: 23.6% من الموضوعات تحدّثت عن العنف ضد المرأة (الجرائم والجنس)، و21.8% من الموضوعات تحدّثت عن الحياة والعمل والموضة للمرأة، و9.1% من الموضوعات تحدّثت عن حقوق المرأة ومنظمات المجتمع المدني.

- **التلفزيون:** بث التلفزيون (95) مادة من أصل (191) مادة، وكانت النسب كما يلي:

8.35% من الموضوعات تحدّثت الحياة والعمل للمرأة، و27% من الموضوعات تحدّثت عن اللباس والموضة والنجوم، و10.5% من الموضوعات تحدّثت عن العنف ضد المرأة (الجنس والجرائم).

- **الإذاعات:**

42.9% من الموضوعات تحدّثت عن المرأة والحياة والعمل، كما تطابقت النسبة مع الرياضة والصحة للمرأة، و14.3% من الموضوعات تحدّثت عن الموضة واللباس والنجوم.

الجانب الثاني: (معرفة حجم حضور المرأة كمصدر معلومات)

توزعت النسب بالشكل التالي:

47.3% كانت نسبة حضور الرجال وهي النسبة الأكبر حضوراً في مختلف القنوات الإذاعية، و29.2% كانت نسبة حضور الرجال والنساء مشتركين في مختلف القنوات الإذاعية، و11.2% كانت نسبة حضور المرأة وهي النسبة الأقل حضوراً في مختلف القنوات الإذاعية.

الجانب الثالث: (معرفة نوع حضور المرأة كمصدر للمعلومات)

كانت أعلى نسبة حضور للمرأة كمصدر للمعلومات كقائم بالاتصال، حيث بلغت مجاميع النسب 70%، وفي المركز الثاني كانت كخبير مختص بنسبة 11.8% بينما بلغت نسبة حضورها كضحية 3.7% وأقل نسبة حضور كانت كناشطة بنسبة 0.8%.

8- دراسة (العرب والرواشدة، 2016) بعنوان المعوقات التي تحد من مشاركة المرأة الأردنية في

الحياة السياسية الاجتماعية في ضوء بعض المتغيرات - دراسة ميدانية على عينة من النساء الرائدات في إقليم الشمال: هدفت الدراسة إلى الكشف عن أهم المعوقات التي تحد من مشاركة المرأة في الحياة الاجتماعية، تكونت عينة الدراسة من (80) امرأة ريادية تم اختيارهن بطريقة قصدية، قام الباحثان باستخدام المنهج المسحي الاجتماعي والمنهج الوصفي التحليلي، هدفت الدراسة التعرف على أهم المعوقات الاجتماعية والثقافية التي تواجه مشاركة المرأة في الحياة السياسية، والتعرف على أهم المعوقات السياسية والقانونية التي تواجه مشاركة المرأة السياسية، التعرف على أهم المعوقات الإعلامية التي تواجه مشاركة المرأة في الحياة السياسية، وبعد توزيع استبانة قام الباحثان ببنائها، كانت النتائج كما يلي:

1- كانت العادات والتقاليد والمعتقدات السائدة من معوقات مشاركة المرأة في الحياة السياسية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي نسبته (4.44)، وفي المرتبة الثانية العشائرية والمحسوبية وفي المرتبة الأخيرة المرأة غير قادرة على التوفيق بين مسؤولياتها الأسرية ومسؤولياتها السياسية بمتوسط حسابي بلغ (2.08).

2- كانت فقرة عدم مشاركة المرأة في الأحزاب السياسية مشاركة فاعلة من المعوقات السياسية بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.33)، وفي المرتبة الثانية كانت الفقرة التي تنص على أن التطور الديمقراطي أسهم في تقدم المرأة وشجع وصولها إلى المناصب الإدارية بمتوسط حسابي بلغ (4.28)، وفي المركز الأخير كانت فقرة لم يمنح القانون المرأة الحقوق الكاملة لتفعيل دورها السياسي بمتوسط حسابي بلغ (2.27).

3- كانت الفقرة التي تنص على أن وسائل الإعلام قد تكون عاملاً إيجابياً يؤدي إلى تقوية مشاركة المرأة أو عاملاً سلبياً يؤدي إلى ضعفها في المرتبة الأولى بنسبة متوسط حسابي بلغت (4.38)، وكانت الفقرات التي تنص على أن الإعلام يعالج قضايا المرأة بشكل سطحي وغير فعال في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي نسبته (3.87)، وفي المرتبة الثالثة الفقر التي تنص على عدم وجود برامج توعوية موجهة للمرأة بنسبة (3.86)، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرة التي تنص على أن الإعلام لا يولي شؤون المرأة الاهتمام الكافي خاصة سياسي بنسبة متوسط حسابي (2.34).

ونتائج السؤال الثالث تدل على أن هناك اتفاقاً بدرجة كبيرة لدى عينة الدراسة على المعوقات الإعلامية لمشاركة المرأة في الحياة السياسية.

9- في دراسة أجرتها (Ishaqat, 2019) بعنوان SOCIAL MEDIA AND SOCIAL

CHANGE IN JORDAN: هدفت الدراسة لمعرفة الفرص والتحديات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف القضايا ذات الأولوية على هذه المنصات، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لتحقيقه أغراض الدراسة وأهدافها، وتوصلت الباحثة إلى أن أكثر من نصف المحتوى باللغة العربية على الانترنت، وبينت الباحثة أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي مثل Twitter و Facebook، مع كون هذا الأخير هو التطبيق الأول في البلاد، تحولت إلى مساحات تفاعلية حاسمة للنقاش العام التحول الاجتماعي والسياسي في الأردن، بسبب سهولة النشر على هذه المنصات فأصبحت مكاناً لنشر المعلومات المغلوطة ولمواجهة هذه المعلومات تم إنشاء العدد من المنصات التفاعلية مثل (فتبينوا، حقك تعرف، مرصد أكيد).

10- في دراسة أجرتها (Odine, 2013) بعنوان **Role of Social Media in the Empowerment of Arab Women**

هدفت الباحثة لدراسة التطورات على وسائل الإعلام في المنطقة العربية من حقبة السيطرة الحكومية إلى العصر الجديد وتحديدا من الخدمات التي تقدمها هذه الوسائل لقضايا المرأة، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتوصلت إلى أن النساء بعد الربيع العربي توصلن إلى أهمية استغلا وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام غير التقليدي للمطالبة في حقوقهن والدفاع عن قضاياهن، فأصبحت النساء تستخدم المنصات الاجتماعية مثل الفيسبوك والتويتر لنقل رسائل في قضايا المرأة مثل قضية تمكين المرأة والمساواة، وأشارت الدراسة إلى أن النساء في العالم العربي مستبعدات بشكل كبير من التنمية الوطنية، فهن يشغلن مناصب أقل من الرجال، وأشارت الباحثة إلى تحقيق النساء العديد من مطالبهن بسبب استخدامهم الضغط على وسائل التواصل الاجتماعي.

2-3 التعليق على الدراسات السابقة

1. يلاحظ أن الدراسات السابقة تناولت قضايا المرأة من زوايا مختلفة كصورة المرأة في الإعلام، ودور الإعلام في تمكين المرأة سياسياً، ووجود المرأة في الإعلام، ودور الإذاعة أو التلفزيون في دعم قضايا المرأة من وجهة نظر النساء بشكل عام أو الأكاديميات أو العاملات.
2. حازت وسائل الإعلام التقليدية (صحف، قنوات تلفزيونية) على النصيب الأكبر في الدراسات التي رصدت وتناولت قضايا المرأة، في حين ظهرت الدراسات التي اهتمت بقضايا المرأة من خلال وسائل الإعلام الرقمي الإلكتروني في صورة أقل.
3. أجريت الدراسات الميدانية على عينات مختلفة الأحجام، إلا أن أغلب الدراسات الميدانية اتخذت العدد (200-400) كعدد مناسب للمبحوثين الذين أجريت معهم المقابلات الميدانية.

4. ندرة الدراسات حول دور وسائل الإعلام في التوعية بحقوق المرأة في المشاركة السياسية.
5. تحاشي وسائل الإعلام الاقتراب من بعض القضايا النسائية الحساسة مثل قوانين الأحوال الشخصية.
6. لا توجد استراتيجية أو أدلة سلوك مهنية في وسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة وتقليل الضرر عليها خاصة فيما يتعلق بالصورة النمطية لها.
7. لم يكن هناك دراسات نوعية كافية وتختلف (محمد، 2019) عن دراسة ست البنات أن الأخيرة تناولت قضايا المرأة المصرية كدراسة حالة فيما ستتناول هذه الدراسة قضايا المرأة الأردنية.

