

معالجة الصحف العمانية لقضايا المرأة

نجمة بنت سعيد بن خميس السريري*

إشراف سامي طابع**

مقدمة:

تشكل المرأة العمانية نصف المجتمع العماني، فقد أشارت آخر إحصائية للتعداد تمت في السلطنة عام 2010، بأن نسبة المرأة العمانية (49.4%)⁽¹⁾.

وقد أسهمت المرأة العمانية بدور إيجابي في عملية التنمية واستفادت من التطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي أحدثتها خطط التنمية المتعاقبة، فالإحصاءات التي نتجت من التعداد العام للسكان والمساكن والمنشآت الذي أجري في عام 2010 تظهر انخفاض مستوى الأمية بين النساء مقارنة بعام 2003، كما تظهر الإحصاءات ارتفاعاً في نسبة إسهام المرأة في قوة العمل العمانية، وأصبح موضوع مشاركة المرأة العمانية ضرورة في ظل التطورات التي تشهدها السلطنة في كافة المجالات، وأيضاً مدفوعاً بتطور المجتمع المدني العماني وتزايد عدد المؤسسات المخصصة للمرأة أو تلك التي تشارك فيها النساء، علاوة على تزايد وجود المرأة في قطاع العمل سواء الحكومي أو الخاص⁽²⁾.

حددت السلطنة يوم السابع عشر من أكتوبر من كل عام يوماً للمرأة العمانية، يوم تحتفي به السلطنة بإنجازاتها ومساهماتها نحو بلدها ونحو مجتمعها، وإبراز منجزاتها التي حققتها طوال السنوات الماضية، وجاء هذا اليوم للمرأة العمانية تخليداً لما قدمته المرأة العمانية من نجاحات، واعترافاً بعبئها طوال مسيرتها المثمرة، كما أنه وفي إطار تثمين جهود المرأة العمانية وتمكينها في شتى الميادين عُقدت أول ندوة للمرأة العمانية على مستوى

* باحثة دكتوراة قسم العلاقات العامة والإعلام

** الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

السلطنة، وبتشريف حضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم - حفظه الله ورعاه- وذلك في رحاب المخيم السلطاني بولاية صحار في الفترة من 17- 19 أكتوبر 2009، والتي سلطت الضوء على أوضاع المرأة العمانية في مجالات عدة، والتطور التصاعدي في مؤشرات التنمية البشرية بالسلطنة والمتصلة بالمرأة، وإبراز إسهامات المرأة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية⁽³⁾.

ومن ثمّ لم تكن مصادفة أن تكون المرأة العمانية في موقع الريادة على مستوى مجلس التعاون لدول الخليج العربية في التمتع بحقوقها السياسية بما في ذلك عضوية مجلس الدولة، وحق الانتخاب والترشيح لعضوية مجلس الشوري، وشغل الوظائف في الجهاز الإداري للدولة، وعضوية مجلس الوزراء^(*)، إلى جانب نساء يشغلن مناصب وكيل الوزارة وأخريات في منصب السفير، فإن المرأة ممثلة في عضوية مجلس إدارة غرفة تجارة وصناعة عمان، ومجلس رجال الأعمال البلدي في مسقط، إلى جانب الدور التطوعي الملموس للمرأة العمانية من خلال فروع جمعية المرأة العمانية في مختلف مناطق السلطنة⁽⁴⁾.

وقد أفرز هذا بدوره تفعيل دور المرأة العمانية ضمن قطاعات النخبة السياسية والنخبة الاقتصادية والنخبة الثقافية، وهي من أهم أنماط النخب في المجتمعات المختلفة، وقد جاءت مشاركة المرأة العمانية في تنمية المجتمع العماني ضرورة ملحة، وبرز دورها في هذا المجال، وقد يعود عدد من العناصر التي ساهمت في دمج المرأة العمانية بعد عام 1970 في عملية التنمية في عدة عناصر من أهمها: انفتاح السلطنة على دول العالم من خلال علاقاتها الدولية المتوازنة، ودور وسائل الإعلام في تحقيق هذا الانفتاح، وزيادة وتوسيع مجالات التنمية التي تتطلب مشاركة المرأة للرجل في تنفيذها، وإصدار قوانين وتشريعات شجعت المرأة للمساهمة في التنمية لأنها ضمننت لها حقوقها⁽⁵⁾.

كذلك فإن الطفرات التنموية التي تحققت لمواطني السلطنة في مجالات التعليم وما اكبها من إنشاء جامعة السلطان قابوس التي يمثل طلابها نخبة تعليمية في المجتمع العماني مؤهلة لتشغل المواقع الإدارية والوظيفية وغيرها بالدولة، مما يجعلها تنخرط بين قطاعات النخب المختلفة، ووفقا لعملية تدوير

النخب فهؤلاء الطلاب أو الخريجين فيما بعد يصبحون نواة جيدة لأنماط مختلفة من النخب، كذلك الطفرات التنموية الاقتصادية التي أسهمت من خلال اكتشاف النفط بأراضي السلطنة أسهمت في الارتقاء بالمستوى الاقتصادي والدخل لمواطني السلطنة ووجود نخبة اقتصادية وتجارية بالمجتمع العماني، إضافة إلى تطور وسائل الإعلام العمانية منذ عام 1970م وحتى الآن وإنشاء المزيد منها والارتقاء بمستوى الخدمة الإعلامية وانخراط العمانيين والعمانيات في العمل بهذه الوسائل مما أفرز وجود نخبتين إعلامية وثقافية داخل المجتمع العماني⁽⁶⁾.

لقد شكل بناء الإنسان العماني الركيزة الأساسية التي انطلقت بها ولأجلها التنمية الشاملة في السلطنة. منذ أن خاطب حضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم -حفظه الله ورعاه- شعبه في اليوم الأول لبزوغ فجر النهضة العمانية الحديثة داعياً إياهم إلى القيام بواجباتهم تجاه وطنهم لبناء مستقبل مشرق وواعد من خلال التعاون مع الحكومة والمساهمة معها في تنفيذ خطط التنمية الطموحة⁽⁷⁾.

ومن هذا المنطلق، جاء تأكيد جلالة السلطان المعظم في كلمته السامية في الانعقاد السنوي لمجلس عمان في الثاني عشر من نوفمبر 2012، على الاستمرار في برامج التنمية الاجتماعية والبشرية، وأسدى توجيهاته السامية إلى الحكومة من أجل إيلاء هذا الجانب كل العناية والاهتمام بالقول: "وحيث إن البنية الأساسية الضرورية تكاد تكتمل فقد وجهنا الحكومة إلى التركيز في خططها المستقبلية على التنمية الاجتماعية خاصة في جوانبها المتعلقة بمعيشة المواطن وذلك بإتاحة المزيد من فرص العمل وبرامج التدريب والتأهيل ورفع الكفاءة الإنتاجية والتطوير العلمي والثقافي والمعرفي، ونحن نتابع بدقة ما يتم اتخاذه من خطوات وسوف يكون هذا الأمر محل اهتمام المجلس الأعلى للتخطيط".

شهد مطلع الألفية الجديدة طفرة ملموسة في طرح قضايا المرأة العربية تزامناً مع انعقاد المؤتمر الأول لقمة المرأة العربية في نوفمبر 2000، والذي أسفرت أعماله عن تأسيس منظمة المرأة العربية عام 2003 بوصفها تمثل آلية

التنسيق العربية بشأن قضايا المرأة، كما أسفرت عن وضع إستراتيجية النهوض بالمرأة العربية، وتبحث الأوضاع التي تؤثر على تفعيل دور المرأة في دعم التنمية الشاملة في الوطن العربي، وبخاصة قضية المرأة والإعلام⁽⁸⁾.

