



USAID
من الشعب الأمريكي



صورة المشاركة السياسية للمرأة الأردنية في وسائل الإعلام

دراسة استطلاعية



2020

مركز حماية وحرية الصحفيين

صورة المشاركة السياسية للمرأة الأردنية في وسائل الإعلام دراسة استطلاعية



2020

مركز حماية وحرية الصحفيين

فريق إعداد الدراسة

وليد حسني زهرة

محمد فتحي غنيم

هدى محمد الزعبي

إشراف

نضال منصور



تنويه

تم تطوير المحتوى بدعم من الشعب الأمريكي من خلال برنامج تكامل الذي تنفذه IREX بتمويل من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID). و يعتبر هذا المحتوى من مسؤولية مركز حماية وحرية الصحفيين ولا يعكس بالضرورة وجهات نظر IREX أو الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية أو الحكومة الأمريكية.

فهرس المحتويات

5	الملخص التنفيذي والتوصيات
13	الفصل الأول: جلسات النقاش والمقابلات المعمقة
29	الفصل الثاني: استطلاع رأي الصحفيين بمسألة «الجندر» وتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام
75	الفصل الثالث: رصد تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام
83	قائمة المراجع
85	الملاحق



الملخص التنفيذي والتوصيات

الملخص التنفيذي والتوصيات

على الرغم من أن الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت مسألة الحساسية الجندرية في الإعلام قد أثبتت وجود فروقات واضحة بين تغطية ما يتعلق بالذكور عن تغطية ما يتعلق بالإناث، إلا أن عدداً قليلاً من الدراسات أجريت لفحص التأثير المزدوج للصور النمطية للنساء السياسيات، فباعتمادنا أنه في الوقت الذي تتعرض فيه صورة المرأة إلى التمييز في وسائل الإعلام بشكل عام، إلا أن المرأة السياسية تتعرض لتمييز مزدوج بشكل خاص، لكونها امرأة، ولكونها سياسية أيضاً.

تبحث هذه الدراسة التي جاءت تحت عنوان «صورة المشاركة السياسية للمرأة الأردنية في وسائل الإعلام» في كيفية تصوير الإعلام للمرأة كسياسية، وتأثير وسائل الإعلام على شخصية المرأة السياسية واحتمالية تعرضها للتمييز الإعلامي ما يعكس على قدرتها على المنافسة بينها وبين الرجل السياسي، ويصاحب البحث أسباب هذا التمييز إن وجد، وكيفية، وأين يمكن أن يكون فجاً وبارزاً في وسائل الإعلام، ومتى يمكن ظهوره وانتشاره، وهل يمكن الحد منه سواء على المدى القريب، أو البعيد؟، وتسعى إلى تقديم وصفاً وتحليلاً لواقع التمييز الإعلامي لمشاركة المرأة السياسية في الأردن، وفهم التمييز الحاصل لهذه المشاركة.

وتوزعت الدراسة في أربعة محاور تتناسب وموضوع الدراسة وأهدافها، وذلك على النحو التالي:

- مستوى التدريب والمهارات والمعارف التي خاضها و/ أو يمتلكها الصحفيون والصحفيات بشأن «الجندر» بشكل «عام»، وبشأن المشاركة السياسية للمرأة بشكل «خاص».
- سياسات التحرير والمنهجيات المتبعة في غرف الأخبار بشأن «الجندرية» بشكل «عام» والتمييز الإعلامي لمشاركة المرأة السياسية بشكل «خاص».
- انطباعات الصحفيين والصحفيات عن واقع المرأة في وسائل الإعلام أو في الواقع الاجتماعي والثقافي بشكل عام، وعن المشاركة السياسية للمرأة بشكل «خاص».
- التشريعات التي قد تؤثر على التغطية الإعلامية للمرأة بشكل «عام»، وعن مشاركتها السياسية بشكل «خاص».

ومن أبرز ما أظهرته نتائج الدراسة أن تمييز صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام المحلية في الأردن منتشر على نطاق واسع، في الوقت الذي أظهرت فيه أن أبرز أسباب هذا التمييز يكمن في

Michelle C. Bligh, *Competent Enough, But Would You Vote for Her? Gender Stereotypes and Media Influences on Perceptions of Women Politicians*, Journal of Applied Social Psychology, 2012, 42, 3, pp. 560–597 Available online [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1559-1816.2011.00781.x] last visited 11 October 2020

الثقافة العامة للمجتمع وأيديولوجيته، وأن الإعلاميين والإعلاميات على حد سواء يساهمون بعلم منهم أو دون علم في هذا التمييز نتيجة ضعف معارفهم بمفهوم «الجندرية» وأبعادها، ونتيجة تأثير ثقافة المجتمع عليهم أيضاً أثناء ممارستهم لعملهم الإعلامي، وأن هذا التمييز من الممكن أن يظهر بشكل واضح عند تغطية ما يتعلق بالمرأة السياسية، خاصة عندما تتعرض لمواقف أو تقدم تصريحات قد تعتبرها بعض وسائل الإعلام فرصة للترويج والدعاية ضدها مدعومة بثقافة المجتمع وذكوريته، وعلى الرغم من ذلك تجد الدراسة أنه من الممكن الحد من هذا التمييز من خلال التدريب والتثقيف والتوعية.

وكشفت نتائج استطلاع رأي الصحفيين أن نسبة المشاركة في التدريبات العامة للمعايير المهنية للصحافة وقضايا حقوق الإنسان أكثر من التدريبات المتخصصة بحقوق المرأة ومشاركتها السياسية في وسائل الإعلام، الأمر الذي يقود إلى أهمية مراجعة أدلة ومناهج التدريب المتعلقة بالنوع الاجتماعي وأثرها في الممارسة الإعلامية، وحجمها، والجهات التي أشرفت عليها ونفذتها.

وبينت النتائج أن غالبية الصحفيات المستطلعات لا يتجنبن تقديم صورة نمطية للمشاركة السياسية للمرأة، كما يعتقدن بأن الصحفيين يكرسون التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية، إضافة إلى أن أكثر من نصف العينة المستجيبة تحمل المرأة مسؤولية تمييز صورة مشاركتها السياسية في الإعلام، إذ يعتقد 74% من المستجيبين أن سبب هذا التمييز هو انحياز الإعلاميين/ الصحفيات للعادات والتقاليد التي تسهم بذلك (ثقافة المجتمع).

ومن النتائج الهامة تدني نسبة من يؤيد تبوء المرأة مقعد وزيرة أوقاف في الحكومة، أو أن تكون قاضياً شرعياً، بالرغم من أن نحو ثلثي المستجيبين أيدوا عضويتها في دائرة الإفتاء.

وأظهرت جلسات العصف الذهني، والمقابلات المعمقة أن وسائل الإعلام تنمط صورة المشاركة السياسية للمرأة، وتجزم أن الإعلاميين والإعلاميات يسقطون مواقفهم وموروثهم الاجتماعي عند التغطيات الإعلامية بأشكالها المختلفة، الأمر الذي يؤشر على ضعف أثر التدريب خلال الممارسة العملية.

واستقر رأي الباحثين في عملية الرصد الإعلامي لعينة قصيدة وبحدود ضيقة باستخدام المنهج التجريبي أن بعض نتائج الرصد يتوافق مع فرضية الدراسة وبعضها الآخر جاء مخالفاً لها، لكن لا تسمح التجربة بتعميم هذه

للإعلاميين/ ات، وتنظيم دورات التدريب لتحسين أداء الصحفيين/ ات ومؤسسات الإعلام المحلية فيما يتعلق بتغطية المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام. وينبغي القول أن هذه الدراسة موجهة في المقام الأول إلى الإعلاميين والإعلاميات، وإلى أصحاب المصلحة خاصة من السياسيات والنقابيات والناشطات في العمل العام، بالإضافة إلى الحكومة ومجلس النواب لبناء تصورات عمل تسعى إلى تغيير الصورة النمطية السائدة.

وقد اجتمع رأي الباحثين والمشرفين على الدراسة تناول عدة أدوات تبحث في كافة هذه العناصر للتركيز على تنمية صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، ولذلك استندت على أربع محاور واستخدمت الأدوات التالية:

- جلسات العصف الذهني لمجموعة مختارة من فئات الدراسة المستهدفة؛ وتوزعت على جلستين؛ الأولى خصصت للإعلاميين/ ات والصحفيين/ ات، والثانية خصصت لأصحاب المصلحة من سياسيين/ ات وأصحاب خبرة.
- اللقاءات المعمقة مع أصحاب المصلحة من سياسيين وسياسيات لمناقشة أبرز نتائج الدراسة من استطلاع لرأي الصحفيين ونتائج جلسات العصف الذهني.
- استطلاع رأي الصحفيين/ ات لمجموعة من الاستفسارات موزعة على محاور الدراسة.
- الرصد الإعلامي لتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام.

وتلخصت مشكلة الدراسة أن هناك تنميطاً إعلامياً لصورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، وأن هذا التنميط قد يكون مقصوداً، أو غير مقصود، وأنه قد يأتي في سياق تنميط صورة السياسيين ذكوراً وإناثاً بشكل عام، وأن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة يأتي نتيجة للثقافة السائدة عن صورة المرأة بشكل عام في المجتمع، أو في سياق التمييز الواقع ضد المرأة.

وتكمن أهمية الدراسة وسط ندرة الدراسات والبحوث الكافية والشاملة حول مسألة تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في المكتبة المحلية والعربية، إضافة إلى توفير أدوات بحثية واستكشافية جديدة تعزز من وضع الدراسات المتعلقة بمسألة تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، كما تعزز من مكانة هذه المسألة بهدف لفت الأنظار لها ومعالجتها.

استطلاع رأي الصحفيين بمسألة «الجندر» وتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام ..

أجرت الدراسة استطلاعاً عاماً لعينة قصدية من مجتمع الصحفيين/ ات العاملين في الأردن تمثل الإعلام المستقل والرسمي، ومن مؤسسات الإعلام الورقي والمرئي والمسموع والإلكتروني، وتضمنت على 47 سؤالاً رئيسياً، وقصدت اختيار الحد الأدنى من التوزيع الجندي إذ بلغت نسبة

النتائج لعدة أسباب أبرزها أن هذا النوع من عمليات الرصد يحتاج إلى إمكانيات مادية وبشرية لرصد عينة واسعة من وسائل الإعلام أولاً، ولرصد ما نشر من أخبار عن الشخصيات السياسية ذكوراً وإناثاً على نطاق أوسع ثانياً، إلا أن الباحثين تمكنوا من تليخيص ما ذهبوا له من نتائج تستحق الخوض في تفاصيلها من خلال دراسة أخرى متخصصة، كما سجلوا انطباعاتهم على ثلاثة ملاحظات برزت في نتائج الرصد وهي التماس التنميط الإعلامي للمشاركة السياسية للمرأة في عناوين الأخبار والتقارير الصحفية المرصودة، وفي اللغة المستخدمة في سياق الخبر أو التقرير الصحفي، واستخدام الصورة المرفقة في الخبر أو التقرير الصحفي المتعلق بالمرأة السياسية على وجه التحديد

وخرجت الدراسة بجملة من المؤشرات والتوصيات الهامة التي تتمحور وموضوع الدراسة، من أهمها تأسيس مرصد لرصد خطاب الكراهية والتمييز ضد النساء في الإعلام مع الأخذ بعين الاعتبار مؤشرات ومعايير المفوضية السامية لحقوق الإنسان، وتنظيم الدورات التدريبية المتخصصة للصحفيين/ ات في قضايا المرأة بشكل عام، والمشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص، وتمكين المرأة السياسية في كيفية التعامل مع الإعلام والتواصل معه، وبناء خطاب إعلامي واضح، وتوعيتها وزيادة ثقافتها في الجوانب القانونية والتشريعية، وآليات الوصول إلى المعلومات.

وتوزعت الدراسة بعد المقدمة والملخص التنفيذي على فصول ثلاثة رئيسية، فعرض الفصل الأول أبرز ما ورد في جلسات النقاش والمقابلات المعمقة، والثاني عرض استطلاع رأي الصحفيين بمسألة «الجندر» وتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، وعرض الفصل الثالث أبرز مخرجات ونتائج الرصد الإعلامي، وتبع فصول الدراسة ملحقين اثنين الأول عرض فيه منهجية الدراسة كاملة، والثاني تضمن قوائم بأسماء وصفات المشاركين في جلسات العصف الذهني والمقابلات المعمقة.

لقد أخذ مركز حماية وحرية الصحفيين على عاتقه إجراء هذه الدراسة التي يقع موضوعها ضمن أهدافه وغاياته ومن ضمنها تدريب الصحفيين/ ات وتطوير مهاراتهم في العمل الإعلامي بهدف حمايتهم وصيانة لمساحة الحرية التي يعملون بها، وذلك بالتعاون مع مشروع USAID «تكامل» الممول من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID في الفترة ما بين 1 ديسمبر 2019 وحتى 31 مايو 2020.

وجاء تنفيذ الدراسة بغية تحقيق عدد من الأهداف أهمها فهم مسألة التنميط الإعلامي للمشاركة السياسية للمرأة في الأردن، وهل هي موجودة أم لا، وإن وجدت فما هو مدى انتشارها، وبناء على النتائج التي خرجت بها الدراسة، يتم العمل لاحقاً على إعداد دليل إرشادي

بشكل عام وشارك فيها أعضاء في مجلس النواب ذكوراً وإناثاً ونشطاء وناشطات حزبيين/ات، وتلا جلستي العصف الذهني مقابلات معمقة مع 9 شخصيات تمتعت بتجارب سياسية وخبرات حقوقية في مجال حقوق المرأة.

وتمحورت نقاشات جلستا العصف الذهني في تفاصيلها بعدد من الموضوعات والمؤشرات التي تم تصنيفها كل على حدة، وتم فرز تعليقات المشاركين/ات حسب كل مؤشر، وبالنتيجة خرجت نقاشات الجلسة الأولى بـ 7 مؤشرات، والثانية بـ 4 مؤشرات، وقد تشابهت مؤشرات الجلستين إلى حد بعيد فيما بينها، وتلخصت عند دمجها في 8 مؤشرات على النحو التالي:

1. ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجنذر».
2. الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة.
3. غياب السياسات التحريرية أو مدونات السلوك المهني التي تعزز منظومة الحقوق والحساسية الجندرية وتجرم التمييز.
4. غياب المرأة في مواقع صنع القرار داخل المؤسسات الإعلامية يعزز من تنميط صورة مشاركتها في السياسة.
5. غياب الإرادة السياسية الحقيقية لتحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة.
6. البيئة التشريعية ما تزال تمييزية لصالح الذكورية.
7. مسألة تنميط صورة المرأة السياسية مقابل الرجل السياسي في وسائل الإعلام موجودة وعلى نطاق واسع.
8. الأيدولوجية الإعلامية تتحكم في علاقة الوسيلة مع السياسي سواء كان ذكراً أو أنثى.

وتلخصت أبرز مؤشرات واستنتاجات المقابلات المعمقة في 5 مؤشرات واستنتاجات، يلتقي مؤشران اثنان منها مع ما ورد من مؤشرات في جلستي العصف الذهني، وهما: «الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة في وسائل الإعلام» و«ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة الجنذر».

وأظهرت جلستا العصف الذهني أن تنميط صورة المرأة في وسائل الإعلام يحدث بشكل واسع، فتقدم المرأة السياسية بشكل مختلف عن الرجل السياسي، فيما أعاد كثير من المتحدثين والمتحدثات في الجلستين التنميط إلى الثقافة المجتمعية السائدة، وانتقالها إلى الإعلاميين والإعلاميات على حساب المعايير المهنية والحقوقية.

وأكد المشاركون والمشاركات من الإعلاميين/ات وأصحاب المصلحة سياسيين/سياسيات/برلمانيات وبرلمانيين/ونقابيين ونقابيات غياب أو ضعف السياسات التحريرية في المؤسسات الإعلامية ومدونات السلوك المهني التي تضمن تقديم رسالة صحفية تتعد عن التمييز وتراعي الحساسيات الجندرية.

الصحفيين الذكور 70%، مقابل نسبة الصحفيات الإناث 30%. وكشف استطلاع الرأي أن 43% منهم شاركوا بتدريبات وأنشطة متخصصة بتنميط صورة المرأة في وسائل الإعلام، و53% شاركوا في التدريب المتخصص بحقوق المرأة، في حين ترتفع نسبة مشاركتهم في تدريبات عامة متعلقة بالمعايير المهنية والصحفية لتصل إلى 83%، وبلغت 76% في التدريب على قضايا حقوق الإنسان.

وأظهر أن نسبة تلقي ومشاركة الصحفيين والصحفيات بالتدريب ليست ضعيفة، لكن الأهم وهو ما يحتاج إلى تدقيق وفحص هو كيف ينعكس هذا التدريب في تغيير الممارسات المهنية والمعارف للصحفيين والصحفيات؟، وإيضاً في تغيير مواقفهم المسبقة؟، وهو الأمر الذي نبهت إليه لقاءات العصف الذهني والمقابلات المعمقة التي أجرتها الدراسة أنه لم يتحقق بالشكل الكافي.

وبحث الاستطلاع في مستوى تدريب الصحفيين والتعرف على معارفهم بمسألة الجنذر والتنميط الإعلامي لصورة المرأة السياسية، وقد أظهر هذا البحث تراجعاً في مجال التدريب المتخصص للصحفيين والصحفيات في النوع الاجتماعي مقابل التدريب في المعايير المهنية للصحافة وقضايا حقوق الإنسان.

وكشفت النتائج أن عموم إجابات المستطلعين/ات تبين ضعفاً بمستوى المعرفة والاطلاع أو الثقافة بمصطلح «التنميط» أو «الصورة النمطية»، وهي نتيجة تعكس مستوى تثقيفهم و/أو تدريبهم على هذا المصطلح في عملهم الصحفي، كما تعكس تدني مستوى التعليمات أو الأنشطة التوعوية في هذا الخصوص إضافة إلى غياب مدونات السلوك بشأن «النوع الاجتماعي» عموماً.

ونفى أكثر من ثلثي العينة المستجيبة 72% أن المؤسسات الإعلامية تعمل على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنذر (النوع الاجتماعي)، مقابل 26 مستجيباً ومستجيبة قالوا بان المؤسسات الاعلامية تعمل على تدريب صحفيها.

ومن بين نتائج الاستطلاع أن 60% من المستجيبين/ات يعتقدون أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام، فيما قال 63% من أفراد العينة المستطلعة أنه لا توجد أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، وأن 56% من المستجيبين/ات يعتقدون أن التشريعات الأردنية تحد و/أو تمنع التمييز ضد المرأة.

جلسات النقاش والمقابلات المعمقة ..

أجرت الدراسة جلستا عصف ذهني مركزة الأولى استهدفت إعلاميين وإعلاميات وحضرها حقوقيون، والثانية استهدفت أصحاب المصلحة في مسألة الجندرية

جلستا العصف الذهني التي عقدت بتاريخ 22/2/2020 نوهت بوجود تشريعات تمييزية لصالح الرجل على حساب المرأة مبينة إلى أن قضية النساء ليست قضية حاضرة عند الدولة، ويمكن التخلي عنها.

وأكد غالبية المشاركين/ ات في المجموعات النقاشية أن مناهج التعليم في كليات ومعاهد الإعلام تمييزية ولا تدعم حقوق المرأة وتمكينها، وبالتالي يوجد حاجة لمراجعة المناهج في المدارس والجامعات لتعديلها.

وخرجت الجلساتان بعدد من التوصيات التي وضعها المشاركون من أبرزها العمل على إلغاء و/ أو تعديل القوانين التمييزية التي تركز النمطية والأدوار التقليدية، والعمل مع الصحفيين والصحفيات لتغيير اتجاهاتهم، وكسر الموروث الأبوي والتقليدي الذي يشجع التمييز والأدوار التقليدية للرجل والمرأة، وإنشاء مرصد إعلامي من شأنه رصد ما يتعلق بتمييط صورة المرأة السياسية في وسائل الإعلام، وتنظيم الدورات التدريبية المتخصصة بالتغطية الإعلامية المتوازنة بين الرجل السياسي والمرأة السياسية للصحفيين وطلبة معاهد وكليات الإعلام.

المقابلات المعمقة ..

اتفق سياسيون وسياسيات على أن الثقافة الاجتماعية السائدة تسهم إلى حد كبير في ترميم صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام.

ونبهت المقابلات المعمقة التي نفذتها الدراسة إلى ثقافة المجتمع التي تفرض نفسها على تغطية وسائل الإعلام، ولا يظهر الإعلاميون بما فيهم الإعلاميات اهتماماً كبيراً بقضايا المرأة وكأنهم غير معنيين بمشاركتها السياسية.

وأظهرت المقابلات التي أجريت مع تسع شخصيات من بينهم وزيرات ووزراء سابقين ونقابيات وناشطات في المجتمع المدني أن الإعلام في سمته العامة يكرس صورة المرأة ربة المنزل، وتبقى صورة الرجل المهيمن.

وتلخصت أبرز مؤشرات واستنتاجات المقابلات المعمقة في 3 مؤشرات واستنتاجات أخرى وهي: «تمكين المرأة السياسية بالمهارات المعرفية والتقنية اللازمة للتعامل مع الإعلام والوصول إلى المعلومات»، «مسألة المرأة ضد المرأة»، و«الخشية من موقف المجتمع في التمييز والتحريض تجاه المرأة السياسية».

وفي النهاية ينبغي القول أن مركز حماية وحرية الصحفيين سيعمل على إعداد دراسة رصدية في محتوى وسائل الإعلام المحلية تتناول نفس موضوع هذه الدراسة، وستعتبر استكمالاً لمشروع هذه الدراسة، لكن جاء التفضيل على وضعها منفصلة لما تتطلبه من وقت طويل لا يسمح بدمجها وتضمينها.

وأظهرت المناقشات في الجلسات أن تمييز صورة المرأة في وسائل الإعلام موجود بشكل واسع ويعمل على تصوير المرأة السياسية بشكل مختلف عن الرجل السياسي، وأن لهذا التمييز عدداً من الأسباب من أبرزها ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجندر»، ودور الثقافة المجتمعية السائدة في التمييز ضد المرأة بشكل عام، وغياب السياسات التحريرية أو مدونات السلوك المهني التي تعزز منظومة الحقوق والحساسية الجندرية وتجرم التمييز، غياب الإرادة السياسية الحقيقية لتحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين، ومشكلة البيئة التشريعية التي ما تزال تمييزية لصالح الذكورية.

وأشارت المناقشات إلى أن مشكلة تمييز صورة المرأة وخاصة السياسية في وسائل الإعلام ناتج عن عقل الدولة، وأن هناك مزاجية لبعض وسائل الإعلام في تمييز صورة المرأة السياسية، وأن المرأة السياسية لا تتخطى مثل الرجل السياسي في الصالونات السياسية مثل انخراطها. على سبيل المثال. في الصالونات الاجتماعية الأمر الذي يعمل على تقليص حضورها في الإعلام، وأن هناك غياباً للمرأة في مواضيع الاقتصاد والعلاقات الخارجية، وأن الإعلام يهتم بالمرأة الخارقة للعادة ولا يهتم بالمرأة العادية، وأن الإعلام يهمل دور المرأة وإنجازاتها مقابل تعظيم إنجاز الرجل السياسي، وأن النساء ينتقدن أنفسهن، وان هناك تغطيات إعلامية تهتم بمظهر المرأة السياسية أو هفواتها أكثر من أدائها ومنجزاتها.

وأشار عدد من المشاركين-ات بأن هنالك ضرورة ملحة لخضوع الممارسين من كلا الجنسين لمهنة الصحافة والإعلام لتدريبات حول الحساسية المراعية لقضايا النوع الاجتماعي.

وضمن مخرجات المجموعات النقاشية المركزة، أكد عدد من المشاركين/ ات على ضرورة وجود سياسات تحريرية تراعي مبادئ حقوق الإنسان وتراعي حساسية النوع الاجتماعي، حيث تتفق هذه التوصية مع ما أوصت به الدراسة التي نفذتها منظمة المرأة العربية بعنوان «المرأة والإعلام»²، حول ضرورة تفعيل دور الإعلام في تسليط الضوء على كل ما من شأنه تعزيز الصورة الإيجابية للمرأة ودحض الصورة النمطية المعتادة وعلى كافة الأصعدة وضمن مختلف القطاعات من خلال تبني سياسات ومنهجيات تدعم وتراعي فروقات النوع الاجتماعي المختلفة.

2 منظمة المرأة العربية، المرأة والإعلام: اعمال ورشة العمل التي عقدت بالقاهرة في 29-28 مايو 2005، تحرير علا أبو زيد، القاهرة، 2006. متوفر على الرابط التالي [\[http://www.arabwomenorg.org/PublicationDetails.aspx?ID=2\]](http://www.arabwomenorg.org/PublicationDetails.aspx?ID=2) last visited 11 October 2020.

الرد الإعلامي لنمطية صورة مشاركة المرأة السياسية في وسائل الإعلام ..

يعتقد الباحثون أن عملية الرد الإعلامي لنمطية صورة مشاركة المرأة السياسية في وسائل الإعلام خرجت بعدد من المؤشرات والنتائج الالفة التي يمكن مناقشتها ودراستها، من بينها أن «التميط الإعلامي للسياسيين» لا يقع على المرأة السياسية فحسب بل أيضاً على الرجل السياسي، ولكن؛ وبالنظر إلى بعض نتائج الرد، يجد المطلع أن تميط المرأة السياسية يأتي بشكل أبرز من تميط الرجل السياسي.

التوصيات ..

توصيات المشاركين/ ات لمناقشات العصف الذهني:
تمكن المشاركون في الجلسة من وضع ستة توصيات تلخصت على النحو التالي:

- تطوير قائمة مرجعية بأسماء نساء «خبيرات» يمكن الإعلام اعتبارهن مصادر معلومات ويستند إلى آرائهن في التغطيات/ المقابلات/ التقارير/ القصص الصحفية.
- رفع وعي المجتمع من خلال حملات تعزز مفاهيم العدالة والمساواة وتنبذ الكراهية والتمييز وتمتنع عن تكريس النمطية.
- تطوير دليل مرجعي يوضح صور وأشكال التتميط الإعلامي للمرأة السياسية في وسائل الإعلام.
- تدوين بطولات ونجاحات المرأة الأردنية عبر السنوات ومشاركتها مع الصحفيين والصحفيات ليتم تسليط الضوء عليها.
- سن قانون لنبذ خطاب الكراهية والتمييز يتم اقتراحه من قبل مؤسسات المجتمع المدني.
- تأسيس مرصد لرصد خطاب الكراهية والتمييز ضد النساء في الإعلام مع الاخذ بعين الاعتبار مؤشرات ومعايير المفوضية السامية لحقوق الإنسان.

توصيات المقابلات المعمقة:

تمكن الباحثون من استخلاص 6 توصيات من المقابلات المعمقة على النحو التالي:

- تنظيم الدورات التدريبية المتخصصة للصحفيين/ ات في قضايا المرأة بشكل عام، والمشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص.
- تمكين المرأة السياسية في كيفية التعامل مع الإعلام والتواصل معه، وبناء خطاب إعلامي واضح، وتوعيتها في الجوانب القانونية والتشريعية، وآليات امتلاك والوصول إلى المعلومة.
- العمل على إيجاد استراتيجيات وطنية جادة تضمن منظومة قيمية للحد من التتميط السلبي لصورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام.
- الدعوة إلى تعديل التشريعات والقوانين التي تتضمن تمييزاً وتتميطاً للمرأة وانتقاصاً من دورها ومكانتها في المجتمع.

- العمل على جمع وتوثيق كافة أشكال الإحصاءات المتعلقة بمشاركة المرأة في مراكز صنع القرار والعمل و/ أو النشاط السياسي.
- دعوة مؤسسات الإعلام لتدريب صحافييها على كيفية تغطية قضايا المرأة ورفع حساسيتهم لقضايا الجندر.

توصيات استطلاع الرأي

- إجراء مسح كمي ونوعي للأنشطة التدريبية للإعلاميين والإعلاميات في قضايا حقوق الإنسان، وخاصة ما يتعلق بالمرأة وحساسية النوع الاجتماعي، والجهات التي نفذتها، والأثر المترتب عنها في الممارسة العملية.
- الاهتمام بزيادة تنظيم دورات تدريب نوعية منحصصة للصحفيين/ ات في التالي:
 - حقوق المرأة؛
 - المساواة بين الرجال والنساء؛
 - الجندر (النوع الاجتماعي)؛
 - القواعد المهنية للمساواة بين صورة المرأة السياسية وصورة الرجل السياسي في العمل الإعلامي.
- تنظيم الأنشطة والحملات التوعوية للصحفيين في مسألة «المشاركة السياسية للمرأة».
- حث ودعوة مؤسسات الإعلام لوضع التغطية المتوازنة للرجال والنساء لكوادر العمل الصحفي الذين يعملون لديها.
- حث ودعوة مؤسسات الإعلام على التالي:
 - تعميم مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية بشكل عام، وتغطية المشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص.
 - توفير الصحفيين/ ات المتخصصين/ ات في تغطية قضايا وشؤون المرأة.
 - منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى.

توصيات الرد الإعلامي

يوصي الباحثون بإجراء دراسة خاصة للرد الإعلامي لنمطية صورة مشاركة المرأة السياسية على عينة واسعة من وسائل الإعلام، على عينة واسعة أيضاً من الشخصيات السياسية المدروسة ذكوراً وإناثاً، وذلك بهدف الخروج بنتائج أكثر دقة، وبمعطيات أوسع من تلك التي خرجت بها التجربة الرصدية المخصصة لهذه الدراسة.

01

الفصل الأول

جلسات النقاش والمقابلات

المعمقة

الفصل الأول: جلسات النقاش والمقابلات المعمقة

مقدمة

أجرت الدراسة جلسة عصف ذهني مركزة الأولى استهدفت إعلاميين وإعلاميات وحضرها حقوقيون، والثانية استهدفت أصحاب المصلحة في مسألة الجندرية بشكل عام وشارك فيها أعضاء في مجلس النواب ذكوراً وإناثاً ونشطاء ونشطات حزبيون/ات، وتلا جلستي العصف الذهني مقابلات معمقة مع 9 شخصيات تمتعت بتجارب سياسية وخبرات حقوقية في مجال حقوق المرأة.

يوفر هذا الفصل ما خرجت به أداتي العصف الذهني والمقابلات المعمقة من خلاصات واستنتاجات يمكن القول أنها تنسجم مع منهجية الدراسة وأهدافها، وينسجم بعضها ببعض في العديد من الخلاصات والمؤشرات، وقد توزع الفصل على قسمين جاء توزيعهما بمراعاة السياق العام للدراسة، إذ وضع البحث في نقاشات جلستي العصف الذهني في القسم الأول من الفصل، ثم اللقاءات المعمقة في القسم الثاني بشكل متتالي، ويتضمن كل قسم على أبرز المؤشرات والاستنتاجات والتعليقات والتوصيات.

وقد تمحورت نقاشات جلستي العصف الذهني في تفاصيلها بعدد من الموضوعات والمؤشرات التي تم تصنيفها كل على حدة، وتم فرز تعليقات المشاركين/ات حسب كل مؤشر، وبالنتيجة خرجت نقاشات الجلسة الأولى بـ 7 مؤشرات، والثانية بـ 4 مؤشرات، وقد تشابهت مؤشرات الجلستين إلى حد بعيد فيما بينها، وتلخصت عند دمجها في 8 مؤشرات على النحو التالي:

- ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجندر».
- الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة.
- غياب السياسات التحريرية أو مدونات السلوك المهني التي تعزز منظومة الحقوق والحساسية الجندرية وتجرم التمييز.
- غياب المرأة في مواقع صنع القرار داخل المؤسسات الإعلامية يعزز من تنميط صورة مشاركتها في السياسة.
- غياب الإرادة السياسية الحقيقية لتحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة.
- البيئة التشريعية ما تزال تمييزية لصالح الذكورية.
- مسألة تنميط صورة المرأة السياسية مقابل الرجل السياسي في وسائل الإعلام موجودة وعلى نطاق واسع.
- الأيدولوجية الإعلامية تتحكم في علاقة الوسيلة مع السياسي سواء كان ذكراً أو أنثى.

وتلخصت أبرز مؤشرات واستنتاجات المقابلات المعمقة في 5 مؤشرات واستنتاجات، يلتقي مؤشرين اثنين منها مع ما ورد من مؤشرات في جلستي العصف الذهني، وهما: «الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة في وسائل الإعلام» و«ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة الجندر»، فيما سجلت 3 مؤشرات واستنتاجات أخرى وهي:

- تمكين المرأة السياسية بالمهارات المعرفية والتقنية اللازمة للتعامل مع الإعلام والوصول إلى المعلومات.
- مسألة «المرأة ضد المرأة».
- الخشية من موقف المجتمع في التمييز والتحريض تجاه المرأة السياسية.

وإلى جانب المؤشرات والاستنتاجات التي خرجت بها أداتي العصف الذهني والمقابلات المعمقة وبلغ عددها 11 مؤشراً، فقد تقاطعت العديد من التوصيات في جلستي العصف الذهني والمقابلات، وتدور غالبية التوصيات سواء التي عرضها المشاركون/ات في العصف الذهني أو تلك التي استخلصها الباحثون من المقابلات المعمقة في فلك تدريب الصحفيين والصحفيات على التغطية المتوازنة ومراعاة الحساسية الجندرية إلى جانب تمكين المرأة السياسية على التعامل مع وسائل الإعلام، وذلك كله نعرضه على النحو التالي:

القسم الأول: النقاشات المعمقة

لقد أظهرت جلسة العصف الذهني أن تنميط صورة المرأة في وسائل الإعلام يحدث بشكل واسع، فتقدم المرأة السياسية بشكل مختلف عن الرجل السياسي.

وأعاد كثير من المتحدثين والمتحدثات في الجلستين التنميط إلى الثقافة المجتمعية السائدة، وانتقالها إلى الإعلاميين والإعلاميات على حساب المعايير المهنية والحقوقية.

وأكد المشاركون والمشاركات من الإعلاميين/ات وأصحاب المصلحة سياسيين/ سياسيات/ برلمانيات وبرلمانيين/ ونقائبيين ونقائبيات غياب أو ضعف السياسات التحريرية في المؤسسات الإعلامية ومدونات السلوك المهني التي تضمن تقديم رسالة صحفية تتعد عن التمييز وتراعي الحساسيات الجندرية.

جلسة العصف الذهني التي عقدت بتاريخ 22/2/2020 نوهنا بوجود تشريعات تمييزية لصالح الرجل على حساب المرأة مبينة إلى أن قضية النساء ليست قضية حاضرة عند الدولة، ويمكن التخلي عنها.

وتوصلت المناقشات إلى تركيز العديد من وسائل الإعلام على هفوات وزلات المرأة السياسية أكثر من الرجل، فإن خطأ المرأة يعم ولا يغتفر، وخطأ الرجل السياسي يُخص ويغتفر.

وخلصت بعض الملاحظات إلى أن حالة التمييز السائدة تعكس الخطاب المهيمن في الدولة، موضحة أن الخطاب المهيمن طارد للنساء باعتبارها متعدية على فضاء الشأن العالمي الذي أقرته ذكورية الرجل.

وينبغي القول أن جلستي العصف الذهني التي نظمها مركز حماية وحرية الصحفيين ووضع لها منهجية علمية وأسئلة مرجعية يمكن الاطلاع عليها في الملحق رقم (1)، سعت إلى الاستماع لإجابات مباشرة من مجموعة الإعلاميين والإعلاميات، وكذا الأمر من أصحاب المصلحة المنخرطين بالشأن العام ويستطيعون أن يقدموا إضاءات تغني فرضية الدراسة، وقد خرجت كل جلسة باتجاهات ومؤشرات واضحة تواءمت مع فرضية الدراسة وأهدافها ومحاورها.

وتوزعت مناقشات الجلستين على أربعة محاور رئيسية كالتالي:

المحور الأول: مناقشة عامة لمسألة «الجندر» في وسائل الإعلام المحلية.

المحور الثاني: مناقشة مواقف وانطباعات المنخرطين في العمل السياسي أو النقابي والحزبي لمسألة التمييز الإعلامي لصورة المشاركة السياسية للمرأة في الأردن.

المحور الثالث: مناقشة المعالجات والحلول التي من شأنها تعزيز التوازن الجندي في التغطيات الإعلامية من حيث المشاركة السياسية.

المحور الرابع: مناقشة التشريعات وعلاقتها بمسألة «التمييز الإعلامي»، خاصة ما يتعلق بالتمييز الإعلامي للمرأة في الأردن.

لقد أظهرت مناقشات العصف الذهني في الجلستين أن تمييز صورة المرأة في وسائل الإعلام موجود بشكل واسع ويعمل على تصوير المرأة السياسية بشكل مختلف عن الرجل السياسي، وأن لهذا التمييز عدداً من الأسباب من أبرزها ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجندر»، ودور الثقافة المجتمعية السائدة في التمييز ضد المرأة بشكل عام، وغياب السياسات التحريرية أو مدونات السلوك المهني التي تعزز منظومة الحقوق والحساسية الجنديّة وتجرم التمييز، غياب الإرادة السياسية الحقيقية لتحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين، ومشكلة البيئة التشريعية التي ما تزال تمييزية لصالح الذكورية.

ذهبت بعض آراء المشاركين-ات في المناقشات إلى أن الإعلام يهمل دور المرأة السياسية ويهتم بمظهرها

أكثر من أدائها ومنجزاتها، مقابل تعظيم إنجازات الرجل السياسي، وأن هناك أسباب وعوامل تسهم في هذا التهميش والتمييز، ومنها اهتمام بعض وسائل الإعلام بالمرأة الخارقة للعادة مقابل غياب الاهتمام بالمرأة العادية؛ وأن المرأة السياسية تتواجد وتنشط في الصالونات الاجتماعية، أكثر من تواجدها ونشاطها في الصالونات السياسية، الأمر الذي قد يضعف حضورها في الإعلام.

لقد أشار عدد من المشاركين-ات بأن هنالك ضرورة ملحة لخضوع الممارسين من كلا الجنسين لمهنة الصحافة والإعلام لتدريبات حول الحساسية المراعية لقضايا النوع الاجتماعي، حيث تم استخدام مصطلحات عديدة حول هذه القضية، كان أبرزها مصطلح «غياب الحساسية الجنديّة»، ويمكن أن يفسر ذلك بالرجوع إلى نظرية «حارس البوابة» ونظرية «الغرس الثقافي» وما تطرحه تلك النظريات بأن ما يقوم بنقله الصحفي والإعلامي يعكس بالضرورة مواقف أيديولوجية مسبقة، تحتمل إيجابيات لصالح فئات على حساب فئات أخرى، كما أن مرور الرسائل الإعلامية بمراحل قبل وصولها إلى الجمهور وتغييرها لمراعاة قضايا النوع الاجتماعي إنما يدل بالضرورة على التصورات الذهنية والمرجعيات الثقافية والأيدولوجية التي تعكس رؤية ومنظور الشخص أو المجموعة المسؤولة عن المحتوى الذي تم تقديمه للجمهور.

