

قضايا المرأة في المجتمع العربي كما تحكسها الصحافة اليومية

دراسة تحليلية مقارنة بين
صحيفة الأنباء الكويتية
وصحيفة الأخبار المصرية

نحال حميد الموسوي*

* حصلت على الدكتوراه في الآداب (اجتماع) من جامعة عين شمس، القاهرة سنة 1990.
تعمل مدرسة في قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الكويت.

الملخص

اختصت هذه الدراسة بوصف وتفسير تناول الصحفي لقضايا المرأة في صحيفة «الأخبار» المصرية وصحيفة «الأنباء» الكويتية، وقد اعتمدت على منهج تحليل مضمون هاتين الصحيفتين خلال الفترة من أول يناير حتى آخر أكتوبر 1995، حيث تم اختيار عينة عشوائية من كل صحيفة، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المحتوى والتي تم إعدادها وتقنيها بما يتلاءم مع متطلبات الدراسة وهدفها. وتتلخص النتائج التي تم التوصل إليها في أن تناول الصحفي لقضايا المرأة تغلب عليه صفة التفسير والشرح وليس مجرد الإعلام، حيث لم تمثل المادة الإخبارية سوى (28%) من إجمالي مكونات الأطراف الصحفية التي تم من خلالها تناول قضايا المرأة، في حين جاءت الأحاديث الصحفية والتحقيقات والمقالات بنسبة (62%) وهذا اتجاه إيجابي في المعالجة الصحفية، وهو أكثر بروزاً في صحيفة الأنباء الكويتية مقارنة بصحيفة الأخبار القاهرية.

ومن جهة ثانية تبين تركيز الصحف على قضايا المرأة على المستوى القطري وليس على المستوى العربي، فالصحيفة المصرية تركز على قضايا المرأة المصرية، والصحيفة الكويتية تركز على قضايا المرأة الكويتية. أما القضايا المتعلقة بالمرأة العربية عموماً فلم تكن مجال اهتمام يذكر، الأمر الذي يؤكد غياب السياسة الإعلامية العربية الواحدة تجاه واحدة من أهم القضايا في المجتمع العربي، ويعكس في الوقت نفسه صفة التفتت أو التجزئة لقضية المرأة العربية، رغم التشابه الواضح في مكوناتها في المجتمع العربي ككل. ومن جهة ثالثة، تبين من الدراسة أن تناول الصحفي لقضايا المرأة ما زال يميل إلى تكريس الدور التقليدي والمكانة التقليدية للمرأة من خلال التركيز على الجانب الأنثوي والإنجابي والأسري، لقد استحوذت هذه الجوانب على 30% تقريباً من المادة الصحفية المعنية بقضايا المرأة.

أما الموضوعات السياسية والاقتصادية والثقافية فقد حظيت بنسبة 70% تقريباً من هذه المادة. وعلى الرغم من هذا الاختلال، إلا أنه أفضل مما كان عليه الحال في الفترات السابقة حسبما كشفت عن ذلك دراسات عديدة، ولكن ما زالت الحاجة قائمة إلى المزيد من اهتمام الصحافة العربية بالجوانب التي تمثل طموحات المرأة وأمانيتها في المشاركة والفاعلية السياسية والاقتصادية والثقافية.

مقدمة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين اهتماماً ملحوظاً بقضايا المرأة على المستوى الدولي، فمنذ عام 1967 كرست الجمعية العامة للأمم المتحدة بعض المناقشات والمؤتمرات التي تؤكد ضرورة القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة في العمل والتعليم والأجر والدور الاجتماعي، كما كان لوكالات الأمم المتحدة ومنظماتها المتخصصة دور بارز في الدعوة إلى مراعاة حقوق المرأة في التعليم والثقافة. وقد تم ذلك من خلال منظمة اليونسكو، أما منظمة العمل الدولية فقد أقرت مجموعة من الاتفاقات التي تركز على إزالة التفرقة ضد المرأة في مجال العمل وفي القوانين المعمول بها كافة، لدرجة أن عدد هذه الاتفاقات قد زاد على مئة اتفاقية حتى منتصف الثمانينيات⁽¹⁾، وخلال الفترة من 1975 حتى 1985، التي اعتبرتها الأمم المتحدة عقداً عالمياً للمرأة عقدت مجموعة من المؤتمرات والحلقات النقاشية، وصدرت توصيات متعددة تتعلق بالمساواة بين الجنسين في المشاركة الاجتماعية والسياسية، وكذلك بجهود وعائد التنمية وشؤون العمل والصحة والتعليم، مع ضرورة تكثيف التعاون الدولي والإقليمي في مجال المرأة، وإشراكها في الجهود الرامية إلى تحقيق السلام. وإذا كان النصف الثاني من القرن العشرين قد شهد اهتماماً ملحوظاً بقضايا المرأة، فإنه قد شهد في الوقت نفسه تطورات متلاحقة في ثقافة الاتصال والمعلومات، الأمر الذي انعكس على أساليب الممارسة الإعلامية، وما يعنيه ذلك من ازدياد المعرفة والوعي بأدوار المرأة ومساهماتها الفعلية والمحتملة في المجتمع الإنساني، فكان من الطبيعي أن تصبح طاقات الاتصال وموارده من الآليات المؤثرة في هذه القضايا. وقد اتخذت هذه الفكرة اتجاهين، الأول يدور حول إمكانات وسائل الاتصال في أن تسهم إيجابياً في قضايا المرأة بما في ذلك الدفاع عن حقوقها والتعريف بها، وزيادة الوعي الاجتماعي بوجه عام لدى النساء. أما الاتجاه الثاني فيدور حول الصورة غير الصحيحة للمرأة كما تظهر في محتوى وسائل الاتصال باعتبارها تقدم المرأة في صورة سلبية تكرس التمييز ضدها⁽²⁾. لقد سعت الجهود المعنية بقضايا المرأة من هذين المنطلقين، ويبدو أن التوصيات الدولية المعنية بقضايا المرأة في بعدها الإعلامي قد دخلت إلى حيز التنفيذ، ولو جزئياً على الأقل، فقد أجريت عدة دراسات حول الصورة التي تعرض بها المرأة

في وسائل الإعلام في (72) دولة، وتبين أن هذه الصورة قد تغيرت في الاتجاه الإيجابي في (38) دولة، بينما ظلت صورة المرأة كما هي في (34) دولة. وقد برز التصور الإيجابي للمرأة حسب ما تعكسه وسائل الإعلام في مجال المهن التي تحظى بالاحترام، وظهور قدر أكبر من المساواة بين الجنسين، كما تزايدت قوة العمل النسائية داخل مؤسسات الاتصال بوجه عام⁽³⁾. ومن منطلق الإيمان بالدور الذي يمكن لوسائل الاتصال أن تقوم به تجاه قضايا المرأة، فإن هذه القضايا بدأت تطرح نفسها على وعي القائمين بالاتصال، كما بدأت الدراسات الإعلامية والاجتماعية، تربط بين الوعي العام - بما في ذلك وعي المرأة - وبين القضايا والشؤون النسائية. وتذهب دراسة (Reep & Dambart, 1989) إلى أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في تحصيل المعرفة والخبرة عن بيئاتهم، بكل ما فيها من قوى فاعلة وقضايا قائمة. والمرأة كقوة فاعلة في الحياة الإنسانية لها قضاياها التي تتعلق بوجودها الاجتماعي. من هذه القضايا مثلاً القضايا الاقتصادية (العمل والدخل)، القضايا السياسية (المشاركة والفاعلية السياسية بأشكالها المختلفة)، والقضايا الثقافية (التعليم وحرية الفكر والنظرة إلى الذات)، بالإضافة إلى القضايا الاجتماعية والأحوال الشخصية، وتنظيم الأسرة، وحضانة وتربية الأبناء، والمساهمات الاجتماعية والرعاية الاجتماعية... إلخ⁽⁴⁾. وللمرأة أيضاً قضاياها التي تتعلق باهتماماتها التقليدية كالأزياء والموضة والأناقة ودورها في المنزل، هذا بالإضافة إلى القضايا ذات الصلة القانونية والدينية من حيث موقف القانون والدين من المرأة كابنة وأخت وزوجة. ونظراً للدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تعريف المرأة بوجودها كقوة فاعلة، وكذلك في إيجاد الوعي الاجتماعي بهذا الوجود من خلال التوجه إلى الرجل والمرأة على السواء، فإن هذه الوسائل يتسم دورها بحساسية خاصة. إنها - رغم القيود التي تفرض عليها - أحياناً تمتلك «الآليات» التي من خلالها يمكن توجيه الوعي بقضايا المرأة وجهة معينة، فهي تمتلك مثلاً المساحة الصحفية التي يمكن من خلالها عرض وتحليل قضايا المرأة، كما تمتلك مقومات المعالجة الإعلامية المتميزة سواء أكانت تلك المقومات تتمثل في القوالب الصحفية، أم في مصدر المادة (الرسالة) وموقعها من الصحافة، أم في خصائص الجمهور النسائي المستهدف سواء من حيث الجنس أو المرحلة العمرية

والهوية والانتماء، كما قد تتمثل هذه العوامل في طريقة تناول المادة الصحفية نفسها من وصف وتحليل وتفسير... إلخ، أو في التعبير عن موقف معين من قضايا المرأة بين التأييد والحياد والمعارضة، كما قد تتمثل أيضاً في الأطر المرجعية للرسالة، والموضوعات المتضمنة فيها والقيم التي تعكسها بخصوص المرأة - كل هذه العوامل هي الآليات التي تستخدمها الصحافة في تناولها لقضايا المرأة. وفي ضوء المعرفة بخصائصها يمكن تقرير خصائص المعالجة الصحفية لقضايا المرأة في إطارها الواقعي، الأمر الذي يشكل مستلزماً أساسياً من مستلزمات إرساء أسس سياسة إعلامية صحيحة.

وإذا كان الاهتمام بقضايا المرأة قد اتخذ صفة دولية، فإن هذا انعكاس لأهمية دور المرأة في المجتمع الإنساني بوجه عام. لا شك في أن التنظيمات الاجتماعية بما فيها مؤسسات الاتصال يجب أن تعكس مسؤولية مهنية تجاه المرأة العربية على وجه الخصوص، ليس فقط لأن الثقافة العربية تتضمن إراثاً ثقافياً يدعم النظرة الدونية للمرأة، ولكن أيضاً نتيجة تزايد دور وسائل الإعلام في المجتمع العربي، وقد يصحب ذلك وجود بذور خلل تكون نتيجتها الطبيعية إعادة إنتاج المعادلة التي تقوم على الصراع الوهمي أو المختلق بين الرجل والمرأة. ومع أن بعض الدول العربية قد حققت قدراً ملحوظاً من المشاركة في مجمل أوجه الحياة، إلا أن هناك غموضاً ما زال يحيط بانعكاسات الممارسة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمرأة من خلال وسائل الإعلام العربية، كما يوجد نقص واضح في تقويم هذا الانعكاس وفق خصائص ومتطلبات واقع المرأة في المجتمع العربي. إن الإسهام العلمي في قضايا المرأة كأحد روافد الوعي الاجتماعي بحقيقة وجود العنصر النسائي وحيويته في نسيج المجتمع العربي ما زال يفتقد الجانب المتعلق بوسائل الاتصال رغم أهميتها في تحقيق الوجود الاجتماعي الجيد للمرأة. وتذكر دراسة فرج (1988) أن البحث في قضايا المرأة العربية يتمحور حول جانبين: الأول يتناول أوضاع المرأة ومشكلاتها بأسلوب وصفي. الثاني، يتخذ موقفاً مسانداً للحركة النسائية ويطالب بتغيير أوضاع المرأة، وهذا الجانب من الدراسات، وإن كان يتسم بالخاصية التحليلية ويسعى إلى الكشف عن الجوانب الغامضة ذات التأثير في قضايا المرأة - إلا أن معظمه ينتمي إلى الدراسات النفسية

والاجتماعية وليس الإعلامية⁽⁵⁾، الأمر الذي أصبح معه ممارسات وسائل الإعلام العربية تجاه قضايا المرأة في حاجة إلى المزيد من البحوث والدراسات.

ويزداد الأمر أهمية فيما يخص الصحف اليومية، لأنها تلاحق الجمهور باستمرار، وتجعله أكثر ارتباطاً بها، كما أن نوعية جمهور الصحيفة (الجمهور القارئ) تجعله أكثر احتمالاً للوعي بقضايا المرأة، لأن لديه قدراً من التعليم والمعرفة التي تمكنه من النقد والتقييم والحكم الصحيح على الأمور، وبالتالي فهو أكثر تأثيراً في النشاط الاجتماعي العام.

موضوع الدراسة

يتمثل موضوع الدراسة الحالية في المعالجة الصحفية لقضايا المرأة العربية، وذلك على اعتبار أن محتوى وسائل الإعلام بوجه عام يعد انعكاساً للوعي الاجتماعي في مرحلة تاريخية معينة، كما أنه إعادة إنتاج للواقع⁽⁶⁾. أما شكل المعالجة الصحفية فإنه يوضح موقع قضايا المرأة على خارطة الاهتمام الإعلامي، مع ما لذلك من أهمية في نشر الوعي بهذه القضايا وجذبها إلى دائرة الاهتمام. ويتحدد مجال موضوع الدراسة في كل من دولة الكويت وجمهورية مصر العربية، حيث تم اختيار صحيفة «الأنباء» الكويتية، وصحيفة «الأخبار» المصرية وذلك لمدة عشرة أشهر (من يناير حتى أكتوبر 1995).