ويكمن أهمية الإعلام في إبراز قضايا المرأة والدفع بها إلى الأمام بأن يقوم الإعلام بدور فاعل في إبراز دور المرأة والمفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم والمشاركة الاجتماعية والسياسية وشغل المناصب العامة واختيار الزوج ورعاية الأمومة وغيرها، من خلال وسائل الإعلام المتعددة باعتبارها وسائط ثقافية تربوية ترفيحية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام، وذلك إذا ما وضعت لها سياسات واضحة تتبنى قضايا المرأة، تستند إلى بلورة وعي عام لدى المجتمع⁽⁹⁾.

لقد أصبح لزاماً على وسائل الإعلام أن تتحمل مسئوليتها الاجتماعية في التصدي لإحداث التغيير الاجتماعي المنشود، وهي مسئولية مزدوجة، فهي من ناحية تملك تغيير اتجاهات الأفراد نحو مكانة المرأة في المجتمع، وبالتالي تغيير ما يقدم عنها من صورة سلبية، ومن ناحية أخرى يمكن أن تمثل قوة دافعة للمجتمع وأفراده نحو تبني اتجاهات إيجابية مستحدثة تناسب العصر، وتتمشى مع احتياجات المجتمع نحو التغيير الملائم، ومع ما تسعى إليه الدول من العمل على النهوض بالمرأة ومساعدتها على القيام بأدوارها المتعددة خير قيام⁽¹⁰⁾.

تقوم وسائل الإعلام في سلطنة عمان بدور مهم وبارز في طرح قضايا المرأة ومناقشتها من خلال برامج يومية وأسبوعية تتناول هموم المرأة وتحاول حلها، وتركز على الأسرة وتربية الطفل تربية سليمة، بالإضافة إلى الدور الذي تقوم به المؤسسات الصحفية، حيث يعمل الإعلام العماني على تغيير الاتجاهات المجتمعية السلبية إزاء المرأة، من خلال إنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية جديدة تخص المرأة، وتخصيص حلقات من البرامج القائمة لتثقيف المرأة العمانية حول حقوقها المجتمعية والمدنية، وتسليط الضوء على قضاياها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، بالإضافة إلى تكثيف الإصدارات الصحفية من المجالات والملاحق المتخصصة في مجال المرأة في القطاعين العام والخاص.

كما يحرص الإعلام العماني على لعب دور إيجابي في تمكين المرأة العمانية من الوعي اللازم بقضاياها الملحة، لزيادة مشاركتها في عملية التنمية، وذلك انطلاقاً من كون الإعلام من الأدوات الناجحة لصياغة الوعي وفقاً لما يتطلبه الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والنفسي، كما يحرص الإعلام العماني على أن يركز على الدور الإيجابي الذي يمكن المرأة من تعزيز موقعها في المجتمع ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويقوم الإعلام بهذا الدور من خلال البرامج الوثائقية والتسجيلية، وصفحات المرأة بالصحف اليومية، وبرامج المرأة الإذاعة والتلفزيون، ومجلة الأسرة، ومجلة المرأة. كذلك يتخذ الإعلام كافة الوسائل التي تعزز دوره الإيجابي في استثارة وعي المرأة بهدف زيادة مشاركتها في عملية التنمية من خلال العمل الإعلامي المقروء والمسموع والمرئي⁽¹¹⁾.

تحديد المشكلة البحثية:

تحدد المشكلة البحثية لهذا البحث في رصد وتحليل المعالجة الصحفية لقضايا المرأة في سلطنة عُمان، من خلال الوقوف على أهم وأبرز الأطر الإعلامية التي وظفتها الصحف العمانية خلال طرحها لقضايا المرأة في السلطنة.

أهمية موضوع الدراسة:

- 1- أهمية دور الصحف العمانية في طرح القضايا المختلفة، وإثارة العديد من القضايا المهمة لدى الرأي العام العماني، وبالتالي قيامها بدور مؤثر في تشكيل اتجاهات المواطن العماني نحو ما يتعلق بقضايا المرأة العمانية.
- 2- تُعد دراسة قضايا المرأة وبخاصة السياسية والتنموية منها، من الأمور الهامة على الصعيدين المحلي والدولي حالياً، حيث يستعملها البعض كوسيلة للضغط على بعض الشعوب لتحقيق مآرب ومصالح معينة.
- 3- إن رصد وتحليل السمات النوعية لتقديم قضايا المرأة والأطر التي تطرح من خلالها داخل الخطاب الصحفي العماني، يُمثل أمراً حيوياً،

فموضوع قضايا المرأة في سلطنة عُمان مازال بلا دراسة شاملة، ويحتاج إلى مزيد من الدراسة والتعمق.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق عدد من الأهداف هي:

- 1- التعرف على سمات المعالجة الصحفية شكلاً ومضموناً فيما يتعلق بقضايا المرأة في سلطنة عُمان.
- 2- معرفة نوع القضايا المطروحة والتي ركزت عليها التغطية الصحفية خلال فترة الدراسة.
- 3- معرفة أبرز الأطر الإعلامية التي وظفتها الصحف العمانية عند تناولها الموضوعات المتعلقة بقضايا المرأة العمانية.
- 4- الوقوف على أوجه التشابه أو الاختلاف في الطرح الإعلامي لموضوعات وقضايا المرأة العمانية.

الدراسات السابقة:

1- دراسة نجلاء جعفر عبد الوهاب (2017) (12).

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على الأطر التي قدم من خلالها الإعلام الجديد "المدونات وصفحات الفيس بوك" قضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا وذلك من خلال رصد نوع الأطر المهيمنة في تقديم قضايا المرأة بهم، ومعرفة مدى اختلاف أطر تقديم قضايا المرأة باختلاف أيديولوجية القائم بالاتصال وتوجهات المدونات وصفحات الفيس بوك عينة الدراسة ذلك مع توضيح دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء قضايا المرأة. استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأدوات التحليل التالية: استمارة تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان الالكترونية التي طبقت على عينة قوامها 477 مفردة من متابعي الإعلام الجديد، والمقابلات الغير موجهه وذلك في الفترة من 2016/1/1 إلى 2016/3/31.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن العنف هو أهم القضايا التي قامت بتغطيتها عينة الدراسة وتفوقت فيها المدونات بنسبة 51.9%. وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن إطار الضحية هو أهم الأطر الخبرية التي وظفتها عينة الدراسة في معالجتها لقضايا المرأة حيث تم استخدامه في المدونات بنسبة 36.9% وفي صفحات الفيس بوك بنسبة 11.5%.

2- دراسة خلود ماهر محمود (2017) (13).

سعت هذه الدراسة إلي تقييم دور الخطاب الصحفي في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المصرية خلال انتخابات مجلس النواب 2015 وذلك من خلال رصد وتحليل و تفسير أبعاد العلاقة بين الخطاب الصحفي الخاص بقضية المشاركة السياسية للمرأة المصرية في الصحف المصرية و واقع مشاركتها الحقيقية في الحياة السياسية وذلك من خلال الكشف عن خصائص هذا الخطاب دون عزله عن السياقات التشريعية و الاقتصادية و الاجتماعية المؤثرة فيه و المتفاعلة معه، للتعرف إلى أي مدى استطاعت الصحف المصرية التأثير على معارف واتجاهات جمهور المرأة (كناخبة و مرشحة) نحو المشاركة السياسية خلال انتخابات مجلس النواب عام 2015. إلى جانب التعرف على البعد المتعلق بالأداء الانتخابي للمرأة المصرية بشقيه (كناخبة و مرشحة) وذلك من خلال دراسة جمهور المرأة المصرية (الناخبات والمرشحات) للتعرف على آرائهن واتجاهاتهن حيال الخطاب الصحفي المتعلق بالمشاركة السياسية للمرأة ومدى ارتباطه بالأداء الانتخابي لها في انتخابات مجلس النواب 2015، بالإضافة إلى استكشاف العوامل المؤثرة في تكوين هذه الآراء والاتجاهات سواء كانت عوامل اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية، وذلك خلال فترة الانتخابات البرلمانية 2015.

