

أطر تقديم صورة المرأة والأسرة الخليجية في الإعلام الخليجي-دراسة تحليلية لعينة من المجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة والجروبات النسائية على موقع الفيسبوك

أ / أسماء حمدي عبد الحميد قنديل

باحثة دكتوراه بكلية الإعلام-جامعة
القاهرة

مقدمة

تمثل قضايا المرأة بشكل عام واحدة من أهم القضايا التي فرضت نفسها على قائمة أولويات القضايا المجتمعية في العديد من الدول العربية منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي، حيث تعتبر المرأة شريكاً أساسياً ومساهمياً فاعلاً في تطور المجتمع، وقد سجلت المرأة العربية بشكل عام في السنوات الأخيرة تطوراً كمياً ونوعياً في كافة القطاعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وفي المؤسسات التشريعية وفي هيئات المجتمع المدني.

عن المرأة في أغلب وسائل الإعلام هي نماذج المرأة التقليدية، والمرأة الجسد، والمرأة السطحية، والمرأة الضحية، حيث تظهر صورة المرأة من خلال هذه النماذج كأنها مستهلكة وغير منتج يحتاج للحماية، ولا يشارك في اتخاذ القرارات المهمة وينحصر سلوكه في الاستهلاك والزينة، وهذه النماذج لا تعكس المكاسب العديدة التي حققتها المرأة العربية في كافة مجالات المجتمع.

وهناك العديد من المكاسب التي حققتها المرأة العربية، ولعل ما يشهده واقع المرأة السعودية من تحول وتطور في العديد من المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وخصوصاً بعد صدور القرار التاريخي بأحقية المرأة السعودية في الترشح لعضوية مجلس الشورى والمجالس البلدية.

كما حققت المرأة الإماراتية مكاسب عديدة، فعلى الصعيد السياسي، أصبح عدد النساء في حكومة الإمارات 5 وزيرات، وتبلغ أصغر وزيرة من العمر 22 عاماً، علاوة على وجود سبع عضوات في المجلس الوطني الاتحادي. وحققت المرأة الإماراتية إنجازات عديدة في المجال الدبلوماسي، وارتفعت كذلك نسبة مساهمة المرأة في النشاط الاقتصادي وسوق العمل بعد تأسيس مجلس سيدات الأعمال في الدولة، ليصل عدد المسجلات في غرف التجارة والصناعة إلى أكثر من 22 ألف سيدة أعمال يعملن في السوق المحلية والعالمية، كما تشغل المرأة 66% من وظائف القطاع الحكومي.

وكذلك الحال بالنسبة للمرأة الكويتية، حيث شهد عام 2005 انتصاراً كبيراً لها وخصوصاً بعد صدور قانون يسمح لها بخوض الانتخابات البرلمانية، وفي عام 2006 مارست المرأة الكويتية لأول مرة حقها السياسي في الترشح والانتخاب، حينما أعلنت المهندسة جنان بوشهري ترشحها في الانتخابات لعضوية المجلس البلدي، وعلى الرغم من عدم فوزها إلا أنها تمكنت من الحصول على أكثر من 1800 صوت، كما شهد عام 2009 نجاحاً كبيراً للمرأة حيث فازت 4 نساء بعضوية مجلس الأمة وبتأثير مبهرة. وبالتالي اكتملت حقوق المرأة الكويتية السياسية، لتصبح الكويت من ضمن الدول العربية التي تشهد مساواة بين الرجل والمرأة في الحقل السياسي.

وقد ارتبط ظهور الصحافة النسائية في الوطن العربي وتطورها خلال النصف الأول من القرن العشرين بدخول واتجاه المرأة نحو الصحافة لتعبر من خلالها عن اهتماماتها وتنفيذ إلى المجتمع فتسمعه صوتها وتطالبه بحقوقها حيث حملت الصحافة النسائية منذ نشأتها وحتى الآن هموم المرأة ومعاناتها، من أجل إنقاذ المرأة من الواقع المتردي الذي كانت تعيشه على مر العصور والذي خلفته التقاليد الاجتماعية الجامدة، فكانت الصحافة النسائية وماتزال تحمل مشروعاً للنهوض بالمرأة وترقيتها وتوعيتها وتبصيرها بحقوقها.

وكانت الصحافة النسائية في بدايتها وحتى عام 1940 صحافة رأي حيث كانت تدافع عن حرية المرأة، والتي كان من أهمها هو تعليم الفتاة في حين أن بعض هذه المجالات هاجمت هذه الحرية، وطالبت بضرورة عودة المرأة إلى البيت، وتقدم المجالات النسائية الآن كل ما يهم المرأة العربية في كافة المجالات سواء ما يتعلق بالأزياء والأناقة وتربية الأطفال، والأمور الخاصة بالزواج وترتيب البيت والديكور وأشغال الإبرة والطهي، هذا إلى جانب الموضوعات التي تساعدها على تنمية قدراتها ورصد إنجازاتها في المجالات المختلفة، وظهرت مؤخراً على الساحة العربية عدة صحف ومجلات نسائية بشكل متتابع زمنياً ومازالت الساحة تتجذب المزيد منها، وهذه الصحف والمجلات تسلط الضوء على إنجازات المرأة في عدة مجالات وتسجل حضورها في كافة المستويات، وتمثل دافعاً للتواصل الإيجابي بين المرأة والمجتمعات المحلية والعالمية. والصحافة النسائية اليوم تمتلك إمكانات واعدة يمكن توظيفها في مجال التنمية الشاملة من أجل أن تقوم المرأة العربية بالدور المنوط بها في المجتمع.

وعلى الرغم من ذلك، إلا أن المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة وصورتها بشكل عام في وسائل الإعلام المختلفة لا تعبر عن الواقع الفعلي الذي تعيشه المرأة العربية، بل قد تكون في بعض الأحيان صور مشوهة تركز على المرأة كأداة جنسية أكثر من كونها إنسانة فاعلة في المجتمع، كما تحصرها في أدوار اجتماعية نمطية لا تراعي المكانة التي بدأت تشغلها النساء في المجتمع، فمازالت الصورة المقدمة

طلاب الجامعة الألمانية نحوها، واستندت الدراسة إلى نظرية تحليل الخطاب، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (109) من طلاب الجامعة الألمانية بواقع (19.3% للذكور، و 79,8% للإناث)، والذين يدرسون في جامعتي Augsburg، وجامعة Ludwig Maximilian. وأجريت الدراسة التحليلية خلال الفترة من أكتوبر 2010 وحتى ديسمبر 2014، بالتركيز على الموضوعات التي تحدثت عن المرأة في 22 دولة عربية، وبلغت عدد المواد الصحفية الخاضعة للتحليل (836) عنوان صحفي.

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن 77,2% من المبحوثين يهتمون بقراءة الأخبار المتعلقة بالمرأة بشكل عام، بينما يهتم 60% من عينة الدراسة بمتابعة أخبار المرأة العربية بالتحديد، كما أشار المبحوثون إلى أن الصفات المعبرة عن قمع النساء في الدول العربية تمثل 19,5% من إجمالي عينة الدراسة، في حين مثلت الصفات الإيجابية للمرأة مثل القوة، والشجاعة نسبة 4.5% و 4.9% على التوالي.

-سعت دراسة

Empar و Anna Mateu، و David Gonzalez، و Marti Dominguez (2017)⁽²⁾

إلى التعرف على صورة المرأة العاملة في الصحافة الأسبانية، وطبقت الدراسة التحليلية على (1,134) صورة منشورة في 4 صحف أسبانية وهي: El Pais، و La Vanguardia، و ABC، و El Mundo، وهي أكثر الصحف الأسبانية توزيعاً على المستوى الوطني، وذلك خلال الفترة من 2014 إلى 2015. وخلصت الدراسة إلى انخفاض نسبة تمثيل المرأة العاملة مقارنة بالعلماء الذكور في الصحف، فقد أظهرت الدراسة أن نسبة تمثيل الذكور 73.9%، بينما بلغت نسبة تمثيل النساء 17,1% في الصحف الأسبانية المدروسة، وبلغت نسبة تمثيل الذكور في الصحف الليبرالية 73,7%، بينما بلغت نسبة تمثيل المرأة 22%. وقد اهتمت صحيفة La Vanguardia بتمثيل النساء في الصور التي ضمنها في الموضوعات، وقد انخفضت نسبة تمثيل صور المرأة العاملة في صحيفة ABC.