الدراسات السابقة

حظيت قضايا المرأة من المنظور الإعلامي باهتمام ظاهر من جانب الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ولما كانت هذه الدراسات بالغة الكثرة والتنوع، فإننا سنشير إلى أهمها باختصار وإجمال في حدود ما يخدم موضوع دراستنا الحالية. وتندرج الدراسات السابقة تحت مجموعة من التقسيمات، فبعضها يتناول قضايا المرأة كما تعكسها السياسات الإعلامية، وبعضها الآخر يتناول هذه القضايا كما عكستها المجالات، وبعضها الثالث يختص بتناول قضايا المرأة في الصحافة اليومية والإذاعة والتلفاز، كما أن بعض الدراسات تتضمن أكثر من تقسيم لتلك التقسيمات. ولعل من أهم الدراسات التي عنت بقضايا المرأة كما تعكسها السياسات الإعلامية دراسة

عبدالمجيد (1990)، والتي قدمت تحليلاً من المستوى الثاني للنتائج التي حفلت بها أدبيات دراسة قضايا المرأة العربية في وسائل الإعلام العربية، واستخدمت أسلوباً كیفياً لتحليل البيانات، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج التي تعكس السياسة الإعلامية تجاه قضايا المرأة العربية وصورتها الذهنية وحقوقها السياسية والاقتصادية والاجتماعية وأدوارها في المجتمع⁽²⁾. من هذه النتائج، أن مضمون وسائل الإعلام العربية يدور في مجمله حول عملية «إعادة إنتاج» الاهتمامات التقليدية للمرأة على حساب معالجة القضايا الحقيقية التي تعكس تطور أوضاع المرأة بشكل عام. كما أن المضمون الإعلامي في غالبه لا يقدم إسهاماً كبيراً في إعادة إدماج المرأة العربية في الحياة الاجتماعية والرؤى التنموية، وذلك لوجود عوامل عائقة منها التصورات والمعتقدات السائدة، وطبيعة البنى العربية الاقتصادية والسياسية التي لم تحقق تقدماً بسبب ما بينها من تناقضات وصراعات طبقية. كما أن هناك مقاومة من الرجل لكل تقدم يهدد امتيازاته التي يتمتع بها على المستوى الشخصي أو في مجال الأسرة أو العمل الاجتماعي.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة المذكورة أيضاً ذلك الإخلال الواضح بقضايا المرأة واختزالها في شكل معادلة «المرأة مقابل الرجل»، والتركيز الواضح على الجوانب ذات الصلة المباشرة بعواطف المرأة وغرائزها على حساب الجوانب الأساسية للمشاركة الفعالة في النواحي السياسية والتربوية والعمل التطوعي لخدمة المجتمع. ويمتد الخلل إلى التوجه الذي يحكم الإعلام العربي الذي يولي قطاعات بعينها اهتماماً واضحاً، بينما يتم تهيمش قطاعات عديدة من النساء في القرى والطبقات الدنيا.

كما تطرح الدراسة عدة نقاط للإعلام النسائي تدور حول أهمية السعي إلى تغيير الصورة النمطية للمرأة والتركيز على جوانب الصورة الإيجابية، كما تؤكد ضرورة أن تقوم السياسة الإعلامية على نتائج بحوث علمية، ومحاولة مخاطبة الوحدة الطبيعية للمجتمع ممثلة في الرجل والمرأة معاً. وأخيراً تأكيد هوية المرأة العربية وخصوصيتها الثقافية والدينية والاجتماعية، والتأكيد على دعم ثقة المرأة بقدراتها وإدراكها لذاتها وقيمتها في العمل التنموي العام.

وهناك مجموعة من الدراسات أجريت حول قضايا المرأة في المجالات، وقد حظيت مجلة حواء القاهرية بأكبر عدد من هذه الدراسات منها دراسة (عبدالرحمن،

1986)⁽⁸⁾، ودراسة (طلال، 1983)⁽⁹⁾، ودراسة (السيبي، 1985)⁽¹⁰⁾. وقد اعتمدت الدراسات الثلاث على تحليل مضمون مجلة حواء لوصف وتحليل توجهات المجلة وتناولها لقضايا المرأة، وخلصت إلى مجموعة من النتائج منها: أن مجلة حواء ذات طابع اجتماعي ثقافي ولا تقتصر على مخاطبة المرأة وحدها، وتعتمد في معظم أبوابها على طرح الموضوعات التقليدية المتصلة بواقع المرأة (تجميل، أزياء، طهي... إلخ) كما أن مجلة حواء تدعم الاتجاهات التقليدية، وتخطب المرأة في المدن أكثر من النساء في المناطق الريفية والأحياء الشعبية، وتركز على تقديم صورة تقليدية وغطية للمرأة. ومع أن مجلة حواء مجلة نسائية متخصصة فإنها تهتم بجوانب دون أخرى في حياة المرأة مما يفقدها الرؤية المتكاملة لواقع المرأة المصرية والعربية.

وقد خضعت مجلة (حواء) لبحوث أخرى، حيث تضمن أحد البحوث دراسة للقصص التي تنشر بمجلة حواء وتوصلت إلى أنها تدعم الدور الأنثوي التقليدي، مع وجود اتجاه قوي لتصوير المرأة كمخلوق عاطفي ضعيف وسلبى في مواجهة الأحداث⁽¹¹⁾.

وفي دراسة أخرى حول أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية في قصص مجلة حواء، تبين أنها تصور المرأة على أنها أنثى تابعة للرجل الذي يشكل محور تفكيرها، فهي كزوجة تقنع بعالمها المنزلي وبالرجل، وهي كأم تسعى للإنجاب وتأهيل بناتها للزواج، وهي كابنة مطيعة ترقب الزواج، وانتهت الباحثة إلى سيادة الدور التقليدي للمرأة مع غياب معالجة دورها في الحياة الاجتماعية والسياسية⁽¹²⁾.

وفي دراسة أخرى حول القضايا المركزية في اهتمام المرأة كما تصورها مجلة حواء توصلت الدراسة إلى أن ما يشغل المرأة هو الدور الاجتماعي الأسري، واحتلت قضية الحب والزواج مكانة هامة في عالم المرأة. أما عن القضايا الهامشية التي تشغل اهتمام المرأة فإن هذه القضايا قد برزت بصورة واضحة، كما أن وعي المرأة حسبما انعكسه قصص مجلة حواء لا يرقى إلى القضايا القومية التي يتوقع أن يكون للمرأة فيها دور تنموي خلاق وإنما يهتم بالبعد العاطفي بالدرجة الأولى⁽¹³⁾.

وقد أجرى طلال (1984) عدة دراسات في المغرب والسعودية والأردن ولبنان قام خلالها بتحليل عدة صحف هي «العلم» و«البيان» المغربيتان ومجلة «الحسناء» في

لبنان ومجلة «المرأة العربية» في سوريا ومجلة «حواء» القاهرية ومجلة «العربي» الكويتية. وقد خلص الباحث إلى أن الصحافة العربية تركز على: الدعوة لمشاركة المرأة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وهي نظرة تقدمية في المغرب العربي. وفي لبنان تتبنى الصحافة النموذج الغربي للمرأة كأنثى وأم في المقام الأول. وفي السعودية أثبت التحليل أن المرأة بشكل واقعي تابع للرجل بحكم القانون، وأن تقدم المرأة مرهون بتقدم زوجها، كما يظهر الفصل بين الرجل والمرأة في توجه الصحف السعودية⁽¹⁴⁾.

وقد أثبتت تلك الدراسات أن التوجه الإعلامي نحو المرأة العربية يعوزه التوازن في المجالات الموضوعية والجغرافية بحيث تنحو المعالجة إلى الاهتمام بالفئات النسائية المسورة من الطبقات العليا والوسطى، في حين تعاني المرأة في البادية والريف والأحياء الشعبية من الإهمال والتهميش، وهناك تركيز على أدوار نمطية للمرأة أكثر من التركيز المعطى لدورها السياسي والاقتصادي والثقافي.

أما دراسة (العطية د. ت) فهي دراسة تحليلية لتسع عشرة مجلة عربية متخصصة في شؤون المرأة هي: «حواء» القاهرية، «المرأة» و«فتاة الرافدين» العراقيتان، و«الشرقية» و«سيدتي» السعوديتان، و«مشوار» و«الحسناء» و«فيروز» اللبنانية، و«أسرتي» الكويتية و«هي» و«زهرة الخليج» الإماراتيتان، و«الجوهرة» القطرية، و«المرأة العربية» السورية و«الجزائرية» و«عائشة» المغربية و«رسالة الجمعية الليبية»، و«المرأة التونسية» و«العمانية» ومجلة «عربية أنا» التي تصدر في نيويورك⁽¹⁵⁾.

ومن خلال تحليل المضمون ومسح عينة من الجمهور والمحركات في بعض هذه المجالات توصلت الباحثة إلى عدة نتائج منها: أن هناك اختلاطاً في الرؤية العربية للمرأة حيث تبرز صورة المرأة المرفهة والأنيقة مع إبراز الواقع الاجتماعي المتخلف للنساء العربيات. وتتفق المجالات العربية على التوجه إلى فئة معينة من المرأة وتهمل فئات أخرى. كما أن مضمون المجالات يتسم بالتقليدية. ويؤكد الإعلام دور المرأة المستهلكة وخصائص المرأة الغربية كنموذج مطلوب للمرأة العربية، مما يحجب دور المرأة في التنمية القومية.

أما الدراسات التي تناولت قضايا المرأة في الصحافة اليومية فإنها تنتمي إلى

بحوث تحليل المضمون الصحفي. ومن هذه الدراسات: دراسة (الطنباري، 1986) التي أجريت حول موقف الصحافة المصرية تجاه قضايا المرأة في صحف الأهرام والأخبار والجمهورية في الفترة من 1975 - 1979 م.

وانطلقت الدراسة من عدة أهداف تمثلت في محاولة التعرف على دور الصحافة في قضايا المرأة وتحديد وظيفة الصحافة من حيث الإعلام والإرشاد والتوجيه والتعليم وتكوين الرأي العام تجاه قضايا المرأة. وافترضت الباحثة أن الصحافة تقوم بدور التوجيه والإرشاد وتكوين رأي عام واع تجاه قضايا المرأة.

ومن نتائج الدراسة أن جريدة الأهرام هي الأكثر اهتماماً بقضايا المرأة. كما أن الوظيفة الإخبارية تغطي على بقية الوظائف الصحفية الأخرى. وقد أعطت صحف الدراسة اهتماماً متوسطاً لقضايا الأحوال الشخصية وأخبار الحركة النسائية في العالم وقوانين العمل ودور المرأة في العمل السياسي. ولم يحظَ دور المرأة في مجال العمل والمناصب العليا والإعلام والعمل النقابي إلا باهتمام ضئيل⁽¹⁶⁾.

وهناك دراسة (عبدالرحمن، 1986) عن صورة المرأة العربية في الإعلام العربي: دراسة تطبيقية للإعلام المصري والصحافة الخليجية. واستهدفت الدراسة تحديد معالم صورة المرأة كما قدمتها الصحافة العربية من حيث الأدوار الاجتماعية والمقارنة بين واقع المرأة الحقيقي وما تعكسه الصحافة حول هذا الواقع، واتجاهات الصحافة نحو هذه القضايا. وقد ارتكزت الدراسة على عدة تساؤلات تدور حول القضايا والمشكلات المتعلقة بالمرأة وتحديد اهتمام الصحف بها، والفئات النسائية التي تتوجه إليها الصحف العربية، ومحاولة التعرف على ما تطرحه الصحافة من قضايا التعليم والعمل والمشاركة السياسية والاجتماعية. ومن أهم نتائج الدراسة أن الصحافة العربية تركز على القضايا والاهتمامات التقليدية كأم وزوجة وأثنى بوجه عام، وتحيز المعالجة إلى نساء المدن وإلى القضايا الهامشية في حياة المرأة المصرية والكويتية. وقد قدمت الصحافة الكويتية المرأة في أدوار تقليدية من الزواج والطلاق وقوانين الأحوال الشخصية، واتخذت الصحافة الكويتية موقفاً رافضاً لعمل المرأة⁽¹⁷⁾.

أما دراسة (إلهامي، 1989) «الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال

العقد العام للمرأة 1975 — 1985» فقد استهدفت الكشف عن مدى اهتمام الصحافة اليومية المصرية بقضايا المرأة وكيفية معالجتها واتجاهات المعالجة الصحفية وأشكالها. واستخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون في مسح كل أعداد «الأهرام» ومجلتي «آخر ساعة» و«حواء» في عشر سنوات، وتوصلت إلى عدة نتائج منها أن القائم بالاتصال يرى أن قضايا المرأة الهامة هي محو الأمية وقوانين الأحوال الشخصية والمشاركة السياسية والعمل وتولي المناصب العليا ونظرة المجتمع التقليدية للمرأة. كما ثبت من تحليل المضمون أن صحف الدراسة قد عالجت الموضوعات التقليدية بشكل كبير بينما تراجعت القضايا السياسية والحركة النسائية في تنظيماتها الرسمية وغير الرسمية، ثم القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية⁽¹⁸⁾.

وفي دراسة (الفلاح، 1983) عن نظرة الإعلام العربي لعمل المرأة تم تحليل محتوى خمس صحف يومية وثمانى مجلات أسبوعية تصدر في الكويت، وتخلص الدراسة إلى أن المفاهيم المتعلقة بعمل المرأة تغلب عليها الدعوة إلى عودة المرأة إلى البيت، الأمر الذي يعكس قيماً ومعتقدات سائدة تحبذ الدور التربوي والأسري للمرأة الكويتية، وبالتالي فإن تغيير هذه القيم والمعتقدات يتطلب تغييراً شاملاً وبعيد المدى في بنى المجتمع وثقافته⁽¹⁹⁾.

إذا ما انتقلنا إلى الدراسات الأجنبية التي تناولت قضايا المرأة في الصحف والمجلات، نجد أن غالبيتها اهتمت بالصورة الذهنية التي تعكسها الوسائل عن المرأة. لكن أكثر هذه الدراسات دلالة، دراسة (Mieke & Guids, 1979) التي أجريت على عينة من الصحف الأوروبية والأمريكية. وكشفت نتائج الدراسة عن أنه من خصائص المعالجة الصحفية لقضايا المرأة ذلك الاختلاف الواضح بين تلك الصحف سواء في المحتوى أو في أساليب تناولها، فبينما تظهر المرأة كجمهور مستهدف حقيقي، ويتم عرض القضايا النسائية بدقة في جريدتي «اللويموند» و«التايمز»، نجد أن مجلة «النيوزويك» تخاطب الرجل بشكل أساسي، ولا تتناول قضايا المرأة بما يتناسب مع أهميتها في الواقع. أما جريدة «الديلي ميرورز» فإنها، حسبما كشفت نتائج الدراسة — أكثر تناقضاً في معالجة قضايا المرأة، فهي تقدم مضموناً جاداً ولكنها تعرض صوراً ونماذج نسائية غير جادة أو على الأقل لا تتناسب مع جدية الموضوعات المطروحة⁽²⁰⁾.

وتفيد نتائج دراسة (Henry 1985) أن المجلات النسائية تعكس اهتماماً واضحاً بالمرأة العاملة، وتبرز مظاهر نجاح المرأة في عملها خارج المنزل وفي وظائف غير تقليدية، كما أن بعض هذه المجلات يخاطب الرجل بشكل أساسي فيما يتعلق بقضايا المرأة، مع إبراز ضرورة التعاون بين الجنسين وإن كان بعض هذه المجلات يستخدم المفاهيم الجنسية بكثرة⁽²¹⁾.