وضمن مخرجات المجموعات النقاشية المركزة، أكد عدد من المشاركين/ات على ضرورة وجود سياسات تحريرية تراعي مبادئ حقوق الإنسان وتراعي حساسية النوع الاجتماعي، حيث تتفق هذه التوصية مع ما أوصت به الدراسة التي نفذتها منظمة المرأة العربية بعنوان «المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة»، حول ضرورة تفعيل دور الإعلام في تسليط الضوء على كل ما شأنه تعزيز الصورة الإيجابية للمرأة ودحض الصورة النمطية المعتادة وعلى كافة الأصعدة وضمن مختلف القطاعات من خلال تبني سياسات ومنهجيات تدعم وتراعي فروقات النوع الاجتماعي المختلفة.

لقد أكد غالبية المشاركين/ات في المجموعات النقاشية أن مناهج التعليم في كليات ومعاهد الإعلام تمييزية ولا تدعم حقوق المرأة وتمكينها، وبالتالي يوجد حاجة لمراجعة المناهج في المدارس والجامعات لتعديلها.

وخرجت الجلستان بعدد من التوصيات التي وضعها المشاركون من أبرزها العمل على إلغاء و/أو تعديل القوانين التمييزية التي تكرر النمطية والأدوار التقليدية، والعمل مع الصحفيين والصحفيات لتغيير اتجاهاتهم، وكسر الموروث الأبوي والتقليدي الذي يشجع التمييز والأدوار التقليدية للرجل والمرأة، وإنشاء مرصد إعلامي من شأنه رصد ما يتعلق بتمييز صورة

المرأة السياسية في وسائل الإعلام، وتنظيم الدورات التدريبية المتخصصة بالتغطية الإعلامية المتوازنة بين الرجل السياسي والمرأة السياسية للصحفيين وطلبة معاهد وكليات الإعلام.

وينبغي القول أن المؤشرات التي ولدتها النقاشات تتناغم إلى حد كبير مع محاور الدراسة الأربعة التي عرّجنا على ذكرها أعلاه، كما ينبغي القول أن استنتاجات ومؤشرات الإجابة على الاستفسارات التي طرحت في الجلستين جاءت متشابهة إلى حد بعيد مع بعضها البعض، وتؤيد بعضها بعضاً، ونادراً ما خلت من فروقات بسيطة في وجهات النظر، والأمر كذلك ينطبق على التوصيات التي خرجت بها الجلستان وجاءت متشابهة في عدد وافر منها.

أخيراً يتضمن هذا الفصل على أبرز تعليقات المشاركين في الجلستين الأولى والثانية، لكل جلسة مؤسراتها وتوصياتها، وذلك على النحو التالي:

جلسة العصف الذهني الأولى المخصصة للإعلاميين والإعلاميات:

كضيف، كما أكد البعض أن عدد المصادر من النساء أقل منها من المصادر من الرجال نظراً لقلّة العدد من الخبراء أو السياسيين من النساء، لكن البعض الآخر أوضح أن هناك قطاعات مختلفة تتوفر فيها النساء كمصدر ولكن لا يتم اعتمادهم كمصدر، وقد يرجع ذلك إلى أسباب شخصية من المصدر نفسه والتي تتمثل بعدم الرغبة في الظهور، أو لأسباب شخصية من قبل الصحفي الذي قد يبني علاقات صداقة مع مصادر معينة وبالتالي يكرر الرجوع إليها، كما ذكر البعض من أن قوائم المصادر التي يتناولها الصحفيون ذكورا وإناثا قديمة وتحتاج لتحديث، وبالتالي لا يوجد فيها مصادر من النساء بالشكل الكافي، وبالتالي فإن موضوع إدراج مصدر من النساء هو مرجعة شخصي ويعتمد إلى أي درجة يرغب الصحفي في العمل والبحث.

ومن ناحية التشريع؛ أكد البعض بأن الواقع التشريعي والمتمثل بالقوانين والتشريعات مازال قاصراً عن تحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين، وأن هناك قوانين مثل قانون الجنسية وقانون الانتخاب وغيرها تميز ضد المرأة، وبالتالي فإن ما يقدمه الإعلام من تمييز ونمطية ما هو إلا امتداد للواقع المعاش التمييزي، كما أكد البعض أن المناهج المدرسية فيها تنميط، ولا بد من إعادة النظر فيها وتعديلها لتؤكد على مبادئ المساواة والعدالة بين الجنسين.

وينبغي القول أن الكثير من آراء المشاركين من الإعلاميين والإعلاميات وتوصياتهم قد التقت مع آراء المشاركين في جلسة النقاش الثانية لأصحاب المصلحة.

وتالياً أبرز نقاط ومؤشرات مناقشات الجلسة الأولى وتوصياتها، نوردها على النحو التالي:

أولاً: أبرز نقاط ومؤشرات مناقشات الجلسة الأولى:

تلخصت أبرز مؤشرات واستنتاجات جلسة النقاش الأولى المخصصة للإعلاميين في 7 مؤشرات واستنتاجات نعرضها على النحو التالي:

ناقشت جلسة العصف الذهني الأولى المخصصة للإعلاميين والإعلاميات وحضرها حقوقيون، وكما ورد في المقدمة أعلاه، أربعة محاور هي: معارف ومهارات الصحفيين/ات في مسألة الجندر، مواقف وانطباعات الصحفيين بمسألة الجندر والتنميط الإعلامي لمشاركة المرأة السياسية، علاقة التشريعات في التمييز الجندري، مع ضرورة التنبيه إلى أن عناوين المحاور والاستفسارات التي عرضتها الجلسة على المشاركين عكست ما ورد من استفسارات في استطلاع الرأي واللقاءات المعمقة، وتتوفر أسماء الإعلاميين والإعلاميات الذين حضروا الجلسة وشاركوا في نقاشاتها في الملحق رقم (2) ضمن ملحقات الدراسة.

وبالعودة إلى أبرز نتائج المناقشات ضمن المجموعات النقاشية المركزة حول قضايا النوع الاجتماعي ضمن العمل الإعلامي، نجد أن المشاركين وضعوا أفكاراً وتصورات من الممكن أن تنطبق مع «نظرية ترتيب الأولويات»، وما تتضمنه من أن القائم بعملية الاتصال والتواصل مع الجمهور يقوم بمحاولة ترتيب اهتمامات الجمهور وفقاً للقضايا التي تتناسب وتوجهاته الفردية، أو بما يوافق أيديولوجيا المؤسسة الإعلامية في كثير من الأحيان.

وقد أكد غالبية المشاركين من الصحفيين والصحفيات على أنه لا توجد سياسات تحريرية أو مدونات سلوك مهنية تعزز مبادئ حقوق الإنسان وتعالج مسألة الحساسية الجندرية، كما لا توجد سياسات تضع قواعد تكفل عدم التمييز أو ضمان مبادئ العدالة والمساواة، ويرجع الاهتمام بتضمين الجندر في المواد الصحفية لعوامل شخصية نابعة من الصحفي أو الصحفية، كما تساءل البعض عن رؤية المؤسسات والإدارات التحريرية.

إحدى النقاط التي ناقشها المشاركون/ات من الصحفيين هي غياب وجود توزيع عادل للمصادر التي يتم تناولها في المواد الصحفية والإعلامية، وقد أكد البعض أن هذا راجع لصعوبة الوصول للمصدر المرأة في حين أن المصدر الرجل متوفر أكثر ويستطيع التواجد سريعاً

المؤشر الأول: ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجندر»:

أكد غالبية المشاركين وجود ضعف بمعارف الصحفيين ذكورا وإناثا فيما يتعلق بمسألة الجندر، وبالتالي لا يوجد لديهم المعارف والمهارات الكافية لإنتاج محتوى صحفي/ إعلامي ذا حساسية جندرية، وهو ما ذهب إليه مدير التحرير في صحيفة الرأي عبدالكريم الوحش بالقول: «الصحفيون امكانياتهم ضعيفة ومحدودة، ثقافة حقوق الانسان ترف، تحاول تحاور الصحفي في الجندر، بقلك مش فاهم، وبفهم الجندر زي ما بده، وبصير يقلك الجندر تمويل أجنبي». بينما أشار مدير تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة الغد نور الدين الخمايسة إلى «وجود صحفيين لا يعرفون ما هو الجندر»، مؤكدا على «وجود تقصير في تدريب الداخلين الجدد للإعلام على هذه القضية»، ومشيرا إلى أن «20 إلى 30% من الصحفيين الذين تلقوا تدريبات على الجندر يعرفون موضوعه وأهميته وخصوصيته وكيفية التعامل معه». فيما أشارت الإعلامية سوسن زايدة إلى ما وصفته «غياب الحساسية الجندرية عند الصحفيين والصحفيات»، مشيرة إلى أن «لذلك أسباب عديدة منها غياب المفاهيم، وربما بسبب آلية عمل المؤسسات الإعلامية نفسها، أو بسبب قناعات الصحفيين أنفسهم، والسبب الأبرز هو الخلفية الثقافية للصحفيين، والمجتمع الذكوري الذي يستخف بأهمية الحساسية الجندرية»، كما طالب المستشار الإعلامي لشبكة أريج للصحافة الاستقصائية سعد حتر إلى ما أسماه «إحداث تغيير في وسائل الإعلام بالبحث عن إعلاميين أكفاء لديهم القدرة على معالجة قضايا الجندر».

المؤشر الثاني: الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة:

أرجع الغالبية من المشاركين غياب الحساسية الجندرية لعلاقته بالخلفية الثقافية للصحفي أو الصحفية، وأن الصحفي ما هو إلا انعكاس لبيئته ومجتمعه، وما زالت العقلية التمييزية والذكورية تسيطر على الكثيرين، وأن المناهج التعليمية تتضمن على صور نمطية ولا بد من إعادة النظر فيها وتعديلها لتؤكد على مبادئ المساواة والعدالة بين الجنسين. وبالتالي يظهر التنميط في وسائل الإعلام والذي هو رسم أدوار للرجال، وأدوار للنساء. كما أن للتنميط علاقة باختيار ومعالجة وتناول الموضوعات التي تعزز الأدوار التقليدية. ومن ذلك ما ذهب إليه إعلامية في راديو فرح الناس هبة جوهر بالقول: «عدد كبير من الصحفيين ربطوا موضوع الأبوية بالأب، ما في فهم، مش قارم، هناك شيطنة للمشهد من الصحفيين»، وعلقت أيضاً بقولها «عشاء يكون فيه نيميعة سياسية، الصحفي الذكر يكون موجود، وبالتالي يحصل على سبق صحفي ويلمع، الصحفية غير حاضرة في الأماكن الخاصة والمزارع». وكما ذهب إليه المحامية والناشطة الحقوقية هالة عاهد «حاولنا نعمل تدريبات للصحفيين والصحفيات حول الجندر، هوجمنا،

انتو بدكم حقوق المثليين، وتلغوا الأدوار، وبدكم الرجل ينجب!»، وأيضاً كما ذهب إليه القانونية والخبيرة في الجندر سوسن غرايبة بأن «العقلية الذكورية عند النساء، وليس فقط عند الرجال، تنتشر هذا الموروث من هي طفلة، وتعيد إنتاجه». وهو ما ذهب إليه أيضاً مدير التحرير بصحيفة الرأي عبدالكريم الوحش بالقول «يوجد اعتقاد بأن المرأة تصلح للحديث عن قضايا المرأة... هذا متعمد، فيستغرب الناس عندما تكتب المرأة في الشأن السياسي».

وبحسب الإعلامية سهير جرادات فإن «التمييز لا يوجد في السيستم وانما يظهر التمييز بسبب طبيعة الأشخاص، كما ان الصحفيين والصحفيات ياجؤون الى التنميط، وهم أكثر من يعكسون تخلف المجتمع».

المؤشر الثالث: غياب السياسات التحريرية أو مدونات السلوك المهني التي تعزز منظومة الحقوق والحساسية الجندرية وتجرم التمييز:

أكد غالبية المشاركين في مجموعة النقاش أنه لا يوجد سياسات تحريرية أو مدونات سلوك تعزز مبادئ حقوق الإنسان والحساسية الجندرية، كما لا توجد سياسات تضع قواعد تكفل عدم التمييز أو ضمان مبادئ العدالة والمساواة، ويرجع الاهتمام بتضمين الجندر في المواد الصحفية لعوامل شخصية تابعة من الصحفي أو الصحفية، كما تساءل البعض عن رؤية المؤسسات والإدارات التحريرية، وناقش المشاركون سؤال هل تقود وسائل الإعلام المشهد أو الرأي العام أم تنقاد وراء تحقيق مبيعات ومشاهدات أكثر، وقد أكد البعض أن المؤسسات الإعلامية تنقاد ولا تقود المشهد بعكس المفروض. وهو ما ذهب إليه المحامية الحقوقية هالة عاهد «الأمور متروكة لمفاهيم الصحفيين والصحفيات، ولا يوجد سياسات واضحة أو ضوابط تحريرية».

أحد النقاط التي تطرق لها المشاركون والمشاركات هي غياب توزيع عادل للمصادر التي يتم تناولها في المواد الصحفية والإعلامية، وقد أكد البعض أن هذا راجع لصعوبة الوصول للمصدر (المرأة)، في حين أن المصدر (الرجل) متوفر أكثر ويستطيع التواجد سريعا كضيف، كما أكد البعض من أن عدد المصادر من النساء أقل منها من المصادر من الرجال نظرا لقلّة العدد من الخبراء أو السياسيين من النساء، من جهة أخرى أوضح البعض أن هناك عدداً لا بأس به من الخبراء والسياسيين من النساء ومن قطاعات مختلفة ولكن لا يتم اعتمادهم كمصادر، وقد يرجع ذلك إلى أسباب شخصية من المصدر بعدم الرغبة في الظهور، أو لأسباب شخصية من قبل الصحفي الذي قد يبني علاقات صداقة مع مصادر معينة وبالتالي يكرر الرجوع إليها، كما ذكر البعض الآخر من أن قوائم المصادر التي يتناولها الصحفيون ذكورا وإناثا قديمة وتحتاج لتحديث، وبالتالي لا يوجد فيما مصادر من النساء بالشكل الكافي، وأن موضوع إدراج مصدر من النساء

مردّه شخصي ويعتمد على أي درجة يرغب الصحفي في العمل والبحث عن مصادر من النساء.

ومن جملة التعليقات بهذا الشأن ما علقته به الإعلامية في راديو فرح الناس هبة جوهر بقولها «عدم وجود مصدر سيدة في القطاع الحكومي، لا يوجد عدد كاف من الناطقين الإعلاميين من النساء، كلهم من الرجال». وترى الإعلامية سوسن زايدة وجوب تغيير السياسة التحريرية، وتحديث قوائم الاسماء للمصادر، ويجب إعادة النظر بالتنوع في القضايا وفي زوايا الطرح في المؤسسات الإعلامية ولدى الصحفيين والصحفيات، مشيرة الى اننا كلما اتجهنا الى التسييس فإننا نذهب الى الذكر اكثر، وكلما ذهبنا الى القضايا الانسانية كال تعليم والصحة والقانون وغيرها فستكون الغلبة فيها للحضور النسائي، خاصة للقول» يجب تغيير قواعد اللعبة».

كما نفى مدير تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة الغد نور الدين الخمايسة وجود أي سياسة تتعلق بالجنس في مؤسسته يمكنه تطبيقها، ووافقته الصحفية بالجريدة هديل غبون قائلة «لا توجد أي سياسة في المؤسسات الإعلامية تراعي الجنس»، وأكد على ذلك رئيس تحرير موقع الأول نيوز أسامة الرنتيسي قائلاً «ان معظم المؤسسات الإعلامية لا توجد فيها سياسات اعلامية تتعلق بقضايا الجنس وتبقى الامور مبنية على العلاقات الشخصية فقط».

المؤشر الرابع: غياب المرأة في مواقع منع القرار داخل المؤسسات الإعلامية يعزز من تنميط صورة مشاركتها في السياسة:

أكد بعض المشاركين أن المتحكم في المشهد الإعلامي هو الرجل، وبالتالي يوجد غياب للمرأة في المؤسسات الإعلامية، وأن أصحاب القرار والسلطة هم من الذكور الذي يفرضون أنماطاً وموروثات سلبية وغير حساسة للجنس. وهو ما ذهبت إليه الإعلامية في راديو فرح الناس هبة جوهر بقولها «الصحفيون هم نتاج المجتمع، تربوا عليه، ووسائل الإعلام لا تقوم بأي دور رقابي توعوي، هي تنساق وراء المجتمع، رؤساء التحرير جزء من منظومة المجتمع ويعززوا نفس السياق الموجود».

غياب المرأة في مواقع صنع القرار لدى مؤسسات الإعلام خلق نمطية أخرى داخل المؤسسات الإعلامية بحيث أصبحت الصحفية هي المعنية بقضية المرأة وتغطية أخبارها، في حين أن الصحفي الرجل يغطي مواضيع ذات علاقة بالشأن السياسي، وبالتالي أصبح هناك تنميطاً للأعمال والمواضيع التي يتم تغطيتها من قبل الصحفيين والصحفيات بناء على الجنس. وهو ما ذهبت إليه الصحفية بجريدة الغد اليومية هديل غبون بقولها «المواقع القيادية في المؤسسات الإعلامية تخلو من النساء مما يجعل من الإدارات الإعلامية غير مبنية على الجنس». وتؤكد الإعلامية سهير جرادات ان

«ربع اعضاء نقابة الصحفيين من النساء، إلا أن المرأة لا تتواجد في مواقع قيادية في المؤسسات الاعلامية، ويتم تجاهل درجتها الوظيفية، ويصبح وجودها احياناً كصورة تزيينية فقط، مما يفقدها القدرة على وضع السياسات الاعلامية بما في ذلك القضايا المتعلقة بالجنس».

المؤشر الخامس: غياب الإرادة السياسية الحقيقية لتحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة:

أكد بعض المشاركين أن قضية المرأة هي ليست أولوية للدولة الأردنية، وهي ترف، وهي قضية تجميلية وليست ذات أولوية وطنية. وهو ما ذهب إليه المستشار الإعلامي في مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية سعد حتر بالقول «الأردن يوقع على مواثيق دولية، ولكن ما في قرار سياسي لتمكين المرأة». ووفقاً للمحامية هالة عاهد فإن «قضية النساء ليست قضية الدولة الحاضرة، ومن السهل تخلي الدولة عنها».

المؤشر السادس: البيئة التشريعية ما تزال تمييزية لصالح الذكورية:

أكد بعض الصحفيين والصحفيات أن الواقع التشريعي مازال قاصراً عن تحقيق العدالة والمساواة بين الجنسين، وأن هناك قوانين مثل قانون الجنسية وقانون الانتخاب وغيرها تميز ضد المرأة، وبالتالي فإن ما يقدمه الإعلام من تمييز ونمطية ما هو الا امتداد للواقع المعاش التمييزي. كما تحدث بعض الحاضرين من الخبراء من أن قانون الجرائم الالكترونية وتحديد المادة (11) والتي تتعلق بالقدح والذم تنطبق بطريقة تمييزية، فإذا استخدم الرجل هذا الحق يتم دعمه وتأييده، أما إذا استخدمت المرأة هذا الحق، فيتم فرض ضغوطات عليها للتنازل.

المؤشر السابع: مسألة تنميط صورة المرأة السياسية مقابل الرجل السياسي في وسائل الإعلام موجودة وعلى نطاق واسع:

ظهر خلال مناقشات المشاركين، بأن وسائل الإعلام تتناول تغطية أخبار المرأة السياسية بشكل مختلف عن الرجل السياسي، فأكدوا على أنه يتم التركيز على هفوات وزلات المرأة السياسية بشكل أكبر من الرجل السياسي، ويتم انتقادها أكثر والتشكيك بقدراتها، وأشاروا أن وسائل الإعلام أحياناً تركز على شكل وهيئة المرأة السياسية أكثر من زميلها الرجل السياسي، وبينوا أن المساحة المعطاة للمرأة السياسية غير كافية وقليلة إذا ما قورنت بالمساحة المعطاة للرجل السياسي. وهو ما ذهبت إليه المحامية هالة عاهد بقولها «إن الإعلام يركز على هفوات النائبات اكثر من النواب، وإذا اخطأت المرأة السياسية فانه يتم مهاجمة كل النساء لكن إذا اخطأ الرجل فانه يتهم لوحده منفرداً باعتباره يمثل نفسه فقط».

وتشير الإعلامية «هبة الحياة» عبيدات الى ان «الاعلام يلجأ الى توظيف المرأة شخصياً كلباسها وحركتها ولهجاتها بخلاف الرجل الذي لا يهتم بالإعلام بمثل هذه التفاصيل لديه، مؤكدة ان بعض النساء الاعلاميات يعززن ايضاً الصورة النمطية للمرأة السياسية».

ثانياً: توصيات المشاركين/ ات لمناقشات الجلسة الأولى:

تمكن المشاركون في الجلسة من وضع ثمانية توصيات تلخصت على النحو التالي:

- العمل على إلغاء و/ أو تعديل القوانين التمييزية التي تركز النمطية والأدوار التقليدية.
- العمل على تعديل المناهج التعليمية في كليات ومعاهد الإعلام لتكون مناهج تعزز مبادئ حقوق الإنسان ومبادئ العدالة والمساواة بين الجنسين.
- تدريب الصحفيين والصحفيات بالإضافة الى تدريب موظفي الإدارات التحريرية لتحسين معارفهم ومهاراتهم فيما يخص مفهوم «الجندر» وأسس

- الكتابة الصحفية الحساسة للنوع الاجتماعي.
- تدريب الصحفيين والصحفيات والعمل معهم لتغيير اتجاهاتهم وكسر الموروث الأبوي والتقليدي الذي يشجع التمييز والأدوار التقليدية للرجل والمرأة.
- الحاجة لوجود مدونات سلوك وسياسات تحريرية تدعم الحساسية الجندرية ومراعاة عدم التمييز وتحقيق أسس العدالة والمساواة عند القيام بالتغطيات الصحفية والإعلامية.
- الحاجة لإعطاء المرأة السياسية مساحة أكبر في التغطيات الصحفية والإعلامية.
- الحاجة لتدريب المرأة السياسية على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام.
- الحاجة لدراسة ومراقبة التعليقات التي تظهر على وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لأنها أحد أشكال التمييز والخطر الذي سيزداد خلال السنوات القادمة.

جلسة العصف الذهني الثانية المخصصة لأصحاب المصلحة:

جبهة العمل الإسلامي أسيل شعبان، ومن النقابات رئيسة لجنة التعليم الخاص في نقابة المعلمين عبير الأخرس، ومن مؤسسات المجتمع المدني الأمين العام لمندى الوسطية مروان الفاعوري، المدير التنفيذي لمكتب الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في المركز الدولي لقوانين منظمات المجتمع المدني، مديرة مركز دراسات المرأة في الجامعة الأردنية د. ميسون العتوم، نائبة رئيس جمعية الحقوقيين المحامية نور الإمام، مدير برنامج راصد في مركز الحياة عمرو النوايسة، ومن خبراء حقوق الإنسان رياض الصبح.

أظهرت مناقشة الجلسة الثانية أن مشكلة تمييز صورة المرأة السياسية ناتج عن عقل الدولة، وأن مؤسسات الإعلام ليست واحدة لكن هناك مزاجية في تمييز صورة المرأة السياسية، وأن المرأة السياسية لا تنخرط في الصالونات السياسية ويكون انخراطها أكثر في الصالونات الاجتماعية الأمر الذي يعمل على تقليص حضورها في الإعلام، وأن هناك غياب للمرأة في مواضيع الاقتصاد والعلاقات الخارجية، وأن الإعلام يهتم بالمرأة الخارقة للعادة ولا يهتم بالمرأة العادية، وأن الإعلام يهتم بالمرأة الخارقة للمرأة وإنجازاتها مقابل تعظيم إنجاز الرجل السياسي، وأن النساء ينتقدن أنفسهن، وأن هناك تغطيات إعلامية تهتم بمظهر المرأة السياسية أو هفواتها أكثر من أدائها ومنجزاتها.

وأكد عدد من المشاركين/ ات على أن صراع الخطابات يعكس هيمنة أيديولوجيا المجتمع أو الدولة مما ينعكس سلباً على المرأة السياسية مقابل خطاب الذكورية

استهدفت جلسة العصف الذهني الثانية وبشكل قصدي أصحاب المصلحة في مسألة تمييز صورة المشاركة السياسية للمرأة من الشخصيات السياسية من أعضاء في مجلس النواب وحزبيين/ ات، ونقابيين/ ات، وأصحاب خبرة في مجال الجندر وحقوق الإنسان من نشطاء في العمل المدني العام، وتضمنت على عدد من الأسئلة والاستفسارات التي جاء بعضها متشابهة مع أسئلة العصف الذهني الأولى المخصصة للإعلاميين، وبعضها الآخر جاء مخصصاً للسياسيين والسياسيات حسب المنهجية التي يمكن الاطلاع عليها في الملحق رقم (1).

وطرحت الجلسة لعدد من الاستفسارات والأسئلة المرجعية بلغ عددها 15 استفساراً تصب في النهاية إلى أربعة محاور هي مسألة «الجندر» في وسائل الإعلام المحلية، المواقف والانطباعات لمسألة التمييز الإعلامي لصورة المشاركة السياسية للمرأة في الأردن، المعالجات والطلول التي من شأنها تعزيز التوازن الجندري في التغطيات الإعلامية من حيث المشاركة السياسية، وعلاقة التشريعات بمسألة «التمييز الإعلامي»، وتوزعت الجلسة على قسمين للمناقشة، القسم الأول ويتضمن «الأسئلة المرجعية» لموضوع الجلسة، والثاني يناقش «التوصيات والطلول المقترحة»،

وشارك في الجلسة من النواب كل من النائب خالد رمضان، علياء أبو هليل، ديمة طهوب ووفاء بني مصطفى، ومن السياسيين/ ات عضو مجلس محافظة العاصمة د. ميرفت العبادي، ومن الأحزاب رئيسة لجنة المرأة في حزب النداء سميرة حمزة، ورئيسة لجنة التربية في حزب

المؤشر الثاني: الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة:

أكد عدد من السياسيين والسياسيات أن الثقافة المجتمعية هي ثقافة ذكورية وتمييزية. ومن جملة ما ذهبوا إليه تعليق النائب في البرلمان الأردني وفاء بني مصطفى بقولها «عندما وقفنا مع فاطمة، قالوا لنا أنتم تدافعون عن المثلية، في الوقت الذي لم يدافع أحد عن موقفنا، كما قيل عن فداء الحمود أنها ضد الدين عندما دافعت عن قانون الأحوال الشخصية». وتقول «عندما نتحدث عن الاقتصاد والعلاقات الخارجية تخيب النساء تماما، لأن الإعلام يأتي بالمرأة عندما تكون سوبر وومان (Super Women)، ويتم محاكمة النساء اللواتي يمارسن ادوارهن الانثوية كأم واهت وزوجة وسياسية لأن حديث المرأة عن بيتها وعائلتها ليس نقيصة، لكن المشكلة هي في ثقافة الحياء والتنميط الاعلامي للمرأة ودورها».

وأشار النائب خالد رمضان الى الشريعة الدولية لحقوق الانسان قائلا ان «الجنس ليس للنساء فقط بل وللرجال، وعندما استشهد بالشريعة الدولية لحقوق الانسان فإنها لن تكون مذلة بالعادات والتقاليد، ولكن عندما اتحدث عن المرأة يصبح الحديث مستوردا ومُتهدما»، مضيفا «ان الموقف من الانسان هو موقف سياسي وفي جوهره هو موقف اقتصادي اجتماعي، ولكن عند الحديث حول عمل المرأة في الليل يصبح محرما، وندفع بكل الأسباب تجاه ذلك، ويصبح الاتهام بموضوعة الجنس والعمل، وكأن هناك شياطين تلبست بموضوع التحرش الجنسي مثلا».

وأكدت عضو مجلس محافظة العاصمة د. ميرفت العبادي أن «المرأة والمجتمع والإعلام والتشريعات ساهمت جميعها في إضعاف المرأة التي يتوجب عليها مقل شخصيتها وتجربتها». وتؤكد النائب عليا أبو هليل على «وجود تمييز ظاهر في تغطية المرأة قياسا بتغطية الرجل لكون الإعلام لا يتعامل مع طلب الموضوع، فضلا عن وجود تنمر على المرأة لكونها امرأة فقط».

المؤشر الثالث: الأيدولوجية الإعلامية تتحكم في علاقة الوسيلة مع السياسي سواء كان ذكرا أو أنثى:

أكد بعض المشاركين من السياسيين والسياسيات خلال مجموعة النقاش أن لوسائل الإعلام أجندات وأيدولوجيات ومصالح معينة هي التي تحدد شكل العلاقة مع السياسي سواء كان ذكرا أم أنثى. وذلك ما ذهبت إليه علي سبيل المثال. النائب في البرلمان الأردني وفاء بني مصطفى في تعليقها «يجب أن نسأل من يملك الإعلام، مُنعت من الظهور على بعض القنوات، ولا أعرف السبب، من نسأل؟ الموضوع مصالح وأيدولوجيات».

المهيمن والمسموع، ولذلك فكل الخطابات المهيمنة هي خطابات طاردة للنساء، باعتبار المرأة متعدية على فضاء الشأن العام الذي أقرته ذكورية المجتمع، وهذا ما تؤكد نظرية تقسيم الفضاءات والتي ترتبط بدور المرأة والرجل من الناحية البيولوجية ووفقاً لما يخدم السلطة الذكورية، بالإضافة إلى نظرية شرعنة الخطاب، وتحديداً الخطاب والإيديولوجيا التي تعكس انتماء المرأة إلى الفضاء الداخلي واستبعادها من الفضاءات العامة بما فيها مجال المشاركة السياسية.

وبخصوص اللغة التي يتم توصيف المرأة بها في مجال المشاركة السياسية، ووفقاً لما وصفته إحدى البرلمانيات في مناقشات الجلسة الثانية لأصحاب المصلحة بأنها «خاصة رخوة» وبأن الإعلام يتعمد في بعض الأحيان إظهار صورة المرأة المستضعفة وغير المتمكنة ضمن التغطيات الإعلامية المختلفة، وهذا ما أظهرته دراسة سابقة بعنوان «المرأة القوية بلغة عاجزة: تحريف وسائل الإعلام للمرأة الأفريقية في السياسة»³، والتي أكدت على استخدام وسائل الإعلام لمصطلحات وتعابير تعطي انطباعاً على الضعف والاستهانة بقدرات المرأة وتحديداً في مجال المشاركة السياسية، كما ويتفق ذلك مع أبرز ما جاءت به نتائج دراسة «المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة»، والتي تشير إلى أن أزمة الخطاب الإعلامي العربي هي إشكالية جدلية يتشارك فيها المرأة والرجل على حد سواء، وأن صورة المرأة في الإعلام لا تعكس الجانب الفعلي والواقعي لمشاكل المرأة وطموحاتها الحقيقية، وإبراز دورها الواقعي في بناء المجتمع بالبلدان العربية.

أولاً: أبرز نقاط ومؤشرات مناقشات الجلسة الثانية:

تلخصت أبرز مؤشرات واستنتاجات جلسة النقاش الثانية المخصصة لأصحاب المصلحة في 4 مؤشرات واستنتاجات، غالبيتها جاء متشابهاً ومؤيداً إلى حد بعيد مع مؤشرات واستنتاجات الجلسة الأولى، نعرضها على النحو التالي:

المؤشر الأول: ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجنس»:

أكد غالبية المشاركين/ ات وجود ضعف بمعارف الصحفيين ذكورا وإناثا فيما يتعلق بمفهوم الجنس والتغطية الإعلامية الحساسة للجنس، حيث ذهبت القانونية والنقابية في نقابة المحامين نور الإمام إلى القول «الإعلاميين أنفسهم ليس لديهم بعد جنس، ولا معرفة، كثير منهم خاصة في البرامج الصباحية يسيئون للمرأة، يعكسون ثقافتهم ويستخفون ويقللون من قيمة المرأة».

³ Jemima Asabea, Andersona Grace, Diabab Patience and Afrakomah Mensac, Powerful women in powerless language: Media misrepresentation of African women in politics (the case of Liberia), Journal of Pragmatics, Volume 43, Issue 10, August 2011, pp 2509-2518 Available online [https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216611000555?via%3Dihub], last visited 11 October 2020.

لها عودي للشأن الخاص، ويقال لها اقعدني يا هنديا،
الفضاء ليس فضاء المرأة».

ويجد الخبير والناشط في حقوق الإنسان رياض صبح
أن هناك تمييزاً ضد المرأة السياسية وهو تمييز مركب،
حيث يعمد الإعلام إلى شيطنة المرأة وقد يصل للمس
بأخلاقها بقوله «بالنسبة للمرأة، فالتمييز مركب، قد
يتكلم الرجل فيصير عليه انتقادات، أما إذا كانت امرأة،
يتم شيطنتها، وبحكوا أجندة تمويل، وبدخلوا بأخلاقيات
النساء وأنهن ضد الدين، التمييز ضد النساء واضح ومركب،
ونمطي وغير محدود».

وذهب البعض إلى القول بأن المرأة السياسية يتم
انتقادها أكثر، والتشكيك بقدراتها، كما تحدث البعض
عن أن وسائل الإعلام في بعض الأحيان تركز على شكل
وهيئة المرأة السياسية، بالإضافة إلى التغول على
حياتها الشخصية أكثر من زميلها الرجل السياسي. ومن
هذه التعليقات ما علقته به النائب في البرلمان د. ديمة
طهوب بقولها «المرأة تعتبر خاصرة رخوة، وهناك
عدة وجوه يتم التعامل فيها مع المرأة، وهناك فئات
نسائية حزبية تتدخل في رسم صورة المرأة، مما يبقي
الصراع قائماً بين النساء من خلال تصويرهن مستضعفات،
ومشكلة التنميط تتمثل بمقارنة فلانة بفلانة، والأصل
أن نتعامل مع المرأة نفسها قياساً بتجربتها الشخصية.
وتضيف أن «التيارات السياسية أيضاً ساهمت بإضعاف
المرأة»، مؤكدة أن «المهارة الذاتية للمرأة لها دور في
بروزها الإعلامي، كما ان هذه المهارة وهذا البروز له
دور أيضاً في استهداف المرأة».

وقد أكد البعض من أن المساحة المعطاة للمرأة
السياسية غير كافية وقليلة إذا ما قورنت بالمساحة
المعطاة للرجل السياسي. هذا ما ذهبت إليه الناشطة
والنقابية في نقابة المحاميين الأردنيين نور الإمام
بقولها «هناك تركيز من قبل الإعلام على سلبيات المرأة،
ولكن ماذا لو صدرت عن رجل؟!، ما سمعنا عن باقي
الرجال النواب اللي ما بحكوا ولا ما بحضروا بحسب تقرير
راصد، المرأة إذا أخطأت بنحكي عنها»، مضيفاً أن «الإعلام
يؤدي دوراً مسيئاً للمرأة السياسية، وهناك تصيد لضرب
النساء بعضهن ببعض»، ودعت إلى ضرورة التفريق بين
الإعلام الحكومي والإعلام المؤدلج والإعلام الخاص.

وترى د. ميسون أن صراع الخطابات يعكس ايديولوجيا
المهيمن على المستوى الشعبي أو الدولة أو الجهات
الخارجية مما ينعكس على المرأة السياسية في مواجهة
خطاب الذكورية المهيمن والمسموع، فالمرأة بنظر اليها
بعيون الذكر، ولذلك فكل الخطابات المهيمنة هي خطابات
طاردة للنساء، باعتبار المرأة متعدية على فضاء الشأن
العام الذي اقرته ذكورية المجتمع، متسائلة «لماذا نغفر
أخطاء الذكور بينما خطأ المرأة غير مغفور؟».

وأشار المشاركون/ ات إلى أن العلاقات الشخصية
وعلاقات المصلحة تلعب دوراً كبيراً في كيفية تغطية
الإعلام لأخبار السياسيين من الذكور والإناث، فالعلاقات
الجيدة تفرز تغطية جيدة، والعلاقات غير الجيدة تفرز
تغطية تمييزية وانتقادية لاذعة في بعض الأحيان
وبغض النظر عن الجندر. وهو ما أكدته النائب في
البرلمان الأردني د. ديمة طهوب بتعليقها «قالها لي
صحفي مرة، لو كانت أخباركم عن الذرة أو الذرة فلن يتم
تغطيتها، هناك حسابات سياسية معينة، فيتم احتضان
شخص معين لأنه من تيار معين ويتم إبرازه».

ومن جملة التعليقات التي أثارها أصحاب المصلحة
أن النساء وبحكم المجتمع هن أقل قدرة على بناء
العلاقات والصدقات مع الصحفيين نظراً لعدم قدرتهن
على دخول الصالونات السياسية والتجمعات، والتي في
كثير من الأحيان تكون حكراً على الرجال. هذا ما ذهبت
إليه على سبيل المثال النائب في البرلمان وفاء بني
مصطفى بقولها «السياسيون ليسوا واحد، ولكن هناك
انتقائية ومزاجية في التغطية، مدى انخراط النساء
في الصالونات السياسية أقل، وبالتالي شبكة العلاقات
أقل». وتؤكد المحامية نور الإمام ان «تركيز الإعلام
على سلبيات المرأة أكثر منه على سلبيات الرجال،
ولذلك فإن الإعلام يؤدي دوراً مسيئاً للمرأة السياسية،
وهناك تصيد لضرب النساء بعضهن ببعض، مسيرة إلى
ضرورة التفريق بين الإعلام الحكومي والإعلام المؤدلج
والإعلام الخاص».

كما أكد عدد من المشاركين/ ات من أن المرأة السياسية
لا تملك المهارات الكافية للتعامل مع الإعلام مقارنة
بالسياسي الرجل. هذا ما ذهب إليه على سبيل المثال
مدير برنامج راصد في مركز الحياة لتنمية المجتمع
المدني عمرو النوايسة بقوله «يجب أن نلوم أنفسنا
ما كنا السيدات للتعامل مع الإعلام»، مشيراً أن الإعلام
بالتركيز على مصدر واحد فقط، لأسباب عديدة منها
العلاقات الشخصية، وامتلاك المعلومة، والقدرة في
التواصل مع وسائل الإعلام».