-رصدت دراسة ياسمين عبد المنعم (2015)⁽³⁾ الصور

وينضح من ذلك أن التحول الكبير في أوضاع المرأة العربية يفرض على الوسائل الإعلامية المختلفة أن تعكس صوراً واقعية عن مدى إسهام المرأة في المجتمع وما حققت من إنجازات، ودورها المحوري والمأمول في العديد من القضايا التنموية التي تفرض مشاركتها فيها، كما يقع على عاتق الوسائل الإعلامية تنفيذ الإشكاليات الاجتماعية والثقافية التي قد تعوق مسيرة المرأة في المجتمع، وطرح رؤى إعلامية لهذه الإشكاليات وذلك من أجل النهوض بالمرأة العربية.

وبالتالي تسعى الباحثة إلى إجراء هذه الدراسة من أجل رصد وتوصيف وتحليل المضامين الإعلامية في عينة من المجالات والمواقع الإلكترونية المتخصصة للمرأة، والجروبات النسائية وذلك من أجل معرفة صورة الأسرة والمرأة الخليجية التي يتم تقديمها في هذه الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة، سواء كانت صورة موضوعية أو سلبية أو مبتذلة أو نمطية، أو لا تراعي القيم والأخلاقيات في التغطية الصحفية أو تعتمد تهميش دور المرأة ومكانتها في المجتمع، وذلك من خلال توظيف أدوات تحليل الإطار الإعلامي للوصول إلى صورة تقديم المرأة في هذه الوسائل.

الدراسات السابقة:

(1) الدراسات التي تناولت صورة المرأة في وسائل الإعلام المختلفة

(2) الدراسات التي تناولت معالجة قضايا المرأة في الصحف والمواقع الإلكترونية المتخصصة

(3) الدراسات التي اهتمت بأنماط استخدام المرأة للصفحات النسائية على الشبكات الاجتماعية

أولاً: الدراسات التي تناولت صورة المرأة في وسائل الإعلام المختلفة

-استهدفت دراسة

Zahra Mustafa و Monika Kirner-Ludwig، و (2017)⁽¹⁾ -Awad

التعرف على صورة المرأة العربية في عناوين الصحف البريطانية، والألمانية والأمريكية وتأثيرها على اتجاهات

(30,3%)، تلاها القضايا الصحية بنسبة (28,6%)، ثم جاءت القضايا المتعلقة بالاهتمامات التقليدية للمرأة بنسبة مقدارها (17,1%).

-رصدت دراسة أسماء فؤاد حافظ (2010)⁽⁶⁾ صورة المرأة المصرية في رسوم الكاريكاتير بالصحف المصرية خلال الفترة من يناير 2004 وحتى ديسمبر 2008، وذلك للتعرف على صورة المرأة في الكاريكاتير في أذهان الرسامين، واعتمدت الباحثة على أداة التحليل السيميولوجي، وأداة المقابلة المتعمقة. وطبقت الدراسة من خلال إجراء المسح الشامل على رسوم الكاريكاتير المنشورة في صحف «أخبار اليوم»، و «الأهالي»، و «الأسبوع» خلال فترة الدراسة. استندت الدراسة إلى مدخل الصورة النمطية، ومدخل النوع الاجتماعي، ومدخل التحليل الثقافي.

وأظهرت نتائج التحليل السيميولوجي لصورة المرأة في (746) رسماً كاريكاتيرياً أنه قد غلب الاتجاه السلبي نحو المرأة في رسوم الكاريكاتير على صحف الدراسة بشكل عام، وبلغت نسبته 62,7% في حين بلغت نسبة ظهور الاتجاه الإيجابي نحو المرأة 14,3%.

-سعت دراسة

Karen Ruth Brown (2006)⁽⁷⁾ إلى التعرف على صورة المرأة في المجلات النسائية وذلك خلال أعوام الدراسة (1950، 1995، 2000، و2005)، وأجريت الدراسة الميدانية من خلال الاستعانة ب5 طالبات تتراوح أعمارهن بين 19 و22 عاماً، واللاتي قمن بتصنيف صورة المرأة في 12 مجلة متخصصة في شؤون المرأة خلال شهر يونيو 2005، والنسخ الأرشيفية للمجلات المدروسة خلال عامي 1995، و2000. وتوصلت الدراسة إلى أن صورة المرأة الأكثر شيوعاً في المجلات النسائية المدروسة خلال شهر يونيو عام 2005 هي «المرأة النحيفة» وقد ظهرت بصورة ملحوظة في مجلات الموضة، والصحة على وجه التحديد، كما ظهرت أيضاً صورة المرأة النحيفة في المجلات النسائية الخاضعة للتحليل خلال الأعوام 1995، و2000، و1950.

- استهدفت دراسة سماح محمدي (2005)⁽⁸⁾ الكشف عن مجموعة القيم المتضمنة في الإعلانات المنشورة في نماذج

التي قدمتها عينة ممثلة من الصحافة الأمريكية والبريطانية اليومية والأسبوعية لجماهير قرائها عن المرأة العربية خلال السنوات (2011 و2012 و2013)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن. وطبقت الدراسة على النسخ الإلكترونية من الصحف الآتية: صحيفة نيويورك تايمز، وواشنطن بوست، ومجلة التايمز، وصحيفة الجارديان، وصحيفة الديلي ميل، ومجلة إيكونوميست. واستندت الدراسة إلى نظرية التهيئة المعرفية.

وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الصحافيتين الأمريكية والبريطانية بالمظهر الخارجي للمرأة العربية وملابسها، وكانت الصفات الأكثر تكراراً التي أطلقتها كل من الصحافيتين الأمريكية والبريطانية على المرأة العربية خلال الفترة الزمنية للتحليل هي: أنها امرأة متحدية، وشجاعة، ومتعلمة ومثقفة.

- اهتمت دراسة فيحان عجب العتيبي (2015)⁽⁴⁾ بالتعرف على العوامل التي تساهم في تشكيل صورة المرأة السعودية للأدوار الوظيفية التي تقوم بها داخل مجتمعها، واستخدمت الدراسة نظرية الدور الاجتماعي، وطبقت الدراسة على عينة متاحة قوامها (400) مفردة من المجتمع السعودي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن صحيفة «الرياض» قد احتلت المرتبة الأولى من اهتمامات المرأة السعودية، وأن هناك تطور في إدراك المرأة لصورتها في وسائل الإعلام غير السعودية وحدثت تغيرات كبيرة ما بين هذا الإدراك سنة 2012 ونظيره في سنة 1990 وذلك في صالح الجانب الإيجابي لإدراك المرأة السعودية لصورتها.

- استهدفت دراسة خلود ماهر (2012)⁽⁵⁾ رصد وتحليل الأدوار المجتمعية التي يقوم بها الرجل والمرأة كما يعكسها الخطاب الصحفي في عدد من المجلات العربية المتخصصة (مجلة حواء، سيدتي، مجلة الرجل، آدم اليوم)، وذلك في الفترة من يناير 2009 وحتى ديسمبر 2010، وطبقت الدراسة باستخدام استمارة تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة، واستندت الدراسة إلى مدخل تحليل الأطر، ومدخل النوع الاجتماعي.

وأشارت النتائج إلى اهتمام المجلات الخاصة بالمرأة بالقضايا الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة مقدارها

البيضاء وذلك بنسبة 62,7% مقارنة بضحايا العنف من النساء ذوات البشرة الداكنة اللاتي اهتمت الصحافة بتغطية أخبارهن بنسبة 44,6%.

-سعت دراسة نيرمين عبد الغفار الصابر (2015) (11) إلى تحليل القضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة في الصحف الطبية المتخصصة في ضوء أوضاع المرأة في المجتمع المصري خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وتفسير موقف الصحف الطبية المتخصصة من الأفكار العلمية الغربية الخاصة بالمرأة، واستندت الدراسة إلى النظرية النسوية، واستخدمت الدراسة المنهج التاريخي، وطبقت خلال الفترة من 1865 حتى 1899، وطبقت الدراسة على أربع مجالات طبية متخصصة هم: (الصحة، والفوائد الصحية، ويعسوب الطب، والشفاء)، وتوصلت الدراسة إلى تأثير الصحفيين العلميين في مصر خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر بالأفكار التمييزية ضد المرأة، واختلاف ذلك ما بين الصحف الموجهة إلى جمهور عام والصحف الموجهة لجمهور متخصص.