2-4-4-1 توظيف الدراسات السابقة

- أ. تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد المنهج العلمي الذي تعتمد عليه الدراسة الحالية، وهي: المنهج الوصفي، ومنهج دراسة الحالة.
- ب. ساعدت الدراسات السابقة في تحديد أدوات جمع البيانات، وهي أداة تحليل المضمون للدراسة التحليلية، وأداة الاستبيان بالمقابلة لجمع بيانات الدراسة الميدانية من عينة الخبراء.
- ج. استطاعت الباحثة تحديد أهداف الدراسة الحالية، وتساؤلاتها، بناء على رصدها للتساؤلات والمتغيرات التي تم توظيفها في الدراسات السابقة.
- د. أسهمت الدراسات السابقة في تحديد الأطر النظرية التي يمكن أن تستفيد منها في الدراسة الحالية والتي تمثلت في نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها بحثت في دور وسائل الإعلام في دعم قضايا المرأة من وجهة نظر متخصصات وهن الناشطات النسويات في عدد من منظمات المجتمع المدني، من خلال المقابلات المعمقة الفردية التي تُعطي فرصة أكبر للحصول إلى بيانات أدق يمكن تحليلها للوصول إلى نتائج أشمل وأعمق، كما ستتعرف على قضايا المرأة من خلال إدراك للناشطات النسائيات لهذه القضايا كما هي في الواقع وليس كما هي في القوانين وخاصة بعد تعديل قانون الأحوال الشخصية رقم (15) لسنة 2019. كما أن المقابلات المعمقة نصل من خلالها إلى نتائج أعمق وأشمل.

الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

- 1-3 منهج الدراسة.
- 2-3 مجتمع الدراسة.
- 3-3 البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة.
- 4-3 أداة الدراسة.
- 5-3 حدود الدراسة.
- 6-3 إجراءات الدراسة.
- 7-3 صعوبات الدراسة.
- 8-3 طريقة تحليل البيانات.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

3-1 منهج الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلى المنهجية النوعية، التي تقوم على دراسة الظواهر ووصفها وصفا دقيقا من جميع جوانبها، وهدفت الباحثة إلى إجراء المقابلات وتجميع الحقائق والمعلومات وتحليلها وتفسيرها، وذلك للحصول على المعلومات الدقيقة لموضوع الدراسة، والخروج بنتائج واضحة وإصدار التعميمات والتوصيات، وعلى الرغم من صعوبة العمل بهذا المنهج وحاجته لكثير من الوقت والجهد، إلا أنه تناسب مع دراسة الباحثة التي هدفت لدراسة وجهات نظر الناشطات النسويات تجاه دعم الإعلام لقضايا المرأة.

واعتمد المنهج النوعي في دراسة وجهة نظر الناشطات النسوية، من خلال إجراء مقابلات لهن، فاستخدمت المقابلة في جمع البيانات من الناشطات، وتحليلها للإجابة عن أسئلة الدراسة، فقامت الباحثة بتحديد موعد مسبق قبل إجراء المقابلات الهاتفية وذلك بسبب ظروفهن الاجتماعية والوبائية في المملكة.

3-2 مجتمع الدراسة

الناشطات النسويات بمحافظة العاصمة - عمان - عددهن (400) ناشطة. وتم الاكتفاء بمقابلة

(16) ناشطة نسوية للوصول إلى نتائج الدراسة.

3-3 البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

الجدول (1): البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

نشاط أكاديمي	نشاط إعلامي	نشاط حقوقي	نشاط برلماني	نشاط على وسائل التواصل الاجتماعي	الحالة الاجتماعية	الجنسية	العمر	P*	
	/	/			عزباء	الأردنية	39	P1	1
			/	/	مطلقة	الأردنية	41	P2	2
			/		مطلقة	الأردنية	60	P3	3
		/		/	متزوجة	الأردنية	43	P4	4
		/			مطلقة	الأردنية	52	P5	5
/					متزوجة	الأردنية	44	P6	6
	/				متزوجة	الأردنية	48	P7	7
	/			/	عزباء	الأردنية	41	P8	8
	/				مطلقة	الأردنية	40	P9	9
		/		/	مطلقة	الأردنية	25	P10	10
	/				عزباء	الأردنية	40	P11	11
				/	مطلقة	الأردنية	44	P12	12
/					عزباء	الأردنية	30	P13	13
	/			/	عزباء	فلسطينية	36	P14	14
			/		متزوجة	الأردنية	59	P15	15
/	/			/	مطلقة	الأردنية	31	P16	16

*حيث أن (P) ترمز ل Participant

الجدول (2) البيانات الديمغرافية لمجتمع الدراسة

العدد	المتغير	
15	الأردنية	الجنسية
1	الفلسطينية	
16	المجموع	
5	عزباء	الحالة الاجتماعية
4	متزوجة	
7	مطلقة	
16	المجموع	
7	وسائل التواصل الاجتماعي	النشاط *
3	نشاط برلماني	
4	نشاط حقوقي	
7	نشاط إعلامي	
3	نشاط أكاديمي	
24	المجموع	

*ظهور رقم 24 عند المجموع لأن كل ناشطة لديها أكثر من نشاط

3-4 أداة الدراسة

استخدام المقابلات المعمقة الفردية قامت الباحثة بوضع عدة أسئلة تخدم الدراسة، وكان عدد الأسئلة (5) أسئلة رئيسية بالإضافة لعدد من الأسئلة من الأسئلة الفرعية، التي تمّ الإجابة عليها عن طريق إجراء المقابلة لكونها أداة مناسبة لموضوع الدراسة التي تهدف لمعرفة وجهة نظر الناشطات النسويات في دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة، وتمّ اختيار المقابلة وذلك لأنها يمكن استعمالها في جميع وتحليل بيانات الظاهرة المدروسة ولمناسبتها أغراض الدراسة.

3-6 إجراءات الدراسة

قامت الباحثة بالإجراءات التالية:

1. التعرف على مشكلة الدراسة وصياغتها بأسلوب علمي، وبيان أهمية الدراسة.
2. مراجعة الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة من هذه الدراسات لجمع الأفكار واستنباطها، وبيان أين اتفقت نتائج هذه الدراسة أو اختلفت مع الدراسات السابقة.
3. قامت الباحثة بتكوين قائمة تحتوي أسماء الناشطات النسويات وأرقام هواتفهن، اعتماداً على معرفتها بمجتمع الدراسة، ومن خلال الاتصال بعدد من الناشطات لطلب المشورة حول أهم الناشطات وأكثرهن نشاطاً في هذا المجال.
4. تم إعلام عينة الدراسة بأن إجابتهن على الأسئلة سيتم التعامل معها بسرية دون البوح عن أسمائهن أو أي معلومات تخصهن، وأن هذه المعلومات ستستخدم لغايات البحث العلمي فقط، وأن الباحثة تلتزم بالمعايير الأخلاقية للدراسة.
5. تم تحديد وقت يناسب أفراد العينة قبل البدء بالمقابلة حتى تتناسب الحالة النفسية والصحية، وتكون العينة بعيدة عن الضغط النفسي والأسري والعملي.
6. تم التوضيح لعينة الدراسة بأن يأخذن الوقت الكافي للإجابة على أسئلة المقابلة، وأن يقمن بالاستفسار عن أي سؤال يتم طرحه عليهن، وإعادة طرح السؤال مرة أخرى وطلب توضيحه في حال عدم فهمه.
7. تكونت عينة الدراسة الفعلية من (16) ناشطة نسوية.
8. تم إعداد الأسئلة المراد طرحها على الناشطات النسويات ضمن الملحق رقم (1).

9. تم توثيق المقابلات وتسجيلها وذلك بهدف ضمان عدم فقدان أي معلومة، ولضمان الدقة في جمع المعلومات.

10. تم تحليل المعلومات، وتصنيفها مرة بعد مرة، واختيار بعض الاقتباسات من اللقاءات والتي تُفيد تدوين النتائج.

11. توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج التي وضعت في الفصل الرابع من الدراسة، وتمت مناقشة النتائج في الفصل الخامس.

3-7 صعوبات الدراسة

واجهت الباحثة العديد من التحديات تمثلت في:

- أبدت بعض النشاطات خوفاً من الوضع الوبائي في المملكة فتم تحويل بعض المقابلات الشخصية إلى مقابلات عن بعد عن طريق الهاتف أو عن طريق برنامج Zoom.
- رفضت بعد النشاطات إجراء المقابلات بسبب انشغالهن بالانتخابات النيابية الأردنية.
- طالبت بعض النشاطات بإيقاف التسجيل في بعض الأوقات للحديث عن خصوصيتهن.
- صعوبة التواصل مع بعض النشاطات وصعوبة إجراء المقابلات خوفاً من وضعهن الاجتماعي والإعلامي.
- صعوبة إيجاد وقت فراغ والاعتذار من قبل بعض النشاطات بسبب خوفهن من أسرهن وإجراء بعض المقابلات أثناء فترة العمل.