المؤشر الرابع: مسألة تنميط صورة المرأة السياسية مقابل الرجل السياسي في وسائل الإعلام موجودة وعلى نطاق واسع:

أظهرت مناقشات المشاركين من أصحاب المصلحة أن
وسائل الإعلام تتناول تغطية أخبار المرأة السياسية
بشكل مختلف عن الرجل السياسي، وقد أكدت الغالبية أن
التركيز الإعلامي على هفوات وزلات وسلبيات وإخفاقات
المرأة السياسية يتم بشكل أكبر من الرجل السياسي.
وهو ما علقته به على سبيل المثال مديرة مركز دراسات
المرأة في الجامعة الأردنية د. ميسون العتوم «نشهد
كثيراً من الإخفاقات يقوم بها الذكور، ولكن لماذا المرأة
خطأؤها كبيراً؟! وتعتبر متعدية على الشأن العام، ويقال

وأكد النائب خالد رمضان أن «الإعلام ليس واحدا ولكن بالإجمال نحن نقرأ صورة التنميط للمرأة»، مشيراً إلى أن «الإعلام سيضطر لإعطاء المرأة السياسية الدور والمساحة عندما تكون حاضرة وفاعلة وتفرض وجودها في الإعلام». ووفقاً لرئيسة لجنة التربية في جبهة العمل الإسلامي عبير الأخرس فإن «وجود المرأة في كثير من الأحيان في وسائل الإعلام وجوداً ديكوريا وليس لأنها كفؤاً، وإذا لم تكن المرأة خارقة للعادة فهناك البديل الجاهز للظهور، والرجل العادي يتم إبراز دوره في الإعلام أكثر من إبراز دور المرأة العادية».

ثانياً: توصيات المشاركين/ ات لمناقشات الجلسة الثانية:

تمكن المشاركون في الجلسة من وضع ستة توصيات تلخصت على النحو التالي:

- إعداد قائمة بأسماء الخبراء والسياسيات من النساء ومشاركتها مع الصحفيين والصحفيات.
- رفع وعي المجتمع من خلال حملات تعزيز مفاهيم العدالة والمساواة وتنبذ الكراهية والتمييز والصورة النمطية.
- وضع مظلة حقوقية واحدة كمرجعية للاحتكام لصور وأشكال التنميط الإعلامي للمرأة في وسائل الإعلام.
- تدوين بطولات ونجاحات المرأة الأردنية عبر السنوات ومشاركتها مع الصحفيين والصحفيات ليتم تسليط الضوء عليها.
- سن قانون لنبذ خطاب الكراهية والتمييز يتم اقتراحه من قبل مؤسسات المجتمع المدني.
- تأسيس مرصد لرصد خطاب الكراهية والتمييز ضد النساء في الإعلام مع الاخذ بعين الاعتبار مؤشرات ومعايير المفوضية السامية لحقوق الإنسان.

القسم الثاني: المقابلات المعمقة

اتفق سياسيون وسياسيات أن الثقافة الاجتماعية السائدة تسهم إلى حد كبير في ترميم صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام.

ونبهت المقابلات المعمقة التي نفذتها الدراسة إلى ثقافة المجتمع التي تفرض نفسها على تغطية وسائل الإعلام، ولا يظهر الإعلاميون بما فيهم الإعلاميات اهتماماً كبيراً بقضايا المرأة وكأنهم غير معينين بمشاركتها السياسية.

وأظهرت المقابلات التي أجريت مع تسع شخصيات من بينهم وزيرات ووزراء سابقين ونقابيات وناشطات في المجتمع المدني أن الإعلام في سمته العامة يكرس صورة المرأة ربة المنزل، وتبقى صورة الرجل المهيمن.

ولغايات هذه الدراسة تم بناء (مقياس) خاص بأداة المقابلة المعمقة، والمتعلقة بتنفيذ مقابلات مع عدد من أصحاب المصلحة وصناع القرار، وذلك وفقاً لاستمارة أسئلة ممنهجة تم تصميمها لتحقيق هذه الغاية. اشتملت على عدد من الأسئلة المفتوحة والتي تحاول الإجابة على أبرز الأسباب الكامنة وراء التنميط الحاصل في الإعلام بقضية المشاركة السياسية للنساء في الأردن، بالإضافة إلى اقتراح بعض الطرق والآليات التي من شأنها ان تدعم قضية مشاركة المرأة السياسية، ويمكن الاطلاع عليها في الملحق رقم (1) لهذه الدراسة.

لقد تمحورت أسئلة المقابلات في 10 أسئلة مرجعية رئيسية مستمدة من أسئلة الدراسة وغاياتها، وهي:

1. ما هو التدريب الافضل الذي تحتاجه المرأة لتحسين حضور مشاركتها السياسية في الإعلام؟
2. كيف ومتى واين يمكن ان تكون المشاركة السياسية للمرأة أكثر تأثيراً في الإعلام؟
3. من المسؤول عن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟
4. الى اي مدى تتحمل المرأة المسؤولية عن ضعف تمثيلها في وسائل الإعلام؟
5. هل توافق / ين على وجود سياسات تحريرية وادارية في وسائل الإعلام لتنميط صورة المشاركة السياسية؟
6. كيف تؤثر ثقافة المجتمع «الذكوري» في التحيز الاعلامي ضد المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام؟
7. ما هي أبرز المشكلات التي تواجه المرأة مع الاعلام؟
8. هل تعتقد / ين أن الحكومة والتشريعات تمارس تمييزاً ضد المرأة وتدفع لتنميط صورة مشاركتها السياسية في الاعلام؟ وكيف؟
9. الى اي مدى تعتقد / ين ان المجتمع الاردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة؟
10. هل مشكلة المشاركة السياسية للمرأة مع الاعلام ام مع المجتمع ام مع إمكانياتها المحدودة؟

وينبغي القول أن مخرجات اللقاءات المعمقة ذهبت بالتوافق والتناسب إلى حد بعيد مع مناقشات العصف الذهني المعمقة، ونتائج استطلاع رأي الصحفيين، كما انسجمت مع المحاور الرئيسية الأربعة للدراسة وهي: معارف الصحفيين/ ات، سياسات غرف الأخبار، الانطباعات والتشريعات المتعلقة بمسألة «الجندر» بشكل عام وتنميط صورة المشاركة السياسية في وسائل الإعلام بشكل خاص، وخرجت بمؤشرات واستنتاجات تنسجم في بعضها مع مؤشرات جلستي العصف الذهني الواردة في القسم السابق من هذا الفصل، إضافة إلى مؤشرات أخرى جديدة لم ترد في مؤشرات العصف الذهني، كما تمكن الباحثون من استخلاص 6 توصيات تدور غالبيتها في فلك تدريب الصحفيين والصحفيات على التغطية

المتوازنة ومراعاة الحساسية الجندرية في تغطية المشاركة السياسية للمرأة، وتمكين المرأة السياسية في التعامل مع وسائل الإعلام.

أولاً: أبرز نقاط ومؤشرات المقابلات المعمقة:

تلخصت أبرز مؤشرات واستنتاجات المقابلات المعمقة في 5 مؤشرات واستنتاجات يلتقي مؤشران اثنان منها مع ما ورد من مؤشرات في جلستي العصف الذهني، وهما: «الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة في وسائل الإعلام» و«ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة الجندر»، فيما سجلت 3 مؤشرات واستنتاجات أخرى وهي: «تمكين المرأة السياسية بالمهارات المعرفية والتقنية اللازمة للتعامل مع الإعلام والوصول إلى المعلومات»، «مسألة المرأة ضد المرأة»، و«الخشية من موقف المجتمع في التمييز والتحريض تجاه المرأة السياسية».

وتقاطعت مخرجات عديدة بين مجموعات النقاش والمقابلات المعمقة، ففي حين أشار المؤشر السابع من مؤشرات مجموعة النقاش الأولى إلى أن مسألة تنميط صورة المرأة السياسية مقابل الرجل السياسي في وسائل الإعلام موجودة وعلى نطاق واسع، أشارت المقابلات المعمقة في مؤشرها الثاني إلى أن الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة في وسائل الإعلام.

وأكد غالبية المشاركين في الجلسات المعمقة وجود ضعف بمعارف الصحفيين ذكورا وإناثا فيما يتعلق بمسألة الجندر، وبالتالي لا يوجد لديهم المعارف والمهارات الكافية لإنتاج محتوى صحفي/ إعلامي ذا حساسية جندرية، وهو ما تكرر في المؤشر الثالث للمقابلات المعمقة حيث أشارت بعض الآراء إلى عدم وجود وعي كافي لدى الصحفيين تجاه قضايا المرأة والنوع الاجتماعي، وغياب التغطية المراعية لحساسية النوع الاجتماعي في كثير من الأحيان.

ونعرض مؤشرات المقابلات المعمقة على النحو التالي:

المؤشر الأول: تمكين المرأة السياسية بالمهارات المعرفية والتقنية اللازمة للتعامل مع الإعلام والوصول إلى المعلومات:

أشار أغلبية المستجيبين من كلا الجنسين إلى أن هنالك حاجة ملحة إلى تمكين السيدات المشاركات في المجال السياسي بالمهارات المعرفية والتقنية اللازمة للتعامل مع الإعلام بوسائله المختلفة، حيث ذكرت رئيسة معهد تضامن النساء/ وزير دولة لشؤون الإعلام سابقاً «أسمى خضر» والإعلامي الأسبق د. محمد المومني وهما ناطقان سابقان باسم الحكومة «إن المرأة تحتاج للتدريب في كيفية التعامل مع الاعلام، وكيفية الظهور فيه وكيفية مخاطبة الرأي العام ونقل أفكارها والتعبير عن

نفسها بكل وضوح ضمن خطاب اعلامي واضح»، بالإضافة إلى التأكيد على أهمية جانب التمكين المعرفي، وهو بوجهة نظرهم جهد يقع بالدرجة الأولى على المرأة، حتى تصل إلى مرحلة النظر إليها كمصدر للمعلومة، حيث وصفت خضر الإعلام قائلة: «الإعلام ليس عدوا للمرأة بقدر ما هو حليف قوي ومؤثر» شريطة ان تتعرف النساء على كيفية التعامل معه بانفتاح وشفافية وبثقة وبامتلاك المعلومة بحيث تتحول الى مصدر مؤثر في الاعلام، حينها ستجد المرأة لنفسها مكانا واسعا في وسائل الإعلام تستطيع من خلاله التأثير في الرأي العام.

كما وتتفق الأمينة العامة للجنة الوطنية لشؤون المرأة الأردنية الدكتورة سلمى النمى والمحامية والعضو السابق في مجلس نقابة المحامين سميرة زيتون على أهمية وصول المرأة السياسية للمعلومات كواحدة من أهم الأدوات لإثبات قدرتها وكفاءتها في المواقع السياسية، مما يؤدي بالضرورة إلى التأثير على التغطية الإعلامية لها، وذلك وفقاً لما تمت الإشارة من قبلهما: «قضية امتلاك المعلومة في غاية الأهمية كشرط لتصبح المرأة السياسية مصدرا مهما للإعلاميين في نقل الاخبار وتداولها».

في حين ترى عضو مجلس محافظة البلقاء د. ابتسام الدسيت أن مسؤولية تنميط صورة مشاركة المرأة السياسية تتعدى الإعلام والثقافة الذكورية في المجتمع بل تشاركهم في ذلك المرأة نفسها، ومؤسسات المجتمع المدني بما فيها الأحزاب التي تنظر للمرأة كرقم فقط، وكذلك مجلس النواب وحتى التشريعات والقوانين التي يساهم بعضها في تنميط المشاركة السياسية للمرأة مثل قانون الاحزاب الذي يشترط لتأسيس الحزب وجود 10% من النساء، بالإضافة إلى ذلك تحمّل السيدة ابتسام المرأة السياسية مسؤولية ذلك التنميط قائلة: «الصورة التي يعكسها الأداء الضعيف للنساء في مواقع صنع القرار في المراكز السياسية كان سبباً في المساهمة في تعميم صورة مغلوبة عن المرأة وبشكل سلبي».

المؤشر الثاني: الثقافة المجتمعية السائدة تعزز الذكورية والتمييز ضد المرأة في وسائل الإعلام:

وفيما يتعلق بقضية المسؤول عن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، ومدى المسؤولية التي تتحملها المرأة حول ضعف تمثيلها في وسائل الاعلام، تم تأكيد جميع المستجيبين في المقابلات على أن المسؤولية تقع على عاتق الجميع بما فيهم (المرأة السياسية، المجتمع والثقافة السائدة فيه، الإعلام والإعلاميين) وذلك بعدة مستويات تتقاطع فيما بينها.

حيث اعتبر العديد من المستجيبين أن الثقافة المجتمعية

الذكورية هي أحد أهم الأسباب المسؤولة عن التنميط الحاصل لصورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، حيث ينظر د. محمد المومني ود. سلمى النمسي إلى ان التنميط الحاصل هو تمثيل للثقافة الاجتماعية السائدة والتي تُعتبر السبب الأول في تنميط صور المشاركة المرأة في الحياة العامة بشكل عام وليس فقط في مجال المشاركة السياسية حيث يصف المومني ذلك قائلاً: «الإعلامي بالنتيجة هو ابن مجتمعه وبيئته»، وتعود المحاميتان أسمي خضر وسميرة زيتون لتؤكدوا على أن للمرأة دور مهم في تكريس تنميط مشاركتها السياسية وذلك عندما يظهر وبوضوح ضعف في قدرتها ومهاراتها على تقديم نفسها في الإعلام بشكل يعكس جديتها في تحمل المسؤولية والمحاورة والنقاش ضمن خطاب سياسي وإعلامي مؤثر.

كما وتشير رئيسة اتحاد المرأة الأردنية المحامية وعضو مجلس الأعيان الأسبق آمنة الزعبي إلى أن العقلية الذكورية والنمطية التي يتم النظر والتعامل فيها مع المرأة، والتي تحمل بين طياتها الأيديولوجية الذكورية التي تقود المجتمع وتمتلك تأثيراً كبيراً وطاغياً فيه، تمثل بوجهة نظرها أحد الأسباب المهمة التي تضع المرأة دائماً تحت تأطير وتنميط سلبي من قبل الجهات المختلفة، لتؤكد على أن المجتمع الذكوري لا يستطيع التعامل مع المرأة بصورة مساوية للرجل وعلى الدوام يتم وصم المرأة التي تخوض تجربة الانخراط والمشاركة بالشأن العام بأنها «امرأة مسترجلة» على حد وصفها.

وتتفق المحاميتان أسمي خضر وسميرة زيتون إلى جانب د. سلمى النمسي بأن هنالك ثقافة تقسيم المجالات وتوزيع الأدوار وأن المرأة حتى وان خاضت تجارب المشاركة في الحياة العامة تبقى أدوارها بالعادة لصيقة بالأدوار الخدماتية، ونادراً ما يكون هنالك تأثير لعدد كبير من السيدات في مواقع صنع القرار في العملية التشريعية والرقابية، وذلك يبرر من وجهة نظرهن بأن ثقافة المجتمع هي التي تفرض نفسها على تغطية الإعلام للمشاركة السياسية للمرأة وبما يعكس على تنميط صورتها في الاعلام، وتعتبر عن ذلك الأستاذة أسمي خضر قائلة: «إن حضور المرأة في الإعلام بالغالب يكون بأدنى صورته والتي يتم من خلاله تكريس صورتها في المنزل والتركيز على دورها الخدماتي، مقابل التغطية الإعلامية للرجل المؤثر وصاحب الموقف والمشرع وصاحب القرار»، وتتفق المحامية سميرة زيتون في هذا الطرح قائلة: «يتم التعامل مع المرأة ضمن صورتها النمطية التي يتم إظهارها في الدعاية الإعلامية كإعلانات العطور والجواهر ومنظفات الغسيل وغيرها».

وفي هذا الصدد تشير وزير الدولة لشؤون الإعلام ورئيس تحرير جريدة الغد سابقاً «جمانة غنيمات» إلى أن المجتمع بعقليته وسلوكه الذكوري يحاكم المشاركة

السياسية للمرأة من خلال شكلها الخارجي فقط، ولا ينظر لشكل الرجل، حيث ترى بأن المشكلة الاعمق تكمن في أن حضور المرأة ومشاركتها في الحياة العامة وفي الحكومات وفي المواقع السياسية والإدارية هو مجرد «وجود ديكوري» على حد وصفها، بالإضافة إلى اشارتها إلى ضرورة أن تثبت المرأة نفسها، وإلا وبالعكس ذلك فإن «العقلية الذكورية السلطوية ستبقى هي القوة في تنميط صورة المرأة المرتبطة بالمطبخ وبالعائلة» من وجهة نظرها، وتتفق معها المحامية أسمي خضر بأن موقع المرأة في مراكز صنع القرار وتقصيد ربط أدوارها بالخدماتية يضعف القوة التي يمكن أن تمتلكها المرأة مقابل القوة التي يمتلكها الرجل المشرع وصاحب القرار.

تؤكد غنيمات على تعرضها لمواقف عديدة تثبت لها بأن الثقافة المجتمعية هي السبب في التنميط الحاصل للنساء القياديات والمشاركات في المجال السياسي، حيث يتم محاكمة هؤلاء النساء بالنظرة الذكورية التي تؤكد على عدم كفاءة النساء وضعفهن في المجالات القيادية، وتعتبر عن ذلك قائلة: «لقد كان الحكم علي من شكلي، حيث كان يتم التركيز على ما ارتديه من ملابس، وتسريحة شعري وطريقة وقوفي ولهجتي وكلامي وحركة يدي... الخ، ووصل الامر الى التدخل في حياتي الشخصية والخاصة».

وفي المقابل من ذلك، تمتلك المديرية التنفيذية لاتحاد المرأة الأردنية ناديا شمروخ وجهة نظر مغايرة حول ما إذا كان الإعلام يساهم في تنميط الصورة السلبية لمشاركة المرأة في الإعلام فهي ترى بأن الإعلام يعكس الواقع ويمثل صوت المجتمع وصوته، وتصف ذلك قائلة: «إن الإعلام يعكس الصورة النمطية للمرأة في المجتمع، ويروج لتلك الافكار ولا يستطيع الخروج عليها لان ثقافة المجتمع لا تقبل الخروج على هذا التنميط الذي يرى في المرأة ربة بيت وليست امرأة منخرطة في العمل السياسي والعمل العام وترسم سياسات وتطرح افكارا».

ويتفق النائب السابق والإعلامي جميل النمري مع طرح شمروخ حول أن الإعلام ينمط صورة مشاركة المرأة في المجال السياسي ويعبر عن ذلك بقوله: «الإعلام يتطور في تحديث صورة المرأة ونقلها للجمهور مقارنة بالصورة الفلكلورية الزائفة التي كانت في السابق»، مع تأكيده على ان التنميط الذي تخضع له المرأة في الإعلام لا يقتصر فقط على المشاركة السياسية لها، وانما بمختلف المواقع والمجالات التي توجد بها المرأة وتحاول اثبات ذاتها.

وتوافق عضو مجلس محافظة البلقاء ابتسام الدسيت النمري وشمروخ في طرحهما أن الإعلام يحاكي المجتمع الذي يمتلك نظرة سلبية للمشاركة السياسية للمرأة، وتعتبر عن ذلك بقولها: «الاعلام يغطي قضايا

المرأة ومشاركتها السياسية وفقاً لما يريده الجمهور، مما يعني المزيد من تنميط صورة المرأة والتركيز على سلباتها بخلاف الرجل».

في حين تؤكد كلاً من المحامية أسمنى خضر ود. سلمى النمى ووزيرة الدولة لشؤون الإعلام السابقة جمانة غنيمات والمحامية سميرة زيتون على أن الإعلام شريك ومسؤول عن تنميط الصورة السلبية للمشاركة للمرأة السياسية، فهو لا يكتفي بالصورة النمطية السلبية المجتمعية بل يحاول تكريسها من خلال التغطيات الإعلامية التي تظهر المرأة بمواقف ضعيفة وضمن أدوار خدمية محدودة وينقلها للجمهور الذي يمتلك الثقافة والعقلية التي تؤكد على الصورة السلبية للمشاركة السياسية للمرأة.

المؤشر الثالث: ضعف مهارات ومعارف الصحفيين ذكورا وإناثا بمسألة «الجندر»:

وبخصوص المسؤولية التي تقع على عاتق الإعلاميين في قضية تنميط المشاركة السياسية للمرأة، اتفق عدد من المستجيبين على أن الإعلاميين لا يبدون اهتماماً كبيراً بقضايا المرأة وفي أحيان كثيرة يظهرون وكأنهم غير معنيين بالمشاركة السياسية للمرأة، ولا يهتمون بمدى النضج السياسي الذي وصلت إليه المرأة الأردنية ومدى فعاليتها ومشاركتها في الحياة السياسية، حيث أشارت الأستاذة أسمنى خضر والدكتورة سلمى النمى إلى قضية الإعلام والنوع الاجتماعي وعدم وجود وعي كافي لدى الصحفيين تجاه قضايا المرأة والنوع الاجتماعي، وغياب التغطية المراعية لحساسية النوع الاجتماعي في كثير من الأحيان، هذا ما أكدت عليه أيضاً السيدة ناديا شمروخ - المديرية التنفيذية لاتحاد المرأة الأردنية حيث تُعبر عن ذلك قائلة: «إن عدداً كبيراً من الإعلاميين لديهم مفاهيم ملتبسة حول النوع الاجتماعي والجندر وقضايا المرأة بشكل عام».

من جانب آخر يرى عدد من المستجيبين والمستجيبات أن هنالك قصيدة لتنميط لصورة المرأة في الاعلام، ويتم توضيح ذلك من وجهة نظر المحامية سميرة زيتون بالإشارة إلى أن «الإعلام نفسه لم يستطع تجاوز النظرة الذكورية التقليدية للمرأة»، فهناك من يتقصد تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام لدفع المرأة إلى خارج العمل السياسي والعمل العام، «لأن مثل هؤلاء يؤمنون بأن الفضاء العام ليس مكاناً للمرأة وان مكانها في منزلها» على حد وصف الدكتورة سلمى النمى.

وتؤكد وزيرة الدولة لشؤون الإعلام السابقة جمانة غنيمات بأن هناك ما يشبه «سياسة غير معلنة تهدف إلى تشويه صورة مشاركة المرأة في العمل السياسي» على حد تعبيرها، ومن هنا ترى بأن الإعلام يعمل على تكريس الصورة النمطية السائدة للمرأة، وتشرح ذلك

قائلة: «لا يوجد نقد منطقي وعقلاني وموضوعي للمرأة أو تقييم حقيقي يستند إلى ما تقدمه من منجزات وافكار»، وتؤكد بأن هنالك نقد سطحي وشكلي لما تقوم به المرأة مؤكدة على ان وجود المرأة في هذه المواقع القيادية يتم اعتباره وجود «ديكوري».

المؤشر الرابع: مسألة «المرأة ضد المرأة»:

تذكر المحامية أسمنى خضر عبارة «المرأة ضد المرأة» وتتفق معها السيدة آمنه الزعبي بذكرها لعبارة «المرأة التي تحمل العقلية الذكورية وتحاول تكريسها» كأحد أهم الأسباب في تنميط المشاركة السياسية للمرأة، فمن وجهة نظرهن بأن هنالك الكثير من النساء في مواقع المسؤولية يعتقدن ان ظهور النساء في وسائل الإعلام مجرد عمل استعراضي لا أكثر ولا أقل، بالإضافة إلى «وجود نساء بأجنحة ذكورية» وفقاً لما وصفته د. سلمى النمى ووزيرة الدولة لشؤون الإعلام السابقة جمانة غنيمات، ويوضح أن المرأة التي تحمل وتعمل على تكريس الثقافة الذكورية وتعمل ضد المرأة مسبب رئيس لعدم وصول النساء لمراكز صنع القرار بشكل أكبر وأوسع على حد تعبيرهن.

المؤشر الخامس: الخشية من موقف المجتمع في التمييز والتحريض تجاه المرأة السياسية:

وفيما يتعلق بأبرز المشكلات التي تواجه المرأة مع الإعلام، تؤكد جميع الشخصيات التي أجريت معها المقابلات المعمقة على أن المرأة تخاف من موقف المجتمع منها في حال أخطأت في قضية ما، وذلك لأن الإعلام لن يرحمها حينها، وسيصل إلى حياتها الشخصية مما يؤثر على خصوصيتها وعائلتها، ولذلك تجد المرأة أقل معارضة من الرجال وأكثر هدوءاً لأن تعامل الإعلام مع أخطاء الرجل لا تكاد يُذكر بخلاف تعامله مع أخطاء المرأة التي يتحول خطأها إلى مسألة شخصية تصل إلى حد الاغتيال الشخصي، وقد يصل الحال بها إلى تعرضها للابتزاز على حد تعبير السيدة ابتسام الديست، كما وتعتبر غالبية الشخصيات التي أجريت معها المقابلات المعمقة عن قضية الأخطاء التي من الممكن أن ترتكبها النساء في مواقع صنع القرار، وطريقة تعاطي الإعلام مع تلك الأخطاء، فمنهم من يصفها «بالأخطاء غير المغفورة»، كما ومنهم من يرى بأن التنميط الإعلامي قد يصل إلى اقتحام خصوصية النساء وحياتهن الشخصية وتشويهها، حيث تعبر عن ذلك السيدة آمنه الزعبي قائلة: «لا يقوم الإعلام بتقييم أداء النساء وانما يعتمد تصيد الهفوات للنساء أكثر بكثير من تصيده لهفوات الرجال»، وتؤكد ذلك السيدة ناديا شمروخ قائلة: «إن الإعلام يظهر استقواء على النساء في حال صدر أي خطأ من قبل إحداهن».

يشير النائب السابق جميل النمري إلى أن تعامل الإعلام مع السيدات في مراكز صنع القرار وتحديد في مجال المشاركة السياسية قد يصل إلى حد اغتيال الشخصية، وذلك من قبل وسائل الإعلام والمجتمع نفسه، وهذا

امر محبط للمرأة من وجهة نظره، لأن «الإعلام يتعامل مع اخطاء المرأة بطريقة فضائحية» على حد وصفه، كما وتعبر المحامية سميرة زيتون عن ذلك قائلة: «إن الإعلام يتولى شيطنة المشاركة السياسية للمرأة» وذلك في حديثها عن الأخطاء التي ممكن أن ترتكبها المرأة في مواقع صنع القرار ضمن المجال السياسي والكيفية التي تكون بها ردود أفعال الإعلام بوسائله المختلفة بالغالب.

ثانياً: توصيات اللقاءات المعمقة:

تمكن الباحثون من استخلاص 5 توصيات من المقابلات المعمقة على النحو التالي:

1. تنظيم دورات تدريبية للصحفيين/ الصحفيات في الكتابة المتخصصة التي تراعي حساسية النوع الاجتماعي «الجندر».
2. تطوير مهارات ومعارف النساء السياسيات في التعامل مع وسائل الإعلام، وتعزيز قدراتهن في الوصول للمعلومات، وبناء خطاب إعلامي محترف وجاذب يقوي مكانة المرأة في العمل السياسي العام.
3. العمل على إيجاد استراتيجية وطنية جادة تضمن منظومة قيمية للحد من التنميط السلبي لصورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام.
4. الدعوة إلى تعديل التشريعات والقوانين التي تتضمن تمييزاً وتنميطة للمرأة وانتقاصاً من دورها ومكانتها في المجتمع.
5. العمل على جمع وتوثيق كافة أشكال الإحصاءات المتعلقة بمشاركة المرأة في مراكز صنع القرار والعمل و/ أو النشاط السياسي.

02

الفصل الثاني

استطلاع رأي الصحفيين بمسألة
«الجنادر» وتنميط صورة المشاركة
السياسية للمرأة في وسائل الإعلام

الفصل الثاني: استطلاع رأي الصحفيين بمسألة «الجندر» وتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام

مقدمة واستخلاصات

صحفية بما يتوافق مع نسبة تمثيلهم في العينة، منهم 33% من القطاع العام و67% من القطاع الخاص، ويمكن الاطلاع على منهجية واستمارة الاستطلاع في الملحق رقم (1).

وجرى فرز الإجابات على أسئلة الاستطلاع بشكل عام، ثم تم فرزها حسب الجنس ذكوراً وإناً وذلك بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من النتائج وقياس الفروقات في الآراء بين الجنسين، وبالتالي يجد المطلع إجابات المستطلعين/ات موزعة على فئتين من النتائج؛ الأولى فرز النتائج العامة الموحدة بين الصحفيين الذكور والصحفيات الإناث، والثانية فرز نتائج الإجابات من حيث الجندر بين الصحفيين الذكور والصحفيات الإناث.

وتوزعت أسئلة الاستطلاع على أربعة محاور وأقسام، تمثل ذات المحاور التي استخدمت في جلستي العصف الذهني الواردة أعلاه في الفصل الثاني من الدراسة، وهي على النحو التالي:

- **القسم الأول:** التدريب والمهارات والمعارف، وتضمن على 13 سؤالاً.
- **القسم الثاني:** غرف الأخبار وسياسة التحرير، وتضمن على 5 أسئلة.
- **القسم الثالث:** الانطباعات، وتضمن على 27 سؤالاً.
- **القسم الرابع:** التشريعات، وتضمن على سؤالين.

ويمكن تلخيص أبرز نتائج الاستطلاع على النحو التالي:

- نسبة المشاركة في التدريبات العامة للمعايير المهنية للصحافة وقضايا حقوق الإنسان أكثر من التدريبات المتخصصة بحقوق المرأة ومشاركتها السياسية في وسائل الإعلام، وهذا يقود إلى أهمية مراجعة أدلة ومناهج التدريب المتعلقة بالأنوع الاجتماعي وأثرها في الممارسة الإعلامية، وحجمها، والجهات التي أشرفت عليها ونفذتها.

- جلسات العصف الذهني، والمقابلات المعمقة، أظهرت أن وسائل الإعلام تنمط صورة المشاركة السياسية للمرأة، وتجزم أن الإعلاميين والإعلاميات يسقطون مواقفهم وموروثهم الاجتماعي عند التغطيات الإعلامية بأشكالها المختلفة، وهذا يؤشر على أن التدريب لم يحقق برأيهم الهدف المنشود.

- يبدو أن مصطلح ومفهوم «الجندر» ملتبساً عند الإعلاميين، ويتجلى ذلك حين يختار 54% تعريفاً خاطئاً له، وهذا الالتباس في المفهوم يؤشر على أن معارف الصحفيين والصحفيات تشكل

كشف استطلاع الراي الذي نفذ مركز حماية وحرية الصحفيين على عينة عشوائية طبقية من الصحفيين والصحفيات أن 43% منهم شاركوا بتدريبات وأنشطة متخصصة بتنميط صورة المرأة في وسائل الإعلام، و53% شاركوا في التدريب المتخصص بحقوق المرأة، في حين ترتفع نسبة مشاركتهم في تدريبات عامة متعلقة بالمعايير المهنية والصحفية لتصل إلى 83%، وبلغت 76% في التدريب على قضايا حقوق الإنسان.

ورغم أن الاستطلاع الذي خص لاستكشاف «صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام» أظهر أن نسبة تلقي ومشاركة الصحفيين والصحفيات بالتدريب ليست ضعيفة، لكن الأهم وهو ما يحتاج إلى تدقيق وفحص هو كيف يعكس هذا التدريب في تغيير الممارسات المهنية والمعارف للصحفيين والصحفيات؟، وإيضاً في تغيير مواقفهم المسبقة؟، وهو الأمر الذي نبهت إليه لقاءات العصف الذهني والمقابلات المعمقة التي أجرتها الدراسة أنه لم يتحقق بالشكل الكافي.

وبين الاستطلاع إلى أن مفاهيم الصحفيين والصحفيات لمصطلح الجندر ملتبسة وليست حاسمة، وهو ما يعكس واقع معارفهم، ولفتت المؤشرات الرقمية لإجابة الصحفيات والصحفيين عند تعريفهم لمصطلح الجندر إلى تباين في دقة الإجابات وإن كانت اختياراتهم للإجابات الصحيحة كانت الأعلى، غير أن التعريف الوحيد الخاطئ من بين ستة تعريفات حظي بموافقة 36%، ونفس الأمر ينطبق على سؤال خصص لتعريف مصطلح الصورة النمطية، وبلغت نسبة الموافقة على الإجابة الوحيدة الخاطئة 78%.

إذا ما تم استثناء السؤالين المتعلقين بتعريف الجندر والنمطية، فإن الأسئلة المتبقية تظهر التحديات في الواقع الإعلامي التي تتسبب في ترسيخ صورة نمطية للمشاركة السياسية للنساء، فالاستطلاع أكد أن 55% يرون بأنه لا توجد مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع التمييز بين الرجل والمرأة السياسية، والأهم أن 72% يكشفون أن مؤسساتهم الإعلامية لا تعمل على تدريبهم بشكل مستمر على القضايا المتعلقة بالجندر، وهو ما يؤشر إلى أن النسب التي أعلن عنها المشاركون والمشاركات بالاستطلاع حول مشاركتهم بالتدريب قد لا تكون دقيقة لظهور تناقض بالإجابات.

الاستطلاع نفذ مركز حماية وحرية الصحفيين في الفترة من 17 ولغاية 27 فبراير 2020 عبر الاتصال الهاتفي وشمل 100 صحفي وصحفية، من بينهم 71 صحفياً و29

رفض 70 مشاركاً من كامل عينة الاستطلاع القبول بأن التشريعات تفرض قيوداً على الإعلاميين والإعلاميات مما يسهم في تكريس الصورة النمطية، منهم 41 صحفياً يشكلون (58.6%) من عينة الصحفيين الذكور، و19 صحفية يمثلن (63.3%) من عينة الصحفيات الإناث.

رفض 60 مشاركاً من المستجيبين والمستجيبات اعتبار موقف الصحفيين والصحفيات المسبق أحد أسباب التنميط، فيما رفض 58 منهم اعتبار الفارق البيولوجي مع الرجل أحد الأسباب.

59 من المستجيبين والمستجيبات يرون أن المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت ناشطة في مجال العمل المدني العام، ووزيرة أيضاً، وجاءت إجابات العينة المستطلعة مرتفعة من حيث تحقيق حضور المرأة كوزيرة أو نائب، لكنها تنخفض بشكل كبير جداً حين تكون في مجلس الأعيان، مما يكشف عن عدم قدرة المرأة على تحقيق هذا الحضور في الإعلام حين تكون عضواً في مجلس الأعيان.

يعتقد 57 من المستجيبين أن المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت كإعلامية، ويرى أقل من نصف العينة (43) إذا كانت نقابية، و41 يرون أن المرأة يمكنها تحقيق حضور في الإعلام إذا كانت مسؤولة حكومية أو محامية، و40 إذا كانت شخصية اجتماعية، و38 إذا عملت سيدة أعمال، و32 إذا كانت حزبية.

لا يؤيد المستجيبون تسلم المرأة مواقع قيادية في الحكومة على نحو رئيسة وزراء أو وزيرة للخارجية أو الداخلية، قياساً بعدد تأييدهم أن تكون وزيرة دون تحديد الوزارة، وكذلك وجود فرق واضح بين تأييد أن تكون عضواً في مجلسي النواب والأعيان، وبين أن تكون رئيسة لهذين المجلسين.

من النتائج الهامة تدني نسبة من يؤيد تبوء المرأة مقعد وزيرة أوقاف في الحكومة، أو أن تكون قاضياً شرعياً، بالرغم من أن نحو ثلثي المستجيبين أيدوا عضويتها في دائرة الإفتاء.

46% فقط من العينة بشكل عام أيدوا تبوء المرأة منصب وزير أوقاف، منهم ما نسبته 34.3% من عينة الذكور، مقابل تأييد أوسع في عينة الإناث بنسبة (73%)، مما يعني أن الإناث أكثر تأييداً لتكون المرأة وزيرا للأوقاف من الذكور، ولعل من أبرز أسباب تدني نسبة تأييد تبوء المرأة منصب وزير أوقاف هي ثقافة المجتمع السائدة، والدين، ووفقاً لإجابات المستطلعين فإنهم رأوا أن تتبوأ

ضعفاً نسبياً يؤثر على تغطياتهم الإعلامية سواء ما يتعلق بشؤون المرأة بشكل عام، أو بالمرأة السياسية بشكل خاص.

يتوافق مؤشر إجابات المستجيبين والمستجيبات على تعريف «الجندر» مع قناعات المشاركين والمشاركات في جلستي العصف الذهني والمقابلات المعمقة بأن هناك ضعفاً بالمعارف والمفاهيم فيما يتعلق بقضايا النساء لدى الإعلاميين والإعلاميات بشكل عام.

كشفت نتائج الاستطلاع عن عدم وضوح المفاهيم والسياسات المتعلقة بالتغطيات المتوازنة لدى الصحفيين/ات، فضلاً عن عدم معرفة العينة بالسياسات التحريرية المعتمدة في مؤسساتهم الإعلامية.

غالبية الصحفيات المستطلعات من الإناث يعتقدن بعدم تجنب الإناث تقديم صورة نمطية للمشاركة السياسية للمرأة، كما يعتقدن بأن الذكور لا يتجنبون تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية.

63 من أفراد العينة المستطلعة لا يعتقدون بوجود أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، منهم 47 صحفياً من الذكور، و16 صحفية من الإناث.

تدني نسبة من يعتقدون بمسؤولية التشريعات التمييزية، والممارسات والسياسات الحكومية، كأسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، وأن المسؤولية لا تقع على الحكومة وسياساتها وتشريعاتها بقدر مسؤولية ثقافة المجتمع وذكورية المجتمع الصحفي، وضعف خبرة الصحفيين، وعدم اهتماماتهم بدعم المشاركة السياسية للمرأة، ومسؤولية المرأة نفسها لعدم قدرتها على التواصل مع الإعلام، وتظهر هذه المعطيات أن المسؤولية تقع على الصحفيين والإعلاميين والمرأة نفسها، وليس على السياسات أو التشريعات الحكومية.

(72) مستجيباً ومستجيباً يحملون المرأة مسؤولية تنميط صورة مشاركتها السياسية في الإعلام.

أكثر من نصف العينة المستجيبية تحمل المرأة مسؤولية تنميط صورة مشاركتها السياسية في الإعلام، إذ يعتقد 74% من المستجيبين أن سبب هذا التنميط هو انحياز الإعلاميين/ الإعلاميات للعادات والتقاليد التي تسهم بذلك (ثقافة المجتمع).