ومن الدراسات الأجنبية الأخرى التي تناولت المعالجة الصحفية لقضايا المرأة دراسة (Gallagher, 1981) التي اختصت بتحليل محتوى مجموعة من الصحف الأوروبية والصحف الأفريقية، وتفيد نتائج الدراسة بتطور معالجة قضية عمل المرأة سواء من حيث المحتوى أو الشكل والأسلوب، حيث يعكس المحتوى تنوعاً ملحوظاً بما يتناسب مع الدور الجديد الذي تقوم به المرأة في المجتمع. كما توظف الصحف الأوروبية تطورات الفن الصحفي في عرض قضايا المرأة وتحليلها. أما الصحف الأفريقية فإنها تركز على الاهتمامات التقليدية كالموضة والجريمة والأحداث الاجتماعية، وإن كانت لا تتطرق إلى الأوضاع المتردية التي تعاني منها المرأة في أفريقيا، سواء أكانت هذه الأوضاع صحية أم ثقافية أم سياسية أم قانونية⁽²²⁾.

أما الدراسات التي اهتمت بالمعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الإذاعة والتلفاز، فإن أهمها دراسة العبد (1979)⁽²³⁾ عبد الباقي (1981)⁽²⁴⁾، (Elma, 1981)⁽²⁵⁾، الحلواني (1985)⁽²⁶⁾، العبد ورضا (1985)⁽²⁷⁾، فتح الله (1986)⁽²⁸⁾، رزق (1988)⁽²⁹⁾.

وقد كان الهدف العام لهذه الدراسات تحليل خصائص المعالجة الإذاعية لقضايا وسلوكيات المرأة ودورها في قضايا ترشيد الاستهلاك، وتحديد أولويات هذه القضايا، والصورة النمطية للمرأة، ومن النتائج الأساسية التي خلصت إليها تلك المجموعة من الدراسات:

— أن هناك علاقة إيجابية بين الاستماع لبرامج الإذاعة وبين تنمية معرفة المرأة وتغيير بعض سلوكياتها نحو قضايا الزواج والحقوق السياسية والعادات الاجتماعية.

— أن الإذاعة قدمت المرأة بصورة سلبية بنسبة 53,5% من عينة دورة إذاعية كاملة عام 1978، وأن الصورة الإيجابية اتخذت شكل التمرد، وكانت صورة العلاقة

بين الرجل والمرأة علاقة ندية بنسبة 45% وعلاقة خضوع بنسبة 5, 5% وعلاقة تبعية بنسبة 5, 5%.

— أن الموضوعات الرئيسية هي: الموضة ورعاية الأطفال وصحة المرأة والطهي وتنظيف المنزل والديكور.

— مع أهمية موضوعات المرأة التقليدية قدمت الإذاعة الصوتية الموضوعات الاجتماعية والطبية.

— أن العلاقات الأسرية تأتي في مقدمة اهتمامات البرامج الإذاعية، بينما تأتي قضايا إدماج المرأة في مجالات الحياة المختلفة بدرجة متأخرة، كما قدمت دراسات الإذاعة الصوتية دليلاً على أن الإذاعة تقدم صورة عصرية للمرأة في مجالات: العلاقة بين الزوجين، الحرية في اختيار شريك الحياة وحق المرأة في التعليم وحقها في العمل والمشاركة السياسية والإيمان بالمساواة وحرص المرأة على تحقيق ذاتها.

أما في التلفاز، فيوجد مجموعة من الدراسات التي اهتمت بقضايا وشؤون المرأة كما تعرضها الرسالة المتلفزة، منها دراسة (Long Simon 1974)⁽³⁰⁾، النمرسي (1980)⁽³¹⁾، الحديدي (1985)⁽³²⁾، فرج (1985)⁽³³⁾، (Abdel Kader 1992)⁽³⁴⁾، وقد نحت هذه الدراسات إلى تحليل المحتوى المتلفز فيما يتعلق بموضوعات المرأة وصورتها النمطية، وخلصت إلى عدة نتائج يمثل أهمها في:

— أن صورة المرأة تتسم بالتقليدية من حيث الأدوار والسلوكيات والعواطف، كما أنها تابعة للرجل وأقل منه عقلانية.

— أن للتلفاز قدرة على تعليم المرأة كيفية ترشيد الاستهلاك والإسهام في الجانب الاقتصادي للمجتمع.

— تتوجه البرامج والدراما إلى الطبقة العليا وفوق المتوسطة وتقدم المرأة على أنها ربة بيت وأم وعاملة.

— أن المرأة تستخدم في الإعلانات بنسبة 50% من إعلانات التلفاز، وأن صورتها تتسم بالنمطية والتقليدية والتبعية، وأنها مستهلكة أكثر منها منتجة. وتغفل

المعالجة المتلفزة الاهتمامات الثقافية والسياسية للمرأة.

ومن أحدث الدراسات التي اهتمت بقضايا المرأة في وسائل الإعلام دراسة (Davis & Davis)، ففي تلك الدراسة التي أجريت على عينة من المراهقين في مدينة مغربية، تم عرض محتوى متنوع قدمته وسائل الإعلام المحلية والشرق أوسطية والعربية بهدف التعرف على انطباعات المراهقين من الجنسين عن هذا المحتوى. والجزئية التي تهمنا من نتائج الدراسة تتمثل في أن المادة الاتصالية تتضمن دوراً اجتماعياً غير تقليدي للمرأة، كما تفيد النتائج أيضاً بأن هناك علاقة ارتباط إيجابي دال إحصائياً بين مستوى استخدام وسائل الاتصال والصورة الإيجابية لدى الجنسين بشأن السلوك الاجتماعي، وحق اختيار الزوج، والطموحات المهنية، وعلى هذا الأساس، فإن اهتمام وسائل الإعلام بقضايا المرأة يعد بمثابة عامل جذب للقطاع النسائي للتفاعل الإيجابي في المجتمع والوعي بالحقوق والواجبات⁽³⁵⁾.

أما دراسة (Themberge, 1991) فقد اهتمت بتحليل محتوى التناول الإعلامي لمجموعة من القضايا الاجتماعية بما في ذلك قضايا المرأة كما قدمتها أربع صحف يومية ومجلة شهرية نسائية في كندا. وفيما يتعلق بقضايا المرأة تشير نتائج الدراسة إلى أن الصحف الأربع لا تتضمن إلا دعماً قليلاً للنشاط النسائي، ولا تعكس إلا قليلاً من الرفض والنقد للتمييز ضد المرأة في مجال العمل. وتؤكد الدراسة على أن قلة دعم الصحافة للنشاط النسائي يتجسد بصورة واضحة في الصحف المحافظة (Conservative) رغم أنها واسعة الانتشار، وبالتالي كان من الممكن أن تكون أداة دعم فعالة للمرأة. أما المجلة النسائية الشهرية فقد عكس مضمونها دعماً لقضايا المرأة بوجه عام، وإن كانت محدودة انتشارها تقلل من فاعلية هذا الدعم⁽³⁶⁾. أخيراً، فإن دراسة (Rhode, 1995) ناقشت باستفاضة الصورة النسائية كما تقدمها أو تعكسها وسائل الإعلام، وتؤكد الدراسة على أن هناك سلبيات ملحوظة تم رصدها من واقع فحص التوجه العام لأساليب الممارسة الإعلامية. أهم هذه السلبيات يتمثل في تغييب وجود المرأة في مواقع النفوذ والتأثير، وعدم التغطية الكافية للحركات النسائية، بل إن هذه التغطية حسبما تذكر الدراسة تضيي طابع التفاهة والفردية والتخبط على نضال المرأة من أجل تأكيد أو استرداد حقوقها. وتخلص الدراسة إلى أن النساء في أي مجتمع في حاجة

إلى صوت أقوى مما تتيحه وسائل الإعلام حتى يمكن تشكيل وتدعيم صورة صحيحة وقوية عن المرأة⁽³⁷⁾.

تعقيب

من مراجعة الدراسات التي تناولت تحليل وتفسير المواد الصحفية في الصحف والمجلات والإذاعة الصوتية والمرئية يمكن رصد أهم ملامحها وجوانب الاتفاق والاختلاف وجوانب النقص فيها وذلك على النحو التالي:

— اعتمدت دراسات الصحافة العربية على الوصف أكثر مما اعتمدت على التحليل والتفسير والتنبؤ، كما اعتمدت في جملتها على تحليل المضمون كأسلوب بحثي ولم تعتمد على تحليل الخطاب الكلي للإنتاج الصحفي.

— اعتمدت الدراسات السابقة كثيراً على عنصر واحد من العملية الاتصالية وهو الرسالة Message، بينما لم تحظ دراسات الجمهور بنفس القدر من الاهتمام. ومع أن هناك ضرورة لاستمرارية الدراسة وبخاصة لتقييم المضمون الإعلامي الذي يتأثر بالتغيرات الاجتماعية والسياسية التي تؤثر بالضرورة على تناول قضايا المرأة، فإن عناصر أخرى يجب أن يتم بحثها.

— أن الدراسات العربية في جملتها اتسمت بالقطرية، وإن كانت هناك دراسات تناولت الإنتاج الإعلامي المخصص للمرأة في أكثر من قطر عربي، مما يتطلب مزيداً من الدراسات التي تتناول الأطر الثقافية وتأثير الاختلاف بينها على تناول موضوعات المرأة اتساقاً مع الاهتمام العالمي بشؤون المرأة ومحاولة وضع معايير دولية للرقى بالمرأة في كل دول العالم. وعلى الرغم مما توفره الدراسات السابقة من رصيد معرفي ذي قيمة علمية، إلا أنه منذ بداية عقد التسعينيات نادراً ما نجد دراسة تعالج التناول الصحفي لقضايا المرأة في أكثر من مجتمع عربي، مستخدمة نموذجاً متكاملًا للتحليل، ومستندة إلى خلفية اجتماعية وثقافية في التفسير، وتأتي الدراسة الحالية كمحاولة لرصد وتفسير خصائص التناول الصحفي لقضايا المرأة في كل من مصر والكويت خلال نهاية منتصف التسعينيات، وذلك في إطار اختلاف البنى السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتأثير ذلك في المؤسسة الإعلامية في كل

مجتمع على حدة.

طريقة الدراسة الحالية وإجراءاتها

أ- تساؤلات الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة خصائص تناول الصحفي بجانب من القضايا الاجتماعية في المجتمع العربي، ألا وهي قضايا المرأة، وذلك من خلال رصد الملامح الأساسية للمعالجة الإعلامية لهذه القضايا في الصحافة العربية. إن وصف وتحليل المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في المجتمع العربي، لا يتضمن فقط الخصائص الفنية لهذه المعالجة، وإنما يشمل جوانب أساسية أخرى تتمثل في الموضوعات النسائية التي تناولتها الصحافة، والموقف من هذه الموضوعات، والأطر المرجعية لهذا الموقف سواء بالتأييد أو الحياد أو المعارضة، كما يشمل القيم التي تعكسها المادة الصحفية وخصائص الجمهور المتضمن في الرسالة. إن الوقوف على هذه الجوانب من خلال الأسلوب العلمي هو المدخل الصحيح لوصف وتحليل المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في المجتمع العربي. أضف إلى ذلك أن هذه المعالجة تتأثر بظروف الثقافة في المجتمع، وبالتالي توجد بعض الاختلافات من مجتمع عربي إلى آخر حتى وإن كانت هناك عناصر مشتركة، ومن كل ذلك فإن هناك ستة تساؤلات أساسية تسعى الدراسة للإجابة عليها، وهذه التساؤلات هي:

- 1 - ما الخصائص الفنية للمعالجة الصحفية لقضايا المرأة في المجتمع العربي؟
- 2 - من الجمهور المتضمن في الرسالة الصحفية الخاصة بالمرأة؟
- 3 - ما الموضوعات الخاصة بالمرأة والتي تتضمنها الرسالة الصحفية؟
- 4 - ما موقف الصحافة الخاصة بالمرأة، وما الأطر المرجعية التي تستند عليها في هذا الموقف؟
- 5 - ما قيم المرأة العربية كما تعكسها الصحافة؟
- 6 - إلى أي حد تختلف المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة من مجتمع عربي إلى آخر؟

(ب) مجتمع البحث

يتحدد مجتمع الدراسة في الصحف اليومية العامة في كل من دولة الكويت وجمهورية مصر العربية، وبالتالي فإن الصحف الحزبية أو الفتوية لا تدخل في نطاق الدراسة. وفي عام 1995 كان بالكويت أربع صحف يومية عامة هي: القبس، الأنباء، السياسة، الوطن، وجميعها ملكية خاصة، أما الصحف اليومية العامة في مصر: فإن أهمها ثلاث صحف هي: الأهرام والأخبار والجمهورية، ومن هذه الصحف المصرية والكويتية، تم اختيار صحيفتين بشكل عشوائي بواقع صحيفة من كل دولة، وبموجب السحب العشوائي كانت جريدة الأنباء الكويتية وجريدة الأخبار المصرية، وفيما يلي نبذة موجزة عن الجريدتين:

1 - جريدة الأنباء

تمثل جريدة الأنباء واحدة من أهم الصحف اليومية بدولة الكويت، وقد صدر العدد الأول منها في الخامس من يناير 1976، وهي صحيفة يومية سياسية عامة، وتهتم بالموضوعات والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمع الكويتي والخليجي والعربي والأجنبي، وإن كانت تعطي القضايا المحلية اهتماماً واضحاً. وتصدر جريدة الأنباء عن دار الكويت للصحافة (ملكية خاصة)، وتجمع الصحيفة بين خصائص صحافة الخبر وصحافة الرأي وصحافة الخدمات حيث تتيح للقراء الأخبار المحلية والخارجية، وكذلك التحقيقات والمقالات، والتراجم، وإعلانات خدماتية متنوعة بجانب الإعلانات التجارية، ورسائل القراء وغير ذلك من القوالب الصحفية المتنوعة التي تستوعبها عدد صفحات الصحيفة والذي يبلغ في العادة (32) صفحة، وإن كان في بعض الأحيان يصل إلى (28) أو (30) صفحة، كما تصدر جريدة الأنباء ملحقاً يومياً متنوع موضوعاته ويقع عادة في (12) صفحة ويمتاز بتنوع موضوعاته ما بين الجريمة والفن، والعلوم، والجوانب الاجتماعية، والأدب،... إلخ، ويصدر هذا الملحق يوم السبت تحت عنوان (أنباء الجريمة)، ويوم الثلاثاء تحت عنوان (أنباء الرأي) ويوم الجمعة تحت عنوان (الإيمان) أما بقية أيام الأسبوع فإن الملحق يصدر بعنوان (وراء الأنباء).