-استهدفت دراسة شيرين سلامة السعيد (2012) (12) استكشاف ملامح أدوار المرأة السعودية كفاعل في الخطاب الإعلامي بالصحف والمواقع الإلكترونية السعودية في كافة المجالات المجتمعية (سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً)، وطبقت الدراسة التحليلية على (482) مادة إعلامية من أربعة مواقع إلكترونية وهي: موقع «لها أون لاين»، وصحيفة «سبق الإلكترونية»، والنسخة الإلكترونية من كل من صحيفة «الرياض»، وصحيفة «الشرق الأوسط الدولية»، وذلك خلال فترتين زمنيتين وهما من 15 سبتمبر وحتى 15 أكتوبر 2011، وخلال شهر يناير 2012. وتوصلت الدراسة إلى أن صحيفة الرياض بنسختها الإلكترونية قد تصدرت المرتبة الأولى من حيث عدد المواد الإعلامية الخاصة بقضايا المرأة السعودية بنسبة (67%)، تلتها صحيفة سبق الإلكترونية بنسبة 29%، وتوصلت الدراسة إلى أن الأطروحة المركزية الأولى المتعلقة بالقضايا الاجتماعية حظيت بالاهتمام الأكبر في الخطاب الإعلامي المدروس وذلك بنسبة 29%.

- اهتمت دراسة مها أحمد عبد العظيم (2009) (13)

من المجالات النسائية العربية وذلك بالتطبيق على مجالات: (حواء، نصف الدنيا، زهرة الخليج، سيدتي، الشرقية). وطبقت الدراسة على (1326) إعلاناً خلال الفترة من أول يوليو 2002 حتى 2002/12/31. وطبقت الاستمارة على عينة قوامها (400) مفردة من جمهور المرأة المصرية في محافظتي القاهرة والجيزة. واستندت الدراسة إلى مدخلين نظريين هما: مفهوم المرأة الإعلانية المشوهة، ومدخل التحليل الوظيفي. وتوصلت الدراسة إلى أن المرأة الشابة هي الأكثر ظهوراً في الإعلانات التي خضعت للتحليل وذلك بنسبة بلغت (79,1%)، تلاها وبفارق نسبي كبير المرأة الناضجة -متوسطة العمر بنسبة 12%.

-اهتمت دراسة نيرمين أحمد السيد (2001) (9) بالتعرف على أهم الصفات الإيجابية والسلبية التي تظهر بها المرأة على صفحات المجالات والمشاركات المتاحة للمرأة في شكل ومحتوى مجالات الأطفال، ومعرفة الأوضاع الراهنة لأدوار المرأة كما تظهر في مجالات الأطفال، وطبقت الدراسة التحليلية باستخدام أداة تحليل المضمون على مجلتي «سمير» و«علاء الدين» خلال عام 2000، وتوصلت الدراسة إلى أن المرأة جاءت كربة منزل في الترتيب الأول في مجلتي «سمير» و«علاء الدين».

ثانياً: الدراسات التي تناولت معالجة قضايا المرأة في الصحف والمواقع الإلكترونية المتخصصة

-سعت دراسة

Danielle C. Slakoff وPauline K. Brennan (2017) (10)

إلى التعرف على معالجة الصحف الأمريكية لقضايا العنف ضد النساء ذوات البشرة البيضاء والداكنة، وطبقت الدراسة التحليلية على القصص الإخبارية المتعلقة بالضحايا النساء من جميع الأعمار في الصفحة الأولى في الصحف الآتية: New York Times، وLos Angeles Times، وThe Chicago Tribune، وThe Houton Chronicle. وبلغت عينة الدراسة الخاضعة للتحليل (131) قصة صحفية منشورة في الصفحة الأولى. وأشارت النتائج إلى أن الصحف المدروسة ركزت على ضحايا العنف من النساء ذوات البشرة

وأثره في الأداء الصحفي لهما خلال عامي 1996 و 1997، واستندت الدراسة إلى النظرية النسوية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى الأداء الصحفي لكلتا المجلتين متوسط، فمقياس الأداء الصحفي لمجلة «حواء» 49,5%، ومقياس الأداء الصحفي لمجلة «نصف الدنيا» 50,5%.

ثالثاً-الدراسات التي اهتمت بأنماط استخدام المرأة للصفحات النسائية على الشبكات الاجتماعية

-استهدفت دراسة نجلاء جعفر عبد الوهاب (2017) (17) الكشف عن الأطر التي تقدم من خلالها قضايا المرأة في وسائل الإعلام الجديد بالتركيز على «الفيديو» و«المدونات» وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، والتعرف على أيديولوجية القائم بالاتصال في الإعلام الجديد وعلاقته بأطر تقديم قضايا المرأة، واستندت الدراسة إلى نظرية تحليل الأطر الخيرية، ونموذج السمات المتعددة للاتجاه، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الذكور والإناث قوامها (477) مبحوث من الجمهور المصري من متابعي قضايا المرأة في الإعلام الجديد وذلك خلال الفترة من 1 يناير 2016 إلى 31 مارس 2016. وتوصلت الدراسة إلى أن 35% من المبحوثين يرون أن العنف ضد المرأة من القضايا المهمة التي تعاني منها المرأة، وأشارت الدراسة إلى ارتفاع درجة اهتمام متابعي الإعلام الجديد بالحصول على معلومات عن المرأة ومتابعة قضاياها وبالأخص بصفحات الفيديو عن المدونات.

-سعت دراسة ساندي عبد الفتاح (2016) (18) إلى رصد استخدامات المرأة المصرية للصفحات النسائية على موقع الفيديو، ومعرفة الموضوعات التي تقوم المرأة بمتابعتها على الفيديو لمعرفة التطلعات التي تتحقق للمرأة المصرية من وراء متابعتها للصفحات النسائية والمضامين المقدمة، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة من المبحوثات المستخدمات للصفحات النسائية على موقع الفيس بوك قوامها (400) مبحوثة من المعجبات بتلك الصفحات، حيث قامت الباحثة بإرسال الاستبيان إلكترونياً عبر الفيديو، وأجريت الدراسة خلال شهر إبريل عام 2015، وأوضحت النتائج أن معدل استخدام المبحوثات لموقع التواصل الاجتماعي لأكثر من مرة في اليوم الواحد قد احتل المرتبة الأولى بنسبة

بالتعرف على مدى اعتماد المرأة المصرية على الصحف العامة والمتخصصة في تشكيل الوعي القانوني بقضاياها، وطبقت الدراسة التحليلية على صحيفتي (الأهرام، الأخبار)، ومجلتي (حواء، ونصف الدنيا) وذلك خلال الفترة من 2000/1/1 إلى 2005/12/31. وطبقت الباحثة الدراسة الميدانية على عينة قوامها 300 مفردة من السيدات في محافظات المنوفية، والقاهرة، والمنيا. وتوصلت الدراسة إلى أن مجلتي «حواء» و«نصف الدنيا» كان اتجاه معالجهما للقضايا القانونية المتعلقة بالمرأة مؤيداً.

-استهدفت دراسة صلاح الدين عواد (2008) (14) التعرف على طبيعة قضايا المرأة التي تم التركيز عليها من خلال الصحافة الأهلية الفلسطينية وارتباطها بمشكلات وهموم المرأة الفلسطينية على المستوى المجتمعي، وطبقت الدراسة على صحيفة «صوت النساء» ومجلة «ينابيع الحياة». وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه قد اتفقت صحيفتا الدراسة فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، حيث اهتمتا بقضايا (العنف ضد المرأة بشكل عام، الزواج المبكر، تأخر الزواج، اختيار الزوج)، وأوضحت الدراسة أن الصحافة الأهلية الفلسطينية قد أهملت قضايا المرأة التقليدية مثل: (الطهي، الأزياء، تربية الأبناء، وجمال المرأة).

-اهتمت دراسة إيناس منصور شرف (2006) (15) بالتعرف على معالجة الصحف المحلية لقضايا المرأة في إقليم وسط الدلتا وسمات الجمهور المستهدف واتجاهاته نحوها، وطبقت الدراسة التحليلية على الصحف المحلية الصادرة في محافظات إقليم وسط الدلتا وهي محافظات (كفر الشيخ، والدقهلية، والغربية، ودمياط، والمنوفية) وذلك خلال عام 2004، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 500 مفردة من السيدات في محافظات إقليم وسط الدلتا، واستندت الدراسة إلى نظرية تحليل الإطار الإعلامي. وتوصلت الدراسة إلى أنه قد جاءت قضيتي العنف ضد المرأة، والنشاط الاجتماعي للمرأة في مقدمة القضايا الاجتماعية للمرأة التي اهتمت بها صحف الدراسة على مستوى الخمس محافظات.

- استهدفت دراسة أحمد زكريا أحمد (2001) (16) التعرف على التحرير الصحفي لمجلتي «حواء» و«نصف الدنيا»

والاقتصادية والاجتماعية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على معالجة قضايا الأسرة والمرأة الخليجية في الوسيط المطبوع والإلكتروني والإعلام البديل، فهي من الوسائط الإعلامية المهمة التي تنتشر أخبار وموضوعات المرأة العربية، ولكن يغلب على معالجتها التركيز على الصورة النمطية للمرأة، والتطرق إلى الموضوعات السطحية للمرأة، حيث تقتصر أولويات هذه الأنماط من الصحافة النسائية على عالم التجميل والأزياء والديكور والعلاقة الزوجية، وموضوعات الصحة العامة، وكيفية اعتناء المرأة الحامل بصحتها، في حين أغفلت التركيز على قضايا المرأة المُعيلة، قصص نجاح السيدات، رائدات الأعمال في الوطن العربي، والأدوار الاجتماعية المهمة التي تلعبها النساء في الدول العربية، وأهمية التمكين السياسي والاقتصادي للمرأة الخليجية وتأثير ذلك على وضعها وكيانها والمجتمع الذي تعيش فيه.