3-8 طريقة تحليل البيانات

بعد الحصول على المعلومات من الناشطات من خلال المقابلات، تم تفريغ البيانات واجابات الأسئلة لكل مقابلة على حدة، وتم تدقيق البيانات أكثر من مرة بقراءة التفريغات أكثر من مرة، ومراجعة إعادة الاستماع للتسجيلات أكثر من مرة حتى يتم التأكد من عدم إغفال الباحثة لأي إجابة أو أي تفاصيل تخدم أهداف الدراسة، وبعد تنقيح التفريغات توصلت الباحثة إلى الأفكار الرئيسة التي خلصت إليها نتائج الدراسة.

الفصل الرابع نتائج الدراسة

1-4 مقدمة

2-4 أولويات قضايا المرأة التي تحتاج لدعم الإعلام

3-4 أكثر وسيلة إعلامية تثق بها الناشطات النسويات للتوعية بحقوق المرأة

4-4 البرامج التي تجد فيها الناشطات النسويات مضمون يدعم المرأة بشكل قوي

الدراما- المقابلات الحوارية - الأفلام - الأخبار - البرامج الاجتماعية.

5-4 التوصيات التي تقدمها الناشطات النسويات لوسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة

6-4 رضى الناشطات النسويات عن الوقت المخصص لقضايا المرأة وعن وجود المرأة بالعملية

الإعلامية.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

4-1 مقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الباحثة بعد إجراء المقابلات مع عدد من الناشطات النسويات في مدينة عمان، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة المتمثلة بمعرفة وجهة نظر الناشطات النسويات في دعم الإعلام الأردني لقضايا المرأة، ومعرفة أولويات قضايا المرأة التي تحتاج للدعم الإعلامي، وما هي أكثر وسائل الإعلام التي تثق بها الناشطات، ومدى رضا الناشطات النسويات عن الوقت المخصص لقضايا المرأة، والتوصيات من وجهة نظر الناشطات، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

4-2 إجابة السؤال الأول: أولويات قضايا المرأة التي تحتاج لدعم الإعلام

تم تناول قضايا المرأة بشكل مفصل ورأت الناشطات أن قضايا الإعلام لا تتجزأ ولا تتفصل عن قضايا الإنسان وتأثير الإعلام على الصورة النمطية للمرأة وتأثيره على رأي المجتمع بقضاياها. وأهم القضايا التي تحدثت عنها الناشطات ورأت أن من واجب الإعلام اتخاذها أولوية، والتركيز عليها، القوانين والمساواة الجندرية وحصول أبناء الأردنيات على جنسية أمهاتهم والوصاية على الأبناء بعد الطلاق والعدالة في التوظيف والعنف ضد المرأة ونفقات الأطفال بعد الطلاق وحضانة الأطفال والأمهات المعيلات.

وأشارت غالبية المبحوثات إلى أن الإعلام لا يتطرق فعلياً بشكل كاف لهذه القضايا وخاصة قضية الأمهات المعيلات، وقضية حصول أبناء الأردنيات على جنسية أمهاتهم.

- معظم قضايا المرأة لم يتحدث بها الإعلام لأن هذه الفئة المهمشة كأم معيلة أو امرأة معيلة" (P12).

- "جنسية المرأة لأطفالها حق وهذه أبرز مظاهر التمييز بين الرجل والمرأة حيث أن الرجل يمنح زوجته العربية بعد 3 سنوات ولزوجته غير العربية بعد 5 سنوات بينما المرأة التي تتزوج رجلاً من جنسية غير أردنية لا تمنح جنسيتها لا إلى زوجها ولا إلى أولادها" (P5)

- " أن انتزاع الحضانة من الأم المطلقة في حال زواجها من رجل آخر ودون رغبة منها قمة الظلم لها ولأطفالها! حيث أن المصلحة الفضلى للطفل ان يبقى مع امه ولو تزوجت".

(P2)

- " المطلقة تعتبر ضحية قانون نظام الأحوال المدنية الذي يمنع الأم من استصدار الكثير من الأوراق الرسمية الخاصة ب أطفالها فنحن لليوم لا نستطيع السفر بأطفالنا لأي مكان في الصيف مثلاً أو في أي مناسبة ونحتاج موافقة الطليق لإجراء أي إجراء جراحي لأطفالنا أو حتى استصدار شهادة ميلاد ... يومها قال لي موظف الجوازات " إنتِ مطلقة! ... لا أستطيع إعطائك شهادة ميلاد لابنتك، وذلك بسبب سفر والدها أحضري عمها أو جدها ليصدر لها شهادة ميلاد"! ولم يعتبرني وصية على طفلي ولغى أمومي وتعبي وأشهر حملي بها" (P16)

- وبما يخص الثقافة القانونية للمرأة " انا كمدافعة عن حقوق المرأة لا أدافع عن امرأة لا تعرف حقوقها وقضاياها" (P4).

- " في النهاية نحن نحتاج مؤسسات إعلامية تهتم بالقضايا القانونية للمرأة لأن كل مظلوم يحتاج قانون ينصفه، فالذكر كالأنثى والأنثى كالذكر، وعند نجاح القانون في دعمك ومساندتك تشعرين بالأمان وبتقنة عالية بالنفس". (P7)

ويستخلص من الإجابات على السؤال الأول وبعد إجراء المقابلات ودراسة هذه المقابلات، إن هناك اتفاق من أغلب الناشطات النسويات على ضرورة إعطاء الإعلام أولوية لقضايا المرأة وحقوقها وعدم تجاهلها وأهم هذه القضايا والحقوق المساواة الجندرية وقانون الأحوال الشخصية، وتغيير النمط الاجتماعي والنظرة النمطية للمرأة والتركيز على حقوق المرأة وأخيراً حق الجنسية للمرأة وأطفالها والوصاية على الأطفال بعد الطلاق، وكل النقاط التي تم ذكرها تدرج تحت مسمى حقوق المرأة، أي أنه يجب توضيح والمطالبة بتعديل قانون حقوق المرأة ومناصرتها إعلامية ومساندة قضاياها.

3-4 أكثر وسيلة إعلامية تثق بها الناشطات النسويات للتوعية بحقوق المرأة

بالرغم من حديث الناشطات النسويات عن أهمية دور الإعلام في مناصرة حقوقهن ومطالبهن، إلا أنهن تحدثن بأغلبية عن عدم ثقتهن بوسيلة إعلامية معينة ووجود تفاوت بالثقة.

- " الثقة متفاوتة ولا يوجد ثقة مطلقة ... كل وسيلة متفاوتة في تناولهم لقضايا المرأة ولا يوجد في جميعهم أولوية لطرح قضايا المرأة ويتناولونها بشكل ثانوي ولا توجد أي جهة تتبنى قضايا المرأة ولا تصل إلى حلول أو قضايا جذرية " (P1)

- " اقتنع بالتجربة الواقعية سواء بالتلفزيون أو مواقع التواصل الاجتماعي المهم أن تكون

قصة بأحداث حقيقية ". (P4)

ومن جانب آخر أفصحت بعض الناشطات عن وجود بعض الوسائل الإعلامية التي تتخذ قضايا المرأة بهدف رفع نسب المشاهدة والحصول على الإعجابات ورفع نسب المشاهدات في الصفحات الإخبارية في وسائل التواصل الاجتماعي.

- " لا أستطيع الاعتماد الكلي على الاعلام لأنه البعض يعتبرها وسيلة لزيادة نسبة الإعجابات ورفع نسب المشاهدات وليس اهتماما بقضايا المرأة, وأنا شخصياً لا أستطيع وضع ثقتي لأي موقع يعتمد على هذا الأسلوب " في حين أضافت على ثقته ببعض المواقع الإخبارية وبعض التقارير الاستقصائية التي تكتب بطريقة معينة فقالت " أنا بعمد على Google لكن كإعلام لا أعتد عليه لكن ممكن أعتد على موقع حبر أو على التقارير الاستقصائية والمواقع التي تكتب بشكل معين وليس فقط لنشر الخبر لكنها تضيف معلومات كثيرة، بالإضافة أن الراديو أخباره غير معمقة ويكون الخبر عبارة عن ربط وصلات ".(P6)

ومن جانب آخر أضافت بعض الناشطات على أن هناك ثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من ثقتهن بالوسائل الأخرى .

- " أتق بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون لأنها تعبر بالعادة عن آراء حرة بعيداً عن رقابة الحكومات العربية, بالإضافة أنها تنشر كتب معرفية منع توزيعها بالشرق الأوسط، بالإضافة إلى أن الأخبار بوسائل التواصل الاجتماعي تنتشر بشكل أسرع وأوسع وأحياناً هذه المواقع تجبر وسائل الإعلام الرسمية على طرح القضايا".(P9)

في حين قامت بعض الناشطات بالتشكك بصحة الأخبار بغض النظر عن مصدرها وأكدت على ضرورة التأكد من الأخبار مهما كان مصدرها.