يعتقدون بأن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة، فيما يرى 59% منهم أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب، وتكرر هذه النسبة فيما يتعلق بحاجة قانون البلديات للتعديل، ويعتقد 75% بوجود أن تدعم الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة، ووجود ما يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء بنسبة 67%.

• وفقاً لمعطيات الاستطلاع فإن 56% من العينة المستجيبة تعتقد بأن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة، ويعتقد 60% منهم بعدم وجود ما يلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز ضد المرأة في التشريعات الإعلامية.

أخيراً يتضمن هذا الفصل من الدراسة على نتائج استطلاع رأي الصحفيين وتحليلها موزعة على محاور الاستطلاع الأربعة، كما تتضمن إسقاطات من نقاشات العصف الذهني المركزة، وأخيراً التوصيات، وذلك على النحو التالي:

المرأة مناصب في قطاع التعليم «عميد كلية - رئيس جامعة»، وقيادية في مؤسسات المجتمع المدني «نقابة - عضو مجلس نقابة - رئيسة أو مديرة مؤسسة مجتمع مدني - أمين عام حزب»، ومسؤولة حكومية، وسيدة أعمال. إلخ، هذه التناقضات تنسحب أيضاً على تأييد عضويتها في مجلسي النواب والأعيان، لكن نسبة من يؤيدون رئاستها لهذين المجلسين تنخفض تبعاً، مما يعني تأييد عضويتها في المجلسين لكن دون أن تكون في موقع المسؤولية الأولى «الرئاسة».

• أظهرت النتائج أن 59% من المستجيبين والمستجيبات يعتقدون بعدم ممارسة وسائل الإعلام تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل، كما تساوت معطيات إجابات المستطلعين بين من يعتقدون ومن لا يعتقدون أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي بواقع 49 مستجيباً لكل منهما.

• ويعتقد 94% من العينة حاجة المرأة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها، فيما يعتقد 66% أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام، كما أن 70% لا

نتائج وتحليل استطلاع رأي الصحفيين: فرز النتائج العامة

القسم الأول: التدريب والمهارات والمعارف

والاعلاميين، والثانية لأصحاب المصلحة، فقد أشار مدير تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة الغد نور الدين الخمايسة إلى وجود صحفيين لا يعرفون ما هو الجندر، مؤكداً على «وجود تقصير في تدريب الداخلين الجدد للإعلام على هذه القضية»، ومشيراً إلى أن «20 إلى 30% من الصحفيين الذين تلقوا تدريبات على الجندر يعرفون موضوعه وأهميته وخصوصيته وكيفية التعامل معه».

ودعت الناشطة الحقوقية المحامية هالة عاهد إلى تدريب الصحفيين على قضايا النوع الاجتماعي، وكذلك تدريب النساء، فيما أشارت الإعلامية سوسن زائدة إلى ما وصفته «غياب الحساسية الجندرية عند الصحفيين والصحفيات»، مشيرة إلى أن «لذلك أسباب عديدة منها غياب المفاهيم، وربما بسبب آلية عمل المؤسسات الإعلامية نفسها، أو بسبب قناعات الصحفيين أنفسهم، والسبب الأبرز هو الخلفية الثقافية للصحفيين، والمجتمع الذكوري الذي يستخف بأهمية الحساسية الجندرية، ويحمل الصحفيون مواقف مسبقة ايديولوجية ضد المرأة».

وفي الوقت الذي رأى فيه مدير التحرير بجريدة الرأي اليومية عبد الكريم الوحش أن «الكثير من الصحفيين

تضمن القسم الأول من الاستطلاع الذي يبحث في مستوى تدريب الصحفيين والعرف على مهاراتهم ومعارفهم بمسألة الجندر والتنميط الإعلامي لصورة المرأة السياسية على 13 سؤالاً رئيسياً، وقد أظهرت النتائج الإجمالية لإجابات الأسئلة (من 1 إلى 8) من هذا القسم تراجعاً في مجال التدريب المتخصص للصحفيين والصحفيات في النوع الاجتماعي مقابل التدريب في المعايير المهنية للصحافة وقضايا حقوق الإنسان.

وبحسب نتائج عينة الدراسة فإن أقل المشاركات في التدريب تتعلق بالتدريب أو المشاركة في تقديم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء؟، ثم التدريب على تنميط صورة المرأة في الاعلام، بينما كانت أعلى نسبة مشاركة في التدريب على المعايير المهنية للصحافة، وهي تدريبات عامة غير متخصصة في تغطية قضايا المرأة والنوع الاجتماعي.

وتتلاءم معطيات القسم الأول من الاستطلاع إلى ما خلصت إليه جلستي العصف الذهني اللتين نظمتا على هامش هذا الاستطلاع، خصصت الأولى للصحفيين

والصحفيات يعتبرون قضايا حقوق الإنسان نوعاً من الترف»، فقد دعا إلى «تدريب الصحفيين على إدماج النوع الاجتماعي في وسائل الإعلام»، فيما طالب المستشار الإعلامي في مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية سعد حتر إلى ما أسماه «إحداث تغيير في وسائل الإعلام بالبحث عن إعلاميين أكفاء لديهم القدرة على معالجة قضايا الجندر»، وقالت المحامية نور الإمام أن «المشكلة في الإعلاميين هي مدى ثقافتهم الجندرية».

وتالياً تفصيل لنتائج وتحليلات القسم الأول من الدراسة، وذلك على النحو التالي:

السؤال	نعم	لا	غير متأكد	المجموع
1. هل تلقيت/ ي أي تدريب متعلق بالمعايير المهنية للصحافة؟	83	17	0	100
2. هل تلقيت/ ي أي تدريب في قضايا حقوق الإنسان؟	76	24	0	100
3. هل تلقيت/ ي أي تدريب في قضايا حقوق المرأة؟	53	47	0	100
4. هل تلقيت/ ي أي تدريب يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء؟	48	52	0	100
5. هل تلقيت/ ي أي تدريب يتعلق بقضايا الجندر (النوع الاجتماعي)؟	57	43	0	100
6. هل تلقيت/ ي أي تدريب أو أنشطة توعوية في «المشاركة السياسية للمرأة»؟	56	43	1	100
7. هل اطلعت/ ي أو شاركت/ ي في نشاط أو تدريب متعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام؟	43	57	0	100
8. هل تقوم المؤسسة التي تعمل/ ين بها بأي تدريبات و/ أو تقديم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء؟	41	59	0	100

تسعى الأسئلة من 1 إلى 8 لاكتشاف إذا ما خاض الصحفيون/ ات تدريباً متخصصاً في عدة مجالات جميعها تتمحور في المهنية وحقوق الإنسان والنوع الاجتماعي، تبدأ الأسئلة بأشكال التدريب العامة كالمهنية ومسألة حقوق الإنسان، ثم تبدأ بالاستفسار عن التدريب النوعي المتخصص بدءاً من حقوق المرأة وحتى قضية هذه الدراسة وهي تنميط صورة المرأة في الإعلام.

تشير الأرقام أن النسبة العظمى من الصحفيين/ ات المستطلعين/ ات قد تلقوا تدريبات تتعلق بالمعايير المهنية للصحافة بنسبة بلغت 83%، مقابل 17% قالوا إنهم/ ن لم يتلقوا/ ين هذا النوع من التدريب.

وتقول الأرقام أن الصحفيين/ ات الذين تلقوا/ ين تدريبات في قضايا حقوق الإنسان بلغت نسبتهم 76%، مقابل 24% قالوا إنهم لم يتلقوا أي تدريب من هذا النوع.

في المقابل، تأخذ نسب المستطلعين/ ات الذين تلقوا/ ين تدريبات نوعية متخصصة في صلب مسألة المساواة والجندر بالتراجع بعد ذلك، فقد بلغت 57% قالوا إنهم تلقوا تدريباً يتعلق بقضايا الجندر (النوع الاجتماعي)، مقابل 43% قالوا إنهم لم يتلقوا هذا النوع من التدريب، فيما بلغت نسبة الذين قالوا إنهم/ ن تلقوا تدريبات أو شاركوا بأنشطة توعوية في «المشاركة السياسية للمرأة» 56%، مقابل 43% قالوا إنهم لم يشاركوا بمثل هذا النوع من الأنشطة.

ويزيد التراجع عند الاستفسار عن التدريبات في قضايا حقوق المرأة، حيث قال 53% من المستطلعين/ ات إنهم/ ن تلقوا تدريبات في قضايا حقوق المرأة، مقابل 47% قالوا إنهم/ ن لم يتلقوا هذا النوع من التدريب، ويزيد أكثر في الاستفسار عن التدريب المتخصص بقضايا المساواة بين الرجال والنساء، حيث قال 48% إنهم تلقوا تدريباً يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء، مقابل 52% قالوا إنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب.

وتظهر النسب الأقل عند الاستفسار المباشر بموضوع هذه الدراسة، فقد أجاب 43% أنهم اطلعوا وشاركوا في أنشطة وتدريبات تتعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام، مقابل 57% قالوا إنهم لم يطلعوا أو يشاركوا بمثل هذه الأنشطة والتدريبات، وأجاب 41% أن المؤسسات الإعلامية التي يعملوا/ ن بها تقدم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء، مقابل 59% قالوا إن مؤسساتهم الإعلامية لا تقدم هذه الإرشادات أو التعليمات.

وجاءت النتائج على استفسارات الأسئلة من 1 إلى 8 على النحو التالي:

السؤال رقم (1): هل تلقيت/ ي أي تدريب متعلق بالمعايير المهنية للصحافة؟:

أظهرت إجابات السؤال الأول أن 83% من الصحفيين/ ات المستطلعين/ ات تلقوا تدريباً متعلقاً بالمعايير المهنية للصحافة، مقابل 17% أجابوا أنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب.

السؤال رقم (2): هل تلقيت/ ي أي تدريب في قضايا حقوق الإنسان؟:

وأجاب 76% أنهم تلقوا تدريباً في قضايا حقوق الإنسان، مقابل 24% قالوا إنهم لم يتلقوا لمثل هذا النوع من التدريب، وتعتبر هذه النتيجة بأن مستوى التدريب في قضايا حقوق الإنسان جيد لكنه لا يزال منقوصاً ولم يشمل كافة الصحفيين/ ات.

السؤال رقم (3): هل تلقيت/ ي أي تدريب في قضايا حقوق المرأة؟:

أظهرت الإجابات على السؤال الثالث بأن ما يزيد عن نصف عينة الاستطلاع بقليل . ذكوراً وإناثاً . تلقوا تدريباً في قضايا حقوق المرأة بنسبة بلغت 53%، مقابل ما ينقص عن نصف العينة بقليل 47% قالوا إنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب.

السؤال رقم (4): هل تلقيت/ ي أي تدريب يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء؟:

تنعكس معطيات السؤال السابق رقم (3) على استفسار السؤال الرابع، وهي أن ضعف التدريب على قضايا حقوق المرأة ينعكس بشكل اوضح في التدريب على قضايا المساواة بين الرجال والنساء، فقد تبين من الإجابات أن اقل من نصف المستطلعين/ ات تلقى تدريباً يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء وبنسبة 48%، مقابل 52% لم يتلق أي منهم مثل هذا النوع من التدريب.

السؤال رقم (5): هل تلقيت/ ي أي تدريب يتعلق بقضايا الجندر (النوع الاجتماعي)؟:

أجاب 57% من المستطلعين/ ات أنهم تلقوا تدريباً يتعلق بقضايا الجندر (النوع الاجتماعي)، مقابل 43% أجابوا إنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب، وتكشف المعطيات عن قلة التدريب على النوع الاجتماعي للإعلاميين والاعلاميات بشكل عام، مما يؤثر سلباً على وعي وفهم الاعلاميين والاعلاميات لقضايا الجندر.

السؤال رقم (6): هل تلقيت/ ي أي تدريب أو أنشطة توعوية في «المشاركة السياسية للمرأة»؟:

أفاد 56 مستجيباً من عينة الاستطلاع بتلقيهم تدريباً أو أنشطة توعوية في المشاركة السياسية للمرأة، بمعنى ان أكثر من نصف العينة المستجيبة تلقت أو شاركت في تلك الانشطة مقابل 43% قالوا انهم لم يشاركوا في مثل تلك الانشطة، مقابل مستجيب واحد قال انه غير متأكد إن كان شارك في مثل هذه الانشطة ام لا.

السؤال رقم (7): هل اطلعت/ ي أو شاركت/ ي في نشاط أو تدريب متعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام؟:

وأفاد 43 مستجيباً ومستجيبة أنهم/ ن شاركوا في أنشطة أو تدريبات تتعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام، مقابل 57 مستجيباً ومستجيبة قالوا أنهم/ ن لم يشاركوا أو يتلقوا مثل تلك التدريبات وبنسبة 57%.

السؤال رقم (8): هل تقوم المؤسسة التي تعمل/ ين بها بأي تدريبات و/ أو تقديم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء؟:

وأفاد 41 مستجيباً ومستجيبة من عينة الدراسة أن مؤسساتهم الإعلامية التي يعملون/ ن لديها تقوم بتقديم التدريبات و/ أو الإرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء، لتكون أدنى نسبة يتم تسجيلها في اجوبة عينة الدراسة (41%)، مقابل 59 مستجيباً ومستجيبة (59%) نفوا ان يكونوا شاركوا أو تلقوا تدريبات من مؤسساتهم الإعلامية.

السؤال رقم (9): ما هو التعريف الذي توافق عليه وتعتقد أنه صحيحاً لمصطلح «جندر»؟

المجموع	لا أعرف	إجابة خاطئة	إجابة صحيحة	ما هو التعريف الذي توافق عليه وتعتقد أنه صحيحاً لمصطلح «جندر»؟
100	1	38	61	مجموع الصفات المتعلقة والمميزة ما بين الذكورة والأنوثة
100	1	29	70	هو بنية اجتماعية من الأفكار التي تعرف الأدوار ونظم الاعتقاد والمواقف والصور والقيم والتوقعات للرجل والمرأة
100	1	40	59	الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى
100	2	42	56	المصطلح الذي يفيد استعماله في وصف الخصائص التي يحملها الرجل والمرأة كصفات مركبة اجتماعياً، لا علاقة لها بالاختلافات العضوية
100	2	24	74	هو الصورة التي ينظر لها المجتمع للذكر والأنثى والأسلوب الذي يتوقعه منهما، والذي يرجع إلى أسلوب تنظيم المجتمع، وليس إلى الاختلافات البيولوجية الجنسية بين الذكر والأنثى
100	3	43	54	التقسيم البيولوجي بين الذكر والأنثى
	10	36%	62.3%	المتوسط الحسابي

يهدف السؤال التاسع إلى استكشاف مدى معرفة عينة الاستطلاع لتعريف مصطلح الجندر، حيث كشفت إجابات العينة المستطلعة عدم معرفة كافية بمفهوم الجندر، علماً أن جميع الخيارات المتاحة للإجابة على هذا الاستفسار صحيحة باستثناء الخيار الأخير رقم (6).

بشكل عام؛ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات الصحيحة 62.3%، مقابل 36% إجابات خاطئة، فيما أجابت ما نسبته 10% بـ«لا أعرف»، وبجمع النسبتين بين الإجابات الخاطئة والذين أقرروا بعدم معرفتهم بمفهوم مصطلح الجندر فالنتيجة أن 46% من المستطلعين/ ات ليست لديهم المعرفة المسبقة بالمصطلح، وتالياً عرضاً لنتائج استفسارات السؤال رقم (9) على النحو التالي:

- جاء في المرتبة الأولى (74) مستجيباً يعتقدون ان التعريف الصحيح لمصطلح الجندر (هو الصورة التي ينظر لها المجتمع للذكر والأنثى والأسلوب الذي يتوقعه منهما، والذي يرجع إلى أسلوب تنظيم المجتمع، وليس إلى الاختلافات البيولوجية الجنسية بين الذكر والأنثى)، مقابل 24 مستجيباً راوا فيه تعبيراً خاطئاً، فيما قال مستجيبان ذكراً فقط انهما لا يعرفان.
- وفي المرتبة الثانية اعتبر 70 مستجيباً بان التعريف الصحيح لمصطلح الجندر (هو بنية اجتماعية من الأفكار التي تعرف الأدوار ونظم الاعتقاد والمواقف والصور والقيم والتوقعات للرجل والمرأة)، مقابل 29 مستجيباً ومستجيبية قالوا انه تعريف خاطئ، مقابل اجابة واحدة لمستجيب ذكر قال انه لا يعرف.
- وجاء تعريف الجندر بانه (مجموع الصفات المتعلقة والمميزة ما بين الذكورة والأنوثة) في المرتبة الثالثة من حيث مفهوم العينة المستجيبية له، إذ قال 60 مستجيباً ومستجيبية بأنه التعريف الصحيح لهذا المصطلح مقابل 38 مستجيباً ومستجيبية افادوا بانها اجابة خاطئة، في حين قال مستجيب واحد ذكر بانه لا يعرف.
- وجاء تعريف (الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى) في المرتبة الرابعة بعد ان اعتبره 59 مستجيباً ومستجيبية بانه التعريف الصحيح مقابل 40 قالوا انه تعريف خاطئ، واجاب ذكر واحد بعدم معرفته.
- وجاء التعريف (المصطلح الذي يفيد استعماله في وصف الخصائص التي يحملها الرجل والمرأة كصفات مركبة اجتماعياً، لا علاقة لها بالاختلافات العضوية) في المرتبة الخامسة من حيث من اعتبره تعريفاً صحيحاً وبعدد 56 مستجيباً ومستجيبية، مقابل 42 اعتبروه تعريفاً خاطئاً، فيما قال مستجيبان ذكراً انهما لا يعرفان.
- واعتبر 54 مستجيباً ومستجيبية ان تعريف (التقسيم البيولوجي بين الذكر والأنثى) هو التعريف الصحيح لمصطلح الجندر، مع أنه التعريف الخاطئ الوحيد من بين جميع الخيارات، مقابل 43 من مجموع العينة اعتبروه تعريفاً خاطئاً، و3 مستجيبين قالوا انهم لا يعرفون ان كان صحيحاً ام خطأً.

السؤال رقم (10): ماذا يعني لك مصطلح «صورة نمطية» أو «تتميط»؟

المجموع	لا أعرف	إجابات خاطئة	إجابات صحيحة	ماذا يعني لك مصطلح «صورة نمطية» أو «تتميط»؟
100	0	19%	81%	إنطباع قوي لفكرة أو نظرية أو عدة أفكار أو نظريات
100	0	29%	71%	التعميم أو التبسيط المسبق حول مجموعة كاملة من الناس دون اعتبار الفروق الفردية
100	2	49%	49%	منع مجموعة من الناس الذين تم تتميطهم من النجاح في مجالات معينة أو الحصول على حقوقهم كاملة
100	0	28%	72%	تعميم مبالغ فيه لصفات وطبائع واختلافات مجموعة معينة بناءً على نوعهم الاجتماعي
100	1	26%	73%	نظرة معممة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء
100	1	78%	21%	النُّصُع أو التَّكُفُّ أو العَظْمَة
100	0	20%	80%	صور ذهنية عن شخص أو جماعة لا تستند إلى معرفة موضوعية، ولكنها تركز فقط على أحكام مسبقة
	4	36%	64%	المتوسط الحسابي

كشفت إجابات العينة المستطلعة على هذا السؤال الاستكشافي عن مدى معرفة الاعلاميين والاعلاميات لمصطلح «صورة نمطية» أو «تتميط» عن عدم وضوح هذا المفهوم لدى الاعلاميين، مما يؤدي وبالضرورة إلى خلط المفاهيم لدى تغطيتهم لقضايا المرأة، كما يكشف عن عدم دقة الارقام التي أفاد اصحابها بتلقيهم دورات تدريبية حول تغطية قضايا المرأة، علماً أن الباحثين وضعوا 7 خيارات لاختيار المعنى الصحيح وجميعها صحيحة باستثناء الخيار رقم (6)، كما ينبغي القول أن هناك تعريفات اجتماعية وثقافية، وأخرى إعلامية واقتصادية لمصطلح الصورة النمطية أو «التتميط»، وتم وضع ما يتلاءم وموضوع الدراسة من تعريفات، فعلى سبيل المثال يعرفه صندوق الأمم المتحدة للسكان على أنه «التعميم أو التبسيط المسبق حول مجموعة كاملة من الناس دون اعتبار الفروق الفردية»⁴، بينما تعرف المفوضية السامية لحقوق الإنسان «التتميط الجنساني» على أنه «نظرة معممة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء»⁵.

وتبدو نتائج المتوسط الحسابي في الإجابة على استفسارات السؤال العاشر متشابهة مع إجابات استفسارات السؤال التاسع الموجه بتعريف «الجندر»، فقد بلغت نسبة الإجابات الصحيحة لتعريف مصطلح «تتميط» 64% مقابل 62.3% في تعريف مصطلح «الجندر»، فيما بلغت نسبة الإجابات الخاطئة لمصطلح «التتميط» 36%، وهي ذات نسبة متوسط حسابي الإجابات الخاطئة لمصطلح «الجندر» 36%، وجمع نتيجتي متوسط حسابي الإجابات الخاطئة و4 من المستطلعين/ ات الذين أجابوا بـ«لا أعرف» على تعريف مصطلح «التتميط» يصبح مجموع الإجابات الخاطئة 40%، مقابل 46% إجابات خاطئة على تعريف مصطلح «الجندر».

لقد مالت غالبية المستطلعين/ ات إلى وضع إجابات صحيحة على 5 مصطلحات تراوحت نسبها ما بين 71% و81%، فيما انقسم تعريفهم لمصطلح «التتميط» على أنه «منع مجموعة من الناس الذين تم تتميطهم من النجاح في مجالات معينة أو الحصول على حقوقهم كاملة» إلى نصفين، 49% أيدوا هذا التعريف، مقابل 49% لم يؤيدوه، وصحفيين اثنين أقررا بعدم معرفتهم لهذا التعريف، لكن الأبرز أن 78% أجابوا إجابات خاطئة بتأييدهم أن التتميط يعني «النُّصُع أو التَّكُفُّ أو العَظْمَة»، مقابل 21% رفضوا هذا التعريف، وهذه النتيجة وحدها تكشف الميل الثقافي العام لمصطلح «التتميط»، وليس بالضرورة أنها تكشف معرفتهم الدقيقة بالمصطلح، ونقصد بـ«الميل» أي انطباعاتهم ومشاعرهم تجاه المصطلح، وهي مسألة نابعة باعتقادنا من الثقافة الاجتماعية السائدة في المجتمع، والملاحظة هنا أن النسبة العظمى من المستطلعين/ ات أيدوا التعريفين رقم (1) و(7) ونسبة بلغت 80% منهم، وهذان التعريفان يبدأان بمصطلحات حسية واضحة، فالتعريف الأول يبدأ بمصطلح «انطباع»، والثاني يبدأ بمصطلح «صور»، ويمكن ملاحظة باقي مستوى الإجابات من خلال ما تحمله التعريفات من مصطلحات حسية تعكس ثقافة المتلقي أو المستمع لها، وهم هنا المستطلعين/ ات من الصحفيين/ ات.

4 جان الأسطة، معجم المصطلحات والمفردات المعنوية بالعنف المبني على أساس النوع الاجتماعي، صندوق الأمم المتحدة للسكان، لبنان، 2012. متوفر على الرابط التالي:

[<https://bit.ly/3dlkG0S>], last visited 11 October 2020.

5 التتميط الجنساني، موقع المفوض السامي لحقوق الإنسان. متوفر على الرابط التالي:

[<https://www.ohchr.org/AR/Issues/Women/WRGS/Pages/GenderStereotypes.aspx>], last visited 11 October 2020.

السؤال رقم (11): هل هناك مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي)؟

هل هناك مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي)؟

المجموع	رفض الإجابة	لا أعرف	لا	نعم
100	1	7	55	37

أشار 55% من العينة المستطلعة أنه لا توجد مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي، مقابل 37% أشاروا إلى وجود هذا النوع من المدونات، فيما قال 7% أنهم لا يعرفون إن كانت هذه المدونات موجودة أم لا، ومستجيب واحد رفض الإجابة، وجمع من قالوا أنه لا يوجد هذه المدونات ومن لا يعرفون بوجودها أم لا تصبح النتيجة 62%، وهي نتيجة تؤشر على غياب مدونات السلوك المهني التي من شأنها منع التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي على وجه الخصوص في المؤسسات الإعلامية، ويستنتج ممن أكدوا وجودها أن هذه المدونات موجودة لدى المؤسسات الإعلامية ولكن لا يتم استخدامها أو تعميمها والتأكيد عليها من قبل إدارات التحرير وغرف الأخبار.

وفي هذا السياق نفس مدير التحرير بجريدة الرأي عبد الكريم الوحش في تعليقه بجلسة العصف الذهني المعمقة للإعلاميين وجود مدونات سلوك في غرف الأخبار، لكنه أشار إلى وجود ميثاق شرف للصحفيين في نقابة الصحفيين لا أحد يطبقه.

السؤال رقم (12): إلى أي درجة يستخدم أو يطبق الصحفيون والصحفيات مدونات السلوك المهني في مؤسساتهم الإعلامية؟

إلى أي درجة يستخدم أو يطبق الصحفيون والصحفيات مدونات السلوك المهني في مؤسساتهم الإعلامية؟

المجموع	رفض الإجابة	لا يستخدموا على الإطلاق	إلى درجة قليلة	إلى درجة متوسطة	إلى درجة كبيرة
37	1	7	9	17	3

وعند سؤال الذين أكدوا على وجود مدونات سلوك مهني عن مدى استخدامها وتطبيقها من قبل الصحفيين والصحفيات، فقد عبر 17% منهم أنهم يستخدمونها بدرجة متوسطة، و9% قالوا إنهم يستخدمونها بدرجة قليلة، و7% قالوا إنهم لا يستخدمونها على الإطلاق، بينما النسبة الدنيا 3% ذهبت إلى الذين قالوا إنهم يستخدمونها بدرجة كبيرة.

في المحصلة تكشف عموم إجابات الصحفيين/ ات المستطلعين/ ات عن ضعف في المعرفة والاطلاع أو الثقافة بمصطلح «التمييز» أو «الصورة النمطية»، وهي نتيجة تعكس مستوى تثقيفهم و/ أو تدريبهم على هذا المصطلح في عملهم الصحفي، كما تعكس تدني مستوى التعليمات أو الأنشطة التوعوية في هذا الخصوص إضافة إلى غياب مدونات السلوك بشأن «النوع الاجتماعي» عموماً، وتالياً عرضاً لنتائج استفسارات السؤال رقم (10) نعرضه على النحو التالي:

- أجاب 81% من المستطلعين/ ات إجابة صحيحة بأن مصطلح تمييز أو صورة نمطية يعني «إنطباع قوي لفكرة أو نظرية أو عدة أفكار أو نظريات»، مقابل 19% أجابوا إجابات خاطئة.
- ويرى 80% من المستجيبين/ ات في الإجابات الصحيحة أن معنى الصورة النمطية أو التمييز يعني (صور ذهنية عن شخص أو جماعة لا تستند إلى معرفة موضوعية، ولكنها تركز فقط على أحكام مسبقة)، مقابل 20% في الإجابات الخاطئة يرون أن هذا المعنى غير صحيح.
- واعتبر 73% من المستجيبين والمستجيبات في الإجابات الصحيحة أن معنى (نظرة معقدة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء)، مقابل 26% أجابوا إجابات خاطئة يعتقدون بعدم صحته مقابل مستجيب ذكر قال انه لا يعرف.
- 72% يعتقدون بصحة ان التمييز يعني (تعميم مبالغ فيه لصفات وطبائع واختلافات مجموعة معينة بناءً على نوعهم الاجتماعي)، فيما يعتقد 28% بعدم صحته في إجابات خاطئة.
- وفي إجابات صحيحة يرى 71% من العينة ان التعريف الصحيح للتمييز هو (التعميم أو التبسيط المسبق حول مجموعة كاملة من الناس دون اعتبار الفروق الفردية)، مقابل 29% لا يرون فيه تعريفاً صحيحاً في إجابات خاطئة.
- وانقسمت عينة الدراسة بالتساوي حول صحة وعدم صحة معنى التمييز الذي ينص على أنه (منع مجموعة من الناس الذين تم تمييزهم من النجاح في مجالات معينة أو الحصول على حقوقهم كاملة) بواقع 49 مستجيباً في إجابات صحيحة، و49 في إجابات خاطئة، مقابل مستجيبان ذكران قالوا إنهما لا يعرفان.
- ويرى 78% من المستجيبين صحة تعريف التمييز بأنه (النَّصُّعُ أو التَّكْؤُفُ أو العَظْمَةُ) وهي إجابات خاطئة، مقابل 21 مستجيباً يعتقدون بعدم صحته مما يدل على عدم وعي كامل بالمفهوم، فيما قال اعلامي واحد انه لا يعرف.

السؤال رقم (13): هل تعمل المؤسسات الإعلامية على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)؟

هل تعمل المؤسسات الإعلامية على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)؟				
نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
26	72	2	0	100

نفى أكثر من ثلثي العينة المستجيبة (72) أن المؤسسات الإعلامية تعمل على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)، مقابل 26 مستجيباً ومستجيبة قالوا بان المؤسسات الاعلامية تعمل على تدريب صحافييها.

القسم الثاني: غرف الأخبار وسياسات التحرير

ووافقت الصحيفة الجديدة هديل غبون قائلة «لا توجد اي سياسة في المؤسسات الإعلامية تراعي الجنس، فضلا عن خلو المواقع القيادية في المؤسسات الإعلامية من النساء مما يجعل من الإدارات الإعلامية غير مبنية على الجنس»، ويؤكد على ذلك رئيس تحرير موقع الأول نيوز أسامة الرنتيسي قائلاً «ان معظم المؤسسات الاعلامية لا توجد فيها سياسات اعلامية تتعلق بقضايا الجنس وتبقى الامور مبنية على العلاقات الشخصية فقط.

وترى الاعلامية سوسن زايد وجوب تغيير السياسة التحريرية، وتحديث قوائم الاسماء للمصادر، ويجب اعادة النظر بالتنوع في القضايا وفي زوايا الطرح في المؤسسات الاعلامية ولدى الصحفيين والصحفيات، مشيرة الى اننا كلما اتجهنا الى التسييس فإننا نذهب الى الذكر أكثر، وكلما ذهبنا الى القضايا الانسانية كاللعليم والصحة والقانون وغيرها فستكون الغلبة فيها للحضور النسائي، خاصة للقول» يجب تغيير قواعد اللعبة».

وتؤكد الإعلامية سهير جرادات ان ربع اعضاء الهيئة العامة لنقابة الصحفيين من النساء، إلا أن المرأة لا تتواجد في مواقع قيادية في المؤسسات الاعلامية، ويتم تجاهل درجتها الوظيفية، ويصبح وجودها احياناً كصورة تزيينية فقط، مما يفقدها القدرة على وضع السياسات الإعلامية بما في ذلك القضايا المتعلقة بالجنس.

وتالياً تفصيل لنتائج وتحليلات القسم الثاني من الدراسة، وذلك على النحو التالي:

تضمن القسم الثاني من استطلاع رأي الصحفيين على 5 أسئلة واستفسارات تبحث في علاقة التمثيل الإعلامي خاصة بصورة المشاركة السياسية للمرأة بغرف الأخبار وإدارات التحرير وسياساتها المتبعة في وسائل الإعلام المحلية.

وأظهرت النسب الأعلى لنتائج الإجابة على الأسئلة من 1 إلى 4 من القسم الثاني أن 62% تتوفر في مؤسساتهم/ ن الإعلامية متخصصون في تغطية قضايا وشؤون المرأة، و59% تعمل إدارة التحرير في مؤسساتهم الإعلامية على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى، و57% توجد في مؤسساتهم/ ن الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية، وكل هذه النسب جاءت مقابل 56% قالوا أنه لا توجد في مؤسساتهم/ ن الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل، وهذه النتيجة تلتقي مع الإجابات على السؤال (11) من القسم الأول، حيث قال 55% من المستطلعين/ ات أنه لا توجد مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي.

وتقاطعت آراء المشاركين في جلسة العصف الذهني الأولى المخصصة للإعلاميين مع نتائج القسم الثاني من أسئلة الاستطلاع، حيث نفى مدير الموقع الإلكتروني لجريدة الغد اليومية نور الدين الخميسة وجود أي سياسة تتعلق بالجنس في مؤسسته يمكنه تطبيقها،

السؤال	نعم	لا	غير متأكد	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
1. هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية؟	57	41	0	1	1	100
2. هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل؟	41	56	1	1	1	100
3. هل يتوفر في مؤسستك الإعلامية متخصصون في تغطية قضايا وشؤون المرأة؟	62	36	0	1	1	100
4. هل تعمل إدارة التحرير على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى؟	59	39	0	0	2	100
المتوسط الحسابي	54.7%	43%	1	3	5	

مؤسساتهم الإعلامية تعمل على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وفي أية ميادين أخرى، مقابل 39 نفوا وجود مثل هذه السياسة في مؤسساتهم الإعلامية.

وتظهر الكثير من المغالطات عند مقارنة الإجابات على الأسئلة من 1 إلى 4 من القسم الثاني، مع الإجابات على السؤال (11) من القسم الأول الذي يستفسر المستطلعين/ ات عن معرفتهم بوجود مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي، ففي الوقت الذي نفى فيه 57 مستجيباً ومستجيبة وجود مدونات سلوك في المؤسسات الإعلامية، فإن 57 منهم وفي اجاباتهم على هذا السؤال بوجود هذه المدونات، مما يكشف عن عدم اطلاع أكثر من نصف عينة الاستطلاع على وجود مثل هذه المدونات في مؤسساتهم الإعلامية.

السؤال رقم (5) من القسم الثاني: هل تطلب أو توجه إدارة التحرير في مؤسساتكم الإعلامية منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين؟

هل تطلب أو توجه إدارة التحرير في مؤسساتكم الإعلامية منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين؟					
نعم	لا	أحياناً	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
68	28	0	1	3	100

قال 68 مستطلعاً من عينة الدراسة ان إدارة التحرير في مؤسساتهم الإعلامية تطلب أو توجه منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين، مقابل 28 مستطلعاً نفوا وجود هذه المطالب والتوجيهات في مؤسساتهم، فيما وردت إجابة واحدة بـ«لا أعرف»، و3 رفضوا الإجابة.

وتظهر الإجابة على هذا السؤال بالمقارنة مع الإجابات

السؤال رقم (1) من القسم الثاني: هل توجد في مؤسساتكم الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية؟

أفاد 57 مستجيباً ومستجيبة بوجود مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية في مؤسساتهم الإعلامية، مقابل 41 مستجيباً ومستجيبة نفوا وجود مثل هذه المعايير في مؤسساتهم الإعلامية.

السؤال رقم (2) من القسم الثاني: هل توجد في مؤسساتكم الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل؟

يرى 41 مستجيباً ومستجيبة أن مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل موجودة في مؤسساتهم الإعلامية، مقابل 56 نفوا وجود مدونة السلوك أو سياسات تحريرية في مؤسساتهم الإعلامية.

السؤال رقم (3) من القسم الثاني: هل يتوفر في مؤسساتكم الإعلامية متخصصون في تغطية قضايا وشؤون المرأة؟

أكد 62 مستجيباً ومستجيبة من عينة الدراسة وجود متخصصين في تغطية قضايا وشؤون المرأة في مؤسساتهم الإعلامية، فيما نفى 36 مستجيباً ومستجيبة وجود متخصصين لتغطية قضايا المرأة في مؤسساتهم الإعلامية.

السؤال رقم (4) من القسم الثاني: هل تعمل إدارة التحرير على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى؟

أفاد 59 من عينة الاستطلاع بان إدارة التحرير في

على الأسئلة السابقة من القسم الثاني تناقضا واضحا، فقد بلغ عدد من يعتقد بعمل ادارة التحرير على منع اي تفرقة أو تقييد أو استبعاد للمرأة (59) مستجيبا ومستجيبة، لكن هذا العدد ارتفع في الاجابة على هذا السؤال ليصل الى 68 مستجيبا، كما انخفضت نسبة من نفى وجود هذه السياسة من 39 مستجيبا الى 28 مستجيبة ومستجيبة، بما يؤكد على عدم وضوح المفاهيم والسياسات المتعلقة بالتغطيات المتوازنة، فضلا عن عدم معرفة العينة بالسياسات التحريرية المعتمدة في مؤسساتهم الاعلامية.

القسم الثالث: الانطباعات

دورها في الحديث عن قضايا المرأة فقط، وتم تكريس صورتها كأم وزوجة، وقد يكون ذلك متعمدا، كذلك فإن المرأة لم تسع لتقديم نفسها كمحلل سياسي في وسائل الإعلام مثلا.

وينفي **المستشار الإعلامي في مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية سعد حتر** وجود قرار سياسي لتمكين المرأة، مؤكدا في الوقت نفسه أن النساء أكثر تحيزاً في معظم الأحيان ضد المرأة، كما أن المناهج الدراسية تتضمن تنميطة ضد المرأة.

ويؤكد **النائب خالد رمضان** ان الإعلام ليس واحدا وبالإجمال نحن نقرأ صورة التنميطة للمرأة.

وتؤكد **المحامية نور الامام** ان تركيز الإعلام على سلبيات المرأة أكثر منه على سلبيات الرجال، ولذلك فإن الإعلام يؤدي دورا مسيئا للمرأة السياسية، وهناك تصيد لضرب النساء بعضهن ببعض، مشيرة الى ضرورة التفريق بين الإعلام الحكومي والاعلام المؤدلج والاعلام الخاص.

وترى **د. ميسون العتوم** أن صراع الخطابات يعكس ايدولوجيا المهيمن على المستوى الشعبي أو الدولة أو الجهات الخارجية مما ينعكس على المرأة السياسية في مواجهة خطاب الذكورية المهيمن والمسموع، فالمرأة ينظر اليها بعيون الذكر، ولذلك فكل الخطابات المهيمنة هي خطابات طاردة للنساء، باعتبار المرأة متعدية على فضاء الشأن العام الذي افرته ذكورية المجتمع، متسائلة «لماذا نغفر أخطاء الذكور بينما خطأ المرأة غير مغفور؟».

وبحسب **النائب د. ديمه طهوب** فإن «المرأة تعتبر خاصرة رخوة، وهناك عدة وجوه يتم التعامل فيها مع المرأة، وهناك فئات نسائية حزبية تتدخل في رسم صورة المرأة، مما يبقي الصراع قائما بين النساء من خلال تصويرهن مستضعفات، ومشكلة التنميطة تتمثل بمقارنة فلانة بفلانة، والأصل أن تتعامل مع المرأة نفسها قياسا بتجربتها الشخصية. وتضيف أن «التيارات السياسية أيضا ساهمت بإضعاف المرأة»، مؤكدة أن «المهارة الذاتية للمرأة لها دور في بروزها الإعلامي، كما ان هذه المهارة وهذا البروز له دور أيضا في استهداف المرأة».