3- دراسة ولاء محمد مزيد (2017) (14).

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل موقف الخطاب الصحفي المصري تجاه قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير، والوقوف على أطروحاته، ورصد

الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج التي يستند إليها منتجو الخطاب، والأطر المرجعية التي يستخدمونها، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب صحف الدراسة. وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة استمارة تحليل الخطاب الصحفي. وشملت عينة الصحف أعداداً من صحف (الأهرام – الوفد – المصري اليوم – الحرية والعدالة)، وتمتد العينة الزمنية من يناير 2012 وحتى ديسمبر 2013، وتم اختيار أعداد الصحف بطريقة الأسبوع المركب لأحدى عشر شهراً واختيار أيام عمدية من شهر مارس لإعتباره شهر المرأة.

أهم نتائج الدراسة:

أوضحت الدراسة وجود اتفاق بين صحف (الوفد – المصري اليوم – الحرية والعدالة) حول أبعاد قضايا المرأة (الأسباب – النتائج – الحلول)، فجاءت الأسباب في الترتيب الأول وجاءت النتائج المترتبة على قضايا المرأة بالترتيب الثاني وجاءت الحلول التي يمكن من خلالها مواجهة القضايا بالترتيب الأخير، بينما في صحيفة الأهرام جاءت الأطروحات المتعلقة بالنتائج بالترتيب الأول، ثم جاءت الحلول بالترتيب الثاني، والأسباب المطروحة حول قضايا المرأة بالترتيب الأخير. أوضحت الدراسة اعتماد صحف الدراسة على القوى الفاعلة الغير رسمية بالترتيب الأول وبفارق كبير جاءت القوى الفاعلة الرسمية بالترتيب الثاني، وتمثلت القوى الفاعلة غير الرسمية بالترتيب (أسماء علم - هيئات غير حكومية - وسائل الإعلام - الخبراء والمتخصصون - جماعات ضغط)، بينما تمثلت القوى الفاعلة الرسمية بالترتيب (هيئات حكومية - مجالس قومية - هيئات دولية - متحدث رسمي) ونسبت لتلك القوى العديد من الأدوار الإيجابية والسلبية. أوضحت الدراسة أن الصحف ركزت على الخطاب الاجتماعي في تناولها لقضايا المرأة. أظهرت الدراسة تعدد الأطر المرجعية التي استقت منها صحف الدراسة موقفها من قضايا المرأة وفقاً لطبيعة قضايا المرأة، وعلى رأسها جاءت الأطر الثقافية. أوضحت الدراسة اعتماد صحف الدراسة على مسارات البرهنة المنطقية بصورة أكبر من مسارات البرهنة العاطفية، حيث جاءت مسارات البرهنة المنطقية في الترتيب الأول مقارنة

بمسارات البرهنة العاطفية. في إطار مسارات البرهنة المنطقية، وأشارت الدراسة إلى اعتماد صحف الدراسة على أسلوب ادلة وشواهد في المرتبة الأولى، يليه أحداث معاصرة، يليه تكرار الرسالة، مما يشير إلى حرص الكتاب على تأكيد مصداقية مقولاتهم. وفي إطار مسارات البرهنة العاطفية: استحوذ أسلوب "تحيز" على المرتبة الأولى، ويرجع ذلك إلى تركيز صحف الدراسة على وجهات نظر معينة والتحيز لها، يليه "أسلوب تعميم".

4- دراسة نرمين علي السيد إبراهيم عجوة (2016) (15).

سعت هذه الدراسة الى التعرف على أطر المعالجة الاعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير من الجنسين نحوها وذلك بالتطبيق على ثلاثة مجالات أساسية هي الحقوق الزوجية للمرأة حقوق عمل المرأة وحق المرأة في حياة آمنة خالية من العنف من خلال برامج إعلامية تتمثل في برنامج الستات ميكر فوش يكذبوا كنموذج لبرنامج نسائي متخصص على قناة cbc الفضائية المصرية في إطار زمني مدته ستة أشهر خلال عام 2015 كما تم تطبيق استمارة استبيان على عينة ميدانية حجمها 518 مفردة واعتمدت الدراسة على نظريتين هما نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية تحليل الأطر الاعلامية.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- خصص برنامج الستات ما يعرف فوش يكذبوا مساحات واسعة لقضايا حقوق المرأة، بما يتناسب مع طبيعة هذه القضايا التي تتسم بالجدلية واختلاف الآراء حولها.
- جاءت الحقوق الزوجية للمرأة في مقدمة حقوق المرأة التي تناولها البرنامج بنسبة 42.1%، تلاها حقوق عمل المرأة بنسبة 36.8%، بينما تناول قضايا حقوق المرأة بشكل عام، وقضايا العنف ضد المرأة بنسب متساوية 10.5%.

- شارك الضيوف بنسبة عالية بلغت 87.7% من إجمالي الفقرات المقدمة حول حقوق المرأة، وذلك يتفق مع طبيعة البرنامج الذي يعتمد على الحوار.
- تمثل الجمهور المستهدف من البرنامج في المرأة والرجل معاً بنسبة 42.1% من إجمالي الجمهور المستهدف، وجاءت المرأة كجمهور مستهدف في المرتبة الثانية بنسبة 36.8%، ثم جاءت الأسرة كجمهور مستهدف في المرتبة الثالثة بنسبة 21.1%.

5- دراسة رشا عبد الفتاح رسلان (2015)⁽¹⁶⁾.

تتبلور المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد وتحليل سمات الخطاب الصحفي إزاء قضايا المرأة وعلاقته بالأجندة الدولية والمحلية من خلال كيفية طرحه لهذه القضايا والأيدولوجيات التي تتبناها الصحف عند التناول، بالتطبيق على عينة من الصحف القومية والحزبية والخاصة خلال الفترة من 2000 وحتى عام 2005.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- وجود تشابه كبير بين ملامح الأجندة الدولية والأجندة المحلية فيما يتعلق بقضايا المرأة، فكل منهما قد اتفقتا على ضرورة إشراك المرأة في عملية التنمية.
- اتفقت الأجدتان على أن تعليم المرأة والاهتمام بها جزء أساسي لتحقيق التنمية لها، إلى جانب الاهتمام بالجانب الصحي والصحة الإنجابية للمرأة.
- وجود اهتمام أكثر من مؤتمر عالمي بقضية العنف ضد المرأة كأحد المشاكل التي تواجهها.
- أظهرت الدراسة تأثير الأجندة المحلية بالأجندة الدولية، حيث انعكس ذلك على تناول صحف الدراسة بنفس القضايا الدولية المتعلقة بالمرأة.

6- دراسة عزة عبد العزيز (2009)⁽¹⁷⁾.

تهدف الدراسة إلى تقييم أداء الصحف السعودية، ومدى نجاحها من عدمه في وضع أجندة قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي السعودي، وجاءت عينة الدراسة التحليلية للصحف التالية: (الرياض، عكاظ اليوم، المدينة)، وعينة الدراسة الميدانية 300 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- أوضحت الدراسة أن هناك اتفاقاً بين صحف الدراسة في ترتيب أولويات بعض القضايا الخاصة بالمرأة السعودية؛ كما اتضح أن هناك اختلافاً بين أجندة قضايا المرأة السعودية في الواقع، وبين أجندة الصحف.
- هناك فجوة بين ما تقدمه الصحف السعودية، وبين الاحتياجات الفعلية للمرأة السعودية.
- فيما يتعلق بترتيب الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات الخاصة بقضايا المرأة السعودية؛ جاءت الفضائيات أول وأهم مصدر تستقي منه المرأة السعودية معلومات عن قضاياها؛ كما أن الفضائيات تحظى بمصداقية عالية جداً لدى المرأة السعودية.