فالمراة أصبحت متعلمة وشريكة في بناء المجتمع مثل الرجل، وبالتالي يجب أن تساهم مجلات المرأة العربية والمواقع النسائية المتخصصة والجروبات النسائية في تبصير النساء بحقوقهن، وتوعيتهن بكيفية الحفاظ على أسرهن ورعاية أبنائهن، وتثقيفهن جيداً من خلال الموضوعات الجادة التي تتناول قصص نجاح مشرفة للسيدات، وأن يقوم القائمون بالإتصال في الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة بكتابة موضوعات تتمحور حول تعريف النساء بأهمية دورهن في المجتمع، وكيفية صقل مهارتهن من خلال تشجيعهن على الحصول على دورات تدريبية أو عمل مشروعات وتسويقها من خلال جروبات الفيسبوك التي أصبحت الملاذ الآمن للكثيرات لتوفير لقمة عيش لأبنائهن، وهو ما تسعى إليه الدراسة من خلال تنفيذ أجندة القضايا والموضوعات التي يركز عليها الخطاب الإعلامي في الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة المدروسة ومدى توافقه مع الواقع الاجتماعي والمكاسب العديدة التي حققتها المرأة الخليجية في كافة المجالات.

46,3%. وأشارت النتائج إلى أن الموضوعات التي يتعرض لها المبحوثات ويقمن بالمشاركة بها هي الموضوعات الترفيهية وذلك بنسبة 93,5%، ثم الموضوعات السياسية بنسبة 90%، ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة 80%، ثم الموضوعات الدينية بنسبة 69,5%، وأخيراً الموضوعات الفنية بنسبة 63,5%.

-استهدفت دراسة سلمى إبراهيم شاهين (2015)⁽¹⁹⁾ التعرف على عادات وأنماط تعرض المرأة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للتثقيف والوعي بالقضايا الاجتماعية، والكشف عن الشبكات الاجتماعية المفضلة لدى المبحوثات، ومعرفة حجم تعرض المرأة لشبكات التواصل الاجتماعي، واستندت الدراسة إلى مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج التلقي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من الإناث اللاتي تتراوح أعمارهن بين 18-65 عاماً، وذلك خلال الفترة الزمنية من نوفمبر 2014 حتى فبراير 2015. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 76% من المبحوثات يتعرضن لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم ولعدد ساعات طويلة يومياً، كما جاء موقع الفيسبوك في مقدمة الشبكات الاجتماعية التي تتعرض لها المرأة، ورأت 77,3% من المبحوثات أن الشبكات الاجتماعية لها دوراً فعالاً في تشكيل وعيهن تجاه القضايا الاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

تتحدد المشكلة البحثية في رصد وتوصيف وتحليل أدوار الأسرة والمرأة الخليجية في الوسائل الإعلامية التقليدية، والبديلة التي أصبحت عالم موازي للمرأة العربية بشكل عام، وذلك من أجل معرفة الأدوار الرئيسية التي لعبتها المرأة الخليجية، وتحديد القضايا الرئيسية والثانوية التي برزت من خلالها أدوار المرأة الخليجية وذلك في المجالات والمواقع الإلكترونية والجروبات النسائية على موقع الفيسبوك، وتقييم الأداء الصحفي في الوسائل الإعلامية المدروسة، وذلك من أجل وضع تصور مقترح لتطوير الخطاب الإعلامي لقضايا الأسرة والمرأة الخليجية في الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة بما يتفق مع الواقع الاجتماعي للمرأة العربية، والمكاسب العديدة التي حققتها المرأة في المجالات السياسية

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي مفاده: استكشاف ملامح أدوار المرأة الخليجية كفاعل في الخطاب الإعلامي في الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة المدروسة، وذلك في كافة المجالات المجتمعية (سياسياً، اجتماعياً، واقتصادياً، وثقافياً)، ومقارنتها بالواقع الاجتماعي، والتعرف على أهم الضوابط والمعايير المهنية لنشر قضايا الأسرة والمرأة الخليجية في وسائل الإعلام التقليدية والبديلة. وينبثق عن الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية، هي:

- التعرف على مدى التزام وسائل الإعلام التقليدية والبديلة المدروسة بالضوابط والمعايير المهنية في نشر المضامين الإعلامية المتعلقة بقضايا المرأة الخليجية.
- رصد وتحليل وتفسير الأدوار الفاعلة الأساسية للمرأة الخليجية في الخطاب الإعلامي وعلاقتها بالواقع الاجتماعي.
- معرفة صورة الأسرة والمرأة الخليجية التي تقدمها المجالات العربية والمواقع المتخصصة للمرأة والجروبات النسائية.
- طرح رؤى مستقبلية لكيفية تطوير الأداء المهني للفئات بالاتصال في المجالات النسائية المتخصصة.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى الإجابة على سؤال رئيسي مفاده: ما أهم الضوابط والمعايير المهنية للمعالجة الصحفية لقضايا المرأة الخليجية في وسائل الإعلام التقليدية والبديلة؟
- ما القضايا الأساسية التي برزت في إطارها أدوار المرأة الخليجية في وسائل الإعلام التقليدية والبديلة؟
- ما القضايا الثانوية التي برزت في إطارها أدوار المرأة الخليجية في وسائل الإعلام التقليدية والبديلة؟
- ما الأشكال التحريرية الأساسية التي استعانت بها وسائل الإعلام التقليدية والبديلة في معالجة القضايا الأساسية للأسرة والمرأة الخليجية؟
- ما مقترحات الدراسة لتطوير الأداء الصحفي في معالجة قضايا الأسرة والمرأة الخليجية في وسائل الإعلام التقليدية والبديلة؟

فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة في التغطية الإخبارية لقضايا وموضوعات الأسرة والمرأة الخليجية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجالات المتخصصة للمرأة الصادرة في الدول العربية ومدى التزامها بالضوابط والمعايير المهنية في نشر الأخبار.
- توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المرأة الخليجية للوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة وتلبية إحتياجاتهن المعرفية والتثقيفية والترفيهية.

الإطار النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى عدة مداخل نظرية هي: «مدخل تحليل الأطر Framing Analysis Approach»، و«مدخل النوع الاجتماعي Gender Approach»:

مدخل تحليل الأطر:

يعتبر مدخل تحليل الأطر الخيرية من المداخل النظرية التي يمتد استخدامها على نطاق واسع من قبل الباحثين، حيث يضيف هذا المدخل دوراً لوسائل الإعلام، تقوم به بغرض إحداث الأثر بالتغيير أو التعديل في اتجاهات المتلقين نحو الوقائع والأحداث والصور والرموز، حيث يقوم القائم بالاتصال بإعادة صياغة المحتوى الإخباري بطرق مختلفة مما يؤثر على فهم وتفسير الجمهور للأحداث والقضايا المثارة، فالمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام حول الأحداث والقضايا المتنوعة تكون من وجهة نظر معينة للتأثير في فهم وتفسير الجمهور لهذه الأحداث والقضايا⁽²⁰⁾.

ويركز مفهوم الأطر الخيرية بشكل عام على الطريقة التي تؤثر من خلالها النصوص الاتصالية على إدراك الأفراد من خلال التركيز الانتقائي على أجزاء معينة من الحقيقة مع إهمال أو تضليل الدور الذي تقوم به الجوانب الأخرى⁽²¹⁾. وأكد Entman أن مدخل تحليل الأطر يركز على العناصر الاتصالية الآتية وهي: المرسل، الرسالة، المتلقي، والثقافة⁽²²⁾.

المواقع الإلكترونية للمجلات المدروسة وذلك خلال النصف الثاني من عام 2017.

تمكين المرأة الخليجية

شهدت منطقة الخليج العربي تطورات حديثة يمكن وصفها بأنها الأبرز على صعيد تمكين النساء في العالم العربي بأسره؛ ففي بضع سنين فاق حجم المتغيرات وما خلفته من تأثيرات على تحسين أوضاع المرأة العربية في كافة المجالات، وتحديداً منذ انتهاج دول هذه المنطقة سياسة تعليم الفتيات.