تضمن القسم الثالث من استطلاع رأي الصحفيين على 27 سؤالاً واستفساراً جميعها تبحث في انطباعات واعتقادات الصحفيين والصحفيات بمسألة التوازن الجندري بشكل عام، ومشاركة المرأة في السياسة بشكل خاص ولكن بالتركيز على مسألة التنميطة الإعلامي لصورة المرأة السياسية في وسائل الإعلام.

ويعتقد الباحثون أن تعليقات هامة من إعلاميين وإعلاميات وسياسيين وسياسيات وردت في مخرجات جلستي العصف الذهني تتضمن وجهات نظر تتعلق بالأسئلة رقم (1، 2، 3، 4، 5 و6) من القسم الثالث لاستطلاع رأي الصحفيين، وهي أسئلة تتمحور بانطباعات الصحفيين المستطلعين في التالي: التغطيات الصحفيات العادلة والمتساوية لكل من الرجال والنساء، والصورة النمطية للصحفيين الذكور والصحفيات الإناث للمرأة في المجتمع، وتكريس التمييز على أساس الجنس في التغطيات والتقارير الصحفية، ومدى تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ، ونجمل هذه التعليقات على النحو التالي:

• وفقا **للمحامية هالة عاهد** فإن الإعلام يركز على هفوات النائبات أكثر من النواب، وإذا اخطأت المرأة السياسية فانه يتم مهاجمة كل النساء لكن إذا أخطأ الرجل فانه يتهم لوحده منفردا باعتباره يمثل نفسه فقط، مؤكدة ان قضية النساء ليست قضية الدولة الحاضرة، ومن السهل تخلي الدولة عنها.

• وبحسب **الإعلامية سهير جرادات** فإن التمييز لا يوجد في السيستم وانما يظهر التمييز بسبب طبيعة الأشخاص، كما ان الصحفيين والصحفيات يلجؤون الى التنميطة، وهم أكثر من يعكسون تخلف المجتمع.

• وتشير **الإعلامية «هبة الحياة» عبيدات** الى ان الإعلام يلجأ الى توظيف المرأة شخصيا كلباسها وحركتها ولهجتها بخلاف الرجل الذي لا يهتم الإعلام بمثل هذه التفاصيل لديه، مؤكدة ان بعض النساء الاعلاميات يعززن ايضا الصورة النمطية للمرأة الاعلامية.

• ويرى **مدير التحرير بجريدة الرأي اليومية عبد الكريم الوحش** ان من صور تنميطة المرأة هو حصر

وتالياً تفصيل لنتائج وتحليلات القسم الثالث من الاستطلاع، وذلك على النحو التالي:

السؤال رقم (1) من القسم الثالث: هل تتفق/ ين أن الصحفيين والصحفيات أو المؤسسات الصحفية عموماً تقوم بعمل تغطيات صحفية عادلة ومتساوية لكل من الرجال والنساء؟ وإلى أي درجة تتفق/ ين على ذلك ..

هل تتفق/ ين أن الصحفيين والصحفيات أو المؤسسات الصحفية عموماً تقوم بعمل تغطيات صحفية عادلة ومتساوية لكل من الرجال والنساء؟ وإلى أي درجة تتفق على ذلك ..

نعم	إلى درجة كبيرة	إلى درجة متوسطة	إلى درجة قليلة	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
44	17	24	2	55	0	1	100

لا يتفق 55 من المستجيبين مع القول بقيام الصحفيين والصحفيات أو المؤسسات الصحفية عموماً بعمل تغطيات صحفية عادلة ومتساوية لكل من الرجال والنساء، مقابل 44 يتفقون على ذلك، منهم 17 مستطعلا بدرجة كبيرة، و24 بدرجة متوسطة، واثنين فقط بدرجة قليلة.

السؤال رقم (2) من القسم الثالث: باعتمادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟

باعتمادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟

نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
36	62	2	0	100

62 مستجيباً ومستجيباً يعتقدون أن الصحفيين الذكور (لا يعملون) على تجنب تميط صورة النساء في المجتمع، مقابل 36 مستجيباً يعتقدون أن الصحفيين الذكور (يعملون) على تجنب تميط صورة النساء في المجتمع، وقال مستجيبان انهما لا يعرفان.

السؤال رقم (3) من القسم الثالث: باعتمادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟

باعتمادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟

نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
40	55	4	1	100

55 مستجيباً ومستجيباً يعتقدون أن الصحفيات الإناث (لا يعملن) على تجنب تميط صورة النساء في المجتمع، مقابل 40 مستجيباً ومستجيباً يعتقدون أن الصحفيات (يعملن) على تجنب تميط النساء في المجتمع، و4 من المستطلعين/ ات اختاروا الإجابة بـ«لا أعرف».

السؤال رقم (4) من القسم الثالث: باعتمادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟

باعتمادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟

نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
40	59	0	1	100

افاد 59 من عينة الاستطلاع بأن الصحفيين الذكور لا يتجنبون تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية، مقابل 40 يعتقدون 40 مستجيباً ومستجيباً يعتقدون بذلك.

السؤال رقم (5) من القسم الثالث: باعتمادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟

باعتمادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟

نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
44	55	1	0	100

أبدى 44 مستجيباً ومستجيباً اعتقادهم بأن الصحفيات الإناث يتجنبن تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم الصحفية، مقابل 55 مستجيباً ومستجيباً أبدوا اعتقادهم بعكس ذلك.

السؤال رقم (6) من القسم الثالث: باعتمادك؛ هل يتم تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ؟

باعتمادك؛ هل يتم تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ؟

نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
46	51	2	1	100

عبر 51 مستجيباً ومستجيباً عن اعتقادهم بأن تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية لا تتم بشكل عادل ومتكافئ، مقابل 46 عبروا عن اعتقادهم بأنها تتم بشكل عادل.

السؤال رقم (7) من القسم الثالث: باعتمادك؛ هل تؤثر التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة؟ وإلى أي درجة ..

باعتقادك؛ هل هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة؟

المجموع	رفض الإجابة	لا أعرف	لا	نعم
100	1	0	63	36

قال 63 من افراد العينة المستطلعة انهم لا يعتقدون بوجود أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، مقابل 36 يعتقدون العكس من ذلك.

السؤال رقم (10) من القسم الثالث: إذا كان هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، فما هي هذه الأسباب برأيك؟

إذا كان هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، فما هي هذه الأسباب برأيك؟

المجموع	لا	نعم	الأسباب
36	2 5.6%	34 94.4%	1. ثقافة المجتمع
36	9 25%	27 75%	2. عدم قدرة المرأة على التواصل مع الإعلام
36	11 30.6%	25 69.4%	3. ذكورية المجتمع الصحفي
36	21 58.4%	15 41.6%	4. السياسات الحكومية
36	8 22.2%	28 77.8%	5. ضعف خبرة الصحفيين
36	11 30.6%	25 69.4%	6. عدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة
36	20 55.6%	16 44.4%	7. التشريعات التمييزية
36	20 55.6%	16 44.4%	8. الممارسات الحكومية التي تركز التمييز والصورة النمطية
100%	12.8 35.5%	23.2 64.5%	المتوسطات الحسابية

ومن بين المستجيبين البالغ عددهم 36 الذين يعتقدون في السؤال السابق رقم (9) بوجود أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة اعتبر 32 منهم ان ثقافة المجتمع السبب الاول الذي يحد ويمنع الإعلام الاردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة مقابل مستجيبان فقط لم يوافقا على هذا السبب.

باعتقادك؛ هل تؤثر التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة؟ وإلى أي درجة ..

المجموع	رفض الإجابة	لا أعرف	لا	إلى درجة قليلة	إلى درجة متوسطة	إلى درجة كبيرة	نعم
100	0	0	58	0	21	19	42

عبر 58 من المستطلعين ان التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات لا تؤثر على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة، مقابل 42 يعتقدون العكس من ذلك تماماً، ويرون أن التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات تؤثر على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة، ومنهم 19 يعتقدون أن هذا النوع من التغطيات الإعلامية تؤثر بدرجة كبيرة، و21 يعتقدون أنها تؤثر بدرجة متوسطة.

السؤال رقم (8) من القسم الثالث: هل تعتقد/ ين أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام؟ وإلى أي درجة ..

هل تعتقد/ ين أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام؟ وإلى أي درجة ..

المجموع	رفض الإجابة	لا أعرف	لا	إلى درجة قليلة	إلى درجة متوسطة	إلى درجة كبيرة	نعم
100	0	0	40	2	37	21	60

افاد 60 مستجيبا ومستجيبة أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام، حيث يعتقد 37 من المستجيبين في ذلك بدرجة متوسطة، وبدرجة كبيرة 21 مستجيبا، واثنين فقط بدرجة قليلة، مقابل 40 مستجيبا ومستجيبة يعتقدون بان المرأة اخذت حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام.

ووفقا لآراء خبراء اعلاميين ونشطاء مؤسسات مجتمع مدني فإن أحد أسباب عدم حصول المرأة على حقها في التغطية والاهتمام في وسائل الإعلام هو عدم قدرتها على التواصل مع الاعلام، وعدم قدرتها في ان تكون مصدرا للمعلومات، وهو ما ذهب إليه مدير تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة الغد نور الدين الخمايسة بقوله «لدينا مشكلة مع المرأة المصدر، فمن السهل التواصل مع الباحث الرجل أكثر من الباحث المرأة، والمشكلة عندها، المصدر الرجل يستطيع الحضور اليك في اي زمان ومكان بخلاف المرأة».

السؤال رقم (9) من القسم الثالث: باعتقادك؛ هل هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة؟

الى القضايا الانسانية كالتعليم والصحة والفنون وغيرها ستكون فيها الغلبة للحضور النسائي داعية الى ما اسمته «تغيير اللعبة».

وتقول **رئيسة لجنة المرأة في حزب النداء سميرة حمزة** قائلة إن «المرأة مقيدة بمجتمع ذكوري».

ولا تبتعد **المحامية هاله عاهد** عن رأيها قائلة «ان الصحفيين يحملون افكار مسبقة وايدولوجيات جاهزة لا علاقة لها بسياسات المؤسسات الاعلامية التي يجب ان تحدد المفاهيم، ولذلك فالصحفيون يتماهون مع التيار السائد وبالتالي ينقادون الى ثقافة الشارع في قضايا المرأة».

ويرى **رئيس تحرير موقع الأول نيوز أسامة الرنتيسي** ان للمجتمع دور في ذلك الى جانب الموقف الشخصي للإعلامي والصحفي نفسه، وهو موقف ينسجم مع ثقافة الناس والمجتمع، لذلك فإن ثقافة المجتمع هي التي تقود تنميط صورة المرأة في الإعلام بالرغم من عدم وجود سياسات حكومية تدفع بذلك.

ويشير **الاعلامي خضر** الى وجود ما يسميه مدرستان تعملان على تنميط صورة المرأة في الاعلام، هما ثقافة المجتمع، وارضاء الجمهور حتى لو اضطر الاعلامي أو المؤسسة الاعلامية للتنميط.

ووفقا **للإعلامية المستقلة «هبة الحياة» عبيدات** فإن الصحفيين يمثلون ثقافة المجتمع، والمشكلة ان الصحافة في الاردن لا تمثل السلطة الرابعة ولا تقود المجتمع وانما تنساق وراء رغبات الجمهور، كما ان بيئة الصحفيين غير ملائمة لعمل الصحفيات.

ويشير **عمرو نوايسة** الى عاملين يحكمان الإعلام في تعامله مع المرأة السياسية اولها توجهات الوسيلة الاعلامية أو الشخص الاعلامي، الخلفية والايديولوجية الاعلامية تتحكم في الكثير فيما سينشر، والثانية علاقة تلك الوسيلة مع الشخص السياسي.

السؤال رقم (11) من القسم الثالث: برأيك؛ ما هو سبب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟

برأيك؛ ما هو سبب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟			
المجموع	لا	نعم	الأسباب
100	60	40	موقف الصحفيين والصحفيات المسبق

وجاء ضعف خبرة الصحفيين في المرتبة الثانية من حيث تلك الاسباب وفقا لما يعتقدده 28 مستجيبا ومستجيبة، مقابل 8 مستجيبين ومستجيبات نفوا ذلك.

وحل عدم قدرة المرأة على التواصل مع الإعلام في المرتبة الثالثة من حيث الاسباب وفقاً لما يعتقدده 27 مستجيبا، مقابل 9 رفضوا هذا السبب.

وجاء في المرتبة الرابعة وبالتساوي سببين من الأسباب التي يعتقد المستجيبين والمستجيبات أنها تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، الأول ذكورية المجتمع الصحفي، والثاني عدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة باعتقاد 25 مستجيباً ومستجيبة لكل منهما، كما تساوى ايضاً عدد من رفض اعتبار ذكورية المجتمع وعدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة كأسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة بإجابة 11 مستجيباً لكل منهما وبنسبة مشتركة.

وتساوت في المرتبة الخامسة كامل معطيات من يعتقدون بان من الأسباب التي تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة كل من التشريعات التمييزية، ثم الممارسات الحكومية التي تكرر التمييز والصورة النمطية بواقع 16 مستجيباً لكل منهما، مقابل 20 مستجيباً رفضوا هذين السببين.

وحصلت السياسات الحكومية على أدنى نسبة من يعتقدون بانها سبب من الأسباب التي تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة بنسبة تمثل 15 مستجيباً ومستجيبة، وبحسب المعطيات فإن غالبية المستجيبين رفضوا هذا السبب بنسبة تمثل 21 مستجيباً ومستجيبة وهي اعلى نسبة رفض تم تسجيلها في إجابات السؤال العاشر من القسم الثالث للاستطلاع.

ومن خلال المتوسط الحسابي للذين أقرؤا بوجود أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة والبالغ عددهم 36 مستجيباً ومستجيبة، وأيدوا 8 أسباب وضعها الاستطلاع مع حرية اختيار رفضها أو قبولها، فإن ما يشكل الغالبية 64.5% منهم يؤيدون الأسباب الثمانية الواردة في الجدول أعلاه، مقابل 35.5% منهم لا يؤيدونها.

وفي تعليق الخبراء من اعلاميين ونشطاء مؤسسات مجتمع مدني فإن اسبابا عديدة تمنع الإعلام الاردني من دعم المشاركة السياسية تأتي في مقدمتها العقلية الذكورية للمجتمع، فوفقا للإعلامية سوسن زايدته فإن العقلية الذكورية عند الرجال وحتى عند النساء التي اقرها المجتمع تنعكس على الإعلام وعلى دعمه للمشاركة السياسية للمرأة، مشيرة الى اننا كلما اتجهنا الى التسييس نذهب الى الذكر اكثر، وكلما ذهبنا

ويرى 58 من عينة الاستطلاع ان تلبية اهتمامات الجمهور يمثل أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، فيما لم يوافق على هذا السبب 42 مستطلعا ومستطلعة.

وبحسب 55 من عينة الاستطلاع فإن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هو عدم قدرة المرأة على التواصل مع وسائل الإعلام نفسها، فيما رفض 45 هذا السبب.

ويعود المستجيبون مرة أخرى للتأكيد على ان التشريعات لم تكن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، فقد رفض 70 مستجيبا ومستجيبية القبول بان التشريعات تفرض قيوداً على الإعلاميين والإعلاميات مما يسهم في تكريس الصورة النمطية، في حين يعتقد 30 مستجيبا بذلك.

ولم يقبل 60 مستجيبا اعتبار موقف الصحفيين والصحفيات المسبق أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، مقابل 40 مستجيبا قبلوا بذلك.

ورفض 58 مستجيبا اعتبار الفارق البيولوجي مع الرجل أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، بينما وافق على ذلك 42 مستجيبا ومستجيبية.

وفي الوقت الذي وافق فيه 46 من المستطلعين على أن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام ان المؤسسات التعليمية تكرر تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، فقد رفض 54 من المستطلعين الذين يمثلون أكثر من نصف العينة ذلك.

ومن خلال نتيجة المتوسط الحسابي للمستجيبين والمستجيبات الذين ذهبوا إلى تأييد 10 أسباب وضعها الاستطلاع أمام حرية الاختيار بتأييدها أو رفضها، فإن الغالبية اتجهت إلى تأييدها بنسبة 54.2%، مقابل 45.8% اتجهوا إلى رفض هذه الأسباب ولم يقبلوا بها.

ووفقا للخبراء فإن من أبرز أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام عدم قدرتهن على تسويق أنفسهن في وسائل الاعلام، هذا ما تقوله الاعلامية سوسن زايد، فيما يشير المستشار الاعلامي في مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية سعد حتر الى ان الإعلام لا يعطي النساء السياسيات مساحة كافية، وبحسب النائب خالد رمضان فإن الإعلام سيضطر لإعطاء المرأة السياسية الدور والمساحة عندما تكون حاضرة وفاعلة وتفرض وجودها في الاعلام.

100	40	60	عدم توفر سياسات تحريرية في المؤسسات الإعلامية تضع معايير واضحة لعدم تنميط صورة المرأة وإنصافها في التغطيات الصحفية
100	70	30	التشريعات تفرض قيوداً على الإعلاميين والإعلاميات مما يسهم في تكريس الصورة النمطية
100	54	46	المؤسسات التعليمية تكرر تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام
100	28	72	المرأة نفسها
100	35	65	عدم وجود مدونات سلوك مهني ملزمة للإعلاميين في تقديم عرض متكافئ لا يميز بين الرجال والنساء
100	26	74	إنحياز الإعلاميين/الإعلاميات للعادات والتقاليد التي تسهم بذلك
100	45	55	عدم قدرة المرأة على التواصل مع وسائل الإعلام
100	58	42	الفارق البيولوجي مع الرجل
100	42	58	تلبية اهتمامات الجمهور
100%	45.8%	54.2%	المتوسط الحسابي

ألقى أكثر من ثلثي عينة الاستطلاع (72) مستجيبا ومستجيبية مسؤولية تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام للمرأة نفسها باعتبارها السبب الاول من أسباب تنميط صورتها مقابل 28 مستجيبا ومستجيبية رفضوا ذلك.

ويعتقد 74 مستجيبا ان سبب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هو انحياز الإعلاميين/الإعلاميات للعادات والتقاليد التي تسهم بذلك (ثقافة المجتمع)، مقابل 26 مستجيبا ومستجيبية لا يعتقدون ذلك.

ويرى 60 مستجيبا ومستجيبية أن عدم توفر سياسات تحريرية في المؤسسات الإعلامية تضع معايير واضحة لعدم تنميط صورة المرأة وإنصافها في التغطيات الصحفية يمثل أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، فيما رفض 40 مستجيبا ومستجيبية هذا السبب.

ووفقا لراي 65 مستجيبا فإن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هو عدم وجود مدونات سلوك مهني ملزمة للإعلاميين في تقديم عرض متكافئ لا يميز بين الرجال والنساء، مقابل 35 مستجيبية ومستجيبية رفضوا ذلك.

وأما المستطلعين/ ات الذين قالوا أن هناك اختلافاً في التغطية الإعلامية بين السياسيين الذكور والسياسيات الإناث وضعوا انطباعاتهم واعتقاداتهم في أوجه هذا الاختلاف، وذهب غالبيتها إلى التأكيد على وجود هذا الاختلاف، وأن لهذا الاختلاف أسباب وعوامل عديدة، منها عوامل اجتماعية وثقافية وسياسية، ومنها عوامل مهنية، ومنها عوامل تتعلق بالشخصية السياسية ذاتها، ومن بين الأسباب التي وردت في الجانب المهني «غياب الكفاءة لدى الصحفيين والصحفيات»، ومن بين الأسباب الاجتماعية والثقافية التي ذكرت «ذكورية المجتمع التي أفرزت رجالاً سياسيين أكثر من النساء السياسيات»، وأن «التغطيات للرجال أكثر بناء على العادات والتقاليد»، وفي الجوانب المتعلقة بالشخصية على سبيل المثال «طبيعة المرأة بالتواصل مع الناس اجتماعياً خجولة أكثر من الرجل»، ويمكن الاطلاع على جميع انطباعات المستطلعين/ ات من خلال الملحق رقم (4).

السؤال رقم (13) من القسم الثالث: برأيك؛ ما هي أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات

برأيك؛ ما هي أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات؟		
المجموع	التكرار	الأسباب
86%	86	الأنماط الاجتماعية والثقافية
79%	79	عدم لجوء النساء لرصد مخصصات مالية كافية لحملاتهن الانتخابية مثل الرجال
71%	71	التمثيل المتدني للمرشحات من النساء
65%	65	تدني نسبة وجود النساء في البرلمان أو في المناصب السياسية الرائدة ومراكز صنع القرار
52%	52	تلبية اهتمامات الجمهور
49%	49	السيرة الذاتية للمرشحة
33%	33	انحياز الإعلاميين والإعلاميات في التغطية لمصلحة الرجال
62%	62	المتوسطات الحسابية

تضمن السؤال 13 من القسم الثالث على حرية اختيار المستطلعين لأي خيار مطروح من الخيارات السبعة التي وضعها الاستطلاع لتحقيق ما ورد في المنهجية من أهداف، وأتاح الإجابة أو الموافقة على أكثر من خيار أو الخيارات كلها، أو رفضها كاملة أو رفض بعضها.

وبالنتيجة ومن خلال جمع المتوسط الحسابي لما اختاره المستطلعون والمستطلعات؛ فإن الغالبية وبنسبة 62% إلى تأييد الأسباب السبعة في عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات، وهذه الأسباب هي:

وتقول **النائب في البرلمان الأردني وفاء بني مصطفى** ان الإعلام ليس واحدا وكذلك السياسيين، ولدى الإعلاميين مزاجية في التعامل، مشيرة الى اهمية انخراط النساء في النشاط السياسي والاجتماعي وفي الصالونات السياسية، وأن الإعلاميين جزء من هذه الأنشطة التي من الممكن أن تمنحها فرصا اوسع للحضور في الاعلام، لكن فرص النساء اقل من فرص انخراط الرجال في هذه النشاطات، وبالتالي فإن شبكة علاقاتهن مع السياسيين والاعلاميين تكون اقل من فرص الرجال.

ووفقا **لرئيسة لجنة التربية في جبهة العمل الإسلامي عبير الأخرس** فإن وجود المرأة في كثير من الأحيان في وسائل الإعلام وجودا ديكوريا وليس لأنها كفؤا، وإذا لم تكن المرأة خارقة للعادة فهناك البديل الجاهز للظهور، والرجل العادي يتم ابراز دوره في الإعلام أكثر من إبراز دور المرأة العادية.

ويشير **مدير البرامج في مركز الحياة عمرو نوايسة** الى ان تعامل المرأة السياسية نفسها مع الإعلام يؤثر على حضورها الاعلامي بسبب فارق الخبرة والمهارة والتعامل، فيما تؤكد النائب عليا ابو هليل على وجود تمييز ظاهر في تغطية المرأة قياسا بتغطية الرجل لكون الإعلام لا يتعامل مع طلب الموضوع، فضلا عن وجود تنمر على المرأة لكونها امرأة فقط.

وبحسب **الخبير في حقوق الإنسان رياض الصبح** فإن هناك شيطنة مركبة للمرأة في الإعلام بدليل ما حصل في تغطيات اعتصام الدوار الرابع ضد النساء المشاركات فيه، فيما تشير رئيسة لجنة التعليم الخاص في نقابة المعلمين عبير الأخرس إلى استهداف المعلمات أكثر من المعلمين أثناء اضراب المعلمين من حيث التهديد والاستهداف المباشر وبجرأة غير معهودة.

السؤال رقم (12) من القسم الثالث: برأيك؛ هل تختلف تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) عن السياسيات من الإناث؟

برأيك؛ هل تختلف تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) عن السياسيات من الإناث؟				
نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
49	50	0	1	100

لا يعتقد نصف المستجيبين أن تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) تختلف عن تغطية السياسيات من الإناث، بعد ان أفاد 50 مستجيبا ومستجيبية بذلك، مقابل 49 يعتقدون بوجود هذا الاختلاف في التغطيات الاعلامية بين السياسيين الذكور والسياسيات الإناث.

التمثيل المتدني للمرشحات من النساء، عدم لجوء النساء لرصد مخصصات مالية كافية لحملاتهن الانتخابية مثل الرجال، السيرة الذاتية للمرشحة، تلبية اهتمامات الجمهور، تدني نسبة وجود النساء في البرلمان أو في المناصب السياسية الرائدة ومراكز صنع القرار، انحياز الإعلاميين والإعلاميات في التغطية لمصلحة الرجال والأنماط الاجتماعية والثقافية.

وعلى الرغم من ذلك فقد مالت اختيارات المستطلعين/ات إلى عدد من هذه الأسباب دون غيرها، من بينها 4 أسباب جاءت بنسب عالية، وسببين تحوم نسبتهما حول

السؤال رقم (14) من القسم الثالث: في أي مجال تعتقد أن المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام:

في أي مجال تعتقد أن المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام:						
المجال	التكرار	المجال	التكرار	المجال	التكرار	المجال
وزيرة	58	مسؤولية حكومية	41	إعلامية	57	المجموع
نائب	58	سيادة أعمال	38	فنانة	55	
عين / عضو في مجلس الأعيان	25	حزبية	32	شخصية اجتماعية	40	
نقابية	43	ناشطة في مجال العمل المدني العام	59	محامية	41	547
المتوسط الحسابي لعدد الإجابات						48.2

يسعى السؤال 14 من القسم الثالث إلى استكشاف اعتقادات الصحفيين/ات المستطلعين/ات بمسألة الجندر من حيث المشاركة السياسية بأسلوب غير مباشر، وذلك من خلال حرية الاختيار على 12 مجالاً متنوعاً يمكن أن تحقق فيه المرأة حضوراً أكبر في وسائل الإعلام، وتنوعت الخيارات الموضوعة بين مجالات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، 50% منها مجالات سياسية من خلال 6 مجالات هي: وزيرة، نائب، عضو في مجلس الأعيان، نقابية، مسؤولية حكومية وحزبية، و8.3% اقتصادية في مجال سيادة الأعمال، 16.6% اجتماعية من خلال مجالي ناشطة في مجال العمل المدني العام وشخصية اجتماعية، و25% أسباب ثقافية من خلال 3 مجالات هي: إعلامية، فنانة ومحامية.

وبالنتيجة، فإن مجموع المتوسط الحسابي لعدد ما ذهب إليه المستطلعين/ات من تأييد الخيارات الموضوعة على هذا السؤال بلغ 48.2%، وذلك لـ 547 اختياراً ورد في إجابات المستطلعين/ات على هذا السؤال، منهم 275 اختياراً وقعت من ضمن المجالات السياسية وبنسبة بلغت 50.3% من المجموع العام، مقابل 7% في المجالات الاقتصادية من خلال 38 اختياراً ذهب باتجاه «سيادة أعمال»، و18% في المجالات الاجتماعية من خلال 59 اختياراً لمجال «ناشطة في مجال العمل المدني العام»، 140 اختياراً لـ «ناشطة اجتماعية»، و28% من خلال 153 اختياراً لمجالات الإعلام والفن والمحاماة.

نصف حجم العينة 50%، وسبب واحد بلغت نسبته أدنى حدود عدد الإجابات، فقد أيدت الغالبية العظمى وبنسبة بلغت 86% أن عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات سببه الأنماط الاجتماعية والثقافية، و79% أيدوا السبب في عدم لجوء النساء لرصد مخصصات مالية كافية لحملاتهن الانتخابية مثل الرجال، ثم 71% اختاروا السبب في التمثيل المتدني للمرشحات من النساء، ثم 65% أيدوا السبب في تدني نسبة وجود النساء في البرلمان أو في المناصب السياسية الرائدة ومراكز صنع القرار.

وفي التفاصيل؛ يعتقد أكثر من نصف المستجيبين/ات (59) اجابة مكررة أن المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت ناشطة في مجال العمل المدني العام.

وتتساوى رؤية من يعتقدون ان المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت وزيرة أو نائب في البرلمان بعدد تكرارات متساوية تقريباً بلغت 58 تكراراً لكل منهما.

وفي الوقت الذي جاءت فيه اجابات العينة المستطلعة مرتفعة من حيث تحقيق حضور المرأة كوزيرة أو نائب فإن هذه النسبة تنخفض بشكل كبير جداً لتصل الى 25 تكراراً فقط حين تكون في مجلس الاعيان مما يكشف عن عدم قدرة المرأة على تحقيق هذا الحضور في الإعلام حين تكون عضواً في مجلس الاعيان، مما يؤدي الى استنتاج ان المرأة في مجلس الاعيان لم تحقق اي حضور في الإعلام من وجهة نظر المستجيبين والمستجيبات.

ويعتقد 57 من المستجيبين ان المرأة يمكن ان تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت كإعلامية، فيما يرى 55 ان المرأة يمكن ان تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت فنانة.

السؤال رقم (16) من القسم الثالث: هل تعتقد/ ين أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة؟

هل تعتقد/ ين أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة؟

المجموع	رفض الإجابة	لا أعرف	غير مهمة على الإطلاق	إلى درجة قليلة	إلى درجة متوسطة	إلى درجة كبيرة
100	1	1	6	4	16	72

يعتقد 72 من العينة المستطلعة أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة كبيرة، وبدرجة متوسطة 16، وبدرجة قليلة 4، وغير مهمة على الإطلاق، ووردت إجابة واحدة بـ «لا أعرف»، وإجابة واحدة رفض الإجابة.

السؤال رقم (17) من القسم الثالث: هل قمت/ ي بانتخاب امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016؟

هل قمت/ ي بانتخاب امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016؟

المجموع	رفض الإجابة	لم أشارك في التصويت لأحد	لا	نعم
100	0	15	41	44

كشفت 41 من الاعلاميين والاعلاميات في عينة الاستطلاع انهم لم ينتخبوا امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016، وقال 44 مستجيبا ومستجيبة انهم انتخبوا امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة، فيما قال 15 مستجيبا انهم لم يشاركوا في التصويت لأحد في الانتخابات النيابية الأخيرة.

ويرى اقل من نصف العينة (43) ان المرأة يمكنها تحقيق حضور أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت نقابية، فيما تساوَت معطيات من يرى من المستطلعين ان المرأة يمكنها تحقيق حضور في الإعلام إذا عملت مسؤولة حكومية أو محامية بعدد تكرارات 41 لكل منهما.

ويرى 40 مستجيبا ان المرأة يمكن ان تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت شخصية اجتماعية، فيما يرى 38 من المستجيبين والمستجيبات ان المرأة يمكن ان تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت سيدة اعمال، و32 مستجيبا ومستجيبة يعتقدون ان المرأة يمكن ان تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت حزبية.

السؤال رقم (15) من القسم الثالث: هل تعتقد/ ين أن المرأة الأردنية تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال؟

هل تعتقد/ ين أن المرأة الأردنية تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال؟

المجموع	رفض الإجابة	لا أعرف	لا	نعم
100	0	0	65	35

يرى 65 مستجيبا/ة ان المرأة الاردنية لا تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال، مقابل 35 مستجيبا/ة يعتقدون أن المرأة الاردنية تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال.

السؤال رقم (18) من القسم الثالث: هل تؤيد/ ين تبوء المرأة للمناصب التالية:

هل تؤيد/ ين تبوء المرأة للمناصب التالية:

المجموع	لا	نعم	المجال	لا	نعم	المجال	لا	نعم	المجال	
100	4	96	رئيسة/ مديرة مؤسسة مجتمع مدني	12	88	وزير خارجية	20	80	رئيس وزراء	
100	17	83	رئيس مجلس الأعيان	5	95	رئيسة مؤسسة إعلامية	4	96	نائب	
100	11	89	رئيسة بلدية	31	69	قاضي شرعي	8	92	عين	
100	20	80	رئيس مجلس النواب	3	97	رئيس جامعة	7	93	نقابة	
100	32	68	وزير داخلية	3	97	مسؤولة حكومية	9	91	وزيرة	
100	22	78	عضو في دائرة الإفتاء	2	98	سيدة أعمال	2	98	عضو مجلس نقابة	
لا	نعم	3	97	عميد كلية	8	92	أمين عام حزب	54	46	وزير أوقاف
15.6%	84.4%	المتوسط الحسابي لعدد الإجابات:								

كشفت اجابات المستطلعين عن هذا السؤال تناقضا كبيرا مع اجاباتهم على السؤال رقم (14) والمعني بالبحث في المجالات التي يعتقد المستطلعين/ ان المرأة يمكنها أن تحقق حضورا أكبر فيها في وسائل الإعلام، كما كشفت الاجابات على هذا السؤال توجهات عينة الاستطلاع تجاه مشاركة المرأة السياسية، فلم يؤيد المستجيبون بنسب كبيرة تسلم المرأة مواقع قيادية في الحكومة على نحو رئيسة وزراء أو وزيرة للخارجية أو الداخلية، قياسا بعدد تأييدهم ان تكون وزيرة دون تحديد الوزارة، وكذلك الفرق الواضح بين تأييد ان تكون عضوا في مجلسي النواب والاعيان وبين ان تكون رئيسة لهذين المجلسين.

ان الاكثر مفاجأة كان في تدني نسبة من يؤيد تبوء المرأة مقعد وزيرة اوقاف في الحكومة، أو ان تكون قاضيا شرعيا، بالرغم من ان نحو ثلثي المستجيبين ايدوا عضويتها في دائرة الافتاء.

ووفقا لإجابات المستطلعين/ ات فانهم راوا ان تتبوأ المرأة مناصب في قطاع التعليم «عميد كلية، رئيس جامعة» وقيادية في مؤسسات المجتمع المدني «نقوية، عضو مجلس نقابة، رئيسة أو مديرة مؤسسة مجتمع مدني، امين عام حزب» ومسؤولة حكومية، وسيدة اعمال... الخ.

وبلغ المتوسط الحسابي لمن ايدوا تبوء المرأة مناصب وظيفية وسياسية وقيادية 84.4%، في حين بلغت نسبة المتوسط الحسابي لمن عارضوا ذلك 15.6% فقط.

هذه التناقضات تنسحب ايضا على تأييد عضويتها في مجلسي النواب والاعيان لكن نسبة من يؤيدون رئاستها لهذين المجلسين تنخفض تباعا، مما يعني تأييد عضويتها في المجلسين لكن دون ان تكون في موقع المسؤولية الأولى «الرئاسة».

جاءت اعلى نسبة تأييد لتبوء المرأة موقعي عضو مجلس نقابة وسيدة اعمال من قبل 98 من عينة الاستطلاع لكل منهما ومعارضة مستجيبين لكل منهما.

وتساوت اراء 97 مستطلعا في تبوء المرأة موقع رئيس جامعة ومسؤولة حكومية وعميد كلية، ومعارضة 3 مستطلعين فقط.

وتوافقت كامل معطيات من يؤيدون تبوء المرأة رئيس جامعة ومسؤولة حكومية من حيث الجنس، فقد بلغ عدد الذكور لكل منهما 68 تكرارا بنسبة (97%)، و29 تكرارا للإناث بنسبة (96.7%) لكل منهما.

وتطابقت كامل نتائج عينة الاستطلاع فيمن يؤيدون تبوء المرأة موقعي نائب في البرلمان ورئيسة أو مديرة

مؤسسة مجتمع مدني بتأييد 96 مستطلعا ومستطلعة.

وايد 95 مستطلعا تبوء المرأة مركز رئيسة لمؤسسة اعلامية من بينهم 66 ذكرا بنسبة (94.3%)، و29 أنثى بنسبة (96.7%) ومعارضة 5 مستطلعين فقط.

ويؤيد 93 من عينة الاستطلاع تبوء المرأة موقع نقوية لإحدى النقابات المهنية، فيما يؤمن 92 مستجيبا ومستجيبية بتبوء المرأة مكانا في مجلس الاعيان، ونفس النسبة في تبوء المرأة موقع امين عام حزب سياسي.

وفي الوقت الذي أظهرت فيه النتائج دعم عينة الاستطلاع لتبوء المرأة عضوية مجلس النواب بعدد 96 مؤيدا ومؤيدة، وتأييد 92 مستطلعا عضويتها في مجلس الاعيان؛ الا ان هذا التأييد يتراجع إذا تعلق بتبوء المرأة رئاسة مجلس النواب لتصل الى 80 مؤيدا فقط، كما تتراجع نسبة من يؤيدون رئاستها لمجلس الاعيان لتصل الى 83 مؤيدا.

ويؤيد 89 مستجيبا تبوء المرأة رئاسة بلدية وعارض ذلك 11 مستجيبا/ة، فيما أعرب 91 من العينة تأييدهم لتبوء المرأة منصب وزيرة في الحكومة، إلا أن هذا العدد يتراجع الى 80 مستجيبا/ة يؤيدون تبوء المرأة منصب رئيس الوزراء، وعارض ذلك 20 مستجيبا ومستجيبية.

وفي الوقت الذي ترتفع فيه نسبة من يؤيدون تبوء المرأة لمنصب وزير الخارجية ليصل الى 88 مؤيدا، فإن هذا العدد من المؤيدون ينخفض بشكل كبير في عدد من يؤيدون تبوء المرأة لمنصب وزير الداخلية ليصل الى 68 مستجيبا ومستجيبية يؤيدون ذلك.

والمفاجأة الأكبر في نتائج ومعطيات الاستطلاع ظهرت في عدد من يؤيدون تبوء المرأة منصب وزيرة اوقاف، فقد انخفض عدد المؤيدين الى ما دون نصف العينة ليصل الى 46 مؤيدا فقط مقابل معارضة 54 مستطلعا لذلك وهي أدني نسبة تأييد ظهرت في نتائج الاستطلاع.

وبالرغم من ان أكثر من نصف العينة لا تؤيد تبوء المرأة مقعد وزير للأوقاف، فإن التناقض يظهر أكثر وضوحا في اجابات العينة التي تقبل عضوية المرأة في دائرة الافتاء وبعدد 78 مؤيد ومؤيدة، وبمعارضة 22 مستجيبا ومستجيبية فقط.

وفي الوقت الذي ايد فيه 78 من عينة الاستطلاع عضوية المرأة في دائرة الافتاء إلا ان هذا العدد ينخفض الى 69 مؤيدا ومؤيدة لأن تكون المرأة قاضيا شرعيا، ومعارضة 31 مستجيبية ومستجيبا.