7- دراسة عادل عبد الغفار (2009)⁽¹⁸⁾.

استهدفت هذه الدراسة تقييم الأداء الإعلامي المصري فيما يتعلق بقضية المشاركة السياسية للمرأة المصرية، وذلك من خلال رؤية تحليلية تعتمد على الاستفادة من نتائج البحوث والدراسات العلمية السابقة في هذا المجال الدراسي.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- يأتي التلفزيون في المرتبة الأولى من حيث الأهمية كمصدر للمعلومات السياسية بين أفراد المجتمع المصري.
- تؤدي وسائل الإعلام دوراً ملحوظاً على مستوى التنشئة السياسية للأطفال.

- ركزت المعالجة التليفزيونية لقضية المشاركة السياسية للمرأة على المجتمع المدني في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المصرية بشكل واضح، في حين جاء الاهتمام بجهود المجلس القومي للمرأة في تفعيل مشاركتها السياسية ضعيفاً.
- ركزت البرامج التليفزيونية في أهدافها المعرفية على تبصير المرأة بحقوقها السياسية، وركزت على مستوى الأهداف الوجدانية على بناء اتجاهات إيجابية نحو المشاركة الفاعلة، وتغيير نظرة المرأة نحو ذاتها، وعلى مستوى الأهداف السلوكية يلاحظ تركيز البرامج على دفع المرأة للمشاركة السياسية في النقاش العام، وممارسة حق الترشح في الانتخابات والقيود بجدول الانتخابات.
- ركزت المقترحات المقدمة للنهوض بالمشاركة السياسية للمرأة المصرية على دور المجتمع المدني في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة، وبناء ثقافة اجتماعية مساندة للمرأة بشأن هذه القضية.

8- دراسة صلاح الدين سليم (2008)⁽¹⁹⁾.

تناولت هذه الدراسة قضايا المرأة في الصحافة الأهلية الفلسطينية في الفترة من 2004-2006، وهدفت الباحثة من خلالها إلى التعرف على الدور الذي لعبته الصحافة الأهلية في خدمة قضايا المرأة وذلك لمحاولة الخروج برؤية مستقبلية لتحديد أولويات قضايا المرأة الفلسطينية. وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- تناولت الصحف الفلسطينية قضايا المرأة: السياسية، والنوع الاجتماعي، والمرأة المناضلة، والعنف ضد المرأة، والتعليم، والثقافة، والعمل، والمرأة المعيلة، والصحة والسكان، والأحوال الاجتماعية، والأحوال الشخصية، والموضعات التقليدية، وتقلد المرأة مراكز ومواقع اتخاذ القرار.
- أعطت الصحافة الأهلية الفلسطينية أولوية لقضايا المرأة السياسية والنوع الاجتماعي والمرأة المناضلة والعنف ضد المرأة.

- ركزت الصحف عينة الدراسة على قضية عمل المرأة بدرجة كبيرة. كما اتفقت الصحافة الأهلية الفلسطينية في تركيزها على قضايا المرأة السياسية وقضايا المرأة المناضلة وقضايا العنف.

9- دراسة كيونج سن لي Kyung sun Lee (2008)⁽²⁰⁾.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات التي استخدمتها وسائل الإعلام من أجل محاربة عادة ختان الإناث بأفريقيا، باستخدام أداة تحليل المضمون، ودراسة الحالة، لوضع معايير دولية لتجريم هذه الممارسات محلياً ودولياً.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- وجود دور هامشي لوسائل الإعلام في التوعية بمخاطر ختان الإناث بأفريقيا التي فشلت في استخدام مدخل انتهاك حقوق الإنسان كمدخل للإقناع بشأن محاربة هذه الممارسة المحرمة دولياً.

10- دراسة نجوى كامل وآخرون (2007)⁽²¹⁾.

استهدفت الدراسة التعرف على مدى مراعاة مفهوم المساواة في النوع الاجتماعي، وتحديد الاحتياجات الاتصالية والإعلامية للمرأة، ودرجة وعي الإعلاميين بمفهوم النوع الاجتماعي، وعلاقته بتحسين أحوال المرأة في مصر والبحرين. وقد شملت الدراسة الصحف والإذاعة والتلفزيون، وفيما يتصل بالتلفزيون المصري؛ فإن العينة ركزت على القناة الأولى المصرية، والقناة السابعة لتمثيل القنوات التلفزيونية الإقليمية، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون لتحليل موضوعات وقضايا المرأة كما يعكسها التلفزيون في القنوات الرئيسية والإقليمية.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- حظيت القضايا السياسية للمرأة -وفي مقدمتها حق المشاركة السياسية لها- والقضايا الصحية والثقافية، على المراتب الثلاث الأولى في اهتمامات التلفزيون المصري لمعالجة قضايا المرأة.

- تشابهت أجندة التليفزيون ضمن الأجندة الشاملة لوسائل الإعلام المصرية بشأن قضايا المرأة، مع أجندة القضايا الأساسية التي تهتم بها المرأة المصرية، وتتمثل في: الأمية، والعنوسة، والزواج المبكر، والفقير، والعنف ضد المرأة.

11- دراسة مارجرىتا جيرتسيما Margaretha Geertsema (2006)⁽²²⁾.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى وجود تغطية عادلة لأخبار النوع الاجتماعي "المرأة والرجل" لووكالة أنباء "انتربرس سيرفس IPS" كنموذج لوكالات الأنباء العالمية عابرة الحدود من حيث إنتاجها وتوزيعها.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

أشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام لم تنجح في إعطاء المرأة حقها في المساواة مع الرجل في تغطية عادلة ومنتساوية لأخبارها وقضاياها في وكالات الأنباء العالمية.

12- دراسة حنان محمد عبد الحميد (2006)⁽²³⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ما تعرضه المواقع الإلكترونية الإسلامية الخاصة بالمرأة من قضايا، بهدف التعرف على أولويات الخطاب المقدم للمرأة المسلمة، ومدى اقتراب القضايا المطروحة من الواقع الاجتماعي، حيث تم تحليل 23 موقعاََ خاصاً بالمرأة المسلمة خلال الفترة من فبراير حتى أكتوبر 2006.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- ركز الخطاب المطروح على القضايا الثقافية، في حين انخفضت نسبة القضايا السياسية بشكل واضح.

- كانت أبرز القضايا الاجتماعية قضية الاختلاط بين الجنسين، بينما جاءت قضايا العنوسة، وتنظيم الأسرة، وحقوق المرأة، وقضايا الأحوال الشخصية بنسب ضعيفة.

- جاءت قضية الحجاب والسفور لتتشغل أكبر حيز في المواقع عينة الدراسة، في حين حازت قضية القيم والتقاليد المحددة لنظرة المجتمع للمرأة على نسب ضئيلة لا تعبر عن حجم المشكلة في بعض المجتمعات الإسلامية.
- تبين الانخفاض الملحوظ في تناول بعض القضايا الاقتصادية مثل قضايا نفقة الزوجة، والذمة المالية للمرأة، بينما انشغلت المواقع عينة الدراسة بالتركيز على الأبعاد الاجتماعية المتعلقة بقضية عمل المرأة.

13- دراسة أميمة عمران (2005)⁽²⁴⁾.

هدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح معالجة الصحافة الإقليمية لقضايا المرأة في الفترة من 2000/2/1 حتى 2000/12/31، وذلك من خلال رصد القضايا والموضوعات النسائية التي يركز حولها اهتمام الصحف الإقليمية، ورصد ملامح المعالجة الصحفية للقضايا والموضوعات المتعلقة بالمرأة والكشف عن الأهداف الرئيسية التي تنتشدها الصحف الإقليمية من وراء نشر هذه الصحف إزاء قضايا المرأة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- تزايد حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة ذات الطابع الاجتماعي والثقافي والتنموي. كما تزايد اهتمام الصحف الإقليمية بالمرأة الحضرية على حساب المرأة الريفية. وميل تلك الصحف إلى المعالجة التقريرية وسرد الأحداث ولكنها لم تهمل دورها التوجيهي والإرشادي في معالجة بعض القضايا.
- تزايد نسبة المساحة المخصصة للقضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية المتعلقة بالمرأة، بينما تراجع نسبة المساحة المخصصة للقضايا الرياضية والاقتصادية والتقليدية.

14- دراسة أحمد باريان (2004)⁽²⁵⁾.

استهدفت هذه الدراسة معرفة تأثير وسائل الإعلام في تنمية مستوى الوعي والتثقيف الصحي لدى المرأة باعتبارها من أكثر الفئات تعرضاً لوسائل

الإعلام، والأكثر أهمية من شرائح المجتمع في تنمية وغرس مفاهيم التنقيف الصحي للمرأة السعودية. وطبقت الدراسة على عينة من النساء السعوديات من مدينة الرياض قوامها 450 مبحوثة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- جاءت المجالات الطبية في المرتبة الأولى ضمن مصادر التنقيف الصحي للمرأة السعودية عينة الدراسة، وجاء التليفزيون في الترتيب الثاني، يليه الصحافة، ثم الإذاعة، ثم الإنترنت.
- جاءت الموضة والمطبخ كأكثر المواد الإعلامية متابعه، وفي المرتبة الثانية الأخبار الفنية، وفي المرتبة الثالثة الإعلانات، وفي المرتبة الرابعة البرامج المنوعة، وفي المرتبة الخامسة الأخبار الصحية.
- أظهرت الدراسة وجود عدد من القيم الصحية التي تمت الاستفادة من وسائل الإعلام في نشرها من خلال التوعية الصحية، ومن حيث مجالات الإشباع المتحقق من متابعة وسائل الإعلام في مجال التنقيف الصحي جاء التنبيه لخطورة أمراض الأطفال في المرتبة الأولى، ثم مجال توعية الأطفال في المرتبة الثانية، ثم فهم الإسعافات الأولية في المرتبة الثالثة.

15- دراسة أحمد محمد سابق، (2003)⁽²⁶⁾.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير الصحف المصرية: الأهرام، والأخبار، والجمهورية، والوفد، في تكوين الرأي العام المستنير لدى الشباب تجاه القضايا الاجتماعية للمرأة، من خلال دراسة ميدانية على عينة طبقية متعددة المراحل من الشباب المصري بلغت 400 مبحوث، وتحليل مضمون لصفح الدراسة في الفترة من يناير 2001 حتى ديسمبر 2001.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- اهتمت صحف الدراسة بموضوعات المرأة التقليدية خاصة ما يتعلق بالزي والموضة والجمال وما يتماشى مع مبتكرات الفكر الغربي ونتاج ثوراته العلمية.

- وجود اختلاف في حجم الاهتمام بتناول قضايا المرأة في الصحافة المصرية اليومية الصباحية من فترة لأخرى وذلك في إطار أولويات القضايا الاجتماعية المطروحة.
- وجود اختلاف بين ما يكتب عن قضايا المرأة في الصفحات الدينية المتخصصة وبين ما يكتب في الصفحات الأخرى عن نفس القضية أو الموضوع.
- وجود اتجاه إيجابي واضح بين الشباب عينة الدراسة الميدانية نحو قيمة المساواة بين الرجل والمرأة في كثير من الحقوق والواجبات في إطار ما يرتضيه المجتمع من قيم وتقاليد نابعة من العقيدة الدينية.

16- دراسة شيرين سلامة السعيد (2002) (27).

استهدفت الدراسة رصد تطور اتجاهات الصحافة المصرية نحو قضايا المرأة على عينة من مواد الرأي بأسلوب المسح الشامل لبعض الصحف المصرية الصادرة خلال الفترة من 1919 وحتى 1956، وهي صحف: (البلاغ الأسبوعي، الجهاد، المصري، صوت الأمة، الصرخة، السياسة الأسبوعية، وادي النيل، الضياء، مصر الفتاة، الإخوان المسلمين "نصف الشهرية، الإخوان المسلمين "اليومية"، الدعوة، الأهرام).

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- احتلت قضية المشاركة السياسية قمة القضايا الخاصة بالخطاب الصحفي الوفدي؛ حيث بلغت 29%، ثم قضية السفر والاختلاط بنسبة 24%، ثم عمل المرأة بنسبة 20%، فقضايا الأحوال الشخصية والزواج بنسبة 15%، وقضايا التعليم في مصر بنسبة 12%.

17- دراسة نوال عبد العزيز الصفتي (2001) (28).

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل عينة من الصحف هي: جريدة الجمهورية المصرية، وجريدة الحرية التونسية، وجريدة الشعب الموريتانية،

الصادرة خلال عام 1999، وذلك لمعرفة أبرز قضايا المرأة التي اهتم بها الخطاب الصحفي في الصحف الثلاث عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- اهتمت جريدة الجمهورية بقضايا ومشكلات المرأة الريفية بشكل رئيسي، كما اهتمت جريدة الشعب بالقضايا الاجتماعية والأحوال الشخصية، في حين جاءت القضايا الاقتصادية في مقدمة اهتمامات جريدة الحرية.
- بالنسبة للقضايا الاجتماعية للمرأة جاءت المساواة بين الجنسين في الحقوق والواجبات في الترتيب الأول على مستوى صحف الدراسة، وجاء العنف ضد المرأة في الترتيب الثاني، ثم قضية تعدد الزوجات في الريف، يليها قضية الزواج العرفي. وبالنسبة للمشكلات الاقتصادية للمرأة الريفية جاءت قضية عمل المرأة الريفية في الترتيب الأول، يليها أهمية التدريب والتأهيل للمرأة الريفية، ثم ترشيد الاستهلاك. أما بالنسبة للمشكلات السياسية للمرأة الريفية فقد جاء الحث على الإدلاء بالصوت في الانتخابات في الترتيب الأول، ثم الحث على الترشيح للبرلمان والمجالس الشعبية، ثم ضرورة تثقيف المرأة الريفية سياسياً.

18- دراسة أميرة العباسي (2001)⁽²⁹⁾.

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل مؤشرات وقائع المشاركة السياسية للمرأة المصرية في أنماطها المباشرة والتقليدية ورؤيتها لمدى فاعلية وسائل الإعلام في دعم مشاركتها السياسية من خلال غرس مفهوم ثقافة المشاركة، والتي أجريت على عينة من 200 مفردة في محافظتي القاهرة والجيزة باستخدام صحيفة الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- الضعف الحاد في مستويات ممارسة المرأة المصرية لأنشطة المشاركة السياسية في صورها التقليدية (المشاركة الانتخابية - الانتماء الحزبي - الاهتمام السياسي).

- على الرغم من ارتفاع نسبة الموافقة النظرية لدى العينة على أهمية مشاركتهن في الحياة السياسية وتبنيهن لاتجاه ايجابي نحو هذه المشاركة إلا أن الممارسة العملية تشير إلى عكس ذلك ويفسر هذا التناقض بما يسمى بالفجوة بين الاتجاه والسلوك.
- محدودية مستويات المعرفة السياسية للمرأة المصرية سواء بالمؤسسات والتنظيمات السياسية القائمة أو بوسائل تفعيل التمثيل النسائي في البرلمان كما وكيفاً.
- يتأثر مستوى الاهتمام السياسي والمعرفة السياسية لدى فئات المرأة المصرية بعدد من المتغيرات الديموغرافية (السن – التعليم – معدل شراء الصحف).