ولعل الملمح البارز على هذا الصعيد هو التقاء جهات عديدة داخلية وخارجية وتبنيها سياسة تمكين المرأة في الخليج. ويحمل ذلك دلالتين: الأولى، أن اعتناق مؤسسة الدولة لسياسة التمكين كشف أن هناك تغييراً بنوياً طرأ على رؤيتها المتعلقة بأدوار النساء ووظائفهن بوصفهن شركاء في المواطنة، وعليهن الإسهام في إنتاج مفردات الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية. والثانية، ترتبط بذلك الدعم والتأييد الجارف الذي باتت تلقاه سياسة تمكين المرأة من قبل جهات ومؤسسات أجنبية التي تتناول إنجازات المرأة الخليجية في وسائل إعلامها⁽²³⁾.

-المشاركة السياسية للمرأة العربية خلال عام 2016(24):
وقد حققت معدلات مشاركة المرأة العربية في الحياة السياسية تحسناً ملحوظاً خلال عام 2016، وطبقاً لنشرة أصدرها الإتحاد البرلماني الدولي بتاريخ 2016/8/1 حول مشاركة النساء في البرلمانات العالمية، فقد احتلت الجزائر المركز الأول بين الدول العربية من حيث مشاركة النساء في المجلس النيابي، حيث بلغت نسبة مشاركة النساء في البرلمان الجزائري 31.6%، تلتها تونس بنسبة 31.3%، والسودان بنسبة 30.5%، والعراق بنسبة 26.5%، وموريتانيا 25.2%، والإمارات بنسبة 22.5%، والسعودية (19.9% في مجلس الشورى)، والمغرب 17%، وليبيا 16%، والأردن 15.3%، ومصر 14.9%، والصومال 13.8%، وسوريا 13.2%، وجيبوتي 12.7%، والبحرين 7.5%. وقد بينت النشرة أن نسبة تمثيل النساء في برلمانات الدول العربية ارتفعت من 16% عام 2013 إلى 18.1% عام 2016 وذلك بنسبة ارتفاع قدرها 2.1%.

-مفهوم النوع الاجتماعي: هو الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى وهذه الأدوار تتغير بمرور الزمن، وتتباين تبايناً شاسعاً داخل الثقافة الواحدة ومن ثقافة إلى أخرى. ويرتبط بمدخل النوع الاجتماعي مجموعة من المفاهيم المركزية التي تهدف إلى استكشاف بعض الأفكار والعناصر الرئيسية حول هذا المدخل ومنها:

الثقافة: تساعد الثقافة السائدة في مجتمع ما على تحديد الحقوق والواجبات الخاصة بالرجل والمرأة في هذا المجتمع وما هو السلوك المناسب لكل منهما، كما أنها تؤثر أيضاً في الوصول إلى الموارد المتاحة والسيطرة عليها والمشاركة في صنع واتخاذ القرار.

الأدوار المجتمعية: الدور هو عبارة عن مجموعة من الصفات والتوقعات المحددة اجتماعياً والمرتبطة بمكانة معينة، والدور له أهمية اجتماعية؛ لأنه يوضح أن أنشطة الأفراد محكومة اجتماعياً وتتبع نماذج سلوكية محددة. ويرتبط بمفهوم النوع الاجتماعي مجموعة من الأدوار المجتمعية التي يقوم بها كل من الرجل والمرأة في المجتمع، والتي يتم تقسيمها طبقاً للقيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع، ويمكن تغييرها مع الزمن.

الأطر المنهجية والإجرائية للبحث:

تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الاستكشافية الوصفية، وتستخدم الباحثة منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن.

مجتمع الدراسة

طبقت الدراسة التحليلية على عينة من وسائل الإعلام التقليدية والبديلة التي تتميز بأنها أكبر الوسائل الإعلامية تأثيراً وانتشاراً في الوطن العربي، وتحظى بمكانة متميزة لدى المرأة العربية بشكل عام، وهي: «مجلة سيدتي»، و«مجلة زهرة الخليج»، و«مجلة لها»، و«مجلة الجميلة»، و«موقع لها أون لاين»، و«منتدى فتكات»، و«جروب يوميات زوجة مفروسة» على موقع (الفيسبوك).

الإطار الزمني للدراسة

قامت الباحثة بمسح شامل لكافة المضامين المنشورة في

الدراسة محل الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من المؤشرات العامة من واقع عينة الدراسة التحليلية، وذلك على النحو التالي:

1- مجلة سيدتي:

شكل رقم (1):

يوضح أولويات القضايا التي ركزت عليها مجلة سيدتي



أكدت نتائج الدراسة أن «القضايا الاجتماعية» قد احتلت المرتبة الأولى في صدارة اهتمامات مجلة «سيدتي»، وذلك بنسبة بلغت 75% ويدل ذلك على ارتفاع وعي القارئ على هذه المجلة بأهمية إبراز الموضوعات الاجتماعية للمرأة العربية عموماً، فقد ركزت موضوعات المجلة والموقع الإلكتروني للمجلة على القضايا النسوية التي تخص المرأة العربية، مثل: نصائح وإرشادات للعروس، وموضوعات حول العلاقة بين الرجل والمرأة، ونصائح للمرأة الحامل، وإرشادات مهمة لكيفية تربية أبنائها والمحافظة على صحتها وقد غطت هذه الموضوعات كافة الأسئلة التي تشغل اهتمامات المرأة، يليها «إبراز النماذج الناجحة في المجتمع» وذلك بنسبة 60% من حجم تغطية المجلة والموقع لقضايا المرأة، ويعكس ذلك اهتمام القارئ بالاتصال بدور المرأة العربية في المجتمع، وحرصهم على إبراز دورها ومكانتها في المجتمع من خلال تسليط الضوء على المناصب القيادية التي تقلدتها في جميع المجالات، ومن أمثلة قصص نجاح المرأة العربية التي تم تسليط الضوء عليها: «هنادي الهندي.. أول امرأة تقود طائرة في السعودية»، و«هند الزاهد .. عضو مجلس المديرين بمطار

ووفقاً لتقارير وطنية صدرت في عدد من الدول العربية خلال عام 2016، شهدت مشاركة المرأة في الحياة السياسية بوجه عام تحسناً. ففي (الأردن) تشكل النساء 15.38% من أعضاء السلطة التشريعية بشقيها النواب والأعيان، وتبلغ نسبة النساء في الحكومة الأردنية 8% بتعيين أربع وزيرات من بين 29 وزيراً ووزيرة، ويضم مجلس الأعيان عشر نساء من مجموع أعضاء المجلس البالغ عدده 65 عيناً.

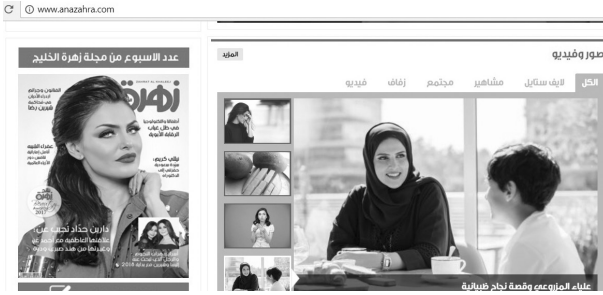
وبالنسبة لدولة (الإمارات) فتضم الحكومة الحالية 8 وزيرات، منهن أول وزيرة للسعادة ووزيرة للتسامح، ووزيرة للشباب والتي لا يتجاوز عمرها الـ 22 عاماً، و50 دبلوماسية، وتهيمن المرأة على 66% من الوظائف الحكومية بالدولة. كما تشغل 9 نساء مقاعد في المجلس الوطني الاتحادي ومثلن حوالي ربع أعضاء المجلس، وقد أشار تقرير حديث صادر عن وزارة الخارجية والتعاون الدولي إلى أن المرأة الإماراتية باتت تشغل مناصب رفيعة بالوزارة، كما تشغل أول امرأة حالياً المندوب الدائم لدى منظمة الأمم المتحدة، فضلاً عن 7 سيدات يعملن سفيرات وقناصل للدولة. ومن هذا المنطلق، سنسلط الضوء على مجالات تمكين المرأة الخليجية على كافة الأصعدة والمستويات وذلك في السعودية والإمارات.

والنظرة الفاحصة لصورة المرأة الخليجية بشكل عام والسعودية بشكل خاص في الدراما الخليجية يجد أنها تتعرض لتشويه وإسقاطات قاسية، وهذا مغاير تماماً للواقع الذي تعيشه تلك المرأة، وتزداد حدة تلك القسوة، وذلك التباين سنة بعد سنة، وجيلاً بعد جيل، فالقائمون على هذه الدراما يجب أن يدركوا خطورة ما تقدمه برامجهم ومسلسلاتهم، وما قد ترسمه من صورة مصطنعة للمرأة الخليجية فتسبب هذه المسلسلات الحرج والانزعاج الشديد للمرأة الخليجية والسعودية بتصويرها على هذا النحو على سمع وبصر العالم، وبشكل مغاير للحقيقة والواقع تماماً.