- " إن كانت المعلومة قد أتت عن طريق التلفاز، أو عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي أو عن طريق الكتب، فيجب التأكد من صدق هذه المعلومة من أكثر من مصدر. " (P15)

- " كل المعلومات قابلة للتزييف أو النشر أو التحفظ عن النشر وحالياً انتشرت بالتزامن مع الإعلام الحديث الجرائم الإلكترونية ، ولا نستطيع إنكار طوفان المعلومات من كل حد و صوب وكل شخص أصبح صحفي في الوقت الحالي، وأعيد وأكرر أن الإعلام لم يعد الضابط الوحيد لضمير الفرد " (P14).

- وهناك من وجّه اللوم للوسائل الإعلامية وأعزى الفضل في النهاية لوسائل التواصل الاجتماعي في الحديث عن قضايا المرأة.

- " باقي قضايا المرأة يسלט الضوء عليها من قبل الإعلام عند وجود ضجة مجتمعية وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أقوى من الإعلام وبعد تصدر القضايا لوسائل التواصل الاجتماعي تتطرق لها وسائل الإعلام وتحدث عنها " (P8).

تبين من خلال ما تم الحديث حوله عن مدى ثقة الناشطات الإعلامية بوسيلة إعلامية للتوعية بحقوق المرأة ودعم قضاياها، إلى أن أغلبية الناشطات أظهرت عدم وجود ثقة في قدرة الوسائل الإعلامية على توعية المرأة بحقوقها أو زيادة الوعي المجتمعي لأسباب تعزى إلى عدم استقلالية بعض الوسائل الإعلامية بالإضافة إلى عدم قدرة هذه الوسائل على طرح قضايا المرأة دون وجود ضغط على السوشال ميديا عليها.

4-4 البرامج التي تجد فيها الناشطات النسويات مضمون يدعم المرأة بشكل قوي

الدراما - المقابلات الحوارية - الأفلام - الأخبار - البرامج الاجتماعية.

اعتبرت أغلب الناشطات النسويات الأعمال الدرامية من الوسائل التي يجدن فيها مضمون يدعم المرأة بشكل قوي، لكن ليس بصورة دائمة فاعتبر البعض أن الأعمال الدرامية تتناول أحيانا على المرأة وحقوقها.

عبرت بعض الناشطات النسويات عن رأيهن في البرامج التي تدعم المرأة بشكل قوي، وهذا ما ذكرته.

" من منظوري الخاص تستطيع الدراما ذلك إذا حبكت القضايا بشكل جيد، ومن الأمثلة على حبك القضايا بشكل جيد فيلم أريد حلاً لفاتن حمامة، الذي بقي عالقاً بمخي وتعطل قانون الأحوال الشخصية بمصر بعد هذا العمل، باختصار الدراما تحاكي المشاعر كإنسانة وتطرح القضية من وجهة نظر إنسانية وحقوقية وتمكن من إيجاد تعاطف و مساندة دون الإحساس بذلك وإذا تم استغلالها بشكل جيد تكون مخرجاتها ممتازة " (P2)

في حين أن بعض الناشطات ذهبن برأيهن أن الثورة النسوية صنعت بسبب الأعمال الدرامية

- " جميع ما تم ذكره لكن الدراما لها الأثر الأقوى لأنها تستخدم لإبعاد الملل عن الحياة الروتينية ويمكن استغلالها بطريقة قوية وتجذب الانسان الكسول البعيد عن البحث والقراءة، بعد التعمق بالنسوية والقراءة عنها عندما اشاهد افلام صنعت عن بداية الثورة النسوية لاستحقاق الحقوق الاساسية يتملكني الأمل بقدرتنا على تحقيق ذلك بالمنطقة العربية. " (P5)

وعلى غرار اعتبار الأغلب الدراما هي من أقوى الوسائل إلا أن البعض هاجمها.

- "الدراما همشت المرأة ولم تعطِ حلول وفي بعض الأحيان أهانت صورة المرأة، حيث كانت أغلب المشاهد أنها تضرب وتهان أو يمنع خروجها من المنزل ويتم تصويرها بأنها منفلتة أو ضعيفة ولا يصورها بأنها صاحبة قضية وتابعة وليست صاحبة قرار أو انها محترمة حتى بالدين وكذلك الأفلام". (P13)

في حين أن البعض اعتبر البرامج الحوارية هي الوسيلة الأكثر ثقة للتعريف بحقوق المرأة

- " تعتبر المقابلات الحوارية أكثر تأثير وثقة، لكن بشرط أن يكون مضمونها يركز على المشكلة نفسها وأن ينشر ثقافة ويوجد الحل، ومن الأفضل وجود قسم في مؤسسة إعلامية مختص في شؤون المرأة". (P4)

وتوجهت بعض الناشطات إلى اعتبار الأخبار هي وسيلة لنقل المعلومة عن الجرائم والاحداث لكن يصعب تغيير وتقدم مضمون يدعم المرأة .

" الاخبار تتغير بشكل هامشي، لا تستطيع تغيير مضمونها ومحتوها لأنها تتكلم عن الجرائم وأحيانا تستخدم النشرات الإخبارية المرأة والجرائم التي تتعرض لها لزيادة عدد المشاهدات والإعجابات على وسائل التواصل الاجتماعي" (P9)

وتحدّثت بعض الناشطات عن البرامج الحوارية بأنها في بعض الأحيان تخرج عن الهدف

المطلوب

- " البرامج الحوارية للأسف يوجد خلل بإعدادها لا تخرج هذه البرامج بحلول أو نتائج، ففي بعض الأحيان يتم استضافة المتحاورين للحديث عن قضية معينة فينتقلون للحوار بقضية أخرى" وأضافت أن البرامج الاجتماعية لها فوائد " البرامج الاجتماعية سلطت الضوء على

بعض القضايا وأبرزت شخصيات ومبادرات نسائية وسلطت الضوء على نجاحات لنساء

ملهمات " (P15)

في حين اعتبرن أن الثقة موجودة في كل البرامج والوسائل الإعلامية

- " لدعم قضايا المرأة تحتاج لجميع الإمكانيات الممكنة مثل التلفاز والإذاعة، فكل وسيلة من هذه الوسائل لها جمهورها، ويجب عليك إيصال رسائلك لجميع الجمهور ومن جميع الطبقات، فمثلا يجب إيصال الرسالة للمواصلات العامة والسائقين والطلاب عن طريق إذاعات الراديو، وكذلك يجب استهداف فئة الشباب عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي لأنهم يتواجدون هناك بشكل كبير، بالإضافة لاستهداف المتقاعدين والأسر عن طريق البرامج التلفزيونية، والمسلسلات والبرامج الحوارية، باختصار أن تحتاج جميع الوسائل المتاحة سواء رسمية أو غير رسمية". (P6)

من خلال ما تمّ عرضه من آراء تم التوصل إلى أنه يوجد العديد من الآراء لدى أغلب الناشطات في ثقتهن بالدراما على ما قدمته على الرغم من قدمته سلبيا، واعتبر البعض أن هناك ثقة في البرامج الاجتماعية مع اتفاقهن على عدم تقديم الثقة بالنشرات الإخبارية ودورها في دعم قضايا المرأة بسبب طبيعة هذه النشرات التي تقتصر على عرض الخبر فقط.

4-5 التوصيات التي تقدمها الناشطات النسويات لوسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة

عند توجيه سؤال للناشطات حول توصياتهن لوسائل الإعلام فقد تباينت الآراء فمنهن من أوصت

بزيادة وعي الإعلاميين بحقوق الإنسان والمرأة وقضاياها ومنهن من طالب بالحديث عن قضايا المرأة

بالمناطق النائبة ومنهن من طالب بوجود إعلام حر مستقل وصادق والتحدث عن قضايا المرأة الأساسية.