ومن خلال هذه المساحة الصحفية الواسعة تطرح جريدة الأنباء مختلف القضايا بما في ذلك قضايا المرأة، خاصة وأن الجريدة تعتمد سياسة تحريرية تقوم على (حرية

الطرح)، وتتيح مساحة واسعة لمختلف التيارات والقوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن آرائهم بما في ذلك مجلس الأمة، التيار الديني، التجمعات الاقتصادية، المواطنون، المنفذون، جمعيات النفع العام،... إلخ⁽³⁸⁾.

2 - جريدة الأخبار

أما جريدة الأخبار المصرية، فهي جريدة يومية (باستثناء السبت) حيث تظهر جريدة أخبار اليوم الأسبوعية، وقد صدرت جريدة الأخبار كجريدة خاصة في يونيو 1952، ولكن مع قيام الثورة في يوليو من نفس العام، وما أعقب ذلك من تطورات خضعت الصحافة المصرية - بما في ذلك جريدة الأخبار - للدولة، وصدرت مجموعة من القوانين الرسمية التي تنظم العمل الصحفي⁽³⁹⁾. وعلى الرغم من ذلك فإن جريدة الأخبار - كجريدة عامة - تهتم بالنقد وتتسم بتنوع مادتها الإخبارية وأبوابها الثابتة والمقالات التي يكتبها كبار الصحفيين. وتخصص جريدة الأخبار في إصدارها كل يوم أحد باين ثابتين للمرأة على الصفحة الأخيرة، الأول بعنوان «أخبار حواء» والثاني بعنوان «النصف الآخر»، كما تخصص يوم الجمعة باباً آخر للمرأة بعنوان «للنساء والرجال فقط» ويتضمن الباب موضوعات نسائية متنوعة، وكثيراً ما يركز على طرفي العلاقة (الرجل والمرأة) ويشتمل الباب على عمود ثابت يحمل عنوان (نحو النور)، كما تهتم جريدة الأخبار - التي تصدر أعدادها فيما يتراوح بين (14) أو (16) صفحة - بشؤون المرأة من خلال المادة الإخبارية والتحقيقات والأحاديث الصحفية وغير ذلك من القوالب الصحفية بما فيها من مواد متنوعة عامة تركز عادة على الموضوعات الخفيفة، وإن كانت تتضمن موضوعات جادة.

ج - اختيار العينة

تم اختيار عينة الدراسة وفقاً لمفهوم الأسبوع الصناعي المكون من 40 يوماً على مدى عشرة أشهر من يناير 1995 وحتى أكتوبر 1995 وهي الفترة التي سبقت مؤتمر المرأة في بكين وفترة قليلة بعد انعقاد المؤتمر.

وقد تم بناء الأسبوع الصناعي بواقع أربعة أعداد في كل شهر نظراً لكبر مجتمع الدراسة والصدور اليومي لصحيفتي العينة وضرورة دقة اختيار العينة وتمثيلها لمجتمع الدراسة. وجاءت الأعداد موضع الدراسة في كل من جريدة الأخبار والأنباء وفقاً للجدول التالي:

جدول رقم (1)
يبين العينة الزمنية للتحليل

الشهر	اليوم الأول	اليوم الثاني	اليوم الثالث	اليوم الرابع
يناير	7	15	22	31
فبراير	1	9	17	25
مارس	5	13	21	29
أبريل	6	14	22	30
مايو	1	9	17	25
يونيو	2	10	18	26
يوليو	4	12	20	28
أغسطس	5	13	21	29
سبتمبر	6	14	22	30
أكتوبر	6	14	22	30
الإجمالي	10	10	10	10

وبذلك فإن عينة الدراسة تتكون من ثمانين عدداً، بواقع أربعين عدداً من كل صحيفة، وقد شمل التحليل كل المضمون الصحفي الخاص بالمرأة والمنشور بالعينة باستثناء ما هو وارد في صفحة الجريمة. لما له من خصوصية تجعله يخرج عن نطاق الدراسة الحالية.

د- الأسلوب وأداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون بصفته أسلوباً بحثياً لدراسة وتحليل مادة الاتصال بطريقة كمية منظمة وموضوعية بهدف اختبار العلاقة بين المتغيرات، وكذلك للحصول على استخلاصات تطبيقية وصادقة من بيانات مرتبطة بسياق معين⁽⁴⁰⁾، وقد تم تطبيق تحليل المضمون من خلال إعداد وتنفيذ صحيفة التحليل على النحو التالي:

1 - تحديد الفئات

بمعنى إيجاد تصنيفات يندرج تحتها محتوى الاتصال مجال الدراسة، أي المادة الصحفية المعنية بقضايا المرأة. وقد تم تحديد الفئات في ضوء فحص المادة الصحفية بحيث تستوعب المحتوى مجال التحليل، وتمثل فئات التحليل فيما يلي:

1 / 1 - خصائص المعالجة الصحفية: وتشمل: القوالب الصحفية - مصدر المادة الصحفية - المساحة أو الخبر - موقع المادة في الصحيفة.

2 / 1 - الجمهور وتشمل هذه الفئة المخاطب سواء كان المرأة أو الرجل أو الجنسين، أو الأسرة، كما تشمل خصائص الجمهور النسائي من حيث مرحلة النمو، بالإضافة إلى جنسية هذا الجمهور وهويته (قطرية - قومية).

3 / 1 - القضايا الخاصة بالمرأة، وتشمل هذه الفئة الأطر الرئيسية للموضوعات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو دينية، بالإضافة إلى الموضوعات القانونية والاهتمامات التقليدية.

4 / 1 - القيم: وتشمل قيمة الحفاظ على الأسرة، تحقيق الذات، العمل التطوعي، المشاركة السياسية، العمل في إطار التكامل القومي، الحرية، المساواة.

5 / 1 - الموقف: وتشمل هذه الفئة موقف الصحافة من قضايا المرأة سواء بالتأييد أو الحياد وعدم التحديد أو الرفض.

6 / 1 - الإطار المرجعي: وتشمل هذه الفئة النص الديني، النص القانوني والدستوري، التراث الشعبي، الأحداث والوقائع، الدراسات العلمية، آراء الشخصيات، السير الذاتية.

2 - وحدات التحليل

استخدمت الدراسة ثلاث وحدات أساسية هي وحدة المساحة، وحدة الموضوع، وحدة الفكرة وذلك كأساس للعد والتكرار حسب الفئات المشار إليها، والتي ترتبط بالتساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عليها.

هـ- تقنين الأداة

تم تطبيق إجراءات الصدق والثبات على صحيفة تحليل المحتوى، ففيما يتعلق بالصدق عرضت الصحيفة على أربعة من المحكمين المتخصصين على مستوى الدكتوراه، في الإعلام أو الاجتماع، وعرضت عليهم الصحيفة مشفوعة بموضوع الدراسة والهدف منها والتساؤلات المطروحة. وقد أبدى المحكمون ملاحظاتهم على الصحيفة، وتم إجراء التعديلات المطلوبة حتى أقروها في صورتها النهائية بالإجماع. أما الثبات فقد تم من خلال أسلوب المقارنات الزوجية، حيث تم تحليل عينة من المحتوى، ثم قام اثنان من الباحثين بتحليل العينة نفسها، وتم حساب الثبات بموجب المعادلة:

$$ع = \frac{ن(ن-1)}{2}$$

$$ع = \frac{3(3-1)}{2} = 3 = 6 = 3 \text{ أزواج}$$

وكانت نتائج المعادلة:

$$أ، ب = \frac{15}{17} = 0,882$$

$$أ، ج = \frac{16}{17} = 0,941$$

$$ج، ب = \frac{13}{17} = 0,765$$

وهكذا يمكن حساب معامل الثبات عن طريق ترتيب القيم الثلاث 0,765، 0,882، 0,941 وتكون النسبة المتوسطة وهي 0,882 هي المعامل الذي يعول عليه في ثبات نتائج المقياس، وهو معامل مرتفع نسبياً يدل على ثبات الأداة وصلاحيته للتحليل.

عرض نتائج الدراسة

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يجيب على التساؤلات المطروحة، وذلك من خلال النقاط الخمس التالية:

أولاً: الخصائص الفنية للمعالجة الإعلامية لقضايا المرأة.

ثانياً: القضايا الخاصة بالمرأة كما عكستها الصحافة.

ثالثاً: القيم التي عكستها المادة الصحفية الخاصة بالمرأة.

رابعاً: موقف الصحافة من قضايا المرأة والمراكز المرجعية لهذا الموقف.

خامساً: الجمهور المتضمن في المادة الصحفية الخاصة بالمرأة.

أولاً: الخصائص الفنية للمعالجة الصحفية لقضايا المرأة

وتشمل هذه الخصائص مجموعة من المتغيرات التي تتمثل في: مساحة الاهتمام الصحفي، القوالب الصحفية، مصدر المادة الصحفية، موقع المادة الصحفية.

أ- مساحة الاهتمام الصحفي

تبين من الدراسة أن المساحة التي تم من خلالها تناول قضايا المرأة في صحيفة الأنباء الكويتية وصحيفة الأخبار القاهرية (19125) سم²، وهذه النسبة تعادل 39, 0% تقريباً من المساحة الكلية للعيننة في الصحيفتين:

جدول رقم (2)

يبين توزيع المساحة الصحفية لقضايا المرأة

المساحة بالسـم ²		الصحيفة
%	ك	
80, 4	15380	صحيفة الأنباء
19, 6	3745	صحيفة الأخبار
100	19125	إجمالي

وعلى مستوى كل جريدة على حدة، فإن المساحة التي خصصت لقضايا المرأة تشكل 42, 0% من إجمالي مساحة عينة جريدة الأنباء، مقابل 27, 0% فقط من إجمالي مساحة عينة جريدة الأخبار، وهذه النسب توضح قلة الاهتمام نسبياً بقضايا المرأة، وعند النظر إلى فئات المساحة الصحفية، تبين أنها تتفاوت بين صحيفتي الأنباء والأخبار بحيث جاء ثلث هذه الفئات تتراوح مساحته ما بين 5 سم / ع إلى 25 سم / ع، بينما كان 2, 24% من هذه الفئات تتراوح ما بين 25 سم / ع إلى 50 سم / ع، في حين كانت 7, 9% في الفئة ما بين 50 سم / ع إلى 75 سم / ع. أما المساحة الواقعة بين 75 سم / ع و 100 سم / ع فلم تتجاوز الفئات التي تمثلها 8, 6%، وإن كانت المساحة التي تقدر برقع الصفحة إلى الصفحة كاملة تمثل 8, 25% من إجمالي فئات المساحة:

جدول رقم (3)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للمساحة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك %		ك %		ك %		مساحة المادة الصحفية
33, 5	79	61, 8	68	8, 7	11	من 5 سم / ع إلى 25 / ع
24, 2	57	25, 5	28	23	29	من 25 سم / ع إلى 50 / ع
9, 7	23	6, 4	7	12, 7	16	من 50 سم / ع إلى 75 / ع
25, 8	16	1, 8	2	11, 1	14	من 75 سم / ع إلى 100 / ع
25, 8	61	4, 5	5	44, 4	56	100 سم 2 فأكثر
100	236	100	110	100	126	الإجمالي

ويلاحظ على المساحة التي خصصتها الصحافة لقضايا المرأة أن الأنباء الكويتية قد خصصت ملحفاً يومياً يتناول قضايا المرأة وبعض الموضوعات الأخرى مما أتاح لها تناولاً موسعاً لمشكلات المرأة أكثر مما أتيح لصحيفة الأخبار التي ليس لها ملاحق صحفية.

(ب) القوالب الصحفية

تبين من تحليل المحتوى، أن صحيفتي الأنباء والأخبار قدمت كل منهما قضايا المرأة في عدة قوالب صحفية هي: القالب الخبري بنسبة 28% ثم التحقيقات بنسبة 23, 3%، والأحاديث الصحفية بنسبة 18, 6% والمقال الصحفي بنسبة 19, 5% ورسائل القراء بنسبة 1, 7% وتغطية الندوات بنسبة 2, 1% ثم الصورة والتعليق بنسبة 5, 5% وبعض الأشكال الأخرى بنسبة 1, 3%.

وبمقارنة البيانات تبين أن المادة الإخبارية في صحيفة «الأخبار» شكلت نسبة 49, 1% بينما شكلت في «الأنباء» نسبة 9, 5%. في حين كانت التحقيقات في الأنباء هي الشكل الغالب على معالجة قضايا المرأة بنسبة 39, 7% فقد انخفضت النسبة في صحيفة الأخبار إلى 4, 5%، وجاءت نسبة الحديث الصحفي في الأنباء بنسبة 25, 4% مقابل 1, 9% في صحيفة الأخبار وقد تقاربت نسبة القوالب الأخرى في الصحيفتين إلى حد كبير.

وأهم استخلاص حول هذه النتيجة هو سيادة الوظيفة التفسيرية في صحيفة الأنباء الكويتية وسيادة الوظيفة الإخبارية في جريدة الأخبار القاهرية. كما يوضح جدول رقم (4).

جدول رقم (4)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للقوالب الصحفية التي قدّمت من خلالها

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	القالب الصحفي
66	28	54	49, 1	12	9, 5	المادة الإخبارية
55	23, 3	5	4, 5	50	39, 7	التحقيقات
46	19, 5	19	17, 3	27	21, 4	المقال الصحفي
44	18, 6	12	10, 9	32	25, 4	الحديث الصحفي
5	2, 1	3	2, 7	2	1, 6	تغطية لندوة أو مؤتمر
13	5, 5	13	11, 8	—	—	صورة وتعليق
4	1, 7	1	0, 9	3	2, 4	رسائل القراء
3	1, 3	3	2, 7	—	—	أخرى
236	100	110	100	126	100	إجمالي

ويؤيد التحليل القول بأن هناك علاقة بين نوع الصحيفة وانتمائها (مصرية / كويتية) وبين الوظيفة الصحفية للمادة المتعلقة بالمرأة. ويرد هذا الاختلاف إلى طبيعة الثقافة السائدة واختلاف الواقع الاجتماعي الذي يؤثر جدليا في التوجه الصحفي باعتبار الصحافة انعكاساً للواقع.