السؤال	نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
19. هل تعتقد/ ين أن وسائل الإعلام تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل؟	38	59	0	3	100
20. هل تعتقد/ ين أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي؟	49	49	2	0	100
21. هل تعتقد/ ين أن المرأة بحاجة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها؟	94	6	0	0	100
22. هل تعتقد/ ين أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام؟	66	34	0	0	100
23. هل تعتقد/ ين أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة؟	27	70	1	2	100
24. هل تعتقد/ ين أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب؟	59	41	0	0	100
25. هل تعتقد/ ين أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية؟	59	40	1	0	100
26. هل تعتقد/ ين أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن يدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة؟	75	25	0	0	100
27. هل تعتقد/ ين بوجود أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء؟	67	32	1	0	100
المتوسطات الحسابية	59.4%	39.6%	5	5	

السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة، بينما تساوى من يعتقدون أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي 49%، ومثلهم عارضوا هذا الاعتقاد.

وتالياً تفاصيل الإجابة على هذه الأسئلة:

السؤال رقم (19): هل تعتقد/ ين أن وسائل الإعلام تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل؟

يعتقد 59 من المستجيبين بان وسائل الإعلام لا تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل، فيما يعتقد 38 مستجيباً أن وسائل الإعلام تمارس هذا النوع من التمييز الإعلامي.

السؤال رقم (20): هل تعتقد/ ين أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي؟

تساوت معطيات اجابات المستطلعين بين من يعتقدون ومن لا يعتقدون أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي بواقع 49 مستجيباً لكل منهما، وبلغ عدد الذكور ممن يعتقدون ان المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي 38 بنسبة (54.3%) و11 أنثى بنسبة (36.7%) فيما بلغ الذكور ممن لا يعتقدون بذلك 32 ذكراً بنسبة (45.7%) و17 أنثى بنسبة (56.7%).

تبحث الأسئلة من 19 إلى 27 من القسم الثالث للاستطلاع في اعتقادات الصحفيين/ ات المستطلعين/ ات في أبرز الموضوعات والمشكلات التي قد تشكل عائقاً أمام المشاركة السياسية للمرأة، وعلاقة الإعلام في ذلك، علماً أن هذه العوائق أو المشكلات تم استنباطها من أهداف الدراسة وغرضها وما ورد في الدراسات السابقة، إضافة لما تمخضت عنه جلستي العصف الذهني الوردتين في الفصل الثاني من هذه الدراسة.

ومن خلال استخدام أضييق الخيارات للإجابة على هذه الأسئلة بـ«نعم» و«لا» و«لا أعرف» ورفض الإجابة، فإن ما نسبته 59.4% من المستطلعين/ ات ذهبوا إلى تأييد ما ورد من اعتقادات في هذه الأسئلة، و39.6% ذهبوا إلى رفضها، و10% نصفهم عبروا عن عدم معرفتهم بما تتضمنه الأسئلة من موضوعات 5%، ونصفهم الآخر رفض الإجابة عليها 5%.

ولوحظ من قراءة الأرقام أن النسبة العظمى من المستطلعين/ ات 94% يعتقدون أن المرأة بحاجة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها، يليهم مباشرة 75% يعتقدون أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن يدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة، ثم 67% يعتقدون بوجود أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء، و66% يعتقدون أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام، وذلك مقابل 70% لا يعتقدون أن نسبة تمثيل المشاركة

القسم الرابع: التشريعات

تضمن القسم الرابع من استطلاع رأي الصحفيين على سؤالين مغلقين مباشرين يبحثان في علاقة التشريعات وأثرها على مسألة المساواة بين الجنسين والتميز ضد المرأة. وقد نوقشت هذه المسألة في جلستي العصف الذهني وخرجت بعدد من الآراء التي يمكن إسقاطها على إجابات المستطلعين في التشريعات، وذلك على النحو التالي:

• أكدت **المحامية هاله عاهد** على عدم وجود ثقافة قانونية وحقوقية، عند الصحفيين، فضلا عن عدم تحديد هوية قانونية وحقوقية للصحف نفسها حتى يتسنى معرفة توجهاتها ومواقفها من قضايا المرأة، مشيرة الى وجود تشريعات عديدة تميز ضد النساء مثل قانون الجنسية، قانون الانتخاب، قانون الاحوال الشخصية، والنظام الانتخابي الذي تصفه بأنه يعزز التمييز ضد الرجال والنساء، داعية لإقرار قانون لمنع التمييز واعتباره جريمة.

• وفي الوقت الذي اشار اليه **الاعلامي خضر المشايخ** إلى خوف المرأة من الملاحقة الامنية والقانونية في حال قيامها ببث تقارير سياسية، فإن الإعلامية المستقلة «هبة الحياة» عبيدات تعتقد ان اي صحفية تغطي القضايا السياسية قد تتعرض للمعاكسات والمضايقات، فيما أشار مدير التحرير بجريدة الرأي اليومية عبد الكريم الوحش الى محدودية الثقافة القانونية والحقوقية لدى الصحفيين، ولعدم تعرضهم للمساءلة القانونية في حال قام أحدهم بالتمييز بين الأثني والذكر.

• واكد **المستشار الإعلامي في مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية سعد حتر** على ان التشريعات تظلم المرأة، ووافقته على ذلك المديرية التنفيذية للمركز الدولي لقوانين منظمات المجتمع المدني ديمه جويحان التي أكدت هي الأخرى على أن «القوانين المنظمة للإعلام لا تميز فيها، لكن طريقة تطبيقها والتعامل معها فيها تميز»، كما أكدت عضو مجلس محافظة العاصمة د. ميرفت العبادي أن «المرأة والمجتمع والإعلام والتشريعات ساهمت جميعها في إضعاف المرأة التي يتوجب عليها مقل شخصيتها وتجربتها».

• ويعتقد **الأمين العام لمنتدى الوسطية مروان الفاعوري** أن «عدم جدية الاحزاب ادت لصعود قيادات نسائية بعد ان حرصت الدولة على انشاء رحم صناعي لإنتاج قيادات نسائية على الحركة النسوية»، مضيفا ان «الخصوصية الثقافية للتيار النسوي في الاردن قاد مشروع تمكين المرأة من خلال استيراد اتفاقيات دولية تتعارض مع الدين مثل اتفاقية سيداو غير المقبولة في كل الأديان».

السؤال رقم (21): هل تعتقد/ ين أن المرأة بحاجة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها؟

يعتقد 94 مستجيبا ومستجيبة حاجة المرأة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها، مقابل 6% لا يعتقدون ذلك.

السؤال رقم (22): هل تعتقد/ ين أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام؟

يعتقد 66 مستجيبا ومستجيبة أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام، مقابل 34% رفضوا هذا الاعتقاد.

السؤال رقم (23): هل تعتقد/ ين أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة؟

لا يعتقد 70 مستجيبا ومستجيبة أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة، مقابل 27 يعتقدون ذلك.

السؤال رقم (24): هل تعتقد/ ين أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب؟

يرى 59 مستجيبا ومستجيبة أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب، مقابل 41% لا يرون ذلك.

السؤال رقم (25): هل تعتقد/ ين أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية؟

يرى 59 من مستجيبا ومستجيبة أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية، مقابل 40 لا يرون ذلك.

السؤال رقم (26): هل تعتقد/ ين أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن يدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة؟

يعتقد 75 من مستجيبا ومستجيبة بان الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن تدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة، مقابل 25 لم يؤيدوا ذلك.

السؤال رقم (27): هل تعتقد/ ين بوجوب أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء؟

افاد 67 من عينة الاستطلاع عن اعتقادهم بوجوب أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء، فيما رفض 32 من العينة ذلك.

السؤال رقم (2) من القسم الرابع: هل تعتقد/ ين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة؟

هل تعتقد/ ين أن هناك في التشريعات الإعلامية ما يلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز ضد المرأة؟				
نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
38	60	2	0	100

يعتقد 60 مستجيباً ومستجيبة عدم وجود ما يلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز ضد المرأة في التشريعات الإعلامية، مقابل 38 يعتقدون بوجود مثل تلك التشريعات، وعبر مستجيبان عن عدم معرفتهما بهذا الشأن.

وأما الإجابات على سؤالي القسم الرابع فجاءت على النحو التالي:

السؤال رقم (1) من القسم الرابع: هل تعتقد/ ين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة؟

هل تعتقد/ ين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة؟				
نعم	لا	لا أعرف	رفض الإجابة	المجموع
56	39	4	1	100

يعتقد 56 من المستجيبين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة، مقابل 39 لا يعتقدون ذلك، وقال 4 من عينة الاستطلاع انهم على غير معرفة في هذا الشأن، ورداً واحداً بـ«رفض الإجابة».

نتائج وتحليل استطلاع رأي الصحفيين: فرز الإجابات حسب الجندر بين صحفيين ذكور وصحفيات إناث

القسم الأول: التدريب والمهارات والمعارف

التوزيع الجندري للإجابة على الأسئلة رقم (1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8):

السؤال	نعم		لا	
	ذكور	أنثى %	ذكور	أنثى %
1. هل تلقيت/ي أي تدريب متعلق بالمعايير المهنية للصحافة؟	56	27	15	2
2. هل تلقيت/ي أي تدريب في قضايا حقوق الإنسان؟	51	25	20	4
3. هل تلقيت/ي أي تدريب في قضايا حقوق المرأة؟	34	19	37	10
4. هل تلقيت/ي أي تدريب يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء؟	31	17	40	12
5. هل تلقيت/ي أي تدريب يتعلق بقضايا الجندر (النوع الاجتماعي)؟	39	18	32	11
6. هل تلقيت/ي أي تدريب أو أنشطة توعوية في «المشاركة السياسية للمرأة»؟	38	18	33	10
7. هل اطلعت/ي أو شاركت/ي في نشاط أو تدريب متعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام؟	28	15	43	14
8. هل تقوم المؤسسة التي تعمل/ين بها بأي تدريبات و/أو تقديم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء؟	29	12	42	17
	55%	63%	46.8%	33.3%

وفي قراءة نتائج الاستطلاع على الأسئلة من 1 إلى 8 من حيث التوزيع الجندري للإجابات، ومن خلال حساب النسب المئوية لإجابات مجتمع الصحفيين الذكور بشكل منفصل عن إجابات مجتمع الصحفيات الإناث، يتبين أن الصحفيات الإناث قد تلقين تدريبات تتعلق بالمعايير المهنية للصحافة بشكل أكثر نسبياً من الصحفيين الذكور، 90% من الصحفيات تلقين مثل هذا النوع من التدريب، مقابل 80% من مجتمع الصحفيين الذكور المستطلعين تلقوا هذا النوع من التدريب، وبالمجمل فإن 83% من الصحفيين والصحفيات بشكل عام قالوا إنهم تلقوا تدريبات تتعلق بالمعايير المهنية للصحافة، مقابل 17% قالوا أنهم/ن لم يتلقوا/ين هذا النوع من التدريب.

وتشير الأرقام أن الصحفيات الإناث المستطلعات قد تلقين تدريبات في قضايا حقوق الإنسان بشكل أكثر نسبياً من الصحفيين الذكور، 83.3% من الصحفيات الإناث قلن إنهن تلقين مثل هذا النوع من التدريب، مقابل 72.8% من الصحفيين الذكور قالوا إنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب، لكن بشكل عام فإن 76% من عينة الاستطلاع البالغة 100 صحفي وصحفية قالوا أنهم/ن تلقوا تدريباً في قضايا حقوق الإنسان مقابل 24% قالوا أنهم/ن لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب.

وتبرز الإجابات على السؤال الثالث أن الصحفيات الإناث تلقين تدريبات في قضايا حقوق المرأة بشكل أوسع من الصحفيين الذكور، 63.3% من الصحفيات الإناث تلقين هذا النوع من التدريب، مقابل 48.6% من الصحفيين الذكور، لكن وفي نفس الوقت فإن نسبة لا يستهان بها من الصحفيات الإناث المستطلعات قلن أنهن لم يتلقين تدريباً متخصصاً في قضايا حقوق المرأة وبلغت نسبتهن 33.3%، كما أن أكثر من نصف عينة الصحفيين الذكور 52.8% قالوا إنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع المتخصص من التدريب، وبشكل عام فإن 53% من مجتمع العينة المستطلعة ذكوراً وإناً تلقوا تدريباً في قضايا حقوق المرأة، مقابل 47% قالوا إنهم لم يتلقوا مثل هذا النوع من التدريب.

تظهر الإجابة على السؤال الرابع تفوق الصحفيات الإناث في تلقي التدريبات المتخصصة بـ«الجندر»، فقد بلغت نسبة

الصحفيات الإناث اللاتي تلقين تدريباً يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء 56.7% مقابل 44.3% من عينة مجتمع الصحفيين الذكور، وهنا يمكن القول أن نحو نصف الصحفيين لم يتلقوا هذا النوع من التدريب.

وتشير الإجابات على السؤال الخامس من القسم الأول للاستطلاع أن نسبة الصحفيين الذكور الذين تلقوا تدريباً نوعياً بقضايا الجندر تقترب نسبياً من الصحفيات الإناث اللاتي شاركن بمثل هذا النوع من التدريب، فقد بلغت نسبة الصحفيين الذكور الذين قالوا أنهم تلقوا تدريباً يتعلق بقضايا الجندر 55.7% مقابل 60% من الصحفيات الإناث قلن أنهن لم يتلقين هذا النوع من التدريب، وفي نفس الوقت، فإن نسبة الذين لم يتلقوا هذا النوع من التدريب تبدو مرتفعة، سواء لدى الصحفيين الذكور أو الصحفيات الإناث، فقد أجاب 45.7% من الصحفيين الذكور أنهم لم يتلقوا تدريباً نوعياً بقضايا الجندر، مقابل 36.7% من الصحفيات الإناث قلن أنهم لم يتلقين هذا النوع من التدريب، وبشكل عام فإن 57% من مجمل العينة المستطلعة من الصحفيين والصحفيات قالوا أنهم تلقوا تدريباً بقضايا الجندر، مقابل 43% قالوا أنهم لم يتلقوه.

وتشي الأرقام في هذا المقام أن تدريب الصحفيين على النوع الاجتماعي قائم ولكن بدرجة متوسطة، لكن الاهتمام في تدريب الصحفيات الإناث على هذا النوع من التدريب يفوق نسبياً تدريب الصحفيين الذكور، وذلك على الرغم من أن نسبة الصحفيين الذكور العاملين في الصحافة الأردنية بشكل عام تبلغ 70%، مقابل 30% نسبة الصحفيات الإناث.

ويستمر تفوق الصحفيات الإناث على الصحفيين الذكور نسبياً في تلقي التدريبات النوعية في قضايا المرأة، فقد أظهرت النتائج أن 60% من الصحفيات المستطلعات تلقين تدريبات وشاركن في أنشطة توعوية في «المشاركة السياسية للمرأة، مقابل 54.3% من الصحفيين الذكور، ولكن أيضاً فإن نسبة الصحفيات اللاتي لم يتلقين هذا النوع من التدريب بلغت 33.3%، مقابل 47% من مجتمع الصحفيين الذكور، وبشكل عام فإن مستوى تلقي الصحفيين والصحفيات لتدريبات وأنشطة توعوية في المشاركة السياسية للمرأة متوسطاً ولا يعبر عن انخراط الغالبية من الصحفيين والصحفيات فيه، وبالمجمل فإن 56% من مجموع الصحفيين والصحفيات قالوا أنهم تلقوا وشاركوا في مثل هذا التدريب، و43% قالوا أنهم لم يشاركوا أو يخوضوا في تدريب مثل ذلك.

وفي السؤال عن تدريب أكثر تخصصاً ونوعية في مجال النوع الاجتماعي، فقد أجابت نصف الصحفيات المستطلعات 50% أنهن شاركن في أنشطة أو تلقين تدريبات تتعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام، مقابل 40% من مجتمع الصحفيين الذكور المستطلعين قالوا أنهم شاركوا أو انخرطوا في مثل هذا النوع من الأنشطة والتدريبات، و60% منهم لم يشاركوا أو ينخرطوا فيه من الصحفيين الذكور، أي ما يزيد عن نصف حجم عينة الذكور، لكن نتيجة المجمل العام للصحفيين والصحفيات المشاركين/ ات في الاستطلاع تقول أن 43% من الصحفيين والصحفيات بشكل عام تلقوا وشاركوا في تدريبات وأنشطة نوعية تتعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام، مقابل 57% قالوا أنهم/ ن لم ينخرطوا أو يشاركوا في مثل هذا النوع من الأنشطة والتدريبات، ويبقى مستوى التدريبات النوعية في مسائل وقضايا النوع الاجتماعي عموماً بدرجة متوسطة.

يختلف الأمر قليلاً عند النظر في إجابات السؤال رقم (8)، حيث تساوت أجوبة الصحفيين والصحفيات نسبياً عند الاستفسار منهم عن مستوى قيام المؤسسات الإعلامية التي يعملون لديها بأي تدريبات أو تقديم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء، فقد أجاب ما نسبته 41.4% من الصحفيين الذكور أنهم يتلقون تدريبات وإرشادات من المؤسسات التي يعملون بها حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء، مقابل 40% من الصحفيات الإناث قلن أنهن يتلقين هذا النوع من الإرشادات والتدريبات، وهو مؤشر صحيح، فعادة ما تشمل الإرشادات والتعليمات الصادرة من إدارات التحرير في المؤسسات الإعلامية كافة الصحفيين والصحفيات العاملين/ ات فيها، ولا يتم استثناء طرفاً من الجنسين، لكنه مؤشر يشي بأن الصحفيين والصحفيات قد يتلقون/ ين تدريبات في قضايا المساواة والنوع الاجتماعي من خارج إطار المؤسسات التي يعملون لديها، وأن توجيه الإرشادات وتنظيم التدريبات لهم من داخل المؤسسات التي يعملون بها ضعيف وأدنى من المتوسط، وهذا ما تؤكدته النتيجة العامة التي تقول بأن 41% من الصحفيين والصحفيات يتلقون إرشادات وتدريباً من مؤسساتهم الإعلامية حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء، مقابل 59% لا يتلقون مثل هذه الإرشادات والتدريبات من مؤسساتهم الإعلامية.

من القراءة الأولية لهذه النتائج يظهر أولاً أن مشاركة المرأة الإعلامية في التدريب متحقق، وأن مراعاة الجندر في التدريب موجودة، ولا يتم إقصاؤها في تلقي التدريب من المؤسسات الإعلامية، والأمر الآخر اللافت للانتباه أن المشاركين والمشاركات في جلستي العصف الذهني وأيضاً ما ورد من تعليقات في اللقاءات المعمقة ركزوا على أن الموروث الاجتماعي السائد، والأفكار التي يحملها وتحملها الصحفيون والصحفيات تطغى على تغطياتهم وتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة، وهذا يطرح سؤالاً مفصلياً عن الأثر التدريبي على ممارسات الإعلاميين والإعلاميات، ويفتح الباب لأمثلة عن دور وسائل الإعلام في تقييم المحتوى الذي ينشر ومدى ملاءمته للمعايير الحقوقية.

الإجابة على السؤال رقم (9) من حيث الجنس:

لا أعرف		إجابة خاطئة				إجابة صحيحة				ما هو التعريف الذي توافق عليه وتعتقد أنه صحيحاً لمصطلح «جندر»؟
أُنثى	ذكر	أُنثى %	أُنثى	ذكر %	ذكر	أُنثى %	أُنثى	ذكر %	ذكر	
0	1	43.3%	13	35.7%	25	53.3%	16	64.3%	45	مجموع الصفات المتعلقة والمميزة ما بين الذكورة والأنوثة
0	1	23.3%	7	31.4%	22	73.3%	22	68.6%	48	هو بنية اجتماعية من الأفكار التي تعرف الأدوار ونظم الاعتقاد والمواقف والصور والقيم والتوقعات للرجل والمرأة
0	1	33.3%	10	42.8%	30	63.3%	19	57%	40	الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى
0	2	40%	12	42.8%	30	56.7%	17	55.7%	39	المصطلح الذي يفيد استعماله في وصف الخصائص التي يحملها الرجل والمرأة كصفات مركبة اجتماعياً، لا علاقة لها بالاختلافات العضوية
0	3	26.7%	8	22.8%	16	70%	21	74.3%	52	هو الصورة التي ينظر لها المجتمع للذكر والأنثى والأسلوب الذي يتوقعه منهما، والذي يرجع إلى أسلوب تنظيم المجتمع، وليس إلى الاختلافات البيولوجية الجنسية بين الذكر والأنثى
0	10	40%	12	44.3%	31	56.7%	17	52.8%	37	التقسيم البيولوجي بين الذكر والأنثى
0	18	34.4%		36.6%		62.2%		62%		

بلغ عدد الصحفيين الذكور من بين من يرون أن التعريف الصحيح لمصطلح الجندر (هو الصورة التي ينظر لها المجتمع للذكر والأنثى والأسلوب الذي يتوقعه منهما، والذي يرجع إلى أسلوب تنظيم المجتمع، وليس إلى الاختلافات البيولوجية الجنسية بين الذكر والأنثى) 52 مستجيباً وبنسبة تشكل (74.3%) من عينة مجتمع الصحفيين الذكور، فيما بلغ عدد الإناث اللاتي اعتبرن أن هذا التعريف صحيحاً 21 مستجيباً وبنسبة (70%) من عينة الصحفيات الإناث، في حين بلغت نسبة الإناث ممن اعتبرنه تعريفاً خاطئاً 8 مستجيبات وبنسبة (26.7%)، و16 مستجيباً ذكراً بنسبة (22.8%).

وبلغ عدد المستجيبين الذكور ممن قالوا التعريف الصحيح لمصطلح الجندر (هو بنية اجتماعية من الأفكار التي تعرف الأدوار ونظم الاعتقاد والمواقف والصور والقيم والتوقعات للرجل والمرأة) 48 مستجيباً وبنسبة (68.6%)، مقابل 22 مستجيباً وبنسبة (73.3%)، كما بلغ عدد المستجيبات الإناث ممن اعتبرنه تعريفاً خاطئاً 7 إناث وبنسبة (23.3%)، فيما بلغ عدد الذكور 22 مستجيباً بنسبة (31.4%) اعتبروه تعريفاً خاطئاً.

وصل عدد الذكور من إجمالي من اعتبروا أن تعريف الجندر هو (مجموع الصفات المتعلقة والمميزة ما بين الذكورة والأنوثة) صحيحاً 45 مستجيباً ذكراً وبنسبة (64.3%)، و16 مستجيباً أنثى بنسبة (53.3%)، فيما بلغ عدد المستجيبات الإناث ممن اعتبرن الإجابة خاطئة 13 مستجيباً وبنسبة (43.3%)، وبلغت نسبة الذكور ممن راوا فيه تعريفاً خاطئاً (35.7%) يمثلون 25 مستجيباً ذكراً.

ووصل عدد الذكور من إجمالي من اعتبر أن تعريف الجندر هو (الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى) تعريفاً صحيحاً 40 مستجيباً ذكراً بنسبة (57%)، مقابل 19 مستجيباً أنثى وبنسبة (63.3%)، كما بلغ عدد الإناث من إجمالي من اعتبروه اجابة خاطئة 10 مستجيبات وبنسبة (33.3%) مقابل 30 مستجيباً ذكراً وبنسبة (42.8%).

وبلغ عدد الذكور ممن اعتبروا أن الجندر هو (المصطلح الذي يفيد استعماله في وصف الخصائص التي يحملها الرجل والمرأة كصفات مركبة اجتماعياً، لا علاقة لها بالاختلافات العضوية) صحيحاً 39 مستجيباً يمثلون نسبة (55.7%)، فيما وصل عدد المستجيبات الإناث 17 أنثى بنسبة (56.7%)، بينما وصل عدد الإناث ممن اعتبرنه تعريفاً خاطئاً 12 مستجيباً أنثى بنسبة (40%) فيما بلغ عدد الذكور من إجمالي من اعتبره تعريفاً خاطئاً 30 مستجيباً ذكراً بنسبة (42.8%).

وبلغ عدد الذكور الذين اعتبروا أن الجندر (التقسيم البيولوجي بين الذكر والأنثى) ليس صحيحاً 55 ذكراً بنسبة (78.6%) من مجتمع الصحفيين الذكور، وهي إجابات صحيحة، وعدد المستجيبات الإناث اللاتي قلن إنه غير صحيح 15 أنثى لكن نسبتهن قريبة من الإجابات الصحيحة عند الذكور وبلغت 76.7%، مقابل 15 صحيفياً ذكراً أجابوا بشكل خاطئ نسبتهم

21.4%، وتساهي نسبتهم الإجابات الخاطئة لدى الصحفيات الإناث من خلال 6 صحفيات نسبتهن 20% أجبن بشكل خاطئ.

الإجابة على السؤال رقم (10) من حيث الجنس: ماذا يعني لك مصطلح «صورة نمطية» أو «تنميط»؟:

لا أعرف		إجابة خاطئة				إجابة صحيحة				ماذا يعني لك مصطلح «صورة نمطية» أو «تنميط»؟
أنثى	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	
0	0	10%	3	22.8%	16	86.7%	26	78.6%	55	إنطباع قوي لفكرة أو نظرية أو عدة أفكار أو نظريات
0	0	16.7%	5	34.3%	24	80%	24	67%	47	التعميم أو التبسيط المسبق حول مجموعة كاملة من الناس دون اعتبار الفروق الفردية
0	2	43.3%	13	51.4%	36	53.3%	16	47%	33	منع مجموعة من الناس الذين تم تنميطهم من النجاح في مجالات معينة أو الحصول على حقوقهم كاملة
0	0	20%	6	31.4%	22	76.7%	23	70%	49	تعميم مبالغ فيه لصفات وطبائع واختلافات مجموعة معينة بناءً على نوعهم الاجتماعي
0	1	16.7%	5	30%	21	80%	24	70%	49	نظرة معممة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء
0	1	20%	6	21.4%	15	76.7%	23	78.6%	55	التصنع أو التكلف أو العظمة
0	0	16.7%	5	21.4%	15	80%	24	80%	56	صور ذهنية عن شخص أو جماعة لا تستند إلى معرفة موضوعية، ولكنها تركز فقط على أحكام مسبقة
0	4	20%		30%		76.2%		70%		

يعتقد 81 مستجيباً بان مصطلح تنميط أو صورة نمطية يعني إنطباع قوي لفكرة أو نظرية أو عدة أفكار أو نظريات، منهم 55 مستجيباً ذكراً بنسبة (78.6%)، و26 مستجيباً من إجمالي الإناث وبنسبة (86.7%). ويرفض هذا المعنى 19 مستجيباً ومستجيباً، منهم 16 إعلامياً ذكراً بنسبة (22.8%)، و3 إعلاميات إناث بنسبة (10%).

ويرى 80% من المستجيبين والمستجيبات أن معنى الصورة النمطية أو التنميط يعني (صور ذهنية عن شخص أو جماعة لا تستند إلى معرفة موضوعية، ولكنها تركز فقط على أحكام مسبقة)، مقابل 20% يرون ان هذا المعنى غير صحيح.

ومن بين من يرون انه معنى صحيح 56 إعلامياً ذكراً بنسبة (80%)، و24 من الاعلاميات وبنسبة (80%)، فيما يبلغ عدد الاعلاميين الذكور ممن يرون انه معنى غير دقيق 15 مستجيباً بنسبة (21.4%)، وعدد الاعلاميات الإناث (5) وبنسبة (16.7%).

واعتبر 73 من المستجيبين والمستجيبات أن معنى (نظرة معممة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء) هو الصحيح مقابل 26 يعتقدون بعدم صحته مقابل مستجيب ذكر قال انه لا يعرف.

وبلغ عدد الاعلاميين الذكور ممن يعتقدون ب صحة هذا التعريف 49 ذكراً بنسبة (70%) مقابل 24 اعلامية أنثى بنسبة (80%)، فيما بلغت نسبة الاعلاميين الذكور ممن يعتقدون بعدم صحة هذا التعريف 21 اعلامياً بنسبة (30%)، و5 اعلاميات إناث بنسبة (16.7%).

ان 72 مستجيباً ومستجيباً يعتقدون ب صحة ان التنميط يعني (تعميم مبالغ فيه لصفات وطبائع واختلافات مجموعة معينة بناءً على نوعهم الاجتماعي)، فيما يعتقد 28 بعدم صحته.

وتبلغ نسبة الذكور ممن يعتقدون ب صحة هذا التعريف (70%) تمثل 49 اعلاميا ذكرا، و23 اعلامية أنثى بنسبة (76.7%)، فيما يبلغ عدد الذكور من اجمالي من يعتقدون بعدم صحة هذا التعريف 22 اعلاميا ذكرا بنسبة (31.4%)، و6 اعلاميات بنسبة (20%).

ويرى 71 من العينة ان التعريف الصحيح للتنميط هو (التعميم أو التبسيط المسبق حول مجموعة كاملة من الناس دون اعتبار الفروق الفردية) مقابل 29 لا يرون فيه تعريفا صحيحا.

تبلغ نسبة الذكور ممن يعتقدون ب صحة هذا التعريف (67%) تمثل 47 اعلاميا ذكرا، و(80%) من الإناث تمثل 24 اعلامية أنثى، فيما بلغ عدد الإناث ممن يعتقدن عدم صحة هذا التعريف 5 اعلاميات بنسبة (16.7%)، وعدد الذكور 24 اعلاميا بنسبة (34.3%).

وانقسمت عينة الدراسة بالتساوي حول صحة وعدم صحة معنى التنميط الذي ينص على أنه (منع مجموعة من الناس الذين تم تنميطهم من النجاح في مجالات معينة أو الحصول على حقوقهم كاملة) بواقع 49 مستجيبا يرون صحته و49 يرون خطأه، مقابل مستجيبان ذكران قالوا انهما لا يعرفان.

وبلغ عدد الاعلاميين الذكور ممن يعتقدون ب صحة هذا التعريف 33 اعلاميا بنسبة (47%)، و16 اعلامية أنثى بنسبة (53.3%)، واعتبره 36 من المستجيبين الذكور تعريفا خاطئا بنسبة (51.4%) مقابل 13 اعلامية يعتقدن ب خطأ التعريف بنسبة (43.3%).

ويرى 78% من المستجيبين والمستجيبات صحة تعريف التنميط بأنه (التصنع أو التكلف أو العظمة) مقابل 21 مستجيبا يعتقدون بعدم صحته مما يدل على عدم وعي كامل بالمفهوم، فيما قال إعلامي واحد انه لا يعرف.

وبلغ عدد الذكور ممن يعتقدون ب صحة هذا التعريف 55 اعلاميا بنسبة (78.6%)، مقابل 23 اعلامية أنثى بنسبة (76.7%)، فيما بلغ عدد الإعلاميات من إجمالي من يرفضون هذا التعريف 6 اعلاميات بنسبة (20%)، إلى جانب 15 اعلاميا ذكرا بنسبة (21.4%).

الإجابة على السؤال رقم (11) من حيث الجنس: هل هناك مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي)؟

هل هناك مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي)؟

رفض الاجابة		لا أعرف				لا				نعم					
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	1.4%	1	6.7%	2	7%	5	50%	15	57%	40	40%	12	35.7%	25

كشفت نتائج اجابات العينة المستلعة أن 37 من المستطلعين/ ات يفيدون أن مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي) موجودة، منهم 12 اعلامية بنسبة (40%) و25 اعلاميا بنسبة (35.7%)، و55 مستجيبية ومستجيبا افادوا بعدم وجود هذه المدونات، منهم 40 اعلاميا بنسبة (57%) و15 اعلامية بنسبة (50%)، وقال 7 مستجيبين ومستجيبات بأنهم لا يعرفون ان وجدت مثل هذه المدونات أم لا منهما اعلاميتان بنسبة (6.7%) و5 اعلاميين ذكور بنسبة (7%)، فيما رفض إعلامي واحد الإجابة بنسبة (1.4%).

الإجابة على السؤال رقم (12) من حيث الجنس: إلى أي درجة يستخدم أو يطبق الصحفيين والصحفيات مدونات السلوك المهني في مؤسساتهم الإعلامية؟

إلى أي درجة يستخدم أو يطبق الصحفيين والصحفيات مدونات السلوك المهني في مؤسساتهم الإعلامية؟																			
رفض الإجابة				لا				إلى درجة قليلة				إلى درجة متوسطة				إلى درجة كبيرة			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	1.4%	1	10%	3	5.7%	4	3.3%	1	11.4%	8	23.3%	7	14.3%	10	3.3%	1	2.8%	2

ومن بين 37 مستجيباً ومستجيبة الذين اجابوا بوجود مثل هذه المدونات أفاد 17 منهم بأن الصحفيين والصحفيات يستخدمون مدونات السلوك في مؤسساتهم الإعلامية بدرجة متوسطة وبنسبة (46%) منهم 10 إعلاميين ذكور بنسبة (14.3%) و7 إعلاميات بنسبة (23%)، وأفاد 9 مستجيبين استخدامها بدرجة قليلة منهم 8 ذكور (11.4%) وأنثى واحدة (3.3%)، فيما نفى 7 مستجيبين ومستجيبات استخدامها على الإطلاق منهم 4 ذكور (5.7%) و3 إناث (10%).

ويعتقد 3 مستجيبين فقط استخدامها بدرجة كبيرة (8%) منهم إعلاميان ذكران (2.8%) وإعلامية واحدة أنثى (3.3%) فيما رفض إعلامي واحد الإجابة وبنسبة (1.4%).

الإجابة على السؤال رقم (13) من حيث الجنس: هل تعمل المؤسسات الإعلامية على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)؟

هل تعمل المؤسسات الإعلامية على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)؟															
رفض الإجابة				لا أعرف				لا				نعم			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	0	0	0	0	2.8%	2	70%	21	72.8%	51	26.7%	8	25.7%	18

ونفى أكثر من ثلثي العينة المستجيبة (72) عمل المؤسسات الإعلامية على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)، منهم 51 ذكراً (72.8%) و21 أنثى (70%)، مقابل 26 مستجيباً ومستجيبة قالوا بأن المؤسسات الإعلامية تعمل على تدريب صحافييها منهم 18 ذكراً (25.7%)، و8 إناث (26.7%)، وأجاب ذكران بلا أعرف (2.8%).

القسم الثاني: غرف الأخبار وسياسات التحرير

الإجابات على الأسئلة رقم (1، 2، 3، 4) من القسم الثاني من حيث الجنس:

السؤال	نعم				لا				غير متأكد		لا أعرف		رفض الإجابة	
	ذكر	أنثى	%	أنثى	ذكر	%	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر
1. هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية؟	40	17	57%	30	42.8%	11	36.7%	0	0	0	0	1	0	
2. هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل؟	29	12	41.4%	40	57%	16	53.3%	1	0	1	0	0	0	
3. هل يتوفر في مؤسستك الإعلامية متخصصون في تغطية قضايا وشؤون المرأة؟	43	19	61.4%	26	37%	10	33.3%	0	0	0	0	1	0	
4. هل تعمل إدارة التحرير على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى؟	40	19	57%	29	41.4%	10	33.3%	0	0	0	0	2	0	
			54%		44.5%		39%					4	1	

هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية؟

أفاد 57 مستجيباً ومستجيبة بوجود مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية في مؤسساتهم الإعلامية منهم 40 اعلامياً ذكراً وبنسبة (57%) و17 اعلامية أنثى بنسبة (56.7%). ونفى 41 مستجيباً ومستجيبة وجود مثل هذه المعايير في مؤسساتهم الإعلامية منهم 30 ذكراً (42.8%) و11 أنثى (36.7%). واجابت أنثى واحدة بلا اعرف ورفض ذكر واحد الاجابة.

هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل؟

قال 41 مستجيباً ومستجيبة بوجود مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل في مؤسساتهم الإعلامية منهم 29 ذكراً بنسبة (41.4%) و12 أنثى بنسبة (40%).

ونفى 56 من اجمالي عينة الاستطلاع وجود مدونة السلوك أو سياسات تحريرية في مؤسساتهم الإعلامية منهم 40 ذكراً (57%) و16 أنثى (53.3%) فيما افادت أنثى واحدة بانها غير متأكدة وذكر واحد قال انه لا يعرف.

هل يتوفر في مؤسستك الإعلامية متخصصون في تغطية قضايا وشؤون المرأة؟

أكد 62 مستجيباً ومستجيبة من عينة الدراسة وجود متخصصين في تغطية قضايا وشؤون المرأة في مؤسساتهم الإعلامية منهم 43 ذكراً (61.4%) و19 أنثى (63.3%). فيما نفى 36 مستجيباً ومستجيبة وجود متخصصين لتغطية قضايا المرأة في مؤسساتهم الإعلامية منهم 20 ذكراً (37%) و10 إناث (33.3%).

هل تعمل إدارة التحرير على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى؟

افاد 59 من عينة الاستطلاع بان إدارة التحرير في مؤسساتهم الاعلامية تعمل على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وفي أية ميادين أخرى، منهم 40 ذكرا (57%)، و19 أنثى (63.3%)، مقابل 39 نفوا وجود مثل هذه السياسة في مؤسساتهم الاعلامية منهم 29 ذكرا (41.4%) و10 إناث (33.3%)، ورفض ذكران الاجابة.

وتظهر المتوسطات الحسابية لإجابات العينة المستطلعة من حيث الجنس تقارب نسب الاجابة فقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الذكور ممن قالوا بوجود مثل تلك السياسات التحريرية في مؤسساتهم الاعلامية (54%) والاناث (55.8%)، وممن نفوا ذلك من الذكور (44.5%) والاناث (39%).

الإجابة على السؤال رقم (5) من القسم الثاني من حيث الجنس: هل تطلب أو توجه إدارة التحرير في مؤسستكم الإعلامية منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين؟

هل تطلب أو توجه إدارة التحرير في مؤسستكم الإعلامية منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين؟

رفض الإجابة				لا أعرف				أحياناً				لا				نعم			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	4.3%	3	0	0	1.4%	0	0	0	0	0	23.3%	7	30%	21	73.3%	22	65.7%	46

قال 68 مستطلعا من عينة الدراسة ان إدارة التحرير في مؤسساتهم الإعلامية تطلب أو توجه منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين، منهم 46 ذكرا (65.7%) و22 أنثى (73.3%)، مقابل 28 مستطلعا نفوا وجود هذه المطالب والتوجيهات في مؤسساتهم منهم 21 ذكرا (30%) و7 إناث (23.3%)، فيما اجاب ذكر واحد بعدم معرفته بذلك، و3 ذكور رفضوا الاجابة (4.3%).