- " هناك عدة إشكاليات بالإعلاميين في أكثر من جانب في تناول قضايا المرأة ومعرفة بحقوق المرأة ومشاكلها، الصحفي بحد ذاته لا يؤمن بقضايا المرأة وإذا أنت تحدثني بقضايا المرأة يتم اتهامك بأنك أجندات غربية وتابعة لاتفاقية سيداو ويحدث تصادم بين الناشطات والإعلاميين " (P2)

ثم أضافت بعض الناشطات بأنه لا يتم تناول قضايا المرأة بشفافية ومساواة

- " اذهبوا للجذور لا تحصروا تواجدكم بعمان اذهبوا للأغوار وشاهدوا الفتيات ممنوعات من الذهاب للجامعات، شاهدوا القرى التي يحدث فيها تعنيف للمرأة، لا تحصروا أنفسكم فقط بقضايا الشرف التي تحدث فقط بمدينة عمان وتتجاهلوا الحقوق المسلوقة بالأماكن النائبة والأحياء الشعبية ". (P3)

ومن جانب آخر أفصحت بعض الناشطات عن ضرورة وجود مؤسسات إعلامية مستقلة تتبنى قضايا المرأة

- " الصحفي تابع لرئيس التحرير، ورئيس التحرير تابع لجهة معينة، ويوجد هناك شح بوجود إعلامي حر مستقل، وأتمنى أن يتناول الإعلام قضايا المرأة بموضوعية دون شخصية الأمور وأن يصيغ الخبر على معايير دولية لحقوق الإنسان ومن الضروري جدًا الابتعاد عن السبق الصحفي بقضايا المرأة ومن الضروري والمهم التأكد من الخبر قبل نشره " (P6)

ثم أضافت بعض الناشطات أن التركيز يجب أن يكون على أكثر من مستوى

- " يجب التركيز على ثلاث مستويات أول مستوى زيادة حضور المرأة كصانعة قرار في الدوائر الإعلامية حتى في الدوائر المسؤولة عن تشكيل الأعلام في الدولة والحكومة، ثانيا زيادة الزخم والتركيز على أن قضايا المرأة قضية المجتمع ككل ليست قضية المرأة فقط وأن قضايا المرأة لها جانب سياسي واجتماعي واقتصادي، وأخيرا التركيز على إيجاد جيل جديد من الشباب من كلا الجنسين مؤمنين بقضايا المرأة ويركزون على أن العمل بهذا المضمون ضروري لتغيير المجتمع بشكل إيجابي" (P4)

وركزت الناشطات على ضرورة اتباع الإعلاميين لبعض الشروط.

- " يجب على الإعلامي معرفة دوره المهني وأن تكون هناك درجة عالية من المهنية والحيادية والابتعاد قدر الإمكان عن الرأي الشخصي، واتباع الأخلاق المهنية في صياغة الأخبار، واتباع المعايير الدولية في صياغة الأخبار، وأن تكون الأخبار مبنية على حقائق وذلك لاختلاف الآراء والأخبار المغلوطة والابتعاد عن السبق الصحفي الغير الدقيق ليكونوا أكثر دقة وحذرا وأخذ المعلومة من مكانها الصحيح وعدم اختلاق الأخبار فيما يتعلق بقضايا المرأة ". (P12)

كما تحدثت الناشطات عن ضرورة تناول الإعلام لقضايا المرأة الأساسية

- " يجب الحديث عن قضية زواج القاصرات، بالإضافة الحديث عن حقوق المرأة بالوصايا على الأطفال، كما يجب الحديث عن الجندرية، وعدم حصر قضايا المرأة بقضايا الشرف بالإضافة للحديث عن العقوبات والأسباب ومناقشة القوانين ودعم المرأة بتغيير القوانين وأخذ حقوقها بالإضافة لتسليط الضوء على الأمثلة الناجحة من النساء" (P13)

كما أضافت الناشطات ضرورة باختيار الإعلامي وأن يتم تحديد الأهداف من البرامج التي تتحدث عن قضايا المرأة.

- " اختيار الإعلامي المتحدث بهذا الموضوع ألا يكون مهاجم وأن يكون مثقف وحيادي وأن تكون برامج لها مخرجات وتوصيات وأن يكون في شخص لديه قضية من أصحاب الألم ولا تقتصر الاستضافة على دكتور أو دكتورة مختصين بقضايا المرأة وألا ينقل رأي جهة معين، ويجب استضافة فئة من صانعي القرار للوصول لصيغة تفاهم والخروج بنتيجة من هذه البرامج" (P6)

وتحدثت بعض الناشطات عن ضرورة وجود شراكة بين أكثر من جهة لتحقيق أهداف تخدم قضية المرأة من خلال الإعلام

- " يجب أن يكون هناك شراكة بين المؤسسات الاعلامية والناشطات النسويات، بالإضافة لشراكة مع مؤسسات حقوق الإنسان ويجب التركيز على الأمهات العازبات ونجاحهن وطريقة وصلوهن للنجاح مع أطفالهن، بالإضافة لاستضافة الناجيات من العنف المجتمعي، والحديث عن دور المؤسسات النسوية " (P15)

- " يجب تأسيس جيل من الصغر عن طريق الإعلام حتى يكسر الصورة النمطية لظلم المرأة، يجب توعية طلبة الجامعات المختصين في مجال الإعلام عن قضايا المرأة حتى يستطيعوا مستقبلا الضغط على قوانين الأحوال الشخصي وعلى اتفاقية سيدوا، ويجب حضور قضايا المرأة في الإعلام". (P8)

تمحورت توصيات الناشطات النسويات لوسائل الإعلام بضرورة زيادة ثقافة مذيعي الأخبار، ومحاولة طرح القضايا بحيادية بعيدا عن التحيز، وطرح قضايا المرأة المهمة مثل الأمهات العازبات وحقوق حضانة الأطفال وعدم الاكتفاء بطرح قضية المرأة عند حدوث جرائم الشرف بالإضافة إلى ضرورة إيجاد وسائل إعلام مستقلة تهتم بقضايا المرأة.

6-4 رضى الناشطات النسويات عن الوقت المخصص لقضايا المرأة' وعن وجود المرأة بالعملية الإعلامية.

ذكرت غالبية الناشطات النسويات بأن الوقت المخصص لقضايا المرأة ووجود المرأة بالعملية الإعلامية هو وقت ووجود ضعيف, فقد ذكرت بعض الناشطات أن المرأة نادرا ما يتم استضافتها بالقضايا التي تخص المرأة أو أي قضايا أخرى

- " المرأة نادرا ما يتم استضافة المرأة بلقاءات سياسية اقتصادية ونادرا ما يتم الحديث عن المرأة وقضايا المرأة, وفي الغالب تقتصر الاستضافة على برامج الطبخ والأزياء والتجميل وغيرها، أما بالنسبة لوجود المرأة بالعملية الإعلامية أنا والدتي إعلامية وتربيت ببيت إعلامي وحسب مشاهدتي من الصعب أن تصل المرأة لمواقع مميزة في الإعلام ويعتبر أثر المرأة في صنع قرار إعلامي قليل وغير ملحوظ, وهناك عدد قليل من مديرات البرامج ورئيسات التحرير، على الرغم من وجود صحفيات مميزات في هذا المجال لكن نتأمل فتح المجال أكثر, وأن تتواجد المرأة ببرامج حوارية مميزة لا تخص فقط المرأة ". (P3)

- " بالنسبة للوقت نشاهد المرأة كثيراً كمقدمة برامج حوارية ومسابقات, ونجدها حاضرة بأغلب البرامج كطبيعة عمل, لكن كمحتوى لا توجد هناك برامج تتحدث عن المرأة وقضاياها, إلا عند حدوث جريمة شرف أو جريمة قتل بحق المرأة"(P4)

- " الخط الأول حتى أحكم على المؤسسة أنها داعمة لحقوق المرأة كونها مكون أساسي في المجتمع نسبة تولي المرأة الإعلامية صنع القرار في المؤسسة والخط الثاني هو نسبة تبني هذه المؤسسة لقضايا المرأة ويجب أن يكون الخطان متوازنان، وعند طرح قضايا المرأة أن لا تطرحها مذيعة بهيئة لا تمثل عادات البلد بالإضافة لابد من وجود قسم متخصص بكل دائرة إعلامية يهتم بشؤون قضايا المرأة "(P8).

- " غير راضية تماما عن الوقت المخصص للمرأة في العملية الإعلامية ودورها غير واضح والخطاب الإعلامي حالياً ذكوري بحت، يوجد هناك نساء تكتب بقضايا المرأة لكن بالصحف تكون مهمشه ووجودها قليل جدا (P10) "

- " الوقت المخصص للمرأة سيء جداً ومن الممكن القول أنه معدوم ولا أجد أي برنامج حوارى يتحدث عن قضايا المرأة أو أي مسلسل يتخذ قضايا المرأة هدفاً له، أما بالنسبة للوقت المخصص لقضايا المرأة في الإعلام الأردني فهو سيء وقليل جداً".(P11)

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

1-5 مقدمة.

2-5 مناقشة النتائج.

1-2-5 إعادة ترتيب أولويات قضايا المرأة في الإعلام.

2-2-5 ثقة الناشطات بوسائل الإعلام.

3-2-5 المحتوى الإعلامي وقضايا المرأة.

4-2-5 ما يجب أن يركز عليه الإعلام بخصوص قضايا المرأة.

5-2-5 عدم رضا الناشطات النسويات على وسائل الإعلام في موضوع تناول قضايا المرأة.