نتائج الدراسة التحليلية

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية لمجالات المرأة المدروسة قامت الباحثة بتحليل مضمون عينة المجالات النسائية المتخصصة، وبلغ حجم المواد الخبرية الخاضعة للتحليل (300) موضوع صحفي مقسمة بين مجالات ومواقع

2-مجلة «زهرة الخليج»: شكل رقم (2) : يوضح أولويات القضايا التي ركزت عليها مجلة «زهرة الخليج»



أكدت نتائج الدراسة أن «الاهتمامات التقليدية للمرأة» قد إحتلت المرتبة الأولى في صدارة اهتمامات الموقع الإلكتروني لمجلة «زهرة الخليج»، وذلك بنسبة بلغت 90%، وقد برز ذلك من خلال تركيز الموقع الإلكتروني على أخبار الأزياء والأناقة، إلى جانب أخبار المشاهير في جميع المجالات، وهذا يعني أن السياسة التحريرية للمجلة موجهة نحو تلبية الدوافع الطقوسية للمرأة العربية من أجل مساعدتها على التسلية وتمضية وقت الفراغ من خلال قراءة أخبار المشاهير والإعلاميات والفنانين، ثم ركز الموقع الإلكتروني لمجلة «زهرة الخليج» على قصص نجاح المرأة العربية، وذلك بنسبة بلغت 40% من إجمالي موضوعات موقع مجلة «زهرة الخليج» وقد اتسمت موضوعات قصص النجاح بأنها قصص تدل على الإرادة والعزيمة وتحدي الصعاب لبلوغ الهدف، وقد إتضح ذلك جلياً في مجموعة من القصص المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز الأطر المستخدمة في تقديم الأدوار المجتمعية للمرأة في موقع مجلة «زهرة الخليج»، هو إطار «الاهتمامات التقليدية للمرأة»، وقد اتفقت مجلتي «زهرة الخليج»، و«سيدتي» على أنه قد برز الدور الأسري للمرأة في عينة الدراسة الخاضعة للتحليل، وذلك من خلال تسليط الضوء على كل ما يتعلق بالمرأة كأم، وزوجة.

و«لبنى الأنصاري.. مساعد مدير منظمة الصحة العالمية»، وقد دعمت المجلة قصص نجاح هؤلاء السيدات بمقاطع الفيديو لكي تضيف مزيداً من المصداقية على المضامين المقدمة.

أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى وجود اختلافات جوهرية في أنماط معالجة مضامين قضايا وموضوعات المرأة في مجلة «سيدتي» والموقع الإلكتروني التابع لها، حيث تركز المجلة على إجراء حوارات مع مشاهير الفن، وتناول موضوعات تدور حول: «الاهتمامات التقليدية للمرأة» مثل: أحدث صيحات الموضة، الإكسسوارات، وشؤون الطهي، وكل ما يخص أناقة وجمال المرأة، ومن الملاحظ أن أغلب موضوعات المجلة موجهة إلى المرأة ذات المستوى الاقتصادي المرتفع والتي تستطيع شراء المجوهرات ومستحضرات التجميل باهظة الثمن والتي تروج لها المجلة، ويمكن تفسير ذلك في أن مجلة «سيدتي» موجهة لفئة محددة من النساء ذوات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن موقع «سيدتي» يتميز بتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية في صياغة الأخبار والموضوعات المقدمة، ومن أهم المعايير المهنية التي طبقها الموقع: «الدقة» من خلال الاستناد إلى مصادر واضحة ومُعلنة في المواد الخبرية، وخلو الكتابة الصحفية من الأخطاء الإملائية واللغوية، وإضفاء عنصر «المصداقية» على المضامين المتخصصة التي يقدمها.

ومن أبرز الأطر المستخدمة في تقديم الأدوار المجتمعية للمرأة في موقع سيدتي، هو إطار «الأدوار التقليدية للمرأة»، وإطار «الإنجازات التي حققتها المرأة»، وذلك في عينة الدراسة الخاضعة للتحليل.

-ركزت مجلة «الجميلة» على تكريس صورة ذهنية نمطية للمرأة بشكل عام حيث صورتها بأنها المرأة الجميلة التي تهتم بأناقته وجمالها فقط، وذلك بسبب غياب الموضوعات المعبرة عن مشاركتها الفعالة في المجتمع.

-4مجلة «لها»:

أولويات القضايا التي ركزت عليها مجلة «لها»:
-أكدت نتائج الدراسة تساوي نسبة «القضايا الاجتماعية» مع «القضايا الصحية» حيث بلغت نسبتهما 80% من إجمالي عينة الموضوعات التي خضعت للتحليل في المجلة المدروسة. فقد ركزت مجلة «لها» على شؤون المرأة المثيرة للجدل والنقاش، ومن أمثلة الموضوعات: «حكم قضائي فريد من نوعه يمنع زوجة من التقاط (سيلفي) من دون إذن زوجها وأولادها»، و«أغرب حالة طلاق في السعودية بسبب (رأس الخروف)»، و«معركة الطلاق اللفظي تعود من جديد»، و«قصة مثيرة: الطفل الذي اختفى منذ 24 عاماً يعود إلى أحضان أمه»، كما أولت مجلة «لها» اهتماماً ملحوظاً بتقديم نصائح للأم في كيفية تربية الأبناء، إلى جانب عرض نماذج ناجحة من المخترعين الصغار، مثل تناول موضوعات تدور حول: «المخترعون الصغار يصنعون المستقبل»، و«(ابنة أبيها)..صدقة من نوع خاص»، و«بين الأب وابنته..الحب الأول والبطل الأزلي»، وغيرها من الموضوعات التي تنقل ما يدور في الواقع الاجتماعي من مشكلات وقضايا.

-أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تنوعاً في القضايا الاجتماعية التي ركز عليها الموقع الإلكتروني لمجلة «لها»، مثل: الطلاق، الولاية التعليمية، الحياة الزوجية، قصص بارزة عن تمكين المرأة العربية.
-اتسم الموقع الإلكتروني لمجلة «لها» بسهولة التصفح، والتصميم الإحترافي للموقع، واستخدام الكلمات المفتاحية أسفل الموضوعات الصحفية.

-وأشارت نتائج الدراسة إلى كثرة استخدام اللغة العامية في صياغة النصوص الصحفية، وتكرار كلمة «مثيرة»، ويعكس ذلك رغبة القائمين بالاتصال في الموقع على تحقيق مشاهدات كبيرة للأخبار التي يقومون بنشرها وذلك

-وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مجلة «زهرة الخليج» تركز على فن التحقيق الصحفي بدرجة أكبر من الموقع الإلكتروني، حيث يتم التطرق لتحقيقات اجتماعية تخص المرأة العربية، كما برز الاهتمام بإجراء حوارات مع نجومات الوطن العربي في معظم أعداد المجلة.

-3مجلة «الجميلة»:

شكل رقم (3)

يوضح أولويات القضايا التي ركزت عليها مجلة «الجميلة»



أكدت نتائج الدراسة أن مجلة «الجميلة» ركزت بدرجة كبيرة على تناول الموضوعات المتعلقة ب: «اهتمامات المرأة التقليدية» بنسبة 95%، حيث ركزت التغطية الصحفية في مجلة «الجميلة»، وموقعها الإلكتروني على موضوعات أنيقة المرأة وجمالها، وكيفية العناية بصحتها، والمحافظة على نضارة بشرتها، كما ركزت المجلة على تلبية احتياجات العروس من خلال نشر أحدث صيحات الموضة في فساتين الزفاف والخطوبة ولوازم الفرح وغير ذلك من موضوعات، بينما أغفلت المجلة القضايا السياسية والاقتصادية والقضايا الصحية، فلم تتطرق المجلة مثلاً لقصص رائدات الأعمال، أو مشكلات المرأة المعيلة أو مشاركة المرأة في المنظمات المدنية والعمل السياسي.

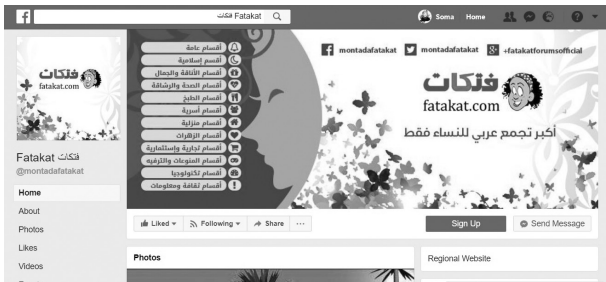
-أشارت نتائج التحليل إلى غلبة الموضوعات الاستهلاكية والترفيهية في أجندة القائمين بالاتصال عند تناول قضايا وموضوعات المرأة في كل من مجلة «الجميلة» وموقعها الإلكتروني.