جـ - مصدر (منتج) المادة الصحفية

اعتمدت صحيفتا الأنباء والأخبار خلال فترة الدراسة على عدة مصادر في استقاء المادة الاتصالية الخاصة بالمرأة العربية، من هذه المصادر:

— المندوبون والمحرون المحليون بنسبة 61% من إجمالي المادة الصحفية (1, 57%) للأنباء و5, 65 للأخبار) ويفارق نسبي لصالح جريدة الأخبار القاهرية.

— كتاب من هيئة التحرير بنسبة 4, 17% (4, 21 للأنباء، و6, 12 للأخبار) بفارق نسبي لصالح الأنباء الكويتية.

— شخصيات من خارج هيئة التحرير بنسبة 9, 5% (3, 6% و5, 5% للأخبار).

— وكالات أنباء بنسبة 1, 8% (2, 1% للأنباء و5, 15% للأخبار بفارق نسبي لصالح الأخبار).

— مراسل خارجي بنسبة 8, 6% (7, 12% للأنباء) ولم تعتمد الأخبار على المراسل الخارجي في طرحها لقضايا المرأة.

جدول رقم (5)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً لمصدر المادة الصحفية

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك		ك		ك		مصادر المادة الصحفية
%		%		%		
61	144	65, 5	72	57, 1	72	مندوب / محرر بالصحيفة
17, 4	41	12, 6	14	21, 4	2, 7	كاتب من هيئة التحرير
8, 1	19	15, 5	17	1, 6	2	وكالات أنباء
6, 8	16	—	—	0, 8	16	مراسل خارجي
5, 9	14	5, 5	6	6, 3	8	شخصيات من خارج هيئة التحرير
0, 4	1	0, 9	1	—	—	شخصيات دولية
0, 4	1	—	—	0, 8	1	غير محدد
100	236	100	110	100	126	الإجمالي

وتفصح النتيجة السابقة عن درجة عالية من الاعتماد على المحررين والكتاب من داخل وخارج هيئة التحرير مقابل اعتماد قليل على وكالات الأنباء مما يدعم التوجه القائل بأن قضايا المرأة تحظى باهتمام ملحوظ من الصحيفتين وإن كانت الأنباء الكويتية أكثر اعتماداً على المحررين والكتاب من الأخبار بدرجة ملحوظة. كما أن الأخبار لم تعتمد على المراسلين مثلما اعتمدت الأنباء على مراسلين لها بالقاهرة وبعض العواصم العربية.

د- المساحة التي احتلتها المادة الصحفية الخاصة بالمرأة

احتلت المادة الصحفية التي عاجلت قضايا المرأة مساحات متفاوتة في صحيفتي الأنباء والأخبار بحيث كانت المساحة القليلة والتي تتراوح بين 5 سم / ع و 25 سم / ع تمثل ثلث المساحة الكلية التي قدمت فيها المادة الصحفية في العينة ككل. وأما المساحة التي تتراوح بين 25 سم / ع و 50 سم / ع فقد شكلت نسبة 24, 2% من العينة، وأما المساحة من 50 سم / ع إلى 75 سم / ع فقد كانت نسبتها 9, 7% وكانت المساحة الواقعة بين 75 سم / ع و 100 سم / ع بنسبة 6, 8%. وأما المساحة الكبيرة التي تصل إلى ربع صفحة أو نصف صفحة أو صفحة كاملة فقد كانت بنسبة 25, 8% من إجمالي عينة الدراسة.

هـ- موقع المادة الصحفية التي عاجلت قضايا المرأة

يعد موقع المادة الصحفية من الصحيفة مؤشراً على ما يوليه القارئ بالاتصال من أهمية لمادة صحفية معينة. وقد تم رصد المواقع التي احتلتها المادة الخاصة بالمرأة، وأسفر التحليل عن مجموعة من النتائج نجملها فيما يلي:

— احتلت المادة الصحفية موقعاً في الصفحة الأولى بنسبة 6, 1% من إجمالي عينة الدراسة. وتعد المادة الصحفية التي عاجلت الموضوعات الاجتماعية هي الأكثر ظهوراً في الصفحات الأولى، وكذلك الموضوعات السياسية تليها الموضوعات الاقتصادية والدينية والاهتمامات التقليدية.

— احتلت المادة الصحفية موقعاً في الصفحة الأخيرة بنسبة 19, 9% وكانت المادة الخاصة بالاهتمامات التقليدية والموضوعات الدينية والثقافية وقيم المرأة هي الأكثر ظهوراً في الصفحات الأخيرة لصحف العينة.

— أما المادة التي شغلت مواقع بالصفحات الداخلية فقد شكلت نسبة 73, 9% وهي

أعلى نسبة بين المواقع التي احتلتها المادة الصحفية في إطار معالجة الصحافة لقضايا المرأة. وتعكس هذه النتيجة نوعاً من الاهتمام الصحفي بقضايا المرأة يمكن تصنيفه بأنه اهتمام قليل نسبياً مقارنة بمواد سياسية واقتصادية تناولتها الصحف في عينة الدراسة.

ولأن موضوعات المرأة تعد من المواد المستمرة فإن الأولوية للأخبار السياسية والاقتصادية العاجلة، وباستثناء أخبار مؤتمر بكين الخاص بالمرأة والذي عقد بالصين في شهر سبتمبر 1995 فقد كانت معظم المادة الصحفية في الصفحات الداخلية في الأبواب المخصصة للمرأة والملحق الذي خصصته جريدة الأنباء الكويتية.

جدول رقم (6)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً لطريقة عرض المضمون

طريقة العرض	الأنباء		الأخبار		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تحليل وتفنيد	60	47,6	26	23,6	86	36,4
وصف فقط	14	11,1	70	63,3	84	35,6
تحليل وطرح حلول	47	37,3	4	3,6	51	21,6
غير واضح	5	4	10	9,2	15	6,4
إجمالي	126	100	110	100	236	100

تبين من تحليل طرق عرض الصحافة العربية لموضوعات المرأة خلال فترة الدراسة أن المعالجة تعتمد على وصف الوقائع فقط بنسبة 35,6% من إجمالي العينة (11,1% للأنباء و63,6% للأخبار) بفارق نسبي للأخبار ذي دلالة معنوية. ويفسر اعتماد الأخبار على الوصف في معظم ما قدمته بزيادة التركيز على الوظيفة الإخبارية مما فعلت الأنباء التي أولت التفسير والشرح أهمية ملحوظة. أما التحليل والتفنيد فقد كان بنسبة 36,4% (37,1% للأنباء، 23,6% للأخبار) بفارق نسبي لصالح الأنباء الكويتية. أما التحليل وطرح الحلول فقد كانت نسبته 21,6%. وقد تميزت صحيفة الأنباء بوضوح من خلال التحقيقات المؤسسية التي قدمتها حيث شكلت هذه الوظيفة 37,3% في حين كانت هذه الوظيفة في الأخبار بنسبة 3,6%،

وظلت نسبة 4, 6% غير واضح بالتحديد الوظيفة الصحفية.

ثانياً: القضايا الخاصة بالمرأة كما عكستها الصحافة

تبين من الدراسة أن الصحافة العربية اهتمت بالتركيز على جملة موضوعات ذات صلة وثيقة بحياة المرأة العربية ودورها. من هذه القضايا تلك المتصلة بنشاط المرأة السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والاهتمامات التقليدية والقيم التي تؤمن بها المرأة. وتوضح البيانات التي أسفر عنها تحليل محتوى الصحافة العربية فيما يتصل بقضايا المرأة مجموعة نتائج توضح الأوزان النسبية للقضايا النسائية. وقد جاءت اهتمامات صحيفتي الدراسة بهذه القضايا على النحو التالي:

جاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة 7, 20% من إجمالي الموضوعات التي عالجتها عينة الدراسة. وقد اتفقت صحيفة الأنباء مع صحيفة الأخبار في أولوية الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية التي تخص المرأة في الكويت ومصر، حيث شكلت هذه الموضوعات 6, 20% من مضمون ما قدمته الأنباء و 9, 10% من مضمون ما قدمته الأخبار أثناء فترة الدراسة.

جدول رقم (7)

يبين توزيع القضايا التي قدمتها عينة الدراسة فيما يتصل بالمرأة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	القضايا
135	32,5	66	32,7	69	32,4	القضايا الاجتماعية
104	25,1	67	33,2	37	17,4	القضايا السياسية
51	12,3	25	12,4	26	12,2	القضايا الاقتصادية
44	10,6	26	12,8	18	8,4	القضايا الثقافية
38	9,2	14	6,9	24	11,3	الاهتمامات التقليدية
35	8,4	2	1,0	33	15,5	الموضوعات الدينية
8	1,9	2	1,0	6	2,8	الموضوعات القانونية
415	100	202	100	213	100	إجمالي

جاءت الموضوعات والقضايا الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة 32, 5 %، وكانت الموضوعات السياسية في الترتيب الثاني بنسبة 25, 1 % ثم الموضوعات الثقافية بنسبة 12, 3 % والموضوعات الدينية والاهتمامات التقليدية بنسبة 8, 4 %، 2, 9 % على التوالي ثم أخيراً الموضوعات القانونية. وبشكل عام تعكس هذه النتائج أولويات الصحف Agenda setting في تناول قضايا المرأة والتي تنحو إلى التركيز على الموضوعات السياسية والاجتماعية والمعرفية أكثر مما تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة العربية. وهذه النتيجة توضح التطور النسبي الذي عكسته الصحافة في تناولها لقضايا المرأة والذي يتمشى مع خطاب مجموعة من التوصيات التي أقرتها المؤتمرات الدولية في هذا الخصوص.

ولا غرابة في أن يرتفع منحنى الاهتمام بالجانب السياسي لدى الصحف، لأن فترة الدراسة تمثل نقلة تسبق مؤتمر بكين 1995 الخاص بالمرأة، وتسبق الانتخابات البرلمانية في مصر، وتشمل الجدل والنقاش الاجتماعي الدائر حول حقوق ومشاركة المرأة في السياسة داخل المجتمع الكويتي.

أ – القضايا والموضوعات السياسية

يشمل الجانب السياسي من حياة المرأة والمجتمع عدة محاور تتمثل في الاهتمام السياسي والذي يتعلق بالنقاش حول المسائل السياسية والمؤسسات المجتمعية ودورها في صنع القرار وتنفيذه.

– النشاط السياسي ويتصل بممارسة المرأة لحقوقها السياسية كالترشيح والانتخاب وعضوية المجالس النيابية وشبه السياسية.

– التنظيم النسائي ويتصل بدور المرأة في إنشاء وإدارة المؤسسات كالجسميات التي تهتم وتبنى مشكلات المرأة ونشر الوعي بالقضايا المختلفة والعمل التطوعي وما إلى ذلك.

– المشاركة في الهيئات العاملة على مستوى دولي.

جدول رقم (8)
يبين توزيع الموضوعات السياسية في صحف الدراسة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	الموضوعات السياسية
28	26,9	22	32,8	6	16,2	الاهتمام السياسي
24	23,1	16	23,9	8	21,6	النشاط السياسي (ترشيح / انتخاب)
22	21,2	19	28,3	3	8,1	موقف السلطة من الحقوق السياسية
14	13,5	2	3	12	32,4	التنظيمات النسائية
8	7,7	5	7,5	3	8,1	التوعية السياسية
6	5,8	2	3	4	10,8	المشاركة في المنتديات الدولية
2	1,8	1	1,5	1	2,7	أخرى
104	100	67	100	37	100	إجمالي

وقد جاءت نتائج الدراسة مؤكدة على زيادة ملحوظة في الموضوعات السياسية التي تهتم المرأة. وقد كان الاهتمام السياسي في الصحافة بنسبة 26,9% من جملة تكرارات الموضوعات السياسية وكانت التوعية السياسية بنسبة 7,7%، وجاء الحديث عن التصويت في الانتخابات والترشيح بنسبة 23,1%، ثم كان دور التنظيمات النسائية بنسبة 13,5%، وكانت المشاركة في المنتديات الدولية بنسبة 5,8% وكانت تغطية الصحافة لموقف السلطة من الحقوق السياسية للمرأة بنسبة 21,1%.

وقد لوحظ الاختلاف بين تناول الأنباء وتناول الأخبار للموضوعات السياسية، فبينما كان تركيز الأنباء على التنظيمات النسائية ودورها الاجتماعي بنسبة 32,4% فإن هذه الفئة لم تتل سوى نسبة 14% في تناول الأخبار لها. وفي حين أولت الأخبار الاهتمام السياسي بنسبة 32,2% فإن الأنباء قدمت 16,2% فقط.

وقد اهتمت صحف العينة بإبراز الموضوعات السياسية في صفحاتها الأولى بنسبة 8,3% لصالح الأخبار، وفي الصفحة الأخيرة بنسبة 15,4% وكان معظم هذه الموضوعات في الصفحات الداخلية بنسبة 75,9%.

ب - الموضوعات الاقتصادية

يتضمن الجانب الاقتصادي من حياة المرأة عمل المرأة المنتجة ومجالات عملها والتأهيل المناسب لهذا العمل، كما يتضمن الدور المزدوج للمرأة في البيت والعمل خارج البيت وما يعترى حياة المرأة بسبب أدوارها المتعددة وتأثير ذلك على الدور المحوري في الأسرة، ومدى تطور الأوضاع المجتمعية التي من شأنها أن توفق بين الأدوار إذا تعارضت. ويمكن الحديث في هذا الجانب عن المناصب الإدارية التي غالباً ما يحتكرها الرجال، وأيضاً المساواة في الأجر مع الرجل.

وقد صاحب خروج المرأة للعمل تغيرات أفرزت الدعوة إلى العودة مرة أخرى إلى البيت بدلاً من انهيار الأسرة وتفكك المجتمع، ومع ذلك لا تزال الأصوات المنادية بضرورة إسهام المرأة في التنمية كمشاركة مستفيدة من كل مجالات التنمية عالية ولها ما يبرر استمرارها.