19- دراسة نادية المصري (2000)⁽³⁰⁾.

سعت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الاتصال على الاتجاهات السياسية للمرأة المصرية وتأثير الاتجاه على سلوكها ورصد أسباب أزمة مشاركة المرأة المصرية في صنع القرار في مصر، وتم تطبيق الدراسة على عينة طبقية عشوائية من السيدات من سكان القاهرة الكبرى بلغت 400 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- جاءت الصحف في مقدمة وسائل الإعلام التي تلعب دوراً مميزاً في إقناع المرأة على المشاركة في صنع القرار من خلال حثها على مباشرة حقوقها السياسية.
- كلما زاد مستوى التعليم والسن زاد مستوى المشاركة السياسية.
- وجود علاقة إيجابية طردية بين التعرض لمضمون وسائل الاتصال والاتجاه نحو المشاركة السياسية.
- وجود علاقة طردية ايجابية بين التعرض للمواد السياسية والإخبارية والمشاركة السياسية.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الأطر التي عالجت من خلالها وسائل الإعلام العمانية موضوعات وقضايا المرأة العمانية؟
- 2- كيف وظفت وسائل الإعلام العمانية المصادر المختلفة لبروز هذه الأطر؟
- 3- ما اتجاهات معالجة وسائل الإعلام العمانية نحو موضوعات وقضايا المرأة العمانية؟
- 4- ما الأشكال الفنية المختلفة التي تم من خلالها معالجة موضوعات وقضايا المرأة بوسائل الإعلام العمانية؟
- 5- ما أوجه التشابه أو الاختلاف في تلك المعالجات لقضايا الدراسة؟

الخطوات المنهجية للدراسة:

تحديد مجتمع الدراسة

- يشمل على كل من: الصحف العمانية والبرامج التلفزيونية بتلفزيون سلطنة عمان.

تحديد عينة الدراسة

تقوم الباحثة في الشق التحليلي الخاص بالصحف بتحليل مضمون مواد الرأي في صحيفتي (الوطن، وعمان).

الإطار الزمني لعينة الدراسة التحليلية

تقوم الباحثة بتطبيق الدراسة التحليلية على عينة من الصحف العمانية خلال عام كامل يبدأ من الأول من يناير 2016م وحتى نهاية ديسمبر 2016م، من خلال سحب العينة بأسلوب الأسبوع الصناعي خلال فترة التحليل.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وهي الدراسات التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه، كما لا

تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها⁽³¹⁾. وتعتمد الباحثة في الدراسة الحالية على منهجي المسح (Survey)، وتحليل المضمون (Content Analysis) كمناهج يتم الاعتماد عليها لإجراء الدراسات الوصفية.

ومنهج المسح هو "عبارة عن بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التي يسعى الباحث لدراستها، كما يعد منهج المسح المنهج الأكثر استخداماً في بحوث الإعلام، حيث يمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية أو تفسيرية أو استكشافية، وتستخدم المسوح بوجه عام في الدراسات التي تهدف إلى دراسة الأفراد، فالمسوح هي أفضل المناهج البحثية المتاحة في الدراسات الاجتماعية للحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع كبير قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه"⁽³²⁾.

كما تعتمد الباحثة على المنهج المقارن، لرصد أوجه التشابه والاختلاف للمعالجة الصحفية لموضوعات وقضايا المرأة العمانية.

أدوات جمع البيانات:

أ) صحيفة تحليل المضمون:

تعتمد الدراسة الحالية على صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات من الصحف العمانية محل الدراسة (صحيفة عمان- صحيفة الوطن).

نتائج الدراسة:

- الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا المرأة العمانية بصحف الدراسة:

يتضح من نتائج الجدول أن "القصة الإخبارية" قد جاءت في مقدمة الفنون الصحفية التي وظفتها صحيفتا "عمان" و"الوطن" لمعالجة قضايا المرأة العمانية بنسبة 31.4%، وجاء "التقرير الإخباري" في المرتبة الثانية بين الفنون الصحفية بنسبة 30.4%، يليه "الخبر القصير" في الترتيب الثالث بنسبة

29.9%، ثم "المقال" في الترتيب الرابع بنسبة 7.7%، وجاء "الحوار الصحفي" في الترتيب الرابع بنسبة 0.5%.

كما يتضح من اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري الصحف والفن الصحف المستخدم، عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 7.913 عند أربع درجات حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.095)، مما يعني عدم وجود فروق كبيرة بين الصحيفتين في استخدام الفنون الصحفية المختلفة عند معالجة قضايا المرأة العمانية.

- توزيع المادة الصحفية التي تناولت قضايا المرأة العمانية من حيث موقع النشر:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" العمانيتين قد قامتا بنشر الفنون الصحفية المختلفة والمتعلقة التي تناولت قضايا المرأة العمانية في "الصفحات الداخلية" بنسبة مرتفعة بلغت 84.5%، وجاء نشر تلك الفنون الصحفية في "الملحق الاقتصادي للصحيفة" في الترتيب الثاني بنسبة 10.3%، ثم كان النشر من خلال "الصفحة الأخيرة" في الترتيب الثالث بنسبة 3.1%، وأخيراً النشر في "الصفحة الأولى" في الترتيب الرابع بنسبة 2.1%.

ويتضح من اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري الصحف وموقع نشر المادة الصحفية، عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 5.222 عند ثلاث درجات حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.365)، مما يعني عدم وجود فروق كبيرة بين الصحيفتين في مواقع نشرها للمادة الصحفية التي تناولت قضايا المرأة العمانية.

- أنواع العناوين المستخدمة في نشر المادة الصحفية التي تناولت قضايا المرأة العمانية:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" العمانيتين قد قامتا باستخدام "العنوان الممتد" للمادة الصحفية المنشورة على صفحاتها بشكل

أساسي، حيث بلغ استخدام الصحيفتين لهذا النوع من العناوين ما نسبته 84%، كما استخدمت الصحيفتان "العنوان العريض (المانشيت)" بنسبة 9.8% للمادة الصحفية المنشورة، كما قل استخدام الصحيفتان لـ "العنوان العمودي" حيث لم يتعد نسبة 6.2% فقط.

ويتضح من اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري الصحف وأنواع العناوين المستخدمة مع المادة الصحفية المنشورة، عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 1.489 عند درجتي حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.475)، مما يعني عدم وجود فروق كبيرة بين الصحيفتين في استخدامها لأنواع العناوين المصاحبة للمادة الصحفية التي تناولت قضايا المرأة العمانية.

- قضايا وموضوعات المرأة العمانية في التغطية الصحفية بصحيفتي الدراسة:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" العمانيتين قد قامتتا بطرح ومعالجة عدد من القضايا التي تتعلق بواقع المرأة في سلطنة عمان، والتي جاءت مرتبة على النحو الآتي:

جاء احتفال صحيفتي الدراسة بـ "يوم المرأة العمانية" في الترتيب الأول بين القضايا والموضوعات التي تناولتها صحيفتا الدراسة بنسبة 24.2%، كما جاء "تكريم المرأة" العمانية في الترتيب الثاني بين القضايا والموضوعات المطروحة بنسبة 18.6%، وفي الترتيب الثالث جاءت قضية "المشاركة المجتمعية"، و"التدريب وورش العمل لاكتساب الخبرات" بنسبة 16% لكل منهما، يليهما في الترتيب الرابع قضية "تعليم المرأة" العمانية بنسبة 14.4%، يليها مباشرة في الترتيب الخامس قضية "عمل المرأة في القطاع الخاص" بنسبة 13.4%، ثم قضية "عمل المرأة في القطاع الحكومي" في الترتيب السادس بنسبة 12.4%، كما جاءت قضية "الإبداعات الثقافية والعلمية" للمرأة العمانية في الترتيب السابع بنسبة 11.3%، تليها قضية "المشاركة السياسية" للمرأة العمانية في الترتيب الثامن بنسبة 10.8%، ثم قضية "صحة المرأة" في

الترتيب التاسع بنسبة 9.8%، يليها قضية "تولي المرأة المناصب العليا" في الترتيب العاشر بنسبة 6.7%.