تعيشه المرأة والضغط المجتمعية التي تواجهها سواء في المنزل أو العمل أو أثناء تربية أبنائها، كما يهتم الجروب بوضع روابط الأخبار الفنية والاجتماعية المثيرة للجدل والمأخوذة من المواقع الإخبارية وذلك من أجل تحقيق نسب كبيرة من الزيارات والتعليقات والتفاعل بين النشطاء وبعضهم.

1- منتدى «فتكات» على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك):

شكل رقم (4)

يوضح منتدى «فتكات» على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)



يتسم منتدى «فتكات» وصفحته على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) باتساع نطاق تغطيته لجميع قضايا وموضوعات المرأة العربية من استشارات طبية وأسرية، ودينية، إلى جانب موضوعات متنوعة تدور حول نصائح للمرأة في كيفية العناية بصحتها، وكيفية ترتيب منزلها، وتربية أبنائها، وتعليمها وصفات سهلة وسريعة لجميع أنواع المأكولات، فهو أكبر وأفضل منتدى وموقع نسائي لأنه يلبي كافة احتياجات المرأة العربية.

من الملاحظ، تفاعل النساء مع جميع الموضوعات التي ينشرها المنتدى في الموقع الإلكتروني وصفحته على موقع الفيسبوك، ومن أنماط تفاعل النساء مع الأخبار الموجودة: التعليقات، وإبداء الإعجاب بما يتم نشره، ومشاركة المنشورات Posts على نطاق واسع في الفيسبوك.

ما زال منتدى فتكات وصفحته على موقع الفيسبوك يحتفظ بالريادة والأصالة وذلك من خلال خصوصية

من خلال تعمد استخدام بعض الكلمات التي تحقق نسب زيارات ومشاهدات كبيرة للموقع الإلكتروني.

5- موقع لها أون لاين:

أولويات القضايا التي ركز عليها موقع «لها أون لاين»: أكدت نتائج الدراسة اهتمام موقع «لها أون لاين» بتقديم استشارات متنوعة تهتم المرأة العربية بشكل عام، حيث اهتم الموقع بتغطية موضوعات متنوعة في قسم الاستشارات والذي اشتمل على: استشارات دعوية، وشرعية، ونفسية، وطبية، إلى جانب استشارات الطب البديل، وذلك بنسبة 90%.

تفرد موقع «لها أون لاين» على غيره من المواقع والمجلات المدروسة بتكثيف استخدام رسوم الجرافيك المعلوماتية، وذلك بهدف تبسيط وشرح الموضوعات الأسرية والطبية، والدينية بشكل إحتراقي وجذاب وثرى بالمعلومات. وقد ركز الموقع على استخدام رسوم الجرافيك المعلوماتية بنسبة 70%.

6- جروب «يوميات زوجة مفروسة» على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك):

يتسم جروب «يوميات زوجة مفروسة» بأنه من أكثر الجروبات النسائية شهرة على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، ويبلغ أعداد المتابعين للجروب أكثر من 8 ملايين شخص، واكتسب الجروب شهرة واسعة بين نساء الوطن العربي اللاتي يجدن المنتديات والجروبات النسائية مساحة للتفيس عن مشكلاتهن مع أزواجهن وأبنائهن، أو يطلبن نصائح النساء الأخريات، وقد تلجأ الكثيرات إلى تدشين مشروعات صغيرة من خلال إنشاء صفحة على موقع الفيسبوك لعرض مشروعها لكي تجني أرباحاً، حيث يعتبر موقع الفيسبوك وسيلة فعالة ومضمونة وقليلة التكاليف وتحقق شهرة كبيرة لأصحابها.

ويركز جروب «يوميات زوجة مفروسة» على عرض كم هائل ومتنوع من الصور الكوميدية والصور الساخرة التي اقتبسها القائمون على الجروب من المقولات الشهيرة في الأفلام والمسلسلات لكي يقوموا بعمل إسقاطات للواقع الذي

عندما يتم تشكيلها من خلال الأعمال الدرامية والسينمائية التي تظهر المرأة في دور القاتلة أو الراقص أو بأنها تقوم باستغلال مفاتها لتصل إلى ما تريد، أما الصورة الذهنية النمطية فتتكون من خلال ترميز أدوار النساء وحصرهن في القيام بأدوارهن التقليدية كزوجات وربات بيوت دون التطرق للإنجازات التي حققتها المرأة، أو المناصب القيادية التي تقلدتها مما يؤدي إلى عدم الربط بين جهود ترقية المرأة العربية وما تنشره وسائل الإعلام من قضايا وموضوعات.

- أشارت النتائج إلى تركيز المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة على موضوعات متنوعة مثل: الطلاق، وتربية الأبناء، ونصائح للمرأة الحامل، والأمور الخاصة بالزواج، وتقديم استشارات ونصائح في شتى المجالات، وإجراء حوارات مع فنانات وإعلاميات، إلى جانب الترويج لماركات عالمية للساعات ومستحضرات التجميل، وعرض أحدث صيحات الموضة في فساتين الزفاف، وهي الموضوعات التي تحرص المرأة الخليجية على متابعتها من أجل الترفيه والتسلية وتمضية الوقت.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أنه قد غلب على مضامين المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة تقديم المرأة العربية في صورة نمطية تقليدية، وقد بدا ذلك بوضوح في أغلفة المجالات المدروسة والتي تركز على المرأة الشابة الجميلة التي تتسم بأنها مشوقة القوام وتضع مستحضرات التجميل لتبدو في أزهى صورة ممكنة أمام أعين الناظرين لكي تجذب القراء والمشاهدين لكي يشتركون في المجالات النسائية أو يتصفحون المواقع الإلكترونية للمجلات النسائية، وقد أدى ذلك إلى تكريس صورة نمطية للمرأة العربية بأنها إنسانية جميلة تهتم بمظهرها فقط، ورغم أن تلك الصورة قد أفادت المعلنين في التسويق لعلامات تجارية مهمة إلا أنها رسمت صورة إعلامية سلبية للمرأة العربية بشكل لا يتناسب مع الواقع المجتمعي والحقيقي للمرأة العربية وما حققته من مكتسبات على كافة الأصعدة.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن القضايا الأساسية التي ركزت عليها المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة هي (القضايا الاجتماعية) و (الصحية)، وقد بدا ذلك في مجلات «سيدتي»، و «لها»، و «زهرة الخليج». ومن أهم القضايا

المضامين التي يقدمها للمرأة، وتقسيم العمل في أقسام المنتدى وفق خطة واستراتيجية موضوعة بشكل يحقق التوازن بين أقسام المنتدى، مما يؤدي إلى زيادة مشاركة النساء في المنتدى والاستفادة بكل ما يتم تقديمه لهن، كما تهتم إدارة المنتدى بضبط المحتوى الإعلامي المنشور في المنتدى وعدم السماح بنشر المضامين الخادشة للحياء العام.

خاتمة الدراسة ومقترحاتها:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن بالرغم من أن مجلات المرأة والأسرة العربية قد شهدت تطوراً كبيراً في طباعتها وإخراجها بفضل التكنولوجيا الحديثة، إلا أنها لم تستطع التعبير عن التحديات الخطيرة التي تواجه الأسرة والمرأة العربية، كما أنها لم تعبر عن قضايا وهموم المرأة والأسرة الخليجية بشكل متوازن حيث اهتمت المجالات النسائية المتخصصة بإصداراتها الإلكترونية بإبراز الصورة النمطية للمرأة التي تهتم بمظهرها وأناقته، أي أن المجالات المتخصصة للمرأة ركزت على «تسليع المرأة» من خلال النظر إليها كجسد، كما لم تطرح المجالات عينة الدراسة الكثير من القضايا الخاصة بالمرأة، فمثلاً: أغفلت المجالات النسائية فئات وشرائح نسوية مهمة، مثل: المرأة المسنة، والمرأة المعيلة، والمرأة معدومة الدخل، والمرأة متحدية الإعاقة، بينما اهتمت المجالات النسائية وإصداراتها الإلكترونية بشكل مبالغ فيه بالمرأة الجميلة مشوقة القوام، والمرأة الشابة، وكل ما يتعلق بالأدوار التقليدية للمرأة كأم وزوجة وربة منزل فقط.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أنه توجد عوامل عامة تؤثر في تكوين الصورة الذهنية للمرأة بشكل عام، منها ما هو إيجابي مثل خصوصية المجتمعات العربية وما تفرضه من قيم وعادات وتقاليد موروثة ينبغي إحترامها وتطبيقها، كما توجد محددات للصورة الذهنية تأتي من ثقافات بعيدة كل البعد عن الثقافة العربية، فضلاً عن تأثير وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ووسائل الإعلام الجديد، فهذه الوسائل تلعب دوراً محورياً في تكريس صورة ذهنية قد تكون سلبية أو نمطية أو إيجابية، فالصورة الذهنية السلبية تترك آثاراً لا يحوها الزمن على مدار السنين وخصوصاً

المهمة التي تلعبها النساء في الدول العربية، وأهمية التمكين السياسي والاقتصادي للمرأة الخليجية.