وقد أسفر تحليل نتائج هذه الدراسة عن بروز الموضوعات الاقتصادية التالية:

جدول رقم (9)

يبين توزيع الموضوعات الاقتصادية في صحف الدراسة

الصحيفة		الأخبار		الأنباء		إجمالي	
الموضوعات الاقتصادية		ك %		ك %		ك %	
1 - العمالة النسائية والتدريب		5	27,7	4	15,4	9	20,5
2 - تولي المرأة المناصب العليا		3	16,7	4	15,4	7	15,9
3 - الدور المزدوج في البيت والعمل		6	33,3	—	—	6	13,6
4 - الدعوة لعودة المرأة إلى البيت		1	5,6	3	11,5	4	9,1
5 - حق الميراث		—	—	4	3,8	4	2,3
6 - الاستقلال الاقتصادي		—	—	4	15,4	4	9,1
7 - المساواة في التعيين والأجور		2	11,1	1	3,8	3	6,8
8 - دور المرأة في التنمية		—	—	8	30,8	2	18,2
9 - حق التملك والتصرف في المال		1	5,6	1	3,8	1	4,5
إجمالي		18	100	26	100	44	100

- العمالة النسائية وتأهيلها وظهرت بنسبة 5 , 20% من الموضوعات الاقتصادية (2 , 27% للأنباء، 4 , 25% للأخبار).
- الدور المزدوج في البيت وخارجه وقد تمت معالجة هذه الفئة بنسبة 6 , 13% كانت كلها من نصيب جريدة الأنباء الكويتية.
- تولي المرأة المناصب العليا وذلك بنسبة 9 , 15% (7 , 16% للأنباء، 4 , 15% للأخبار).
- المساواة في التعيين والأجور بنسبة 8 , 6% (1 , 11% للأنباء، 8 , 3% للأخبار).
- عودة المرأة للبيت 1 , 9% (6 , 5% للأنباء، 5 , 11% للأخبار).
- دور المرأة في التنمية 2 , 18% كلها من نصيب جريدة الأخبار القاهرية.
- حق التصرف في المال الخاص بنسبة 5 , 4% (6 , 5% للأنباء، 8 , 3% للأخبار).

— حق الميراث للمرأة بنسبة 3 , 2% وكلها من نصيب جريدة الأخبار.

ويلاحظ أن الموضوعات الاقتصادية في مجملها اتخذت موقعاً داخل صفحات الجريدتين بشكل عام، حيث احتلت صفحات داخلية بنسبة 5 , 70% من عينة الدراسة بينما احتلت نسبة 7 , 22% من الموضوعات الاقتصادية الصفحة الأخيرة، ونسبة 5 , 4% في الصفحات الأولى من صفح العينة.

جـ — الموضوعات الثقافية

تحتل قضية تعليم المرأة موقعاً مركزياً في مناقشة قضايا المرأة وبخاصة في المجتمع العربي الذي تسوده الأمية بدرجة كبيرة، كما تتضمن القضايا النقاشية الحديث عن الإسهام الإبداعي للمرأة في الحياة الأدبية والعلمية والإعلامية والفنية.

— تؤكد نتائج هذه الدراسة أن قضية تعليم المرأة تحتل نسبة 7 , 15% من إجمالي العينة (7 , 7% للأنباء، 8% للأخبار).

جدول رقم (10)

يبين توزيع الموضوعات الثقافية في صحف الدراسة

الموضوعات الثقافية		الصحيفة		الأنباء		الأخبار		إجمالي	
				ك		ك		ك	
				%		%		%	
1 - المشاركة في الحياة الثقافية عموماً				17		65, 4		34	
2 - تعليم المرأة				6		7, 7		8	
3 - محو أمية المرأة				—		—		4	
4 - حرية الفكر				1		3, 8		2	
5 - الإبداع النسائي				2		7, 7		2	
6 - نظرة المرأة إلى نفسها				—		—		1	
إجمالي				26		100		51	
				17		68		66, 7	

— جاءت قضية محو أمية المرأة بنسبة 8, 7% كلها في جريدة الأخبار.

— مشاركة المرأة في الحياة الثقافية بنسبة 66, 7% (4, 65% للأنباء، 68% للأخبار).

— حرية الفكر بنسبة 9, 3% (8, 3% للأنباء، 4% للأخبار).

— نظرة المرأة إلى نفسها بنسبة 2% كلها من نصيب الأخبار القاهرية.

— وقد احتلت القضايا الثقافية الصفحات الأخيرة بنسبة 21, 6% (9, 26% للأنباء، 16% للأخبار).

وفي الصفحات الداخلية كانت نسبة المواد الثقافية 4, 78%.

د - الموضوعات الاجتماعية

يقصد بالموضوعات الاجتماعية تلك التي تتصل بقانون الأحوال الشخصية فيما يتصل بالزواج والطلاق والنفقة والميراث والوصية، وما يجري من تعديلات على هذه القوانين. كما تضم هذه الفئة مسألة الإنجاب وضوابطه وخطط الدولة

للزيادة أو للحد من الإنجاب، ويدخل في هذه الفئة صحة المرأة والطفل، والمساواة بين الرجل والمرأة وبخاصة في نظرة المجتمع للأولاد والبنات. ويعد النشاط الاجتماعي للمرأة أحد جوانب الموضوعات الاجتماعية ويتصل هذا النشاط بإدارة الجمعيات الخيرية ودور الأيتام وإقامة الحفلات والأسواق والمعارض الخيرية ومجالات العمل التطوعي لتحسين البيئة ورعاية الطفولة ونشر الوعي والثقافة.

أما دور المرأة التوالدي والأمومي فهو دور محوري في حياتها ويرتبط به تنشئة الأبناء اجتماعيا وتلقينهم ثقافة ومعايير مجتمعهم.

جدول رقم (11)

يبين توزيع الموضوعات الاجتماعية في صحف الدراسة

إجمالي		الأخبار		الأبناء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	الموضوعات الاجتماعية
53	39,3	21	31,8	32	46,4	1 — العلاقات الزوجية وحق الطلاق
28	20,7	18	27,3	10	14,5	2 — تربية الأبناء وصحتهم
15	11,1	8	12,2	7	10,1	3 — حقوق المسنات والمعوقات
10	7,4	7	10,6	3	4,3	4 — العنف العائلي
7	5,2	6	9,1	1	1,4	5 — النشاط الاجتماعي للمرأة
6	4,4	1	1,5	5	7,2	6 — قوانين الأحوال الشخصية
5	3,7	2	4,5	2	2,9	7 — تنظيم الأسرة والتوعية بها
5	3,7	—	—	5	7,2	8 — حصة الأم وحقوق الفتيات
5	3,7	3	2	3	4,3	9 — المساواة بين الرجل والمرأة
1	0,7	—	—	1	1,4	10 — الاعتقاد في الأفكار الخاطئة
51	100	25	100	26	100	إجمالي

وقد أثبتت نتائج هذه الدراسة أن الموضوعات الاجتماعية توزعت على النحو التالي خلال فترة الدراسة:

— معالجة قانون الأحوال الشخصية بنسبة 4, 4% (2, 7% للأنباء، 5, 1% للأخبار).

— تنظيم الأسرة والتوعية بها بنسبة 3, 7% (9, 2% للأنباء، 5, 4% للأخبار).

— صحة الأم والطفل بنسبة 3, 7% (2, 7% للأنباء كلها من نصيب الأنباء وحدها).

— المساواة بين الرجل والمرأة 3, 7% (3, 4% للأنباء 3% للأخبار).

— النشاط التطوعي للمرأة بنسبة 5, 2% (4, 1% للأنباء، 9, 1% للأخبار).

— تربية الأبناء والعلاقات الأسرية 20, 3% (5, 14% للأنباء، 3, 27% للأخبار).

— الاعتقادات الخاطئة بنسبة 0, 7%

— العلاقات الزوجية والمنازعات بنسبة 39, 3% (4, 46% للأنباء، 8, 31% للأخبار).

— المسنات والمعوقات بنسبة 11, 1% (1, 10% للأنباء 2, 12% للأخبار).

— العنف العائلي بنسبة 7, 4% (3, 4% للأنباء، 6, 10% للأخبار).

وقد احتلت الموضوعات الاجتماعية مكاناً في الصفحة الأولى بنسبة 9, 6% بينما احتلت الصفحة الأخيرة بنسبة 6, 15% في حين كانت الصفحات الداخلية أوفر حظاً حيث نشرت فيها نسبة 8, 74% من الموضوعات الاجتماعية الخاصة بالمرأة.

هـ— الاهتمامات التقليدية للمرأة

درجت الأدبيات على تصنيف الاهتمامات التقليدية للمرأة العربية على أنها تضم الاهتمام بالأزياء والأناقة والموضة المحلية والعالمية، وأيضاً الرشاقة والتجميل

والرياضة والاهتمام بشؤون الطهي وترشيد الاستهلاك والحفاظ على الموارد المنزلية، كما يعد الاهتمام بالديكور والأثاث ونباتات الزينة من الأمور التقليدية للمرأة.

جدول رقم (12)

يبين توزيع الموضوعات التقليدية في حياة المرأة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	الاهتمامات التقليدية
23	60,6	11	78,6	12	50	الأزياء والموضة والأناقة
11	28,9	3	21,4	8	33,3	الرشاقة والتجميل والرياضة
3	7,9	—	—	3	12,5	العناية بشؤون الطهي
1	2,6	—	—	1	4,2	العناية بالديكور والأثاث
38	100	14	100	24	100	إجمالي

وتبين من هذا الجدول أن الموضوعات الصحفية المعنية بالاهتمامات التقليدية للمرأة تركز غالباً على الجوانب الهامشية — وليس الجوهرية — للدور الاجتماعي، كما أنها تعبر غالباً عن اهتمامات المرأة ذات المستوى الثقافي والاقتصادي المرتفع نسبياً، إذ إن الاهتمام بالأزياء والموضة والأناقة والرشاقة والتجميل والرياضة يقع عادة في اهتمامات المرأة التي حصلت على قدر مرتفع من التعليم ولديها الإمكانيات الاقتصادية. كما نتبين من الجدول اختلاف الصحيفتين من حيث تكرارات تناول الاهتمامات التقليدية للمرأة على النحو التالي:

— الأزياء والموضة بنسبة 60,6% من جملة تكرارات الموضوعات التقليدية (50% للأنباء، 78,6% للأخبار).

— الرشاقة والتجميل والرياضة 28,9% (37,3% للأنباء، 20,45% للأخبار).

— الطهي بنسبة 12, 5% كلها لصالح الأنباء.

— الديكور والأثاث بنسبة 2, 6% كلها لصالح الأنباء الكويتية.

وقد عرضت هذه المواد في الصفحات الأولى بنسبة 2, 6% وفي الصفحات الأخيرة بنسبة 31, 6% وفي الصفحات الداخلية بنسبة 68, 8%.

و— الموضوعات الدينية

ينطوي الجانب الديني من قضايا المرأة تلك المتعلقة بالجدل حول الحرية الشخصية في اللبس، وشروط الطلاق وتوابعه والنفقة والحضانة. كما تضم بداية حقوق اختيار الزوج بالنسبة للمرأة.

وقد جاءت النتائج معبرة عن حجم مركزية القضايا الدينية في حياة المرأة بحيث جاءت الموضوعات الدينية في ترتيب متأخر بالنسبة للموضوعات الأخرى. ومع ذلك فقد عرضت الصحافة موضوعات حول «الحجاب» بنسبة 9, 2% وحول الطلاق وآثاره ودوافعه بنسبة 17, 1%، كما قدمت مناقشة لموضوعات حضانة الأطفال والنفقة بنسبة 5, 8% وتناولت حقوق المرأة في الزواج بنسبة 22, 8%، وقدمت الصحافة السير الذاتية لنساء كان لهن دور بارز في التاريخ النسائي بنسبة 51, 4% من الموضوعات الدينية.

جدول رقم (13)

يبين توزيع الموضوعات الدينية في صحف الدراسة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	الاهتمامات الدينية
18	51, 4	2	100	16	48, 5	سيرة ذاتية
8	22, 8	—	—	8	24, 5	حق اختيار الزوج
6	17, 1	—	—	6	18	شروط الطلاق
2	5, 8	—	—	2	6	الحق في النفقة والحضانة
1	2, 9	—	—	1	3	الحجاب
35	100	2	100	33	100	إجمالي

وقد عولجت الموضوعات الدينية في جملتها في الصفحات الداخلية بنسبة 3, 74% بينما عرضت نسبة 8, 22% في الصفحات الأخيرة وبخاصة ملحق جريدة «الأنباء»، وبنسبة 9, 2% في الصفحات الأولى للملحق في جريدة «الأنباء» الكويتية.

ز - الموضوعات الحقوقية

يعد الجانب القانوني من حياة المرأة والمجتمع من الأهمية بمكان بحيث يعد تجاهل الصحافة للوعي الحقوقي والقانوني تقصيراً في الوظيفة الإعلامية المتصلة بالتوعية والضبط الاجتماعي، وقد تناولت عينة الدراسة الموضوعات القانونية بشيء من الإيجاز الشديد فقدمت 8 معلومات حول قانون العمل والأحوال المدنية وجنسية الأبناء من أب أجنبي وزواج العربيات من جنسيات أخرى.

جدول رقم (14)

يبين توزيع الموضوعات الحقوقية في صحف الدراسة

إجمالي ك %	الأخبار ك %	الأنباء ك %	الصحيفة	
			الموضوعات القانونية	
7	2	5	قانون العمل	
1	—	1	قانون الحقوق المدنية	
8	2	6	إجمالي	

ثالثاً: القيم التي عكستها المادة الصحفية الخاصة بالمرأة

تعد القيم محور حياة الأفراد حيث تتصل بالجوانب التفضيلية ويعد السلوك في أغلب الأحوال انعكاساً للقيم الثابتة في الوعي الإنساني، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من القيم التي تمثل جوانب هامة في حياة المرأة حسبما عكستها المادة الصحفية على النحو المبين بالجدول التالي:

جدول رقم (15)
يبين توزيع قيم المرأة في عينة الدراسة

المجموع		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	القيم
83	35,2	29	25,4	54	44,3	قيمة الحفاظ على الأسرة
64	27,1	31	27,2	33	27	قيمة تحقيق الذات
41	17,4	31	27,2	10	8,2	قيمة المساواة
27	11,4	12	10,5	15	12,3	قيمة المشاركة
14	5,9	8	7	6	4,9	قيمة العمل التطوعي
7	3	3	2,6	4	3,3	قيمة العمل التكاملي
236	100	114	100	122	100	إجمالي

تبين من التحليل أن قيمة الحفاظ على الأسرة جاءت في الترتيب الأول بنسبة 35,2% مما يدل على مركزية هذه القيم في الوعي العام للقائم بالاتصال حيث تم التركيز على الدور الأساسي في التنشئة وترابط الأسرة العربية في مجتمعي الدراسة. وكانت جريدة «الأنباء» أكثر تركيزاً حيث مثلت قيمة الحفاظ على الأسرة نسبة 44,3% بينما تناولتها الأخبار بنسبة 25,4%.