القسم الثالث: الانطباعات

الإجابة على السؤال رقم (1) من القسم الثالث من حيث الجنس: هل تتفق/ ين أن الصحفيين والمصفيات أو المؤسسات الصحفية عموماً تقوم بعمل تغطيات صحفية عادلة ومتساوية لكل من الرجال والنساء؟ وإلى أي درجة

هل تطلب أو توجه إدارة التحرير في مؤسستكم الإعلامية منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين؟

رفض الإجابة				إلى درجة قليلة				إلى درجة متوسطة				إلى درجة كبيرة				لا أتفق			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
3.3%	1	0	0	0	0	2.8%	2	26.7%	8	22.8%	16	0	0	24.3%	17	66.7%	20	50%	35

لا يتفق 55 من المستجيبين والمستجيبات مع القول بقيام الصحفيين والمصفيات أو المؤسسات الصحفية عموماً بعمل تغطيات صحفية عادلة ومتساوية لكل من الرجال والنساء؟ منهم 35 ذكرا (50%) و20 أنثى (66.7%).

ويتفق 44 من المستطلعين والمستطلعات مع ذلك منهم 24 مستطلعا بدرجة كبيرة (ذكور 17 ونسبة 24.3%)، وبدرجة متوسطة 24 منهم 1 ذكرا بنسبة (22.8%) و8 إناث بنسبة (26.7%)، وذكوران بدرجة قليلة بنسبة (2.8%) ورفضت الاجابة أنثى واحدة.

الإجابات على الأسئلة رقم (2، 3، 4، 5، 6) من القسم الثالث من حيث الجنس:

السؤال	نعم				لا				لا أعرف		رفض الإجابة	
	ذكر	%	أنثى	%	ذكر	%	أنثى	%	ذكر	%	أنثى	%
2. باعتقادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟	30	42.8%	6	20%	39	55.7%	23	76.7%	2			
3. باعتقادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟	31	44.3%	9	30%	36	51.4%	19	63.3%	3	1		
4. باعتقادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟	32	45.7%	8	26.7%	38	54.3%	21	70%	1			
5. باعتقادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟	35	50%	9	30%	36	51.4%	19	63.3%	1			
6. باعتقادك؛ هل يتم تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ؟	34	48.6%	12	40%	35	50%	16	53.3%	1	1		
		46.3%		29%		52.6%		65.3%	6	3		3

باعتقادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟

لا يعتقد 62 مستجيباً ومستجيبة بتجنب الصحفيين الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع، منهم 23 أنثى وبنسبة (76.7%) و39 ذكراً بنسبة (55.7%)، مقابل 36 مستجيباً يعتقدون بتجنب الصحفيين الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع منهم 30 ذكراً بنسبة (42.8%) و6 إناث بنسبة (20%)، وقال مستجيبان ذكراً انهما لا يعرفان.

ويلاحظ ان حوالي نصف العينة المستجيبة من الذكور تعتقد بعدم تقديمهم صورة نمطية للنساء إلا أن أكثر من ثلثي الإناث في العينة يعتقدون بذلك أيضاً.

باعتقادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟

لا يعتقد 55 مستجيباً ومستجيبة بتجنب الصحفيات الإناث تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع، منهم 36 ذكراً بنسبة (51.4%) مقابل 19 أنثى وبنسبة (63.3%) فيما يعتقد 40 مستجيباً بان الصحفيات الإناث يتجنبن تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع منهم 31 ذكراً (44.3%) وإناث (30%).

باعتقادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟

أفاد 59 من عينة الاستطلاع بان الصحفيين الذكور لا يتجنبون تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية، منهم 21 أنثى بنسبة (70%) و38 ذكراً بنسبة (54.3%) فيما يعتقد 40 مستجيباً بأن الصحفيين الذكور يتجنبون تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية منهم 32 ذكراً (45.7%) و8 إناث (26.7%).

باعتقادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟

لا يعتقد 55 مستجيباً ومستجيبة في عينة الاستطلاع قيام الصحفيات الإناث بتكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهن وتقاريرهن الصحفية؟ منهم 36 ذكراً (51.4%) و19 أنثى (63.3%) مقابل 44 مستجيباً يعتقدون ان الصحفيات الإناث يقمن بتكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهن وتقاريرهن الصحفية، منهم 35 ذكراً (50%) و9 إناث (30%).

باعتمادك؛ هل يتم تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ؟

أفاد 51 مستجيباً ومستجيبة بأنهم لا يعتقدون بتغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ منهم 35 ذكراً (50%) و16 أنثى (53.3%)، مقابل 46 مستجيباً يعتقدون بوجود تغطية عادلة للمرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية، منهم 34 ذكراً (48.6%) و12 أنثى (40%).

ويظهر المتوسط الحسابي ان أكثر من نصف العينة المستجيبة لا يعتقدون بما تم ذكره في الاسئلة (من 2 - 6) وبنسبة (56.4%) منهم (65.3% مستجيبة انثى، و(52.6% من الذكور، فيما بلغ المتوسط الحسابي لمن يعتقدون بما ورد في تلك الأسئلة (41.2%) منهم (46.3% من الذكور، و(29% من الإناث.

الإجابة على السؤال رقم (7) من القسم الثالث من حيث الجنس: باعتمادك؛ هل تؤثر التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة؟ وإلى أي درجة

باعتمادك؛ هل تؤثر التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة؟ وإلى أي درجة

رفض الإجابة				إلى درجة قليلة				إلى درجة متوسطة				إلى درجة كبيرة				لا أتفق			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	0	0	0	0	0	0	23.3%	7	20%	14	26.7%	8	15.7%	11	46.7%	14	62.8%	44

أفاد 58 من المستطلعين والمستطلعات ان التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات لا تؤثر على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة، منهم 44 ذكراً بنسبة (62.8%) و14 أنثى بنسبة (46.7%).

ويعتقد 42 من المستطلعين والمستطلعات ان التغطيات الإعلامية تؤثر على تشجيع الجمهور لانتخاب الرجل المرشح بدرجة كبيرة 19، منهم 11 ذكراً (15.7%) و8 إناث (26.7%)، و21 بدرجة متوسطة منهم 14 ذكراً (20%) و7 إناث (23.3%).

الإجابة على السؤال رقم (8) من القسم الثالث من حيث الجنس: هل تعتقد/ين أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام؟ وإلى أي درجة ..

هل تعتقد/ين أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام؟ وإلى أي درجة ..

رفض الإجابة				إلى درجة قليلة				إلى درجة متوسطة				إلى درجة كبيرة				لا أتفق			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	0	0	0	0	2.8%	2	50%	15	31.4%	22	30%	9	17%	12	16.7%	5	50%	35

أفاد 60 مستجيباً ومستجيبة أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام، حيث يعتقد 37 من المستجيبين والمستجيبات في ذلك بدرجة متوسطة منهم 22 ذكراً (31.4%)، و15 أنثى (50%)، وبدرجة كبيرة 21 مستجيباً منهم 12 ذكراً (17%)، و9 إناث (30%) وذكران فقط بدرجة قليلة (2.8%)، مقابل 40 مستجيباً يعتقدون بان المرأة اخذت حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام منهم 35 ذكراً (50%)، و5 إناث (16.7%).

الإجابة على السؤال رقم (9) من القسم الثاني من حيث الجنس: باعتقادك؛ هل هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة؟

باعتقادك؛ هل هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة؟															
رفض الاجابة				لا أعرف				لا				نعم			
أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر	
0	0	1.4%	1	0	0	0	0	53.3%	16	67%	47	43.3%	13	32.8%	23

قال 63 من أفراد العينة المستطلعة انهم لا يعتقدون بوجود أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، منهم 47 ذكرا (67%) و16 أنثى (53.3%)، فيما قال 36 من المستجيبين انهم يعتقدون بوجود تلك الأسباب، منهم 13 أنثى (43.3%) و23 ذكرا (32.8%)، ورفض الاجابة ذكرا واحدا.

الإجابة على السؤال رقم (10) من القسم الثاني من حيث الجنس: إذا كان هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، فما هي هذه الأسباب برأيك؟

لا				نعم				الأسباب
أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		
3.3%	1.4%	1	1	40%	31.4%	12	22	ثقافة المجتمع
10%	8.6%	3	6	33.3%	24.3%	10	17	عدم قدرة المرأة على التواصل مع الإعلام
0	15.7%	0	11	43.3%	17%	13	12	ذكورية المجتمع الصحفي
20%	21.4%	6	15	23.3%	11.4%	7	8	السياسات الحكومية
13.3%	5.7%	4	4	30%	27%	9	19	ضعف خبرة الصحفيين
10%	11.4%	3	8	33.3%	21.4%	10	15	عدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة
13.3%	22.8%	4	16	30%	10%	9	7	التشريعات التمييزية
13.3%	22.8%	4	16	30%	10%	9	7	الممارسات الحكومية التي تكرر التمييز والصورة النمطية
10.4%	13.7%			33%	19%			

ومن بين المستجيبين والمستجيبات البالغ عددهم 36 الذين يعتقدون في السؤال السابق رقم (9) بوجود أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة اعتبر 32 منهم ان ثقافة المجتمع السبب الاول الذي يحد ويمنع الإعلام الاردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة وبنسبة (94.4%) منهم 22 ذكرا بنسبة (31.4%) و12 أنثى بنسبة (40%) مقابل مستجيبان فقط لم يوافقا على هذا السبب منهما أنثى واحدة و ذكر واحد.

وجاء ضعف خبرة الصحفيين في المرتبة الثانية من حيث تلك الاسباب وفقا لما يعتقدده 28 مستجيبا بنسبة (77.8%) منهم 19 ذكرا (27%) و9 إناث (30%)، مقابل 8 مستجيبين ومستجيبات نفوا ذلك بنسبة (22.2%) منهم 4 ذكور (5.7%) و4 إناث (13.3%).

وحل عدم قدرة المرأة على التواصل مع الإعلام في المرتبة الثالثة من حيث الاسباب بنسبة (75%) تمثل راي 27 مستجيبا منهم 22 ذكرا (31.4%) و12 أنثى (40%)، فيما رفض 9 مستجيبين هذا السبب (25%) منهم 6 ذكور (8.6%) و3 إناث (10%).

وجاء في المرتبة الرابعة وبالتساوي كل من ذكورية المجتمع الصحفي، وعدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة بنسبة مشتركة (69.4%) تمثل (25) مستجيبا ومستجيبية .

ومن حيث التوزيع حسب الجنس فقد بلغ عدد من يعتقدون بذكورية المجتمع الصحفي كأحد الأسباب التي تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة من الذكور 12 ذكرا (17%) و13 أنثى (43.3%)، في حين بلغ عدد الذكور ممن يعتقدون عدم اهتمام الإعلام بالمشاركة السياسية للمرأة 15 ذكرا (21.4%) و10 إناث (33.3%).

وتساوى أيضا عدد من رفض اعتبار ذكورية المجتمع وعدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة كأسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة بإجابة 11 مستجيبا لكل منهما وبنسبة مشتركة أيضا بلغت (30.5%).

وجاء الاختلاف في عدد الذكور والإناث من حيث التوزيع الجنسي، فقد بلغ عدد الذكور ممن رفضوا اعتبار ذكورية المجتمع الصحفي سببا 11 ذكرا وبنسبة (15.7%)، دون أي اعتراض للإناث على ذلك، فيما بلغ عدد الذكور الراضين لاعتبار عدم اهتمام الإعلام بالمشاركة السياسية للمرأة سببا 8 ذكور (11.4%) و3 إناث (10%).

وتساوت في المرتبة الخامسة كامل معطيات من يعتقدون بان من الأسباب التي تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة كل من التشريعات التمييزية، ثم الممارسات الحكومية التي تكرر التمييز والصورة النمطية بواقع 16 مستجيبا لكل منهما وبنسبة مشتركة بلغت (44.4%) منهم 7 ذكور (10%)، و9 إناث (30%) لكل من السببين، مقابل 20 مستجيبا رفضوا هذين السببين بنسبة مشتركة بلغت (55.5%) لكل منهما، منها 16 ذكرا (22.8%) و4 إناث (13.3%) لكل منهما.

وحصلت السياسات الحكومية على أدنى نسبة من يعتقدون بانها سبب من الأسباب التي تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة بنسبة (41.6%) تمثل 15 مستجيبا ومستجيبية منهم 8 ذكور (11.4%) و7 إناث (23.3%).

وبحسب المعطيات فإن غالبية المستجيبين رفضوا هذا السبب بنسبة (58.3%) تمثل 21 مستجيبا ومستجيبية وهي أعلى نسبة رفض يتم تسجيلها هنا منها 15 ذكرا (21.4%) و6 إناث (20%).

الإجابة على السؤال رقم (11) من القسم الثاني من حيث الجنس: برأيك؛ ما هو سبب تمييط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟

لا		نعم						الأسباب
أنثى %	ذكر %	أنثى	ذكر	أنثى %	ذكر %	أنثى	ذكر	
60%	60%	18	42	36.7%	40%	11	28	موقف الصحفيين والصحفيات المسبق
26.7%	44.3%	8	31	70%	55.7%	21	39	عدم توفر سياسات تحريرية في المؤسسات الإعلامية تضع معايير واضحة لعدم تمييط صورة المرأة وإضافتها في التغطيات الصحفية
63.3%	58.6%	19	41	33.3%	27%	10	19	التشريعات تفرض قيوداً على الإعلاميين والإعلاميات مما يسهم في تكريس الصورة النمطية
36.7%	60%	11	42	60%	40%	18	28	المؤسسات التعليمية تكرر تمييط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام
30%	27%	9	19	66.7%	72.8%	20	51	المرأة نفسها
26.7%	38.6%	8	27	66.7%	61.4%	20	43	عدم وجود مدونات سلوك مهني ملزمة للإعلاميين في تقديم عرض متكافئ لا يميز بين الرجال والنساء
30%	24.3%	9	17	66.7%	75.7%	20	53	انحياز الإعلاميين/ الإعلاميات للعادات والتقاليد التي تسهم بذلك
33.3%	48.6%	10	34	36.3%	51.4%	19	36	عدم قدرة المرأة على التواصل مع وسائل الإعلام
60%	57%	18	40	36.7%	42.8%	11	30	الفارق البيولوجي مع الرجل
30%	45.7%	9	32	66.7%	54.3%	20	38	تلبية اهتمامات الجمهور
40%	46%			56.7%	52%			

القى اكثر من ثلثي عينة الاستطلاع (72) مستجيبا ومستجيبة مسؤولة تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام على المرأة نفسها باعتبارها السبب الأول من أسباب تنميط صورتها مقابل 28 مستجيبا ومستجيبة رفضوا ذلك.

وبلغ عدد الذكور ممن حملوا المرأة مسؤولة تنميط صورتها 51 ذكرا (72.8%) و20 أنثى (66.7%) مقابل 19 ذكرا ممن رفضوا ذلك (27%)، و9 إناث (30%).

ويلاحظ ان ثلثي الإعلاميات الإناث في عينة الاستطلاع حملن مسؤولية تنميط المشاركة السياسية للمرأة نفسها، وهي نسبة كبيرة تكشف عن مدى رؤية المرأة نفسها لمسؤوليتها عن هذا التنميط.

ويعتقد 74 مستجيبا ان سبب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هو انحياز الإعلاميين/ الإعلاميات للعادات والتقاليد التي تسهم بذلك (ثقافة المجتمع) منهم 53 ذكرا (75.7%) و20 أنثى (66.7%)، مقابل 26 مستجيبا ومستجيبة لا يعتقدون ذلك منهم 9 إناث (30%)، و17 ذكرا (24.3%).

ويرى 60 مستجيبا ومستجيبة أن عدم توفر سياسات تحريرية في المؤسسات الإعلامية تضع معايير واضحة لعدم تنميط صورة المرأة وإنصافها في التغطيات الصحفية يمثل أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، منهم 39 ذكرا (55.7%)، و21 أنثى (70%)، فيما رفض 40 مستجيبا هذا السبب منهم 31 ذكرا (44.3%) و8 إناث (26.7%).

ووفقا لرأي 65 مستجيبا فإن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هو عدم وجود مدونات سلوك مهني ملزمة للإعلاميين في تقديم عرض متكافئ لا يميز بين الرجال والنساء، منهم 43 ذكرا (61.4%) و20 أنثى (66.7%)، مقابل 35 مستجيبة ومستجيبة رفضوا ذلك منهم 27 ذكرا (38.6%) و8 إناث (26.7%).

ويرى 58 من عينة الاستطلاع ان تلبية اهتمامات الجمهور يمثل أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، منهم 38 ذكرا (54.3%) و20 أنثى (66.7%)، فيما لم يوافق على هذا السبب 42 مستطعا منهم 32 ذكرا (45.7%) و9 إناث (30%).

وبحسب 55 من عينة الاستطلاع فإن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هو عدم قدرة المرأة على التواصل مع وسائل الإعلام نفسها منهم 36 ذكرا يرون ذلك (51.4%) و19 أنثى يشاركونهم هذا الرأي (63.3%) فيما رفض 45 هذا السبب منهم 10 إناث (33.3%) و34 ذكرا (48.6%).

ويلاحظ ان أكثر من نصف العينة المستجيبة تحمل المرأة مسؤولية تنميط صورة مشاركتها السياسية في الاعلام.

ويعود المستجيبون والمستجيبات في عينة الاستطلاع مرة أخرى للتأكيد على ان التشريعات لم تكن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، فقد رفض 70 مستجيبا ومستجيبة القبول بان التشريعات تفرض قيوداً على الإعلاميين والإعلاميات مما يسهم في تكريس الصورة النمطية منهم 41 ذكرا (58.6%) و19 أنثى (63.3%)، في حين يعتقد 30 مستجيبا بذلك منهم 19 ذكرا (27%) و10 إناث (33.3%).

ولم يقبل 60 مستجيبا اعتبار موقف الصحفيين والصحفيات المسبق أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، منهم 42 ذكرا (60%) و18 أنثى (60%) مقابل 40 مستجيبا قبلوا بذلك منهم 28 ذكرا (40%) و11 أنثى (36.7%).

ورفض 58 مستجيبا ومستجيبة اعتبار الفارق البيولوجي مع الرجل أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، منهم 40 ذكرا (57%) و18 أنثى (60%) بينما وافق على ذلك 42 مستجيبا منهم 30 ذكرا (42.8%) و11 أنثى (36.7%).

وفي الوقت الذي وافق فيه 46 من المستطلعين والمستطلعات على أن أحد أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام ان المؤسسات التعليمية تركز تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام من بينهم 28 ذكرا (40%) و18 أنثى (60%) فقد رفض 54 من المستطلعين والمستطلعات الذين يمثلون أكثر من نصف العينة ذلك من بينهم 11 أنثى (36.7%) و42 ذكرا بنسبة (60%)

الإجابة على السؤال رقم (12) من القسم الثاني من حيث الجنس: برأيك؛ هل تختلف تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) عن السياسيات من الإناث؟

برأيك؛ هل تختلف تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) عن السياسيات من الإناث؟

رفض الاجابة				لا أعرف				لا				نعم			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	1.4%	1	0	0	0	0	30%	9	58.6%	41	66.6%	20	41.4%	29

لا يعتقد نصف المستجيبين والمستجيبات أن تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) تختلف عن تغطية السياسيات من الإناث، بعد ان أفاد 50 مستجيبا ومستجيبية بذلك منهم 41 ذكرا (58.6%)، و9 إناث (30%)، مقابل 49 مستجيبا يعتقدون بوجود اختلاف في التغطيات الاعلامية بين السياسيين الذكور والسياسيات الإناث منهم 29 ذكرا (41.4%) و20 أنثى (66.6%)، ورفض ذكر واحد الإجابة.

الإجابة على السؤال رقم (13) من القسم الثالث من حيث الجنس: برأيك؛ ما هي أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات؟6

أنثى		ذكر		الأسباب
%	تكرار	%	تكرار	
76.7%	23	68.6%	48	التمثيل المتدني للمرشحات من النساء
83.3%	25	77%	54	عدم لجوء النساء لرصد مخصصات مالية كافية لحملاتهن الانتخابية مثل الرجال
33.3%	10	55.7%	39	السيرة الذاتية للمرشحة
43.3%	13	55.7%	39	تلبية اهتمامات الجمهور
70%	21	62.8%	44	تدني نسبة وجود النساء في البرلمان أو في المناصب السياسية الرائدة ومراكز صنع القرار
40%	12	30%	21	انحياز الإعلاميين والإعلاميات في التغطية لمصلحة الرجال
86.7%	26	85.7%	60	الأنماط الاجتماعية والثقافية
62%		62.2%		المتوسطات الحسابية

ويرى 71 مستجيبا ومستجيبية ان التمثيل المتدني للمرشحات من النساء احد أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات بعدد تكرارات بلغت 41 تكرارا للذكور وبنسبة (68.6%) وتكرار 23 للإناث بنسبة (76.7%).

وقال 79 مستجيبية ومستجيبا ان عدم لجوء النساء لرصد مخصصات مالية كافية لحملاتهن الانتخابية مثل الرجال احد تلك الاسباب وبنسبة تكرار للذكور بلغت (77%) تمثل 54 ذكرا، وبنسبة تكرار (83.3%) للإناث تمثل 25 اختيارا مكررا.

وتمثل السيرة الذاتية للمرشحة احد أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات مع الذكور بتكرار 49 منها 39 للذكور بنسبة تكرار (55.7%)، و10 للإناث وبنسبة تكرار (33.3%).

ويرى المستجيبون ان تلبية اهتمامات الجمهور يمثل احد أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات مع الذكور بواقع 52 تكرارا منها 39 للذكور (55.7%)، و13 تكرارا للإناث بنسبة (43.3%).

ويأتي تدني نسبة وجود النساء في البرلمان أو في المناصب السياسية الرائدة ومراكز صنع القرار أحد أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات مع الذكور بـ 65 تكرارا منها 44 تكرارا للذكور بنسبة (62.8%)، و21 تكرارا للإناث بنسبة (70%).

ويأتي انحياز الإعلاميين والإعلاميات في التغطية لمصلحة الرجال اقل الاسباب التي رأى فيها المستطلعون انها احد أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات مع الذكور بعدد 33 تكرارا منها 21 تكرارا للذكور بنسبة (30%) و12 تكرارا للإناث بنسبة (40%).

وتبرز الأنماط الاجتماعية والثقافية في مقدمة الاسباب التي يعتقد المستجيبون انها أحد أهم أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات مع الذكور وبعدها 86 تكرارا منها 60 تكرارا للذكور بنسبة (85.7%)، و26 تكرارا للإناث بنسبة (86.7%).

الإجابة على السؤال رقم (14) من القسم الثالث من حيث الجنس: في أي مجال تعتقد أن المرأة يمكن أن تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام:

أنثى		ذكر		المجال	أنثى		ذكر		المجال
%	تكرار	%	تكرار		%	تكرار	%	تكرار	
40%	12	28.6%	20	حزبية	66.7%	20	54.3%	38	وزيرة
56.7%	17	60%	42	ناشطة في مجال العمل المدني العام	56.7%	17	58.6%	41	نائب
60%	18	55.7%	39	إعلامية	26.7%	8	24.3%	17	عين / عضو في مجلس الأعيان
53.3%	16	55.7%	39	فنانة	43.3%	13	42.8%	30	نقابية
36.7%	11	41.4%	29	شخصية اجتماعية	46.7%	14	38.6%	27	مسؤولة حكومية
36.7%	11	42.8%	30	محامية	36.7%	11	38.6%	27	سيدة أعمال
47%		47.4%			46%		43%		

يعتقد أكثر من نصف المستجيبين (59) إجابة مكررة أن المرأة يمكن أن تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت ناشطة في مجال العمل المدني العام، منهم 42 ذكرا بنسبة (60%) و17 أنثى بنسبة (56.7%).

وتتساوى رؤية من يعتقدون ان المرأة يمكن أن تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت وزيرة أو نائب في البرلمان بعدد تكرارات متساوية بلغت 58 تكرارا لكل منهما

ويلاحظ ان نسبة الإناث ممن يرونها وزيرة اعلى منها نائبا ففي الأولى بلغ عدد الإناث 20 أنثى بنسبة (66.7%) ونائب 17 أنثى بنسبة (56.7%)، فيما يرى الذكور أنها ستحقق الحضور في الإعلام إذا كانت نائبا بعدد تكرارات 41 بنسبة (58.6%) أكثر من وجودها وزيرة وبعدها 38 تكرارا بنسبة (54.3%).

وفي الوقت الذي جاءت فيه إجابات العينة المستطلعة مرتفعة من حيث تحقيق حضور المرأة كوزيرة أو نائب فإن هذه النسبة تنخفض بشكل كبير جدا لتصل الى 25 تكرارا فقط حين تكون في مجلس الأعيان مما يكشف عن عدم قدرة المرأة على تحقيق هذا الحضور في الإعلام حين تكون عضوا في مجلس الأعيان، مما يؤدي الى استنتاج ان المرأة في مجلس الأعيان لم تحقق اي حضور في الإعلام من وجهة نظر المستجيبين والمستجيبات، وقد أفاد بذلك 17 ذكرا (24.3%) و8 إناث (26.7%).

ويعتقد 57 من المستجيبين ان المرأة يمكن ان تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت كإعلامية، ويرى ذلك 39 ذكرا (55.7%) و18 أنثى (60%).

ويرى 55 ان المرأة يمكن ان تحقق حضورا أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت فنانة، منهم 39 ذكرا (55.7%)، و16 أنثى (53.3%).

ويرى أقل من نصف العينة (43) ان المرأة يمكنها تحقيق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت نقابية، منهم 30 ذكراً (42.8%) و13 أنثى (43.3%).

وتساوت معطيات من يرى من المستطلعين ان المرأة يمكنها تحقيق حضور في الإعلام إذا عملت مسؤولة حكومية أو محامية بعدد تكرارات 41 لكل منهما، منها 27 ذكراً بنسبة (38.6%) للمرأة كمسؤولة حكومية مقابل 14 أنثى وبنسبة (46.7%)، فيما بلغ عدد الذكور ممن يرونها محامية 30 ذكراً بنسبة (42.8%) وعدد إناث 11 وبنسبة (36.7%).

ويرى 40 مستجيباً ان المرأة يمكن ان تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت شخصية اجتماعية منهم 29 ذكراً يعتقدون ذلك بنسبة (41.4%) و11 أنثى بنسبة (36.7%).

يرى 38 من المستجيبين والمستجيبات ان المرأة يمكن ان تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا عملت سيدة أعمال، ويرى ذلك 27 ذكراً بنسبة (38.6%) و11 أنثى بنسبة (36.7%).

ان 32 مستجيباً ومستجيبية يعتقدون ان المرأة يمكن ان تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام إذا كانت حزبية، منهم 20 ذكراً بنسبة (28.6%)، و12 أنثى بنسبة (40%).

الإجابة على السؤال رقم (15) من القسم الثالث من حيث الجنس: هل تعتقد/ين أن المرأة الأردنية تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال؟

هل تعتقد/ين أن المرأة الأردنية تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال؟															
رفض الاجابة				لا أعرف				لا				نعم			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	0	0	0	0	0	0	0	63.3%	19	65.7%	46	33.3%	10	35.7%	25

يرى 65 مستجيباً ومستجيبية ان المرأة الاردنية لا تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال منهم 46 ذكراً بنسبة (65.7%) و19 أنثى بنسبة (63.3%) مقابل 35 مستجيباً يعتقدون بمشاركة المرأة الأردنية في الحياة السياسية بشكل فعال منهم 25 ذكراً بنسبة (35.7%) و10 إناث بنسبة (33.3%).

الإجابة على السؤال رقم (16) من القسم الثالث من حيث الجنس: هل تعتقد/ين أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة؟

ل تعتقد/ين أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة؟																			
رفض الإجابة		لا أعرف		غير مهمة على الإطلاق				إلى درجة قليلة				إلى درجة متوسطة				إلى درجة كبيرة			
أنثى %	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
0	1	0	1	0	0	8.6%	6	0	0	5.7%	4	10%	3	18.5%	13	86.7%	26	65.7%	46

يعتقد 72 من العينة المستطلعة أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة كبيرة منهم 46 ذكراً (65.7%) و26 أنثى (86.7%)، وبدرجة متوسطة 16 مستجيباً منهم 13 ذكراً (18.5%) و3 إناث (10%)، وبدرجة قليلة 4 ذكور (5.7%)، وغير مهمة على الإطلاق 6 ذكور بنسبة (8.6%)، وأفاد ذكر واحد بأنه لا يعرف ورفضت أنثى واحدة الاجابة.

الإجابة على السؤال رقم (17) من القسم الثالث من حيث الجنس: هل قمت/ ي بانتخاب امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016؟

هل قمت/ ي بانتخاب امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016؟															
رفض الاجابة				لم أشرك				لا				نعم			
أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر	
0	0	0	0	20%	6	20%	14	26.7%	8	40%	28	50%	15	41.4%	29

كشفت 41 من الاعلاميين والاعلاميات في عينة الاستطلاع انهم لم ينتخبوا امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016 منهم 28 ذكرا بنسبة (40%) و8 إناث بنسبة (26.7%)، وقال 44 مستجيبا ومستجيبة انهم انتخبوا امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة منهم 29 ذكرا بنسبة (41.4%) و15 أنثى بنسبة (50%)، فيما قال 15 مستجيبا انهم لم يشاركون في التصويت لأحد في الانتخابات النيابية الأخيرة منهم 14 ذكرا (20%) و6 إناث (20%).

الإجابة على السؤال رقم (18) من القسم الثالث من حيث الجنس: هل تؤيد/ ين تبوء المرأة للمناصب التالية:

أنثى		ذكر		المجال	أنثى		ذكر	
%	تكرار	%	تكرار		%	تكرار	%	تكرار
96.7%	29	97%	68	مسؤولة حكومية	86.7%	26	77%	54
96.7%	29	98.6%	69	سيدة أعمال	93.3%	28	97%	68
90%	27	91.4%	64	أمين عام حزب	96.7%	29	90%	63
93.3%	28	97%	68	رئيسة/ مديرة مؤسسة مجتمع مدني	90%	27	94.3%	66
90%	27	80%	56	رئيس مجلس الأعيان	96.7%	29	88.6%	62
93.3%	28	87%	61	رئيسة بلدية	96.7%	29	98.6%	69
83.3%	25	78.6%	55	رئيس مجلس النواب	73.3%	22	34.3%	24
76.7%	23	64.3%	45	وزير داخلية	93.3%	28	85.7%	60
80%	24	74.3%	52	عضو في دائرة الإفتاء	96.7%	29	94.3%	66
93.3%	28	98.6%	69	عميد كلية	76.7%	23	65.7%	46
					96.7%	29	97%	68
89.3%		87%			90.6%		84%	

جاءت أعلى نسبة تأييد لتبوء المرأة موقعي عضو مجلس نقابة وسيدة أعمال من قبل 98 من عينة الاستطلاع لكل منهما ومعارضة مستجيبين لكل منهما، فيما بلغ عدد التكرارات للذكور 69 تكرارا وبنسبة (98.6%)، وعدد التكرارات للإناث 29 تكرارا وبنسبة (96.7%) لكل منهما.

وتوافقت كامل معطيات من يؤيدون تبوء المرأة رئيس جامعة ومسؤولة حكومية من حيث الجنس، فقد بلغ عدد الذكور لكل منهما 68 تكرارا بنسبة (97%)، و29 تكرارا للإناث بنسبة (96.7%) لكل منهما، في حين ارتفعت نسبة الذكور المؤيدين لتبوء المرأة موقع عميد كلية بعدد 69 تكرارا بنسبة (98.6%) وانخفاض تأييد الإناث بـ 28 تكرارا وبنسبة (92.3%).

وتطابقت كامل نتائج عينة الاستطلاع فيمن يؤيدون تبوء المرأة موقعي نائب في البرلمان ورئيسة أو مديرة مؤسسة

مجتمع مدني بتأييد 96 مستطلعا ومستطلعة، منهم 68 ذكرا بنسبة (97%)، و28 أنثى بنسبة (93.3%) لكل منهما. وأيد 95 مستطلعا تبوء المرأة مركز رئيسة لمؤسسة إعلامية من بينهم 66 ذكرا بنسبة (94.3%)، و29 أنثى بنسبة (96.7%) ومعارضة 5 مستطلعين فقط.

ويؤيد 93 من عينة الاستطلاع تبوء المرأة موقع نقيبة لإحدى النقابات المهنية، من بينهم 66 ذكرا بنسبة (94.3%) و27 أنثى بنسبة (90%)، ومعارضة 7 مستطلعين.

ان 92 مستجيبا ومستجيبة يعتقدون بتبوء المرأة مكانا في مجلس الأعيان منهم 63 ذكرا بنسبة (90%) و29 أنثى بنسبة (96.7%)، ويرى نفس هؤلاء (92) تبوء المرأة موقع أمين عام حزب سياسي منهم 64 ذكرا بنسبة (91.4%)، و27 أنثى بنسبة (90%).

وفي الوقت الذي أظهرت فيه النتائج دعم عينة الاستطلاع لتبوء المرأة عضوية مجلس النواب بعدد 96 مؤيدا ومؤيدة، وتأييد 92 مستطلعا عضويتها في مجلس الأعيان، إلا أن هذا التأييد يتراجع إذا تعلق بتبوء المرأة رئاسة مجلس النواب لتصل إلى 80 مؤيدا فقط، منهم 55 ذكرا بنسبة (78.6%) و25 أنثى بنسبة (83.3%)، كما تتراجع نسبة من يؤيدون رئاستها لمجلس الأعيان لتصل إلى 83 مؤيدا منهم 56 ذكرا بنسبة (80%) و27 أنثى بنسبة (90%).

ويؤيد 89 مستجيبا تبوء المرأة رئاسة بلدية منهم 61 ذكرا بنسبة (87%) وتأييد 28 أنثى بنسبة (93.3%) ومعارضة 11 مستجيبا.

وأعرب 91 من العينة تأييدهم لتبوء المرأة منصب وزيرة في الحكومة منهم 62 ذكرا بنسبة (88.6%) و29 أنثى بنسبة (96.7%)، إلا أن هذا العدد يتراجع إلى 80 مستجيبا يؤيدون تبوء المرأة منصب رئيس الوزراء منهم 54 ذكرا بنسبة (77%)، و26 أنثى بنسبة (86.7%) وبمعارضة 20 مستجيبا ومستجيبة.

وفي الوقت الذي ترتفع فيه نسبة من يؤيدون تبوء المرأة لمنصب وزير الخارجية ليصل إلى 88 مؤيدا منهم 60 ذكرا بنسبة (85.7%) و28 أنثى بنسبة (93.3%)، فإن هذا العدد من المؤيدين ينخفض بشكل كبير في عدد من يؤيدون تبوء المرأة لمنصب وزير الداخلية ليصل إلى 68 مستجيبا ومستجيبة يؤيدون ذلك منهم 45 ذكرا بنسبة (64.3%) و23 أنثى بنسبة (76.7%) مما يكشف عن أن الإناث أكثر تأييدا لتكون المرأة وزيرة للداخلية من الذكور.

والمفاجأة الأكبر في نتائج ومعطيات الاستطلاع ظهرت في عدد من يؤيدون تبوء المرأة منصب وزيرة أوقاف فقد انخفض عدد المؤيدين إلى ما دون نصف العينة ليصل إلى 46 مؤيدا فقط مقابل معارضة 54 مستطلعا لذلك وهي أدنى نسبة تأييد ظهرت في نتائج الاستطلاع، ومن بين من يؤيدون تبوء المرأة منصب وزير أوقاف من الذكور 24 مستجيبا فقط بنسبة (34.3%)، و22 أنثى بنسبة (73.3%) مما يعني أن الإناث أكثر تأييدا لتكون المرأة وزيرا للأوقاف من الذكور، ولعل من أبرز أسباب تدني نسبة تأييد تبوء المرأة منصب وزير أوقاف هي ثقافة المجتمع السائدة، والدين.

وبالرغم من أن أكثر من نصف العينة لا تؤيد تبوء المرأة مقعد وزير للأوقاف فإن التناقض يظهر أكثر وضوحا في إجابات العينة التي تقبل عضوية المرأة في دائرة الافتاء وبعدد 78 مؤيدا ومؤيدة منهم 52 ذكرا بنسبة (74.3%) و24 أنثى بنسبة (80%) وبمعارضة 22 مستجيبا ومستجيبة فقط.

وفي الوقت الذي أيد فيه 78 من عينة الاستطلاع عضوية المرأة في دائرة الافتاء إلا أن هذا العدد ينخفض إلى 69 مؤيدا ومؤيدة لأن تكون المرأة قاضيا شرعيا منهم 46 ذكرا بنسبة (65.7%) و23 أنثى بنسبة (76.7%) ومعارضة 31 مستجيبا ومستجيبة.

ووفقا لاستجابات عينة الاستطلاع على السؤال يتضح أن الإناث أكثر تأييدا للمرأة لتبوء المواقع القيادية في الدولة من الذكور.

الإجابات على الأسئلة رقم (19، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27) من القسم الثالث من حيث الجنس:

السؤال	نعم			لا			لا أعرف			رفض الإجابة	
	ذكر	%	أنثى	ذكر	%	أنثى	ذكر	%	أنثى	ذكر	أنثى
19. هل تعتقد/ ين أن وسائل الإعلام تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل؟	21	30%	17	47	67%	12	40%			3	
20. هل تعتقد/ ين أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي؟	38	54.3%	11	32	45.7%	17	56.7%	1			1
21. هل تعتقد/ ين أن المرأة بحاجة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها؟	65	92.8%	29	6	8.6%	0	0%				
22. هل تعتقد/ ين أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام؟	45	64.3%	21	26	37%	8	26.7%				
23. هل تعتقد/ ين أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة؟	24	34.3%	3	44	62.8%	26	86.7%	1			2
24. هل تعتقد/ ين أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب؟	37	52.8%	22	34	48.6%	7	23.3%				
25. هل تعتقد/ ين أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية؟	38	54.3%	21	32	45.7%	8	26.7%	1			
26. هل تعتقد/ ين أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن يدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة؟	47	67%	28	24	34.3%	1	3.3%				
27. هل تعتقد/ ين بوجود أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء؟	42	60%	25	28	40%	4	13.3%	1			
		57%			43%		31%				5

هل تعتقد/ ين أن وسائل الإعلام تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل؟

يعتقد 59 من المستجيبين بان وسائل الإعلام لا تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل منهم 47 ذكراً بنسبة (67%) و12 أنثى بنسبة (40%)، فيما يعتقد 38 مستجيباً بممارسة وسائل الإعلام تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل منهم 21 ذكراً بنسبة (30%) و17 أنثى بنسبة (59.7%)

هل تعتقد/ ين أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي؟

تساوت معطيات اجابات المستطلعين بين من يعتقدون ومن لا يعتقدون أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي بواقع 49 مستجيباً لكل منهما، وبلغ عدد الذكور ممن يعتقدون ان المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي 38 بنسبة (54.3%) و11 أنثى بنسبة (36.7%) فيما بلغ الذكور ممن لا يعتقدون بذلك 32 ذكراً بنسبة (45.7%) و17 أنثى بنسبة (56.7%).