مقترحات الدراسة:

• أصبح لزاماً على المجالات والمواقع النسائية المتخصصة أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية في تقديم صورة متوازنة عن المرأة العربية عن طريق تأكيد الدور الإيجابي الذي تقوم به في المجتمع، وإظهار إسهاماتها المختلفة في كافة ميادين الحياة، مما يؤدي إلى القضاء على الفجوة بين صورة المرأة في وسائل الإعلام وواقعها الفعلي.

• أن تهتم المجالات النسائية المتخصصة بإبراز النماذج الناجحة من النساء والفتيات في كافة المجالات، مما يسهم في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع.

• أن تهتم الإدارات الصحفية في المجالات النسائية والمواقع الإلكترونية بصقل مهارات الصحفيات من خلال إعطائهن دورات تدريبية حول أسس وقواعد التغطية الصحفية لقضايا المرأة لمعرفة أساسيات الكتابة الصحفية المتوازنة التي تطبق المعايير المهنية والأخلاقية، وتبتعد عن التحيز في التغطية الإخبارية أو قولية صورة المرأة في نماذج جامدة عفى عليها الزمن.

• توظيف الوسائط المتعددة ورسوم الجرافيك المعلوماتية في نشر المضامين المتخصصة عن المرأة لأنها تضيف مزيداً من المصداقية والجاذبية في المواد الصحفية المقدمة.

التي ركزت عليها المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة هي: (مشكلة الطلاق) و(الخلافات الزوجية)، ويعكس ذلك معاناة المرأة العربية داخل أسرتها، وكثرة الضغوط المجتمعية والأسرية التي تواجهها، وبالتالي اتفقت أجندة اهتمامات المجالات والمواقع المدروسة مع الواقع الفعلي المعاش للمرأة العربية.

- ركزت المجالات المدروسة على الدور الأسري للمرأة العربية كزوجة وأم، وذلك بدرجة أكبر من تركيزها على المرأة العاملة والمرأة التي تحقق إنجازات في كافة المجالات، وقد إتحض ذلك من خلال تركيز عينة الدراسة على نساء موجهة للمرأة الحامل، والزوجة، ونساء تساعد المرأة على تربية أبنائها، إلى جانب موضوعات التجميل، وتعليم المرأة فنون الطهي، وكيفية الاعتناء بنفسها، واختيار فساتين الزفاف.

- أغفلت المجالات والمواقع الإلكترونية المدروسة الدور الحيوي والمهم الذي لعبته المرأة الخليجية على كافة الأصعدة والمستويات، حيث لم يتم التطرق لموضوعات تدور حول تمكين المرأة سياسياً واقتصادياً إلا بنسب قليلة، مما يؤدي إلى استمرار تكريس الصورة النمطية للمرأة العربية نتيجة عدم إبراز دورها المحوري الذي تلعبه في كافة المجالات. - توصلت نتائج الدراسة إلى تفوق موقع «لها أون لاين» في استخدام رسوم الجرافيك المعلوماتية عن بقية المجالات والمواقع النسائية المتخصصة، مما أدى إلى تميز الموقع وإضفاء قدر كبير من المصداقية والثراء والتنوع في محتوياته.

- أظهرت الدراسة أن الجروبات النسائية على موقع الفيسبوك أصبحت منافساً قوياً للوسائل الإعلامية التقليدية حيث تهتم هذه الجروبات بنشر أخبار وموضوعات متخصصة في شؤون المرأة حتى حققت لنفسها مكاناً متميزاً بين السيدات اللاتي يجدن هذه الوسائل الحديثة متنفساً عن الضغوط المجتمعية والحياتية التي يعشنها يومياً، ولكن يغلب على معالجتها التركيز على الصورة النمطية للمرأة، والتطرق إلى الموضوعات السطحية، في حين أغفلت الجروبات النسائية التركيز على قضايا المرأة المُعيلة، وقصص نجاح السيدات، ورائدات الأعمال في الوطن العربي، والأدوار الاجتماعية

of female body Images in Women's Magazines, Oklahoma State University, December 2006.

<http://digital.library.okstate.edu/etd/umi-okstate-2016.pdf>

(8)- سماح محمدي، القيم المتضمنة في إعلانات المجلات النسائية العربية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو الإعلان، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2005).

(9)- نيرمين أحمد السيد، صورة المرأة المصرية في مجلات الأطفال-دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2001).

(10)-Danielle C. Slakoff and Pauline K. Brennan, The Differential Representation of Latina and Black Female Victims in Front-Page News Stories: A Qualitative Document analysis, Feminist Criminology, 2017, PP.129-, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.11771557085117747031/>

(11)- نيرمين عبد الغفار الصابر، تطور الاهتمام بقضايا المرأة الصحية في الصحافة المصرية المتخصصة في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، يناير/مارس، 2015، ص ص 335-351.

(12)- شيرين سلامة السعيد، المرأة بين النص الإعلامي والواقع الاجتماعي-دراسة تحليلية لخطاب الصحف والمواقع الإلكترونية السعودية تجاه أدوار المرأة السعودية وعلاقته بالواقع الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الواحد والأربعون، يولية-سبتمبر 2012، ص ص 239-338.

(13)- مها أحمد عبد العظيم، مدى اعتماد المرأة المصرية على الصحف العامة والمتخصصة في تشكيل الوعي القانوني بقضاياها-دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2009).

المصادر والمراجع:

1)-Zahra Mustafa-Awad, Monika Kirner-Ludwig, Arab women in news headlines during the Arab Spring: Image and perception in Germany, Discourse & Communication, 2017, Vol. 11(5), PP. 515 -538,

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.11771750481317714114/2>-David González, Anna Mateu, Empar Pons, Martí Domínguez, Women Scientists as Decor: The Image of Scientists in Spanish Press Pictures, Science Communication, 2017, Vol. 39(4), PP. 535-547,

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.11771075547017719074/>

(3)-ياسمين أسامة عبد المنعم، صورة المرأة العربية في الصحافة الأمريكية والبريطانية خلال الفترة من 2011-2013، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).

(4)-فيحان عجب العتيبي، صورة المرأة السعودية في وسائل الإعلام الوطنية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015).

(5)-خلود ماهر، الصور الإعلامية للرجل والمرأة في الصحافة العربية المتخصصة وعلاقتها بالأدوار المجتمعية لكل منهما (دراسة تحليلية-ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012)

(6)- أسماء فؤاد حافظ، صورة المرأة في الكاريكاتير بالصحف المصرية-دراسة تحليلية ميدانية في الفترة من 2004 إلى 2008، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2010)

(7)-Karen Ruth Brown, Media Representations

- 14- صلاح الدين عواد، قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين-دراسة مسحية في الفترة من 2004-2006، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2008).
- 15- إيناس منصور شرف، قضايا المرأة في الصحف المحلية في إقليم وسط الدلتا-دراسة تحليلية وميدانية عام 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة طنطا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2006).
- 16- أحمد زكريا أحمد، تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أدائها الصحفي خلال عامي 1996/1997-دراسة مسحية لمجلتي (حواء) و(نصف الدنيا)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2001).
- 17- نجلاء جعفر عبد الوهاب، أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- 18- ساندري سيد عبد الفتاح، علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي بتطلعات المرأة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016).
- 19- سلمى إبراهيم شاهين، حول دور الشبكات الاجتماعية في توعية المرأة بالقضايا الاجتماعية (دراسة ميدانية)، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أكتوبر/ديسمبر 2015، ص 411-447.
- 20- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2010)، ص 402.
- 21- صفا محمود عثمان، معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007)، ص 101
- 22) - Robert M. Entman, Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, 1993, <https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/articles/J-Communication-1993-Entman.pdf>
- 23) - فاطمة حافظ، تمكين المرأة الخليجية: جدل الداخل والخارج، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، 2008
- 24) - المرأة العربية تمكين-إنجازات- تحديات، تقرير سنوي صادر عن منظمة المرأة العربية، 2016 <http://www.arabwomenorg.org/MediaFiles/Publications/PDFs/181037eb.pdf>