3-5 التوصيات.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

1-5 مقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الباحثة بعد إجراء المقابلات مع عدد من الناشطات النسويات في مدينة عمان، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة المتمثلة بمعرفة وجهة نظر الناشطات النسويات في دعم الإعلام الأردني لقضايا المرأة، ومعرفة أولويات قضايا المرأة التي تحتاج للدعم الإعلامي، وما هي أكثر وسائل الإعلام التي تثق بها الناشطات، ومدى رضا الناشطات النسويات عن الوقت المخصص لقضايا المرأة في الإعلام، والتوصيات من وجهة نظرهن ... وفيما يلي عرض لهذه النتائج.

2-5 مناقشة نتائج الدراسة

1-2-5 إعادة ترتيب أولويات قضايا المرأة في الإعلام

بداية تم الحديث عما تراه الناشطات مهما لدعم قضايا المرأة، وعن دور الإعلام في دعم هذه القضايا وتأثيره على المجتمع من جهة وعلى المرأة من جهة أخرى، وتم تناول قضايا المرأة بشكل مفصل ورأت الناشطات أن قضايا الإعلام لا تتجزأ ولا تتفصل عن قضايا الإنسان وتأثير الإعلام على الصورة النمطية للمرأة وتأثيره على رأي المجتمع بقضاياها.

وترى الباحثة أن تركيز الناشطات النسويات على عدد من القضايا أكثر من غيرها، يدل على ضرورة أن يركز الإعلام عليها، ولا بُد للإعلاميين من الاستماع لوجهات النظر هذه، وتعديل محتوهم

بناء عليه، إذ أن ضعف التواصل ما بين الإعلاميين والنسويات أدّى إلى حصول هذه الفجوة التي انعكست آثارها على ما يقدم في المحتوى الإعلامي.

فهناك قضايا أهملت إعلامياً، أو نوقشت هامشياً، أو لم ترتب ضمن أسلوب الأهم فالمهم، ناهيك عن قضايا لم يتم التطرق إليها بشكل كاف، أو بعمق، ومن هذه القضايا: القوانين التي تحتاج إلى تعديل لتعطي مزيداً من العدالة للمرأة مثل قانون الأحوال الشخصية في عدد من جزئياته ومنها والوصاية على الأبناء بعد الطلاق ونفقات الأطفال بعد الطلاق وحضانة الأطفال والأمهات المعيلات، وحصول الأبناء على جنسية أمهاتهم تفعيلاً للمساواة الكاملة في الدستور الأردني بين الرجل والمرأة، علاوة على موضوع العدالة في التوظيف والعنف ضد المرأة، وأكدت غالبية المبحوثات على هذه القضايا، وتأثيراتها على الحياة اليومية للمرأة، وهذا ما يتوافق مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (محمد، 2019) التي أشارت إلى إهمال وسائل الإعلام لعدد كبير من قضايا المرأة المهمة، وخاصة ما يتعلق بالمساواة بين الجنسين، ومُشكلات المرأة المُختلفة، بينما خلصت دراسة (وزارة التربية والتعليم، 2012) إلى ضرورة زيادة الاهتمام بالقضايا الاقتصادية للمرأة، وهذا يتوافق مع ما توصلت إليه هذه الدراسة.

وهذا يتفق مع افتراضات نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تدعو إلى تحرير وسائل الإعلام من المتسلطين من بعض فئات المُجتمع عليها، حيثُ يتم التطرق للمواضيع الخاصة بفئات مُعينة، وإهمال قضايا المرأة.

2-2-5 ثقة الناشطات بوسائل الإعلام

أشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم وسائل الإعلام تتعامل مع قضايا المرأة على أنها ثانوية وليست أساسية، وهذا يؤدي إلى تقليل ثقة الناشطات بوسائل الإعلام المختلفة، بينما نبهت بعض الناشطات إلى أن الهاجس الأكبر المسيطر على وسائل الإعلام هو الحصول على مشاهدات، وإعجابات، ومشاركات من خلال مواقع الإنترنت، بغض النظر عن المحتوى الإيجابي نحو المرأة، فلا يهتم صناع المحتوى في هذه الأيام سوى هذا التفاعل، وهذا يزيد من معاناة المرأة مع وسائل الإعلام، ويقلل ثقتها بها، وهذا يخالف نتيجة دراسة (جسام، 2017) التي أكدت أن الناشطات الأردنيات يستخدمن في غالب الأحيان وسائل الإعلام للحصول على المواضيع التي تقع ضمن اهتماماتهن، وهذا يدل على ثقتهن بها، وترى الباحثة أن سبب هذا التعارض هو الوسيلة التي تم بها جمع البيانات حيث استخدمت دراسة (جسام، 2017) الاستبانة، بينما أدت المناقشات المعمقة مع الناشطات في هذه الدراسة إلى تبيان أن متابعة تلك الناشطات لهذه الوسائل لا يعني بالضرورة الثقة بها، حيث أشارت إلى هذا المعنى أكثر من ناشطة.

وفي هذا السياق فإن دراسة (العفيف، 2016) وصلت إلى النتيجة نفسها عندما أوضحت أن هنا ثقة من قبل النساء بالمعلومات الصحية التي يتلقونها من وسائل الإعلام، وترى الباحثة أن ثقة المرأة بالمعلومات الصحية أكبر من ثقتهن بالأراء المطروحة حول قضاياها أو تناولها، وهناك فرق بين الأمرين.

وهذا يتفق مع فرضيات نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تنص على أن من وظائف الإعلام تزويد الجمهور بالمعلومات، وأن تمثل هذه الوسائل وجهات النظر المختلفة بعدالة، وفي ظل غياب

ذلك تقل ثقة الفئة المستبعدة، أو المهمشة، وهذا ما يتوافق مع ما ذهبت إليه المبحوثات في هذه الدراسة.

3-2-5 المحتوى الإعلامي وقضايا المرأة

اعتبرت أغلب الناشطات النسويات اللواتي تمت مقابلتهن الأعمال الدرامية من الوسائل التي يجدن فيها مضمونا يدعم المرأة بشكل قوي في أحيان كثيرة، خاصة عندما تتم مناقشة قضايا المرأة إنسانياً، مع التركيز على المشاعر القوية اتجاه الظلم الذي تقع فيه، فيما أشارت بعضهن إلى العكس من ذلك بأن الدراما همشت المرأة، وجعلت البطولة المطلقة فيها للرجل، ولم تتطرق إلى التغيرات الاجتماعية الإيجابية التي حققتها المرأة. وترى الباحثة أن سبب هذا التناقض يعود إلى اختلاف في الأفلام الدرامية المنتجة، ونوعية هذه الأفلام التي تشاهدها الناشطات النسويات، والإيجابية التي ذكرت هنا لها علاقة كبيرة ببعض الأفلام المنتجة من قبل ناشطات نسويات، وهذا لا يُعطي مؤشراً عن الدراما الرسمية - التي يتم إنتاجها من قبل قنوات فضائية وشركات إنتاج رسمية -.

وحازت البرامج الحوارية ثقة أكبر من قبل الناشطات النسويات المشاركات في المقابلات المعمقة المنفردة، ويعود السبب في ذلك حسب رأي الباحثة إلى مشاركة نساء في بعض هذه البرامج، إضافة إلى وجود آراء متباينة أثناء المقابلات تعكس وجهات نظر ضيوفها، ورغم عدم التصريح بذلك من قبل النسويات، لكن الباحثة ترى ذلك حسب وجهة نظرها.

وبصرف النظر عن الانحياز الكبير للأخبار التي لا تُعطي للمرأة إلا حيزاً بسيطاً في تغطية الأخبار المتعلقة بها، فإن هناك ثقة بسيطة بها، ومرد ذلك إلى شعور بعدم الإنصاف يمتلك الكثير من الناشطات اتجاه ذكورية الأخبار، ومحتوياتها، وترى الباحثة أن الأخبار انعكاس للواقع الذي

نعيشه، وبما أن نسبة مشاركة المرأة في المناصب القيادية قليلة، ومشاركتها في صناعة الأحداث لا ترقى للمستوى المطلوب بناء على معطيات متراكمة عبر العصور، فإن الأخبار لا تقدم الكثير عن المرأة، ومع ذلك، فإن الإنجازات التي تحقّقها المرأة هنا وهناك لا تلقى الاهتمام نفسه الذي يلقاه الرجل، وهذا ما استنتجته الباحثة من إجابات الناشطات النسويات.

وبخصوص برامج المرأة التلفزيونية كان هناك تباين في إجابات الناشطات النسويات، وإن أظهرت الغالبية منهن استيائها من عدم وجود برامج تلفزيونية محلية موجهة للمرأة، وهذا يُوافق ما جاء في دراسة (سويدان، 2017).