وفي الترتيب من الحادي عشر إلى التاسع عشر جاءت قضايا: "الصناعات الحرفية" للمرأة العمانية بنسبة 6.2%، تليها "المساواة بين الرجل والمرأة" في سلطنة عمان بنسبة 5.7%، ثم "فنون الديكور والأزياء والموضة والتجميل" بنسبة 5.2%، ثم "التشريعات والقوانين" المتعلقة بالمرأة العمانية بنسبة 4.6%، يليها "التفوق الدراسي لطالبات الجامعة" العمانيات بنسبة 4.1%، ثم "الحفاظ على البيئة"، و"المرأة العمانية ووسائل الإعلام"، و"الضمان الاجتماعي" بنسبة 3.1% لكل منها، تليها "الزواج والعلاقات الأسرية"، و"رعاية الأطفال"، و"موضوعات ومسابقات دينية" بنسبة 2.1% لكل منها، ثم "التكافل الاجتماعي"، و"الاقتصاد المنزلي وثقافة الاستهلاك"، و"رعاية المسنين"، و"عاملات المنازل الوافدات"، و"التفوق الرياضي للمرأة" بنسبة 1% لكل منها، ثم "العنف ضد المرأة" العمانية بنسبة 0.5%.

- المصادر التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" العمانيتين قد اعتمدتا على عدد متنوع من المصادر التي استقت منها معلوماتها عند معالجتها لقضايا المرأة العمانية في السلطنة، وقد جاء "المحرر أو مراسل الصحيفة" في مقدمة تلك المصادر بنسبة مرتفعة بلغت 50.5%، كما جاء في الترتيب الثاني ما نسبته من المادة الصحفية التي تناولت قضايا المرأة العمانية "غير محدد المصدر" بنسبة 27.3%، واعتمدت الصحيفتان على "المسئول الحكومي" في الترتيب الثالث بنسبة 10.3%، وجاء الاعتماد على "الكاتب الصحفي بالصحيفة" في الترتيب الرابع بين المصادر المختلفة بصحيفتي الدراسة بنسبة 7.7%، ثم "عضو بجمعيات أهلية" في الترتيب الخامس بنسبة 6.2%، يليه الاعتماد على "وكالة الأنباء العمانية" كمصدر للأخبار والمعلومات حول قضايا المرأة العمانية في الترتيب السادس بنسبة 4.6%، ثم جاء الاعتماد على "كتب ودراسات وتقارير" لاستقاء معلومات منها حول قضايا المرأة العمانية في الترتيب السابع بنسبة 3.1%، في حين اعتمدت صحيفتنا الدراسة على

"خبير اقتصادي" في الترتيب الثامن بنسبة 2.6%، وجاء الاعتماد على "طالبات جامعة" في الترتيب التاسع بنسبة 1%، وأخيراً في المرتبة العاشرة "مسئول بمجلس الدولة أو الشورى"، و"عضو بمنظمات حقوقية"، و"أكاديمي"، و"مشرف تربوي"، و"مُعلمات بالمدارس"، و"مُرشحة للانتخابات البلدية"، و"عضو بغرفة صناعة وتجارة عمان" بنسبة 0.5% لكل منهم.

- أساليب الإقناع التي وظفتها صحيفتي الدراسة أثناء تناولها قضايا المرأة العمانية:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" العمانيتين عينة الدراسة، قد استعاننا بعدد من أساليب الإقناع أثناء طرحهما لقضايا وموضوعات المرأة العمانية من خلال المادة الصحفية بالصحيفتين، جاء في مقدمة تلك الأساليب الإقناعية "الأساليب المنطقية" بنسبة 46.9%، "المزج بين الأساليب المنطقية والعاطفية" بنسبة 42.3%، ثم "الأساليب العاطفية" بنسبة 10.8%.

وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري الصحف وأساليب الإقناع المستخدمة في معالجة القضايا، وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 5.734 عند درجتي حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.050)، وقد أشار معامل التوافق (0.169) إلى أن هذه العلاقة تتسم بالضعف في شدتها.

- معدلات التوازن في عرض قضايا المرأة العمانية بصحيفتي الدراسة:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" عينة الدراسة، قامتتا "بعرض وجهات نظر متعددة" أثناء طرح ومعالجة قضايا المرأة العمانية على صفحاتهما وذلك بنسبة 40.2%، يليه وبفارق نسبي قليل للغاية أسلوب "سرد معلومات فقط" في المرتبة الثانية بنسبة 39.2%، ثم أسلوب "عرض وجهة نظر واحدة" والذي جاء في الترتيب الثالث بنسبة 20.6%.

وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري الصحف ومعدلات التوازن في عرض وتناول قضايا المرأة العمانية، وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 8.115 عند درجتي حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.017)، وقد أشار معامل التوافق (0.200) إلى أن هذه العلاقة تتجه إلى الضعف في شدتها.

- الأطر المرجعية الواردة في التغطية الصحفية لقضايا المرأة العمانية:

يتضح من نتائج الجدول أن "الأطر الاجتماعية" قد جاءت في مقدمة الأطر المرجعية التي وظفتها واعتمدت عليها المادة الصحفية في صحيفتي "عمان" و"الوطن" عينة الدراسة أثناء تناولها قضايا المرأة العمانية بنسبة مرتفعة بلغت 52.1%، في حين جاء الاعتماد على "الأطر الاقتصادية" في المرتبة الثانية بنسبة 26.3%، يليها "الأطر التعليمية" في المرتبة الثالثة بنسبة 18.6%، ثم "الأطر السياسية" في الترتيب الرابع بنسبة 13.4%، يليها "الأطر الثقافية" في الترتيب الخامس بنسبة 9.3%، وقد تقارب الاعتماد على كل من "الأطر الدينية" و"الأطر القانونية والتشريعات" في الترتيبين السادس والسابع حيث جاءت الأطر الدينية بنسبة 4.6% وجاءت أطر القوانين والتشريعات المتعلقة بالمرأة العمانية بنسبة 4.1%.

- نوع الأطر الإعلامية المستخدمة في عرض قضايا المرأة العمانية:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" عينة الدراسة قد قامتا بتناول قضايا المرأة العمانية على صفحاتها من خلال "إطار عام للقضية" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 55.2%، في حين جاء تناول قضايا المرأة العمانية من خلال "إطار محدد لقضية" بنسبة 44.8%.

وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات ونوع الإطار المستخدم، عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 1.009 عند درجة حرية واحدة، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.315)، مما يعني عدم وجود فروق بين الصحيفتين في نوع الإطار المستخدم.

- الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية الصحفية لقضايا المرأة
العمانية:

يتضح من نتائج الجدول أن صحيفتي "عمان" و"الوطن" وظفت عدداً من الأطر الإعلامية أثناء معالجة قضايا المرأة العمانية، جاء في مقدمة تلك الأطر الإعلامية "إطار تمكين المرأة" بنسبة 32.5%، وفي المرتبة الثانية جاء "إطار إنجازات المرأة" بنسبة 28.9%، يليه في المرتبة الثالثة "إطار تمكين المرأة" بنسبة 22.7%، ثم "الإطار العلمي" في الترتيب الرابع بنسبة 20.1%، يليه "إطار النتائج الاقتصادية" في الترتيب الخامس بنسبة 19.1%، ثم "إطار الخدمات الصحية" في المرتبة السادسة بنسبة 8.7%، يليه "إطار الحلول" للقضايا المطروحة بالصحيفتين في الترتيب السابع بنسبة 8.2%، ثم "الإطار الأخلاقي" في الترتيب الثامن بنسبة 7.2%، ثم "إطار قانوني وحقوق" في الترتيب التاسع بنسبة 6.7%، يليه "إطار المساواة بين الرجل والمرأة" في سلطنة عمان في الترتيب العاشر بنسبة 4.6%، يليه "إطار الاهتمامات الإنسانية" في الترتيب الحادي عشر بنسبة 3.1%، ثم جاء "إطار الأسباب" في الترتيب الثاني عشر بنسبة 2.1%، يليه "إطار نسب المسؤولية" في الترتيب الثالث عشر بنسبة 1%، وفي الترتيب الأخير جاء كل من "إطار الصراع" و"إطار العنف ضد المرأة" بنسبة 0.5% لكل منهما.

مراجع الدراسة:

- (1) وزارة الاقتصاد الوطني، (2011)، المرأة العمانية في سوق العمل: الواقع والتحديات، (مسقط: المديرية العامة للإحصاءات الاجتماعية)، ص80.
- (2) وزارة التنمية الاجتماعية، (2015)، الدليل التدريبي حول إدارة العملية الانتخابية، (مسقط: وزارة التنمية الاجتماعية)، ص22.
- (3) ناجي بن محمد بن سعيد السعدي، (2014)، تأثير الإعلانات التليفزيونية التجارية على المرأة: دراسة ميدانية على المرأة العمانية العاملة في سلطنة عمان، ط1، (مسقط: بيت الغشام للنشر والترجمة)، ص79.
- (4) تم تعيين الدكتورة "راوية بين سعود بن أحمد البوسعيدية" وزيراً للتعليم العالي بموجب المرسوم السلطاني رقم 2004/28 الصادر في 2004/3/8، وكذلك إنشاء وزارة للسياحة وتعيين "راجحة بنت عبد الأمير بن علي" وزيراً للسياحة بموجب المرسوم السلطاني رقم 2004/61 الصادر في 2004/6/9، وأيضاً تعيين الدكتورة "شريفة بنت خلقان اليحيائية" وزيراً للتنمية الاجتماعية بموجب المرسوم السلطاني رقم 2004/113 الصادر في 2004/1/20، كما تشغل الشيخة "عائشة بنت خلقان بن جميل السيابية" منصب رئيس الهيئة العامة للصناعات الحرفية بمرتبة وزير بموجب المرسوم السلطاني رقم 2003/24 في 2003/3/3.
- (5) وزارة الإعلام العمانية، (2005)، عمان 2004 / 2005، (سلطنة عمان: وزارة الإعلام)، ص13.
- (6) عائشة بنت سعيد بن محمد الغابشي، (2002)، استخدامات المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون)، ص60.
- (7) علي بن محمد المرهون، (2007)، استخدامات النخبة العمانية للقنوات الفضائية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية)، ص237.
- (8) وزارة الإعلام، (2015)، عُمان 2014 / 2015، (سلطنة عمان: وزارة الإعلام)، ص172.
- (9) منظمة المرأة العربية، (2010) الاستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية 2009 - 2015، ط1، (القاهرة: منظمة المرأة العربية)، ص13.

- (⁹) زينب منصور حبيب، (2011) الإعلام وقضايا المرأة، ط1، (الأردن: عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع)، ص103.
- (¹⁰) ناهد رمزي، (2001) الإعلام والمرأة في عالم متغير، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص182.
- (¹¹) محمد عايش (إعداد)، (2006)، المؤتمر الأول لمنظمة المرأة العربية: ست سنوات بعد القمة الأولى للمرأة العربية- الإنجازات والتحديات (المجلد السادس)، مملكة البحرين 13- 15 نوفمبر/ تشرين الثاني 2006، تقرير إقليمي حول موقف الدول العربية من تنفيذ التوصيات الصادرة عن منتدى المرأة والقانون المنعقد في قمتي المرأة العربية الأولى والثانية، ص25، 58، 117.
- (¹²) نجلاء جعفر عبد الوهاب، أطر تقديم قضايا المرأة فى الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- (¹³) خلود ماهر محمود، الخطاب الصحفي نحو قضية المشاركة السياسية للمرأة المصرية وعلاقته بواقع مشاركتها الفعلية فى الانتخابات البرلمانية بعد ثورة 25 يناير: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- (¹⁴) ولاء محمد مزيد، موقف الخطاب الصحفي من قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة سوهاج: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017).
- (¹⁵) نرمين علي السيد إبراهيم عوجة، المعالجة الاعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والاعلان، 2016).
- (¹⁶) رشا عبد الفتاح رسلان، خطاب الصحافة المصرية تجاه قضايا المرأة وعلاقته بالأجندة الدولية والمحلية في الفترة من 200- 2005، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013).
- (¹⁷) عزة عبد العزيز عبد اللاه، دور الصحافة السعودية في ترتيب أولويات قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي السعودي: دراسة تحليلية ميدانية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي

- الأول لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، بعنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، 15- 17 فبراير 2009.
- (18) عادل عبد الغفار، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة: رؤية تحليلية واستشرافية، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009).
- (19) صلاح الدين سليم عواد، قضايا المرأة العربية في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين: دراسة مسحية في الفترة من 2004- 2006، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2008).
- (20) Kyung sun Lee, (2008), "Female genital mutilation: multiple case studies of communication strategies against a taboo practice", M.S., Iowa state University
- (21) نجوى كامل وآخرون، "الإعلام والمرأة في الريف والحضر، دراسة تطبيقية على مصر والبحرين"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث دراسات المرأة والإعلام، ومركز الخليج للدراسات الإستراتيجية، 2007.
- (22) Margaretha Geertsema, (2006), "Gender Mainstreaming in globalized news: cultural Globalization and the Inter Press Service", PH.D., the university of Texas at Austin.
- (23) حنان محمد عبد الحميد إبراهيم، "قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية"، بحث مقدم في مؤتمر بعنوان: "المرأة في مجتمعاتنا على ساحة أطر حضارية متباينة"، (جامعة عين شمس - كلية الآداب - قسم علم الاجتماع، مركز الدراسات المعرفي، خلال الفترة من 14-16 نوفمبر 2006.
- (24) أممية عمران، قضايا المرأة الصعيدية في الصحافة الإقليمية، في كتاب: الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، (القاهرة: الطوبجي للطباعة والنشر، 2005).
- (25) أحمد الريان باريان، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، (الرياض: جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، 1425هـ).
- (26) أحمد محمد سابق، دور الصحافة المصرية اليومية في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة لدى الشباب: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003).

معالجة الصحف العمانية لقضايا المرأة

- (27) شيرين سلامة السعيد، اتجاهات الصحافة المصرية نحو قضايا المرأة في الفترة ما بين (1919-1956)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002).
- (28) نوال عبد العزيز الصفتي، "اتجاهات الخطاب الصحفي الإفريقي نحو مشكلات المرأة الريفية: دراسة تحليلية نقدية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، أبريل/يونيه 2001).
- (29) أميرة العباسي، المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير-مارس 2001.
- (30) نادية المصري، "دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000).
- (31) محمد عبد الحميد، (2004)، ص 153.
- (32) سامي طابع، (2001)، ص 167.