أما القيم التالية في الترتيب فكانت تحقيق الذات وخروج المرأة للعمل والمشاركة الاجتماعية السياسية والثقافية بنسبة 27,1% واحتلت من معالجة الأخبار نسبة 27,2% ومن معالجة الأنباء نسبة 27,1%، ثم جاءت قيمة الحرية والمساواة بنسبة 17,4% ثم قيمة المشاركة السياسية بنسبة 11,4% وقيمة العمل التطوعي بنسبة 5,9% وأخيراً قيمة العمل في إطار دعم الوحدة العربية بنسبة 3% من الفئة الخاصة بوحدة القيم.

وقد كان عرض هذه القيم بشكل عام في الصفحات الداخلية 73,3% ونسبة 21,2% في الصفحات الأخيرة للملحق الخاص بالأنباء ونسبة 5,5% في الصفحات الأولى.

رابعاً: موقف الصحافة من قضايا المرأة والمرتكزات المرجعية لهذا الموقف

في هذه الجزئية حاولت الدراسة أن تبين موقف الصحيفتين (الأنباء والأخبار) من جانبين يتعلق الأول بمدى تبني الصحافة العربية موقفاً محدداً من قضايا المرأة، بينما يتعلق الثاني بالأطر المرجعية أو المرتكزات التي استندت إليها الصحافة في هذا الموقف أو ذاك:

أ- الموقف من قضايا المرأة

الجدول الآتي يوضح موقف صحيفتي الأنباء والأخبار من قضايا المرأة

جدول رقم (16)

توزيع عينة الدراسة حسب موقف المعالجة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الموقف
%	ك	%	ك	%	ك	موقف المعالجة
57,2	135	47,3	52	65,9	38	مؤيد
23,7	56	36,4	40	14,3	18	غير واضح
10,6	25	7,3	8	13,5	17	محايد
5,5	13	4,5	5	6,3	8	معارض
100	236	100	110	100	126	إجمالي

تؤيد الصحافة العربية قضايا المرأة بنسبة 57,2 (65,9) % للأنباء، 47,3 % للأخبار) والتأييد يعني تبني الصحافة لمواقف تدعم حصول المرأة على حقوقها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. وهناك نسبة 5,5 % ترى رأياً مختلفاً حيث تطالب بعودة المرأة إلى البيت في الوقت الذي ترى المرأة فيه أن أهم مكاسبها هو التعيين في جهاز العمل مساواة بالرجل، وهناك نسبة 23,7 % غير واضح ما إذا كانت مؤيدة أو غير مؤيدة لقضايا المرأة وحقوقها.

ب- الأطر المرجعية للمادة الصحفية

يوضح جدول رقم (17) مجموعة الأطر المرجعية التي استمدت منها المعالجة

الصحفية مسوغاتها ومتعلقاتها في عرض موضوعات المرأة فكانت النصوص الدينية بنسبة 6, 13% من إجمالي العينة (2, 32% للأنباء، 4, 1% للأخبار)، أما النصوص القانونية والدستورية فقد كانت نسبتها عموماً 5, 14% (5, 25% للأنباء، 7, 2% للأخبار) وكان الاعتماد على الأحداث والوقائع بنسبة 2, 20% (8, 1% للأنباء، 6, 32% للأخبار). أما الدراسات العلمية والشخصيات البارزة فكان الاعتماد عليها بنسبة 3, 33% (8, 37% للأنباء، 4, 30% للأخبار). ثم كان الاعتماد على السير الذاتية لبعض السيدات العربيات بنسبة 7, 16% كانت كلها وردت في جريدة الأخبار القاهرية.

جدول رقم (17)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للأطر المرجعية للمادة الصحفية

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك %		ك %		ك %		الأطر المرجعية
33, 3	76	30, 4	42	37, 8	34	متخصصون في دورات علمية
20, 2	46	32, 6	45	1, 2	1	أحداث ووقائع
16, 7	38	27, 5	38	—	—	سيرة ذاتية
14, 5	33	7, 2	10	25, 5	23	نصوص قانونية ودستورية
13, 6	31	1, 4	2	32, 2	29	نصوص دينية
1, 7	4	0, 7	1	3, 3	3	تراث شعبي
100	228	100	138	100	90	إجمالي

وأهم ما يلاحظ من هذه النتيجة هو أن الأطر المرجعية للأنباء يغلب عليها التوجه الديني والقانوني في حين يغلب على الأخبار الوقائع والأحداث والدراسات العلمية والسير الذاتية.

خامساً: الجمهور المتضمن في المادة الصحفية الخاصة بالمرأة

بحثت الدراسة خصائص الجمهور المستهدف المتضمن في الرسالة الصحفية المتعلقة بالمرأة، وذلك من حيث: مرحلة النمو، الجنس (ذكور/ إناث) الجنسية والهوية،

وفيما يلي عرض ما تم التوصل إليه من نتائج في هذه الجزئية.

أ - مرحلة النمو

توضح بيانات جدول رقم (18) أن الصحافة تتوجه إلى جمهور عام بدرجة عالية 7, 69%، بينما تتوجه إلى المرأة في سن الطفولة والمراهقة بنسبة 2, 14%، وتخطب الراشدين بنسبة 8, 14%، ثم المسنات بنسبة 3, 1%. وتوضح هذه النتيجة التوجه العام للمادة الصحفية التي تخاطب المرأة الناضجة والمتزوجة غالباً أكثر مما تعنى بمشكلات المراهقة كمرحلة حرجية في حياة الفتاة العربية.

جدول رقم (18)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للجمهور المستهدف

مرحلة النمو	الصحيفة		الأخبار		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المرأة بوجه عام	48	52, 2	60	95, 2	108	69, 7
الراشدين	22	23, 9	1	1, 6	23	14, 8
المراهقات	19	20, 6	1	1, 6	20	12, 9
المسنات	1	1, 1	1	1, 6	2	1, 3
الأطفال	2	2, 2	—	—	2	1, 3
إجمالي	92	100	63	100	155	100

ب - الهوية والجنسية

توضح البيانات الواردة في جدول (19) نتيجة هامة تكشف عن التوجه القطري للصحافة العربية أكثر من توجهها العربي، بحيث كانت المرأة المعنية في الصحافة المصرية هي المرأة المصرية بنسبة 5, 85% مقابل اهتمام الصحافة الكويتية بالمرأة الكويتية فقط بنسبة 5, 73% مما يعكس التوجه القومي للأبناء مقابل التوجه القطري للصحافة المصرية. ويلاحظ اهتمام صحيفة الأبناء بالمرأة المصرية مقابل عدم وجود أي إشارة للمرأة الكويتية في الصحافة المصرية.

جدول رقم (19)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً لهوية المرأة

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	هوية المرأة
114	48,3	94	85,5	20	15,9	المرأة المصرية
92	39	—	—	92	73	المرأة الكويتية
10	4,2	4	3,6	6	4,8	المرأة العربية (غير المصرية والكويتية)
9	3,8	8	7,3	1	0,8	المرأة الأوروبية
9	2,9	2	1,8	7	5,5	المرأة في العالم الثالث
2	0,8	2	1,8	—	—	المرأة الأمريكية
236	100	110	100	126	100	إجمالي

وبينما كان النموذج العربي بارزاً في الصحافة المصرية فإنه قد عولج في «الأنباء» بقدر كبير من الاهتمام وبخاصة في الملحق الصحفي للجريدة. وبرزت المرأة الأوروبية والأمريكية والآسيوية كنموذج متطور متقدم مثالي وبخاصة في الصحافة الكويتية.

ج- الجنس

يعد توجه الصحيفة إلى جمهور معين أحد العوامل التي يتحدد المضمون بناء عليها. وقد تبين أن الصحافة العربية في معالجتها لقضايا المرأة لم تقتصر على مخاطبة المرأة بل توجهت للرجل أيضاً وإلى الأسرة معاً.

جدول رقم (20)

يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للجمهور المستهدف

إجمالي		الأخبار		الأنباء		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	فئات الجمهور
143	60,6	39	35,5	104	82,5	المرأة بوجه عام
63	26,7	61	55,5	2	1,6	الأسرة
29	12,3	9	8,2	20	15,9	الرجل والمرأة
1	0,4	1	0,9	—	—	الرجل عموماً
236	100	110	100	126	100	إجمالي

وكما يتضح من الجدول فإن الأبواب الخاصة بالمرأة تتجه بشكل رئيسي إلى مخاطبة المرأة بنسبة 6, 60% من إجمالي ما قدمته الصحف خلال فترة الدراسة. ويعد توجه صحيفة «الأنباء» للمرأة بنسبة 5, 82% من جملة ما قدمته مقابل نسبة 5, 35% من مضمون «الأخبار» الموجه للمرأة. وقد خاطبت الصحافة الرجل والمرأة بنسبة 3, 12%، ثم الأسرة كلها بنسبة 7, 26% وهو توجه عام يتسم بالتوازن، فلم تعد المعادلة امرأة مقابل رجل وإنما أصبح مفهوم المسؤولية المشتركة هو المسيطر على معالجة قضايا المرأة باعتبارها أحد عناصر البنية الأنثروبولوجية وهي الأسرة.

مناقشة النتائج

تكشف النتائج السابقة أن هناك اتفاقاً واضحاً بين صحيفتي الأنباء والأخبار في طرح نوعية القضايا، بحيث كان الاهتمام بالجوانب السياسية والاقتصادية والثقافية بنسبة 9, 69% في مقابل نسبة 1, 30% للموضوعات الاجتماعية والاهتمامات التقليدية والموضوعات الدينية والقانونية. ولم تكن الفروق بين الصحيفتين ذات دلالة في الاهتمام بالقضايا الخاصة بالمرأة، باستثناء اهتمام صحيفة الأخبار المرتفع نسبياً في مجال التناول السياسي لقضايا المرأة بفارق نسبي قدره 2, 10%.

كما تكشف الدراسة عن تركيز الصحافة على القضايا القطرية أكثر من القضايا المشتركة للمرأة العربية، فقد كان اهتمام صحيفة الأنباء بالمرأة الكويتية ومشكلاتها بنسبة 73% من جملة ما قدمته من موضوعات، وكان اهتمام صحيفة الأخبار بالمرأة المصرية بنسبة 5, 85% من جملة ما قدمته الأخبار في عينة الدراسة. ويلاحظ على هذه النتائج أن الأنباء الكويتية اهتمت بنسبة 9, 15% بالمرأة المصرية في حين لم تهتم الأخبار القاهرية بالمرأة الكويتية أو العربية، وتوضح النتائج إن التوجه العام هو الاهتمام بالمرأة الكويتية والمصرية مع طرح نماذج عربية في الموضة والرياضة وما إلى ذلك. وهذا يعني أن المعالجة الصحفية لقضايا المرأة في المجتمع العربي تميل إلى التركيز على القضايا القطرية أكثر من القضايا الخاصة بالمرأة العربية عموماً.

وفيما يتعلق بالإطار الوظيفي للصحافة في تناول قضايا المرأة من خلال العملية الإخبارية والتفسيرية والإرشادية والتنبؤية فقد ثبت من تحليل البيانات ما يلي:

أ- احتلت الأخبار نسبة 28% من العينة بينما كانت الأحاديث والتحقيقات والمقال بشكل عام يمثل نسبة 62, 8% من إجمالي عينة الدراسة.

ب- جاء اهتمام جريدة الأنباء بالمادة التفسيرية بنسبة 86, 5% مقابل الأشكال الإخبارية بنسبة 13, 5%. أما الأخبار القاهرية فقد كانت الوظيفة الإخبارية فيها بنسبة 49, 1% مقابل 51, 9% للوظيفة التفسيرية، أي أن صحيفة الأنباء الكويتية أكثر اهتماما بالشرح والتحليل والتفسير مما تفعل صحيفة الأخبار المصرية فيما يتصل بقضايا المرأة العربية.

وإذا كانت نتائج هذه الدراسة اختباراً منهجياً للإنتاج الإعلامي المطبوع مثلاً في الصحافة اليومية في مجتمعين يتفقان في التوجه الثقافي العام ويختلفان في بعض خصائص التراث الاجتماعي والميراث التاريخي لخبرة الأفراد فإن المقارنة بين الصحيفتين لمضمون المادة المتصلة بالمرأة يوضح مجموعة من الدلالات السياسية والاجتماعية والثقافية:

أول الاستنتاجات هو المساحة الكبيرة التي توليها صحافة الكويت لموضوعات المرأة، حيث خصصت الأنباء ملحقا مستقلا يوميا وعلى الرغم من اختلاف الموضوع الخاص بكل ملحق، إلا أنها تتناول قضايا المرأة من زوايا مختلفة وبينما احتلت بعض الموضوعات صفحات بكاملها مثل عمل المرأة ومدى أهميته، وخطورة الزواج العرفي والعنوسة في المجتمع الكويتي، فإن جريدة الأخبار القاهرية لم تفسح سوى مساحات صغيرة لقضايا المرأة ويفسر هذا التوجه بعوامل مجتمعية تتصل بوضع المرأة في المجتمع الكويتي وإلحاح المطالبة بالحقوق السياسية وارتفاع الجدل الاجتماعي حول دور المرأة في المجتمع ومردودية تحملها الاقتصادي بينما كثير من هذه الموضوعات قد حسمت في مصر، ولذا فإن تطور قضية المرأة يرتبط عضويا بوعي القائم بالاتصال في الصحافة العربية.

أما الاستنتاج الثاني فهو التطور الملحوظ في تنوع الاهتمام بقضايا المرأة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والدينية، حيث تراجع الاهتمام في الصحافة اليومية بالأمور التقليدية نسبيا لتفسح المجال لمعالجة صحفية لقضايا عمل

المرأة ومشاركتها السياسية ومحاولة طرح فكرة القضايا على كافة أشكال التمييز ضد المرأة. وجاءت المعالجة تحت عناوين مثل: مشاركة المرأة في الانتخابات، خطة قومية للنهوض بالمرأة في مصر، المشاركة الاجتماعية تقوي الانتماء، التأمين على المرأة غير العاملة، دور المرأة في نشر الوعي الأدبي، عالمة فضاء مصرية تتحدث عن القمر الصناعي المصري، دليل نجاح كل مرشحة في الانتخابات، مؤتمر بكين وأهميته.

إن طرح مثل هذه الأمور في الآونة الأخيرة يعبر عن تطور إيجابي في توجه الإعلام العربي نحو مزيد من الوعي بحقوق المرأة، ودورها ووظيفتها فقد عبرت الصحافة عن تولي كويتية عضوية مجلس إدارة معهد البحوث الأمريكي ودور الجمعيات والتنظيمات النسائية في دعم مواقف المرأة المعاصرة.