وترى الباحثة أن ما تقوم به الغالبية العظمى من وسائل الإعلام يتعارض مع ما دعت إليه نظرية المسؤولية الاجتماعية من ضرورة التزام وسائل الإعلام من حماية حقوق الأفراد من خلال عملها كحارس للبوابة، فعمل حارس البوابة القائم على عمل توازنات بين حقوق ومصالح أفراد المجتمع شبه غائب في قضايا المرأة، ولا يقوم بعمله المطلوب منه في هذا المجال مما أدى إلى حصول اختلال كبير في التعامل مع قضايا المرأة واستبعادها من المحتوى الموثوث بشكل كبير.

5-2-4 ما يجب أن يركز عليه الإعلام بخصوص قضايا المرأة.

ركزت الناشطات المبحوثات على ضرورة زيادة وعي الإعلاميين بحقوق الإنسان، وإعطاء اهتمام أكبر لقضايا المرأة لأنها الأكثر تعرضاً للتمييز في المجتمع، وأشارت المبحوثات إلى فئة من النساء، يحتاجن إلى المزيد من العناية وتسليط الضوء على قضاياهن، وهن النساء اللواتي يسكن في مناطق نائية، حيث تقل الخدمات، وتُصبح فرص التنمية نادرة في بعض الأحيان.

وأشارت المبحوثات إلى مشكلة عدم الإيمان بقضية المرأة عند غالبية الصحفيين، والإعلاميين، واللاتهامات التي تطال أي شخص يُدافع عن المرأة، والوصمة بأنه يروج لاتفاقيات مخالفة لقيم وأخلاقيات المجتمع، مثل اتفاقية سيداو حسب ما يقولون.

وركزت المبحوثات على قضايا أخرى لا يتطرق إليها الإعلام بشكل شبه كامل مثل قضية الفتيات اللواتي يتم منعهن من الدراسة في بعض المناطق البعيدة، وهناك قضايا يتم التطرق إليها على استحياء دون إعطائها حقها من النقد والوقوف ضدها مثل القتل بداعي الشرف. وهذا يتوافق مع دراسة (بدر، 2009)، ودراسة (سويدان، 2017).

وترى بعض الناشطات أن وجود مؤسسات إعلامية مستقلة تتبنى قضايا المرأة هو الحل، فيما تجد أخريات أن إنشاء مؤسسة إعلامية متخصصة بقضايا المرأة سيساهم بحل مشكلة ندرة قضايا المرأة في الإعلام.

وترى الباحثة أن ذلك غير فعال من جهتين، الجهة الأولى أن الإعلام يعيش عصر التشتت الآن في ظل منصات التواصل الاجتماعي، وأن وجود مؤسسة أو اثنتين أو عشرة لن يحل مشكلة عدم الاهتمام بقضايا المرأة، وكذلك فإن وجود مؤسسة لا يعني أنها ستسيطر على الساحة الإعلامية، مما يجعل من تأثيرها محدوداً، فتحل جزءاً من المشكلة ليس كلها.

وفي سياق آخر، أشارت المبحوثات إلى ثلاثة أفكار يُمكن أن تحسن من وجود قضايا المرأة في الإعلام، وأولها زيادة مشاركة المرأة في وسائل الإعلام، والثانية التركيز بشكل أكبر على قضايا الإعلام، والثالث العمل على إيجاد جيل من الشباب والفتيات مؤمن بقضايا المرأة، وترى الباحثة أن هذه الأفكار جيدة من الناحية النظرية، ولكنها تحتاج إلى وجود إرادة واحدة حقيقية من المجتمع، وهذا

لا يُمكنُ ايجاده في ظل وجود قوى كثيرة تعمل على تحييد قضية المرأة، إضافة إلى عدم شيوع ثقافة احترام المرأة وقضاياها، وسيادة مفهوم العمل التجاري عند كثير من وسائل الإعلام الخاصة، بينما لا تهتم الوسائل الرسمية بشكل كافٍ بهذه القضايا.

وبحُصوص منصات التواصل الاجتماعي، شكت المبحوثات من انتقال الإهمال، والتمييز في تناول قضايا المرأة إلى هذه المنصات، وأن معظمهم شعرن بالإحباط لأن هذه المنصات الجديدة لم تغير النظرة إلى المرأة وفقاً لما كان يؤمل منها. وهذا يُخالف ما توصلت إليه دراسة. (odine, 2013) وترى الباحثة أن منصات التواصل الاجتماعي هي انعكاس للواقع الإعلامي والاجتماعي، وأن المُجتمع الذي لم يتغير في الواقع لا يُمكنُ أن يتغير في العالم الافتراضي، وأن التعويل على هذه المنصات لن يجد كثيراً في تحسين وضعية قضايا المرأة في الإعلام.

وهذا يبين عدم التزام المؤسسات الإعلامية في محتواها مع ما دعت إليه نظرية المسؤولية الاجتماعية من حماية التعددية الثقافية في المُجتمع، وأن يمثل هذا المحتوى وجهات النظر المُختلفة في المُجتمع بعدالة، فهذا لا يحصل فعلياً على أرض الواقع.

5-2-5 عدم رضا الناشطات النسويات على وسائل الإعلام في موضوع تناول قضايا المرأة

بينت نتائج الدراسة عدم رضا المبحوثات من الناشطات النسويات على مجمل تعامل الإعلام مع قضايا المرأة، فالوقت المخصص لهذه القضايا - حسب وجهة نظرهن - غير كافية، ووجود المرأة في العملية الإعلامية ككل لا يمثل التطورات في واقع المرأة، ولا الإنجازات التي حققتها في أماكن كثيرة في المُجتمع .

وأكدت هؤلاء المبحوثات على أنه من النادر أن يتم استضافة امرأة من أجل الحديث عن قضايا المجتمع، بل يتم حصر أخذ رأيها فيما يتعلق بقضايا يؤطرها المجتمع على أنها قضايا نسائية مثل الولادة، وتربية الأولاد، والطبخ، وما شابه، بينما يندر وجودها في مناقشة القضايا السياسية، والاقتصادية، وغيرها.

وهذا يتوافق مع دراسة (معهد الإعلام الأردني، 2017)، ويُخالف ما جاء في دراسة (اسحاقيات، 2019)، وترى الباحثة أنّ ما أشارت إليه (اسحاقيات، 2019) من تفاعل كبير في موضوع إعفاء الجاني من العقاب بالاغتصاب إذا تزوج الضحية على سبيل المثال، لم يكن بسبب الاهتمام الكبير بقضية المرأة، بل لأن الموضوع له علاقة بالرجل، ومن يتتبع ما كتب في الموضوع يُمكن أن يصل إلى هذه النتيجة، وتوصي الباحثة بدراسة هذه الحالة لتأكيد أو نفي ما توصلت إليه.

كما أشارت المبحوثات إلى صُعوبة وُصُول المرأة إلى المراتب القيادية في المؤسسات الإعلامية، وأن عملية صنع القرار في هذه المؤسسات محصورة في الرجل حتى في المؤسسات القليلة التي تضم نساء في القيادات العليا، فإن وجودهن غير مؤثر، ويصطدم عادة بمصاعب كبيرة في طريق فرض أجندة المرأة في الإعلام، وهذا ما يتوافق مع دراسة (Odine, 2013).

في حين ركزت بعض المبحوثات على قضية وصفنها بالسلبية وهي وجود المرأة الأساسي في الإعلام كديكور، حيث يتم اختيار الجميلات جدًّا، من أجل القيام بأدوار إعلامية غير مؤثرة، ويكون الهدف منها جذب الجمهور للوسيلة الإعلامية، مما يشكل إساءة لقضية المرأة، وحصرها في مجال الجمال فقط، وهذا له أضرار عديدة، ولا يخدم قضايا المرأة. وهذا يتوافق مع دراسة (بدر، 2009)، و(الخصاونة، 2015)

وتؤيد الباحثة ما ورد على ألسنة المبحوثات في هذا السياق، وحسب اعتقادها فإن وجود المرأة في كثير من المؤسسات ديكوري، وله علاقة بجذب الرجال لمشاهدات هذه المؤسسات، وفي حالة تم ترفيع امرأة لمنصب قيادي في مؤسسة، فإن قدرتها على إحداث التغيير في محتوى هذه المؤسسة نحو قضايا المرأة لا يكون كبيراً، والدليل أن مثل هذه المؤسسات التي قادتها امرأة لم تقدم صورة المرأة بشكل أفضل حسب رأي الباحثة.

وصفت بعض المبحوثات المحتوى الإعلامي المبتوث في وسائل الإعلام المختلفة بأنه ذكوري، ويجعل من الرجل أساس العملية الإعلامية، وتأتي المرأة وكأنها (كومبارس)، وترى الباحثة أن هذا صحيحاً، ويؤيده ما جاء في الدراسات السابقة المختلفة على مر السنوات الطويلة، التي تعمل على تكريس صورة الرجل - محور الكون - وأنه الأساس الذي يبنى أي خطاب عليه.

3-5 التوصيات

بناء على ما توصلت إليه الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

أ. يوصي البحث بأن تقوم وسائل الإعلام في الأردن بتمكين المرأة الأردنية الإعلامية وتوظيفها في مفاصل القيادة والإدارة لإعطاء تنوعاً يتعلق بالجنس الاجتماعي.

ب. زيادة المساحة المخصصة في الصحافة المطبوعة والمواقع الإخبارية الإلكترونية وزيادة الوقت في المحطات الإذاعية والتلفزيونية للبرامج الإعلامية الموجهة للمرأة وخاصة للمرأة في الريف والبادية.

ج. جسر الفجوة الجندرية في وسائل الإعلام وإظهار المرأة كعنصر فاعل في البرامج الحوارية كخبيرة في مختلف الشؤون السياسية والاقتصادية والثقافية.

د. اعتماد سياسة تثقيفية لمناهضة الممارسات المتجذرة التي تستخدم للإبقاء على قيام المرأة بأدوار ثانوية تتسم بالتبعية، واستهداف القائمين على وسائط الإعلام بهذه السياسات.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

أبادي، الفيروز (2004). القاموس المحيط. الأردن: بيت الأفكار الدولية.

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

اتفاقية سيداو (2007). الجريدة الرسمية. الأحد، (1) آب.

إمام، إبراهيم (1969). الإعلام والاتصال بال جماهير. القاهرة: مكتبة الإنجلو مصرية.

برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (د.ت). المساواة الجندرية في الأردن. عمان، الأردن.

بريغر، آسيا، وبورك، بيتر (2005). التاريخ الاجتماعي للوسائط. الكويت: دار المعرفة.

جرار، فاروق (1997). الإذاعة والتلفزيون في الأردن. عمان: مطابع الجمعية العلمية الملكية.

جسام، ريم (2017). دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي للمرأة من وجهة نظر الناشطات في

قضايا، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

جعفري، رهام (2012). دعم هيئة الأمم المتحدة للمرأة والمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة

لأولويات للنوع الاجتماعي في القطاع الحكومي الفلسطيني. رسالة ماجستير غير منشورة

جامعة بير زيت، رام الله، فلسطين.

حجاب، عزت وشلبية، محمود (2002). "النساء المهنيات في وسائل الإعلام الأردنية: دراسة

استكشافية للإعلاميات العاملات في المؤسسات الإعلامية". مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة

العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10-1 (67).

الحساباني، عبدالحكيم، والشلبي، جمال (2006). "الحقوق المدنية والسياسية للمرأة الأردنية: حق الخلع". مجلة أبحاث اليرموك. 22-4.(853).

حسين، سمير (1997). الرأي العام-الأسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة: عالم الكتب.

خريسات، صلاح (2000). قوانين وأنظمة الإعلام والثقافة الأردنية. عمان: دار زهران للنشر.

الخصاونة، أحمد (2015). استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة البترا، عمان، الأردن.

خلف، ياسر (2015). المرأة في سوق العمل. عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع.

دائرة الإحصاءات العامة (2018). الكتاب الإحصائي السنوي. عمان، الأردن.

الرويس، عبلة (2010). دراسة تجريبية الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

زايدة، سوسن (2018). تقييم واقع عمل الصحفيات في مؤسسات الإعلام الأردنية. عمان: اليونسكو ومنظمة IMS.

السلايطة، عصام (2017). دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

سويدان، شروق (2017). اتجاهات أكاديمية نحو برامج المرأة في التلفزيون الأردني. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

شقيير، يحيى (2011). مقدمة في التشريعات والسياسة الإعلامية في الأردن، منشورات برنامج تدعيم الإعلام في الأردن. عمان: إيركس.

شقيير، يحيى (2019). قوانين الجرائم الإلكترونية في الدول العربية وتأثيرها على حرية الرأي والتعبير. عمان: دار أريج للمطبوعات.

صالح، سليمان (2002). أخلاقيات الإعلام. الكويت: مكتبة الفلاح.

عايش، محمد (2003). قوانين المطبوعات الأردنية 1993-2000 ومدى انسجامها مع المعايير الدولية لحقوق انسان في دراسات في حقوق الإنسان. مركز عمان لدراسات حقوق الإنسان، الأردن.

عبدالحميد، محمد (2010). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.

عبدالخالق، غسان، وآخرون (2016). المرأة - التجليات وآفاق المستقبل، أوراق عمل مؤتمر فيلادلفيا التاسع عشر، للفترة من 28-30 أكتوبر 2014، جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية الهاشمية.

عبيدات، شفيق (2003). مسيرة الصحافة الأردنية (2000-2010)، عمان: مطبوعات نقابة الصحفيين.

العجلوني، كمال (2014). واقع المرأة الأردنية بين الدين والمجتمع. عمان: مطبعة الجامعة الأردنية.

العفيف، عنود (2016). اعتماد المرأة الأردنية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات الصحية. رسالة ماجستير غير منشورة جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة (2013). الإستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة (2013-2017). عمان: اللجنة الوطنية للمرأة الأردنية.

محمد، حسن (2019). تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية (دراسة وصفية) تطبيقية على المعالجة الصحفية لموقع المجلس القومي للمرأة بمصر من 2016-2019م. جامعة رسالة ماجستير غير منشورة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، السودان.

مركز المعلومات والبحوث بمؤسسة الملك الحسين وشبكة الإعلام المجتمعي (2020). تمكين المجتمع المدني من خلال الإعلام المجتمعي، رصد مدى حساسية عينة من وسائل الإعلام الأردنية للنوع الاجتماعي. عمان، الأردن.

مركز حماية وحرية الصحفيين (2014). حالة الحريات الإعلامية في الأردن. عمان، الأردن.

المشهداني، سعد (2014). الصحافة العربية والدولية. العين: دار الكتاب الجامعي.

مكاوي، حسن (1994). أخلاقيات العمل الإعلامي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

مكاوي، حسن، والسيد، ليلي (2003). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

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

منظمة المرأة العربية (2010). الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية (2009-2015) الصادرة عن منظمة المرأة العربية. منظمة المرأة العربية، مصر.

مؤسسة حبر (2018). تعزيز تغطية متوازنة ومنصفة للدوار الاجتماعية للمرأة والرجل في محتوى الإعلام الأردني. عمان، الأردن.

الموسى، عصام (1997). المدخل في الاتصال الجماهيري. الأردن: مكتبة الكناني للنشر والتوزيع.

وزارة التربية والتعليم الأردنية (2012). صورة المرأة في الصحافة الأردنية المطبوعة في العقد الأخير. عمان، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Diana Ishaqat (2019). Social Media and Social Change in Jordan: Opportunities and Threats. Toda Peace Institute. Policy Brief No. 57.

Dr. Eman Mosharafa (2015). All You Need to Know About: The Cultivation Theory.

Fredrick S. Siebert, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm (1984). Four Theories of the Press (1963). RESPONSIBILITY THEORY OF THE PRESS. In *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do* (pp. 73-104). Urbana; Chicago: University of Illinois Press. Retrieved April 1, 2020.

Lerner, Daniel et. al (1958). The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East. Free Press.

Maurice Odine (2013). Role of Social Media in the Empowerment of Arab Women. Global Media Journal Spring 2013.

Mc Quail, D. (1994). **Mass Communication Theory, an Introduction**, 3rd ed. (London: Sage publication,

Merrill, J.C. Three Theories of Press Responsibility and the Advantages of Pluralistic Individualism, in Elliott, D., **Responsible Journalism** (Beverly Hills: Sage publication, 1986).

Naomi Sakr (2004). *Women and Media in the Middle East: Power through Self-expression* (Library of Modern Middle East Studies).

Pietrobelli·Marta (2013). *In whose interests? The politics of gender equality in Jordan*. PhD Thesis. SOAS, University of London.

الملحقات

الملحق رقم (1) الأسئلة الموجهة إلى الناشطات

السؤال الأول:

ما أولويات قضايا المرأة التي تحتاج لدعم الإعلام؟

السؤال الثاني:

ما أكثر وسيلة إعلامية تثق بها للتوعية بحقوقها ودعم قضاياها؟

السؤال الثالث:

البرامج التي تجد المرأة فيها مضموناً يدعم المرأة بشكل قوي؟

الدراما- المقابلات الحوارية - الأخبار - البرامج الاجتماعية.

السؤال الرابع:

ما التوصيات التي تقدم لوسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة؟

السؤال الخامس:

مدى رضاكن عن:

الوقت المخصص لقضايا المرأة في الإعلام الأردني بشكل أساسي؟

وجود المرأة في العملية الإعلامية؟