الاستنتاج الثالث: إن المعالجة الصحفية لقضايا المرأة، إذا كانت تهتم بالمرأة عموماً، فإن هذا الاهتمام يكاد يفتقر إلى تلك الممارسات الصحفية ذات الجانب التربوي الهادف إلى إعداد المرأة منذ المراحل الأولى من العمر ليكون لها الدور الاجتماعي المنشود. ويتأكد ذلك إذا نظرنا إلى قلة الاهتمام الصحفي بالتنشئة للفتيات في مرحلة المراهقة (لم تتضمن عينة جريدة الأخبار سوى موضوع واحد عن هذه المرحلة، كما أن جريدة الأنباء قدمت⁽¹⁹⁾ موضوعاً، وجميعها تتعلق بالحياة المستقبلية كائنات وليس ككيان فاعل إيجابي في المجتمع. من جهة أخرى فإن المعالجة الصحفية لقضايا المرأة كثيراً ما تهمل الجانب الآخر المؤثر في هذه القضايا - وهو الرجل.

الاستنتاج الرابع: إن المعالجة الصحفية لقضايا المرأة تتجه إلى الاستناد إلى مرتكزات ثقافية تتلاءم مع واقع المرأة في المجتمع العربي مثل النصوص الدينية والقانونية والدستورية بجانب التراث الشعبي والأحداث والوقائع، كذلك آراء الشخصيات والدراسات العلمية، غير أن توظيف ذلك يتم غالباً في إطار إدماج المرأة في المجتمع العربي بما في ذلك إمكانيات المساهمة في تطوير الواقع من أجل مستقبل أفضل، إن مقتضيات التحول الحضاري، وإمكانية تطوير الواقع بما يخدم قضايا المرأة يجب أن تنفذ إلى عمق مؤسسات الاتصال العربية، فلم تعكس جريدة الأنباء مثلاً التحول المستقبلي المحتمل للمرأة الكويتية مثل: إحلال قوة العمل النسائي محل العمالة الأجنبية، وتولي النساء إدارة مرافق الحياة بشكل متكافئ مع وجودهن في المجتمع.

إن نتائج هذه الدراسة تلقي ضوءاً واضحاً على أن المرأة نفسها مازالت في حالة زهد في المشاركة حتى بمراسلة الصحف والمشاركة في إعداد الرسائل الموجهة اليهن، كما أن غالبية النساء في الدول العربية مازلن محجوبات عن مصادر الوعي الاجتماعي بحكم أميتهن وتبعيتهن للرجال، وأن القول الشائع بأن المرأة تقنع بأن يؤدي الرجل لها أدوارها مازال غير معروف ما إذا كان قد تغير أم لا، لأن الصحافة لم تعكس ما ينقض هذا القول.

وهناك عدة جوانب يمكن أن تدفع وسائل الإعلام العربية إلى آفاق مستقبلية فيما يتصل بقضايا المرأة منها:

1 - أن تحاول وسائل الإعلام تغيير الصورة النمطية والأفكار الخاطئة عن طبيعة المرأة العربية مع التأكيد على إنتاجية المرأة والنماذج الفاعلة في الحياة الاجتماعية العربية.

2 - مراعاة الجوانب الخاصة في حياة المجتمعات العربية بالتوازن مع طرح رؤى للتكامل العربي، وألا تنغمس وسائل الإعلام في إذكاء الثقافات الفرعية على حساب روح الثقافة العربية التي يمكن أن تضمن للأمة العربية عطاءها الحضاري المتميز.

3 - إن قضايا المرأة لا تخص المرأة وحدها وإنما يجب أن تكون الوحدة الاجتماعية (رجل وامرأة) هي الجمهور المستهدف بحيث يتم وضع تراث معرفي يكرس التكامل وليس الصراع بين الرجل والمرأة.

4 - تتطلب المعالجة الصادقة لقضايا المرأة التحرر من ضغوط الربح والاستهلاك بحيث لا تستغل المرأة بدنياً ونفسياً واجتماعياً كأداة للترويج في شتى وسائل الإعلام.

5 - ألا تتعارض أدوار وسائل الإعلام مع أدوار وسائل الثقيف في تقديم الخبرة والمعرفة عن المرأة حتى لا يحدث التزييف للوعي الاجتماعي بخصوص هذه القضايا.

6 - زيادة تأهيل المرأة لأداء دور إعلامي فيما يخص النهوض المنشود بقضايا المرأة العربية مع عدم إهمال الإسهام المتميز للرجل في هذا المجال.

7 - التركيز على حقوق الاتصال والانتفاع بموارده لكل قطاعات المرأة بحيث لا تحرم فئة من النساء من التعبير عن أنفسهن، وأن يدفعن إلى المشاركة وأن يتيسر لهن السبل الكفيلة بإدماجهن في كل وسائل الإعلام وبخاصة في مراحل التخطيط والتنفيذ للسياسات الاتصالية العربية.

8 - الاهتمام بالمحتوى الذي تقدم به المواد الإعلامية بحيث لا تصبح أبواب المرأة في الصحف مجرد صفحات مليئة بالمعلومات التي يصعب توظيفها لخدمة المرأة وقضاياها على المدى البعيد.

9 - أن ترشد المواد الخاصة بالمرأة بحيث يكون هدفها الحفاظ على النموذج العربي بخصائصه التي لا تذوب مع خصائص المرأة في مجتمعات أجنبية، وحتى لا تحدث هزيمة ثقافية للمرأة في مجتمعاتها، وألا تقطع الخيط الدقيق القائم بين الحرية والانفتاح وبين الحق في الخصوصية الثقافية والحضارية.

10 - أن يحدث التنسيق بين وسائل الإعلام والجهات الأكاديمية فيما يخص بحوث المرأة وبحيث تتسع دوائر البحث لتشمل القائم بالاتصال والرسالة والوسائل والجمهور وردود الفعل، وأيضاً تحليل الأطر المؤسسية وسياساتها في مجال معالجة قضايا المرأة العربية.

وأخيراً إذا كانت نتائج هذه الدراسة جزءاً من القاعدة المعرفية الواجب توفيرها كرصيد بين المعارف الخاصة بالمرأة العربية وعلاقتها بقضايا المجتمع وعلاقاتها بوسائل الثقافة والإعلام إلا أنها تظل محدودة بإطارها الزمني (1994) والموضوعي (قضايا المرأة العربية)، وبوسائل الاتصال المطبوعة (الصحافة اليومية) وبالنطاق الجغرافي (مصر والكويت) وأيضاً بمنهج تحليل المضمون. وتوصي هذه الدراسة باستخدام البحوث الكيفية مثل: حقول الدلالة وتحليل الخطاب الإعلامي والسياسي في مجال بحوث المرأة كما توصي بضرورة الاعتماد على علم المستقبلات في بحث قضايا المرأة التي يمكن أن تفرزها التطورات المتلاحقة، والتي لم تعد المرأة العربية بمعزل عنها، وأن تأخذ في الاعتبار خصوصية المنطقة وثقافتها وأن تحمل على عاتقها إيجاد بدائل عملية لحل المشكلات الناشئة عن حجب المرأة العربية عن أداء دورها المطلوب.

الهوامش والمراجع

- (1) النفيسي، عبدالله فهد: العمل النسائي في الخليج: الواقع المرئي، الطبعة الأولى، الكويت: شركة الربيعان للنشر والتوزيع، 1986 ص 11 - 13.
- (2) اليونسكو: أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر: الشركة الوطنية للتوزيع، 1981، ص 56.
- (3) إلهامي، جيهان محمد غالب: الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة 1975 - 1985، كلية الإعلام، جامعة القاهرة: ماجستير، 1989، ص 10 - 63.
- (4) - Reep, Diana C. & Dambart, Fay P. (1989). "Effects of Frequent Television Viewing on Sterio Types, Drip Drip, or Drench?" Journalism Quarterly Vol. 5. No. 1 pp. 22-28.
- (5) فرج، عصام الدين: «صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري - دراسة تحليلية لإعلانات التلفزيون المصري، ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1985، ص 27، 28.
- (6) أوليدوف، أ. ك.: الوعي الاجتماعي، ترجمة: ميشيل كيلو، بيروت: دار ابن خلدون، 1982، ص 33، 34.
- (7) عبدالمجيد، ليلى: «موقع المرأة العربية علي خريطة السياسات الإعلامي» في مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة: عدد (60) يونيو، سبتمبر 1990، ص 57-79.
- (8) عبدالرحمن، عواطف: «صورة المرأة العربية في الإعلام العربي: دراسة تطبيقية للإعلام المصري والصحافة الكويتية»، في ندوة: المرأة العربية ودورها في حركة الوحدة، القاهرة: مركز دراسات الوحدة العربية، 1986، ص 375-388.
- (9) طلال، محمد: «صورة المرأة في الإعلام العربي، لجنة المرأة العربية»، جدول أعمال الدورة العاشرة، بحث غير منشور، جامعة الدول العربية 1983: ص 13.
- (10) السيسي، علي عبدالرحمن: مجلة حواء: دراسات نظرية وتحليلية، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1985، ص 16.
- (11) رمزي، ناهد: صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1977، ص 1-143.
- (12) مجدي، صفية: وصف أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية في: صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1977، ص 114-254.
- (13) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية: صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام: دراسة في تحليل مضمون الصحافة النسائية، التقرير النهائي، القاهرة، 1983.
- (14) طلال، محمد: «صورة المرأة في الإعلام العربي»: لجنة المرأة العربية»، دراسة تكميلية الدورة الحادية عشرة جامعة الدول العربية، 1984، ص 46-54.
- (15) العطية، فوزية: «صورة المرأة في المجلات النسائية العربية»، سلسلة دراسات عن المرأة العربية في التنمية - 11، بغداد: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا (أكو)، (بلا تاريخ).
- (16) الطنباري، فاتن: «موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة: دراسة تحليلية لمضمون الصحف الثلاث: الأهرام والأخبار، والجمهورية منذ عام 1975-1979»، ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1986، ص 3 - 26.
- (17) عبدالرحمن، عواطف: دراسات في الصحافة المصرية والعربية، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1981، ص 54 - 55.
- (18) الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية.
- (19) الفلاح، نورة: «نظرة الإعلام العربي إلى عمل المرأة: الإعلام الكويتي الصحفي». في المؤتمر الإقليمي الثاني للمرأة في الخليج والجزيرة العربية 28 - 31 مارس 1981. تحت عنوان: المرأة والتنمية في الشمانينيات، مع 2، الكويت: الجمعية الثقافية الاجتماعية النسائية 1982.
- (20) - Meike, Ceulemans & Guides Fauconner. (1979), **Mass Media: The Image Role and Social Conditions of Women: A Collections & Analysis of Research Materials, Reports and Papers on Mass Communications No. 84**, Paris: UNESCO. pp. 35-38.
- (21) - Henry, S. Juggling (1985), **The Protranal of Employ and Family Life in Seven Women's Mass Media**. Communication Abstract, Vol. 8 No. 3pp. 318-319.

- (22) - Gallagher, Margret, (1981), **Unequal Opportunities: The Case of Wmen and the Medial**, Paris, UNESCO. P. 54-58.
- (23) العبد، عاطف: «دور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية: دراسة ميدانية في قرية مصرية»، ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1979، ص 38.
- (24) عبد الباقي، سلوى: «صورة المرأة المصرية: دراسة في تحليل لمضمون بعض البرامج الإذاعية»، دكتوراه، غير منشورة، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، 1981، ص 32.
- (25) - Elma, Litita, Anani, Alkaly Misisma Keita, & Awatef Abdel Rahman (1981), **Woman and. Media in Africa: Case Studies from Seera Leon, the Niger and Egypt**, Un. Economic Commission of Africa p. 8.
- (26) الخلواني، ماجي: «برامج المرأة في الراديو المصري: دراسة تحليلية لبرنامج إلى ربات البيوت»، مجلة الفن الإذاعي، عدد 104، 1985، ص 9-14.
- (27) العبد، عاطف ورضا، عدلي: دراسة تحليلية لبرامج المرأة في الراديو والتلفزيون، القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، 1985، ص 13.
- (28) فتح الله، وليد: «دور الراديو في معالجة القضايا والمشكلات السلوكية في المجتمع المصري: دراسة تحليلية على عينة من برامج المرأة عام 1984»، ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1985، ص 76-78.
- (29) رزق، سامية سليمان: صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية، القاهرة: مكتبة الإنجلو، 1988، ص 20.
- (30) - Long, Mechel & L. Simon Ritaa. J, (1974). **The Roles and Programmes of Women on Children and Family Television Programmes**, Journalism Quarterly vol, 51.pp. 107-110.
- (31) النمرسي، مرفت: «أثر برنامج تليفزيوني في ترشيد الاستهلاك لدى المرأة المصرية»، ماجستير غير منشور، جامعة حلوان، كلية الاقتصاد المنزلي، 1980، ص 7.
- (32) الحديدي، منى: «الاهتمام البرامجي بالمرأة المصرية من خلال برامج الطوائف بالراديو والتلفزيون» بحث مقدم لندوة المرأة إعلامياً المنعقدة في القاهرة، 1985، ص 5.
- (33) صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري.
- (34) - Abdel Kader, Soha. (1985) **The Image of Women in Drama and Womens Programmes in Egyptian Television** PH.D, Cairo: Faculty of Mass Communication, PP. 112 - 113.
- (35) - Davis, Susan, S. & Davis Douglas, A. (1995) **The Mosque and the Satellite: Media and Adolescence**. Vol. 24 (5) PP. 577 - 593.
- (36) - Themberge, Nancy (1991) A Content Analysis of Print Media Coverage of Gender, Women and Physical Activity, Journal of Applied Sport Psychology. Vol. 3 (1) PP. 36 - 48.
- (37) - Rhode Deborah, L. (1995) **Media Images Feminist Issues**, SIGNS. Vol 20 (3) PP. 650 - 710
- (38) لمزيد من المعلومات حول الصحافة الكويتية: عبد الله، محمد حسن: «صحافة الكويت: رؤية عامة بين الدوافع والنتائج»، الكويت: منشورات مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، 1985، ص 87 - 190.
- (39) لمزيد من المعلومات حول الصحافة المصرية بما في ذلك صحيفة الأخبار: صابات، خليل: وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها، الطبعة السادسة، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1991، ص 151 - 225.
- (40) - Wimmer, R.D. & Dominick, J.R. (1992). **Mass Media Research: An Introduction**, California, Wadsworth. pp. 162 - 163.