هل تعتقد/ ين أن المرأة بحاجة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها؟

يعتقد 94 مستجيباً ومستجيبة حاجة المرأة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها، من بينهم 65 ذكراً بنسبة (92.8%) و29 أنثى بنسبة (96.7%).

هل تعتقد/ ين أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام؟:

أفاد 66 مستجيباً ومستجيبة بأن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام منهم 45 ذكراً بنسبة (64.3%) و21 أنثى بنسبة (37%)، فيما أفاد 34 من المستطلعين ان المرأة لم تنجح في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام منهم 26 ذكراً بنسبة (37%) و8 إناث بنسبة (26.7%).

هل تعتقد/ ين أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة؟

لا يعتقد 70 مستجيباً أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة منهم 44 ذكراً بنسبة (62.8%) و26 أنثى بنسبة (86.7%)، مقابل 27 مستجيباً يعتقدون ان نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة منهم 24 ذكراً بنسبة (34.3%) و3 إناث بنسبة (10%).

هل تعتقد/ ين أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب؟.

يرى 59 مستجيباً أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب منهم 37 ذكراً بنسبة (52.8%) و22 أنثى بنسبة (73.3%)، فيما يرى 41 مستجيباً بأنه لا حاجة للتعديل منهم 34 ذكراً بنسبة (48.6%) و7 إناث بنسبة (23.3%).

هل تعتقد/ ين أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية؟.

يرى 59 من المستجيبين أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية منهم 38 ذكراً بنسبة (54.3%) و21 أنثى بنسبة (70%)، فيما قال 40 مستطلعا انه لا حاجة إلى التعديل منهم 38 ذكراً بنسبة (45.7%) و8 إناث بنسبة (26.7%).

هل تعتقد/ ين أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن يدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة؟

يعتقد 75 من المستجيبين بان الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن تدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة من بينهم 47 ذكراً بنسبة (67%) و28 أنثى بنسبة (93.3%)، فيما يعتقد 25 من المستجيبين أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن لا تدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة، منهم 24 ذكراً بنسبة (34.3%) وأنثى واحدة فقط بنسبة (3.3%).

هل تعتقد/ ين بوجوب أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء؟

أفاد 67 من عينة الاستطلاع عن اعتقادهم بوجوب أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء منهم 42 ذكراً بنسبة (60%) و25 أنثى بنسبة (83.3%)، فيما رفض 32 من المستطلعين ذلك منهم 28 ذكراً بنسبة (40%) و4 إناث بنسبة (13.3%).

القسم الرابع: التشريعات

الإجابات على الأسئلة رقم (1، 2) من القسم الرابع من حيث الجنس:

السؤال (1): هل تعتقد/ ين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة؟															
رفض الاجابة				لا أعرف				لا				نعم			
أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر	أنثى %	أنثى	ذكر %	ذكر
3.3%	1	0	0	3.3%	1	4.3%	3	43.3%	13	37%	26	46.6%	14	60%	42

يعتقد 56 من المستجيبين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة من بينهم 42 ذكراً وبنسبة (60%) و14 أنثى بنسبة (46.7%) فيما يعتقد 36 مستجيباً ومستجيبة بأن التشريعات الأردنية لا تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة منهم 26 ذكراً بنسبة (37%) و13 أنثى بنسبة (43.3%)، وقال 4 مستجيبين انهم لا يعرفون منهم 3 ذكور بنسبة (4.3%) وانثى واحدة بنسبة (3.3%) ورفضت الاجابة أنثى واحدة بنسبة (3.3%).

السؤال (2): هل تعتقد/ ين أن هناك في التشريعات الإعلامية ما يلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز ضد المرأة؟

رفض الاجابة				لا أعرف				لا				نعم			
أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر		أنثى %		ذكر	
3.3%	1	0	0	3.3%	1	1.4%	1	73.3%	22	54.3%	38	20%	6	45.7%	32

يعتقد 60 مستجيباً ومستجيبة عدم وجود ما يلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز ضد المرأة في التشريعات الإعلامية منهم 38 ذكراً بنسبة (54.3%) و22 أنثى بنسبة (73.3%) مقابل 38 مستجيباً بوجود مثل تلك التشريعات منهم 32 ذكراً بنسبة (45.7%) و6 إناث بنسبة (20%) وقال مستجيبان بانهما لا يعرفان منهم ذكر واحد (1.4%) وانثى واحدة (3.3%).

التوصيات:

1. إجراء مسح كمي لعدد الدورات المتخصصة التي تلقاها الصحفيون/ ات في قضايا حقوق الإنسان خلال السنوات الخمسة الماضية، وذلك للتعرف على حجم هذا النوع من الدورات، ومستوياته، ومن هي أكثر الفئات من الإعلاميين/ ات الذين تلقوا هذا التدريب من حيث قطاع العمل وأيديولوجية المؤسسات التي يعملون بها، لما لهذا التدريب من أثر على فهم علاقة الإعلام والمهنية بالمشاركة السياسية للمرأة.
2. تنظيم دورات التدريب النوعية المتخصصة للصحفيين/ ات في التالي:
 - حقوق المرأة؛
 - المساواة بين الرجال والنساء؛
 - الجندر (النوع الاجتماعي)؛
 - القواعد المهنية للمساواة بين صورة المرأة السياسية وصورة الرجل السياسي في العمل الإعلامي.
3. تنظيم الأنشطة والحملات التوعوية للصحفيين في مسألة «المشاركة السياسية للمرأة».
4. حث ودعوة مؤسسات الإعلام على تنظيم دورات التدريب وتوجيه الإرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء لكوادر العمل الصحفي الذين يعملون لديها.
5. حث ودعوة مؤسسات الإعلام على التالي:
 - تعميم مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمراعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية بشكل عام، وتغطية المشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص.
 - توفير الصحفيين/ ات المتخصصين/ ات في تغطية قضايا وشؤون المرأة.
 - منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى.

04

الفصل الثالث

الرصد الإعلامي لنمطية صورة
مشاركة المرأة السياسية في
وسائل الإعلام

الفصل الثالث: الرصد الإعلامي لنمطية صورة مشاركة المرأة السياسية في وسائل الإعلام

وخلال مراحل العمر على إدراكهم للمواقف المختلفة واستجاباتهم لهذه المواقف في الحاضر والمستقبل، وتعرف الصورة الذهنية بأنها انطباع عن شيء ما، أو فكرة يتم تكوينها إزاء شخص معين، أو تصور عقلي يتم تكوينه عبر المحاكاة الحسية والصورية، فالصورة الذهنية عبارة عن انطباعات ذاتية تتكون إزاء شخص أو فكرة أو مؤسسة معينة أو نظام ما، ويتكون ذلك الانطباع عبر التعاون والتعامل مع الجهة المكونة عنها الانطباع.

وينبغي القول أن الباحثين تمكنوا من استخراج نتائج هذه التجربة من عملية الرصد من خلال قراءة المجموع العام للنتائج، وأن المواد المرصودة تضمن عدد منها فعلياً على ما خلص إليه الباحثين من نتائج، وتم تعزيز هذه النتائج بأمثلة ونماذج على بعض الخلاصات.

يمكن القول أن المناخ أو البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية مع اختلاف الفترات الزمنية المرصودة للشخصيات السياسية المرصودة قد يؤثر على طريقة التغطية الإعلامية سواء للسياسيين الذكور أو السياسيات الإناث، فعلى سبيل المثال كانت الأحداث السياسية فترة تولي د. محمد المومني ناطقاً إعلامياً باسم الحكومة ووزيراً للإعلام مختلفة عن فترة تولي جمانة غنيمات لذات الوزارة، لكن الأحداث السياسية الداخلية والإقليمية البارزة كانت حاضرة في فترة تولي الشخصيتين لمنصبهما، إلا أن الطابع السياسي كان طابعاً في التغطيات الإعلامية للمومني أكثر من غنيمات، وقد طغت التغطيات ذات الطابع الاقتصادي والثقافي في التغطيات المتعلقة بالوزيرة غنيمات أكثر من المومني.

لتقريب الصورة أكثر شهدت فترة تولي المومني منصبه أحداثاً إرهابية على المستويين المحلي والدولي، فعلى سبيل المستوى المحلي الهجوم على مكتب المخابرات العامة في منطقة البقعة، وعلى سبيل المستوى الدولي التفجيرات الإرهابية في بيروت وفلوريدا وباريس، كما شهدت فترة تولي الوزيرة غنيمات لمنصبها تداعيات سياسية بارزة ومنها «صفقة القرن»، وقضية موعد استلام أراضي الباقورة والغمر الأردنية بناء على معاهدة السلام بين الأردن و«إسرائيل»، لكن التركيز الإعلامي حسب انطباعات الباحثين. كان منصباً في الشأن السياسي المحلي فترة المومني، مقابل أنه كان منصباً أكثر في الشأن الاقتصادي والثقافي فترة غنيمات.

لغايات تنفيذ الدراسة، أجرى الباحثون عملية رصد إعلامي للتغطيات الصحفية المتعلقة بالمشاركة السياسية سواء للمرأة أو الرجل لمجموعة مختارة من الوسائل الإعلامية والصحافية في الأردن، وذلك بناء على ما ورد في أسئلة وفرضيات الدراسة بأن «التميط» في وسائل الإعلام قد يكون عاماً ويشمل المرأة والرجل، وأنه من الممكن أن يشارك سواء الصحفيين أو الصحفيات معا في هذا التمييط بنسبة متساوية أم متفاوتة، وأنه من الصعوبة دراسة ما قد يشتمل على تمييط لصورة المرأة في وسائل الإعلام، خاصة مشاركتها في الحياة السياسية أو العمل السياسي، دون دراسة الأنماط التي يظهر فيها الرجل كمشارك في العمل السياسي.

وتم اختيار عينة رصد قصدية وبحدود ضيقة باستخدام المنهج التجريبي بهدف إخضاعها للدراسة والتحليل، وقد خرجت عملية الرصد بنتائج ومعطيات بعضها يتوافق مع فرضية الدراسة وبعضها الآخر جاء مخالفاً لها، لكن لا تسمح التجربة بتعميم هذه النتائج لعدة أسباب أبرزها أن هذا النوع من عمليات الرصد يحتاج إلى إمكانيات مادية وبشرية لرصد عينة واسعة من وسائل الإعلام أولاً، ولرصد ما نشر من أخبار عن الشخصيات السياسية ذكوراً وإناثاً على نطاق أوسع ثانياً، ولم تتوفر الإمكانيات لتغطية متطلبات إجراء الرصد الإعلامي على نطاق واسع.

بالنتيجة تحتاج هذه الدراسة إلى منهجية أوسع لإثبات ما ذهب إليه من فرضيات، لكن الباحثين تمكنوا من تلخيص ما ذهبوا له من نتائج تستحق الخوض في تفاصيلها من خلال دراسة أخرى متخصصة، كما سجلوا انطباعاتهم على ثلاثة ملاحظات برزت في نتائج الرصد وهي التماس التمييط الإعلامي للمشاركة السياسية للمرأة في عناوين الأخبار والتقارير الصحفية المرصودة، وفي اللغة المستخدمة في سياق الخبر أو التقرير الصحفي، واستخدام الصورة المرفقة في الخبر أو التقرير الصحفي المتعلق بالمرأة السياسية على وجه التحديد، مع ضرورة التنبيه أن هذه الملاحظات والانطباعات لا ترتبط بنماذج من عدد من العناوين، بل قد تنكسر في ذهنية القارئ بعد فترة من ممارسة قراءة أخبار الساسة، وهذه مسألة حسية قد ترتبط باعتقاد الباحثين بالصورة الذهنية لدى المتلقي وليس من السهل دراستها ومقارنتها، لذلك كما أشرنا إلى ضرورة وضع منهجية للدراسة وتطبيقها في إطار أوسع.

لقد أثبتت العديد من الدراسات النفسية والاجتماعية تأثير الصور الذهنية التي تتكون عند الأفراد منذ الطفولة

من ناحية أخرى يعتقد الباحثون أن وجود المرأة السياسية في الإعلام بدني واضحاً في مجالات ونواحي محددة ومحدودة وهي ما يتعلق بالاقتصاد والشؤون المرأة وأخبار التميز والإبداع دوناً عن سواها من القضايا والمجالات، وذلك على الرغم من أن الرجل السياسي يتواجد في المواقع المذكورة بنسبة أعلى بكثير من المرأة، وقد غابت المرأة السياسية بشكل لافت في القضايا والشؤون ذات الطابع الأمني، الأمر الذي يعث للقول بأن تواجد المرأة السياسية قد يكون على الأغلب في الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية أكثر من الشؤون السياسية حتى لو كان لها ارتباط في قضايا سياسية معينة.

على الرغم من ذلك يعتقد الباحثون أن عملية الرصد خرجت بعدد من المؤشرات والنتائج اللافتة التي يمكن مناقشتها ودراستها، من بينها أن «التنميط الإعلامي للسياسيين» لا يقع على المرأة السياسية فحسب بل أيضاً على الرجل السياسي، ولكن؛ وبالنظر إلى بعض نتائج الرصد، يجد المطلع أن تنميط المرأة السياسية يأتي بشكل أبرز من تنميط الرجل السياسي، ويمكن إجمال أبرز نتائج هذا الرصد على النحو التالي:

1. المصادر والقوى الفاعلة الذكورية في الأخبار الصحفية تواجدت في المواد المرصودة للسياسيين بشكل مضاعف في المواد المرصودة عند السياسيات، فقد بلغ عدد المواد التي تضمنت على قوى فاعلة ذكورية في مضمون أخبار السياسيين 182 مادة، مقابل 101 مادة في مضمون أخبار السياسيات. ويُقصد بمصدر الخبر الصحفي الجهات والمصالح والهيئات التي يأخذ منها الصحفي أو المؤسسة الإعلامية أخبارها، أو الأشخاص والمؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي تحصل الوسيلة الإعلامية على الأخبار منها، ويقصد بها الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي. وعليه قد يكون المصدر شخفاً أو جهة⁷.

1. من حيث التعليقات والاقبسات الصحفية الصادرة عن القوى الفاعلة في المواد المرصودة فقد جاءت الاقبسات الصادرة عن شخصيات ذكورية أعلى من الاقبسات الصادرة عن شخصيات أنثوية، حيث بلغ عدد المواد المقتبسة عن الذكور 194 مادة مقابل 107 مواد تضمنت اقتباسات عن إناث: غالبية المواد المرصودة للسياسيات الإناث تضمنت على اقتباسات من مصادر وشخصيات ذكورية، وعلى سبيل المثال بلغ مجموع الكلمات المقتبسة عن شخصيات ذكورية في المواد المرصودة لموقع صحيفة السبيل فترة الرصد الأولى للنائب ديمة طهبوب 1749 كلمة، مقابل

7 لبنى مهدي، مفهوم مصادر الأخبار، 19 يناير 2020. متوفر على الرابط التالي: <https://e3arabi.com//الإعلام/مفهوم-مصادر-الأخبار>, last visited 15 October 2020.

8 كلمات فقط صدرت عن شخصيات أنثوية، فيما بلغ عدد الكلمات الذكورية المقتبسة عن النائب صالح العرموطي الذي يقابلها في عملية الرصد وعن نفس الفترة ولنفس الموقع 1659 كلمة، مقابل 136 كلمة مصدرها شخصيات أنثوية، ومن الأمثلة على هذا الاستنتاج من المواد المرصودة ما نشرته صحيفة الرأي اليومية في 8/11/2016 في خبر صحفي تحت عنوان «أردنيون: ذكرى تفجيرات عمان زادتنا تماسكاً ضد الإرهاب»، حيث تضمن الخبر على تعليقات صدرت عن 5 شخصيات ذكورية مقابل شخصية أنثوية واحدة هي النائب وفاء بني مصطفى⁸.

2. بلغ مجموع المواد التي تناولت مناقشات مجلس النواب 69 مادة، شكلت نسبتها 26.8% من مجموع المواد المرصودة، غالبيتها وقع في خانة السياسيين الذكور بواقع 45 مادة مقابل 24 مادة وقعت في خانة السياسيات الإناث: يعتقد الباحثين أن تواجد السياسيين الذكور أو الأعضاء الذكور في مجلس النواب بنسبة أعلى في الأخبار الصحفية المتعلقة بمناقشات مجلس النواب أمر طبيعي سببه الأساسي أن عدد أعضاء مجلس النواب الذكور يفوق عدد أعضاء المجلس من الإناث، إذ يبلغ كامل أعضاء المجلس 130 نائباً، منهم 110 نواب ذكور، و20 نائباً من الإناث تشكل نسبتهم 15.4% من الأعضاء.

1. المواد التي تناولت مواضيع تتعلق بالأمن العام وقعت غالبيتها في خانة السياسيين الذكور وبلغ عددها 16 مادة صحفية مرصودة، شكلت نسبتها 6.2% من مجموع المواد المرصودة، ولم يرصد سوى مادة واحدة لمواضيع الأمن العام في المواد المرصودة للسياسيات الإناث: يعتقد الباحثين في هذا الإطار أن الصحافة المحلية عادة ما تذهب إلى الحصول على المعلومات و/ أو التعليقات الصحفية من شخصيات ذكورية، أصف إلى ذلك أن الغالبية العظمى من المتحدثين الإعلاميين من الأجهزة الأمنية المختلفة ذكوراً وليسوا إناثاً، ولم يحدث أن عينت مديرية الأمن العام ناطقة إعلامية من الإناث سابقاً، المادة الوحيدة من المواد المرصودة التي تضمنت على تعليقات لمتحدثة من الأمن العام ما نشرته صحيفة الرأي اليومية بتاريخ 25/2/2020 من خبر صحفي بعنوان «412 نزيلة في الجريدة بينهن 20 محكومات بالإعدام»⁹، وهو خبر يتعلق بقاء في مركز إصلاح وتأهيل الجريدة، جمع ممثلين لجهات رسمية ومدنية ودولية مع نزيلات في المركز؛ لبحث قضاياهن ومطالبن نظمها مركز

8 أردنيون: ذكرى تفجيرات عمان زادتنا تماسكاً ضد الإرهاب، صحيفة الرأي، 8 تشرين الثاني 2016. متوفر على الرابط التالي:

9 412 نزيلة في الجريدة بينهن 20 محكومات بالإعدام، صحيفة الرأي، 25 شباط 2020. متوفر على الرابط التالي: <http://alrai.com/article/10525346>, last visited 11 October 2020.

«ميزان للقانون»، بمناسبة اليوم العالمي للمرأة، وخصت للنقاش مع نزليات من الموقوفات إداريا والمحكومات بقضايا، واللواتي لا زلن قيد المحاكمة، واللافت أن الخبر تضمن على تعليقات جميعها صادرة عن شخصيات أنثوية، وفيه ورد تعليق عن العقيد «منى عودة» ولم يظهر الخبر فيما لو جاء تعليقها كناطقة إعلامية باسم الأمن العام أم كمسؤولة أمنية في مركز إصلاح الجريدة، ولا يقتصر وجود الناطقين الإعلاميين الذكور في مؤسسات الأمن العام بل يشمل غالبية المؤسسات والدوائر والهيئات الحكومية، ومن الأمثلة العملية على ذلك ما نشرته صحيفة الرأي اليومية من خبر بتاريخ 23/12/2018 بعنوان «غنيمات: توجه لمأسسة عمل دوائر الناطقين الإعلاميين ولا نخشى النقد في حال التقصير»، وهو خبر صحفي يتحدث عن دورة تدريبية متخصصة لإعلام الأزمات للناطقين الإعلاميين الرسميين نظمها مركز «الرأي» للدراسات والتدريب تضمن على صورة جماعية للمشاركين في الدورة بلغ عددهم 18 شخصاً، منهم 3 إناث فقط، وذكر الخبر في نهايته أن «الدورة شارك بها ممثلون لدائرة قاضي القضاة، الأمن العام، مديرية الدرك، هيئة النزاهة ومكافحة الفساد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة عمان العربية، بورصة عمان وشركة الأردن الأولى للاستثمار، ومتدربة إعلامية»، إذ يؤشر هذا الخبر إلى وجود الناطقين الإعلاميين الذكور بشكل يفوق بكثير عدد الناطقات الإناث، ولم يجد الباحثون أية إحصائيات رسمية توثق عدد الناطقين الإعلاميين من الذكور والناطقات الإعلاميات من الإناث. وعادة ما تركز الدراسات على تكوين الانطباعات حول موضوع الأجهزة الأمنية، لكون تلك الأجهزة الأكثر تماساً مع المواطنين في الحياة اليومية.

1. غالبية المواد التي تناولت مواضيع اقتصادية وقعت في خانة السياسيات، وقد بلغ عدد مواد المواضيع الاقتصادية 15 مادة تشكل نسبتها 5.8% من مجموع المواد المرصودة، منها 14 مادة وقعت في خانة السياسيات مقابل مادة واحدة وقعت في خانة السياسيين: تقول واحدة من أحدث الدراسات التي أجراها موظفو صندوق النقد الدولي بعنوان «المرأة، والعمل، والاقتصاد»¹⁰، أن «النساء يشكلن ما يزيد قليلاً عن نصف سكان العالم، لكن مساهمتهم في الاقتصاد والنمو والرفاه أقل بكثير من إمكاناتهم، مع عواقب اقتصادية كلية خطيرة»، والباحث بشكل سريع وعشوائي على محركات البحث العنكبوتية يمكنه أن يرصد مدى ارتباط المرأة بالاقتصاد،

10 Katrin Elborgh-Woytek, Monique Newiak, Kalpana Kochhar, Stefania Fabrizio, Kangni Kpodar, Philippe Wingender, Benedict Clements, and Gerd Schwartz, Women Work and the Economy: Macroeconomic Gains from Gender Equity, 2013, SDN/13/10 Available online [https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2013/sdn1310.pdf] last visited 13 October 2020

ليس محلياً أو إقليمياً فحسب، بل على المستوى العالمي ككل، ومن هذا المنطلق يعتقد الباحثون صحة ما خرجوا به من نتيجة أن غالباً ما ترتبط المرأة بقضايا الاقتصاد في وسائل الإعلام، وأن ذلك قد يكون مرده إلى الصورة الانطباعية عن المرأة ودورها في المجتمع ككل، كما ساهمت الدعوات المتتالية من منظمات الأمم المتحدة والمنظمات الدولية وغيرها بتكثيف دور المرأة في الاقتصاد في تكريس هذه الصورة، وبعثت الباحثين أيضاً، أن تكريس صورة المرأة على أنها الأجدر والأفضل بتولي المهام والمناصب ذات البعد الاقتصادي أيضاً، ومن الأمثلة التي وردت في سياق عملية الرصد ما نشرته صحيفة الرأي اليومية بتاريخ 28/10/2019 من خبر صحفي بعنوان «غنيمات: الحزمة التحفيزية تصب في مصلحة المواطن».

1. جميع المواد التي تناولت شؤون المرأة وقعت في خانة السياسيات ولم تذكر في خانة السياسيين، وقد بلغت 11 مادة شكلت نسبتها 4.3% من مجموع المواد المرصودة: كما يعتقد الباحثون أن المرأة تواجدت في المواد ذات الطابع الاقتصادي، يعتقد الباحثون أيضاً أن المرأة تواجدت في القضايا ذات الطابع النسوي أو الذي يمس شؤون وقضايا المرأة بشكل مباشر، وقد يشكل ذلك نوعاً إضافياً من التنميط الإعلامي، إذ حيثما تحل قضايا المرأة يغيب الرجل والعكس قد يكون صحيحاً، وعلى سبيل المثال رصد الباحثون خبراً صحفياً نشرته وكالة عمون الإخبارية بتاريخ 17/2/2020 بعنوان «طهبوب: ايفانكا ترامب عدلت قانون العمل الأردني قبل النواب»¹¹ وارتبط الخبر بتعليق من النائب في البرلمان ديماء طهبوب.

1. مواضيع التميز والإبداع والأعمال الخيرية جاءت ضئيلة ومجموعها 4 مواد وقعت جميعها في خانة السياسيات: أيضاً لاحظ الباحثون أن ما يتعلق بشؤون التميز والتطوير والإبداع جاء في المواد المرصودة للسياسيات من الإناث، الأمر الذي يذهب إلى أن تواجد المرأة السياسية قد يكون على الأغلب في الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية أكثر من الشؤون السياسية حتى لو كان لها ارتباط في قضايا سياسية معينة، وعلى سبيل المثال ما نشره موقع صحيفة السبيل بتاريخ 20/11/2016 من خبر بعنوان «طهبوب: المناهج القديمة أخرجت المبدعين والمخترعين»¹²، إذ تضمن الخبر تعليقاً للنائب ديماء طهبوب أثناء إحدى جلسات مجلس النواب طالبت

11 طهبوب: ايفانكا ترامب عدلت قانون العمل الأردني قبل النواب، وكالة عمون الإخبارية، 17 فبراير 2020. متوفر على الرابط التالي: [https://www.ammonnews.net/article/518450], last visited 14 October 2020.

12 طهبوب: المناهج القديمة أخرجت المبدعين والمخترعين، صحيفة السبيل، 20 نوفمبر 2016. متوفر على الرابط التالي: [https://assabeel.net/29771], last visited 14 October 2020.

فيه الحكومة بأن لا يقتصر دورها على استقبال المخترعين والمبدعين الأردنيين، في المطار فقط، فهؤلاء قدوة الشباب.

2. الاختلاف الواضح في المقارنة للصور الفوتوغرافية بين السياسيين الذكور والسياسيات الإناث، إذ بلغ عدد أشكال الصور الفوتوغرافية لدى السياسيات من الإناث 19 شكلاً مقابل 7 أشكال لدى السياسيين الذكور، وبلغت نسبة أشكال الصور الفوتوغرافية التي تعطي انطباعاً سياسياً مثل التواجد في رئاسة الوزراء أو مجلس النواب أو وجود العلم أو التحدث في مؤتمر صحفي لدى السياسيات 74% من مجموع الصور المرصودة للسياسيات، مقابل أن جميع أشكال الصور لدى السياسيين تحمل طابعاً سياسياً بنسبة 100%، فيما بلغت نسبة أشكال الصور الفوتوغرافية التي لا تحمل طابعاً سياسياً لدى السياسيات 26% من مجموع الصور المرصودة للسياسيات، مقابل عدم وجود أي صورة لا تحمل طابعاً سياسياً لدى السياسيين بنسبة 0%: يعتقد الباحثين أن أساليب التعامل مع الصورة الفوتوغرافية التي يتم توظيفها سياسياً قد تتعدد بحسب الهدف المرجو تحقيقه منها، ولم يلحظ الباحثون سعياً من الصحفيين إلى أن يكون حضور صورة المرأة السياسية (الفوتوغرافية أو المتحركة) في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية متوازناً مع صورة الرجل، أو على الأقل على مقاس نشاطها في المجتمع، وقد ظهرت صور للسياسيات من الإناث وهن في حالة إنصات إلى محاضرة أو خطاب مقابل صور أخرى للسياسيين من الذكور وهم يلقون خطاباً أو محاضرة، ومن الأمثلة الأخرى التي رصدتها الباحثون الاختلاف في المقارنة بين الصور المنشورة للوزيرة جمانة غنيمات مقابل الصور المنشورة للوزير د. محمد المومني، حيث ظهرت غنيمات في أشكال متعددة من الصور لم يظهر بها المومني على الإطلاق مثل رسم كاريكاتوري لغنيمات ممسكة بقلم بيدها اليمين، وصورة أخرى لها تظهر في مكان عملها السابق كرئيسة تحرير لصحيفة الغد اليومية قبل توليها المنصب، وصورة أخرى تظهر فيها غنيمات في حالة الوقوف مستندة على كرسي يظهر وجهها مبتسماً وخلفية الصورة باللون الأحمر.

1. تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة من خلال العناوين الرئيسية للأخبار والمقالات والتقارير الصحفية، واللغة المستخدمة في المحتوى الصحفي: يعبر الباحثون عن انطباعاتهم من خلال عملية التجربة الرصدية التي أجروها أن هناك تنميطاً للمشاركة السياسية للمرأة من خلال عناوين الأخبار واللغة المستخدمة في العمل الصحفي، ويعتقد الباحثون أيضاً أن تكرار استخدام نفس نمط العناوين واللغة في الخبر الصحفي والتي غالباً ما تذكر

على اللغة الذكورية عند كتابة الأخبار المتعلقة بالسياسيات من الإناث من شأنه أن يخلق صورة ذهنية لدى المتلقي، ومن هذه الصور باعتقاد الباحثين أن السياسيات الإناث غير قادرات مثل السياسيين الذكور على تولي المناصب السياسية وأن يتواجدن في مراكز صنع القرار، لكن ذلك يعتمد على عامل التكرار لفترة زمنية طويلة، وبدى واضحاً مثلاً التردد في استخدام المصطلحات الذكورية والأنثوية، فعند نقل الأخبار عن الناطقة الإعلامية باسم الحكومة ووزيرة الإعلام «جمانة غنيمات» تجد أن الصحفيين عادة ما يستخدمون عبارة «الناطق الرسمي» بدلاً عن «الناطقية الرسمية»، وتجد في نفس الصحيفة تكرار استخدام المصطلحين المؤنث والمذكر بين «ناطق» و«ناطقية»، وعلى سبيل المثال لا الحصر نشر موقع صحيفة السبيل بتاريخ 30/10/2019 خبراً عن الوزيرة غنيمات بدأه بعبارة «أكدت وزيرة الدولة لشؤون الإعلام، الناطق الرسمي باسم الحكومة، جمانة غنيمات¹³»، بينما استخدمت في خبر آخر نشر بتاريخ 26/10/2019 عبارة «جمانة غنيمات وزيرة الدولة لشؤون الإعلام قالت للجزيرة نت¹⁴»، وقد خرجت عملية الرصد هذه ببعض الأمثلة على التنميط من خلال استخدام العناوين واللغة الذكورية في المحتوى الخبري، وعلى سبيل المثال:

• نشر موقع صحيفة السبيل بتاريخ 24/6/2018 خبراً قصيراً ينقل انتقاداً للنائب في البرلمان «صداح الحباشنة» للناطقية الرسمية باسم الحكومة «جمانة غنيمات» عبر صفحته الشخصية على فيسبوك، وجاء عنوان الخبر «الباشنة لغنيمات: بعدكني ما داومتني.. فكيني من هذا الخطاب¹⁵».

1. في 14/6/2018 نشر موقع عمون الإخباري مقالاً بمناسبة تشكيل الحكومة الجديدة برئاسة د. عمر الرزاز بعنوان «حكومة على المحك¹⁶»، وورد في المقالة تعليقات عديدة على أعضاء الحكومة خاصة الوجوه الجديدة فيها، ومنها الوزيرة «جمانة غنيمات»، حيث علق الكاتب بالقول «جمانة غنيمات، وزيرة الدولة لشؤون الإعلام، لغتها البسيطة والشفافة ستكون عاملاً إيجابياً يضاف إلى خبراتها في الصحافة الاقتصادية لتقترب من الجمهور

13 غنيمات: كل ما يقال عن بيع المطار والميناء غير دقيق، صحيفة السبيل، 30 أكتوبر 2019، متوفر على الرابط التالي:

[https://assabeel.net/406659], last visited 14 October 2020.

14 غنيمات تكشف موعد استلام الباقورة والغمر صحيفة السبيل، 26 أكتوبر 2019، متوفر على الرابط التالي:

[https://assabeel.net/405928], last visited 14 October 2020.

15 الحباشنة لغنيمات: بعدكني ما داومتني.. فكيني من هذا الخطاب، صحيفة السبيل، 24 يونيو 2018، متوفر على الرابط التالي:

[https://assabeel.net/341576], last visited 14 October 2020.

16 حكومة على المحك، وكالة عمون الإخبارية، 14 يونيو 2018، متوفر على الرابط التالي:

[https://www.ammonnews.net/article/379223], last visited 14 October 2020.

وتنقل وجهة نظر الحكومة بمصادقية.. ولكن، وزارة الدولة لشؤون الإعلام ليست فقط للتصريح والمؤتمرات الصحفية، فهل تملك غنيمات مهارات التشبيك والاحتواء والتعامل مع الوسط الصحفي والإعلامي بكافة أنواعه؟ هل تملك القدرة على إدارة مؤسسات و«جهات إعلامية» تتبع لها علناً أو سرا وعليها اتخاذ قرارات حاسمة اتجاهها؟ هل هي قادرة على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي؟ وهل هي قادرة على التعامل مع أزمات إعلامية؟ أسئلة جديدة على غنيمات الاجابة عليها».

التوصيات:

1. يوصي الباحثون بإجراء دراسة خاصة للرصد الإعلامي لنمطية صورة مشاركة المرأة السياسية على عينة واسعة من وسائل الإعلام، على عينة واسعة أيضاً من الشخصيات السياسية المدروسة ذكوراً وإناً، وذلك بهدف الخروج بنتائج أكثر دقة، وبمعطيات أوسع من تلك التي خرجت بها التجربة الرصدية المخصصة لهذه الدراسة.
2. حث الصحفيين والصحفيات ومحربي الأخبار ومسؤولي غرف الأخبار على التنوع في مصادر الأخبار التي يعملون على إنتاجها، ووضع مدونات سلوك تراعي التنوع الجندري للمصادر والقوى الفاعلة.
3. الدعوة إلى مراعاة البعد الجندري في العناوين الرئيسية والفرعية للمنتج الإعلامي، وأن تتضمن مدونات السلوك ومتطلبات التحرير الصحفي هذا البعد وتتبع أثره في وسائل الإعلام المختلفة.
4. حث إدارات التحرير والصحفيين والصحفيات إلى مراعاة البعد الجندري في القضايا والمواضيع الإخبارية المرتبطة بالطابع الأمني.
5. الدعوة إلى المساواة في انتقاء الصور الفوتوغرافية بين السياسيين من الذكور والسياسيات من الإناث دون تمييز على أساس النوع الاجتماعي، ومراعاة ذلك عند نشر الأعمال الصحفية التي تتضمن على صور دون تحيز.

قائمة المراجع:

مؤلفات:

- زينب حبيب، (2011)، **الإعلام وقضايا المرأة**، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1.
- عامر قنديلجي وإيمان السامرائي، (2009)، **البحث العلمي الكمي والنوعي**، عمان، دار اليازوري، الطبعة الأولى.
- محمد البشر، (2014)، **نظريات التأثير الإعلامي**، العبيكان للنشر والتوزيع، ط1.
- محمد عبد الحميد، (2000)، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط2.
- محمد منير حجاب، (2008)، **الإعلام والتنمية الشاملة**، دار الفجر للنشر، ط1.
- مصطفى عبد الحفيظ، (2013)، **مناهج البحث العلمي**، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط1.
- منير رجال، (2017)، **الصورة النمطية للمرأة في الاشهار المغربي**، مجلة علامات، العدد 48 (31 ديسمبر/كانون الأول).
- ناهد رمزي، (2001)، **المرأة والإعلام في عالم متغير**، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ط1.
- هويدا عدلي، (2017)، **المشاركة السياسية للمرأة**، مؤسسة فريدريش إبرت، مصر.

دراسات وابحاث منشورة:

- **المرأة والاعلام في ضوء المتغيرات الراهنة**، (2014)، اشغال المنتدى العربي، وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية ومنظمة المرأة العربية، مراكش.
- **تقييم التوازن الجندري في الإعلام الأردني**، (2018)، مؤسسة حبر بالتعاون الوثيق مع مكتب اليونسكو في عمان وبدعم من البرنامج الدولي لتنمية الاتصال (IPDC).
- **جيروم شاهين، (2003)، الصورة الإعلامية للمرأة في الرأي العام اللبناني، استقصاء رأي عام**، مركز الرصد الإعلامي برابطة المرأة العربية.

تقارير ومواقع الكترونية:

- بدر البدر، (2016)، **تعريف الجندر وما الفرق بين الجنس والجندر، موقع اربوست**. متوفر على الرابط التالي [https://www.araposts.com/2016/05/The-difference-between-sex-and-gender.html], last visited 11 October 2020.
- **التمييز الجنساني، موقع المفوض السامي لحقوق الإنسان**. متوفر على الرابط التالي: [https://www.ohchr.org/AR/Issues/Women/WRGS/Pages/GenderStereotypes.aspx], last visited 11 October 2020.
- **جنان الأسطة، (2012) معجم المصطلحات والمفردات المعنوية بالعنف المبني على أساس النوع الاجتماعي، صندوق الأمم المتحدة للسكان، لبنان**. متوفر على الرابط التالي: [https://bit.ly/3l0d8Tg], last visited 11 October 2020.

المراجع الأجنبية

- Amanda Haraldsson & Lena Wängnerud (2019) The effect of media sexism on women's political ambition: evidence from a worldwide study, *Feminist Media Studies*, 19(4). Available online [https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2018.1468797], last visited 11 October 2020.
- Anderson, Asabea, Jemima, Diabah, Grace, hMensa, Afrakoma, Patience (2011) Powerful women in powerless language: Media misrepresentation of African women in politics (the case of Liberia) *Journal of Pragmatics* 43(2011). Available online [https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216611000555] last visited 13 October 2020
- George G. & Gross, L.P. (1978), *Living with Television: The Violence Profile*, *Journal of Communication*, 26(1).
- Gordon W.Allport, (1954), *The Nature of Prejudice*, Doubleday, New York.
- John Harding, (1968), "stereotype" in *International Encyclopedia of the Social Sciences*, Vol.4, Macmillian

company & the Free Press, New York.

- MEDIA ELECTIONS AND GENDER, Study on media coverage of elections with a specific focus on gender equality, Council of Europe study, 2017, Available online [<https://rm.coe.int/gender-equality-and-elections-/16807c0e23>] last visited 13 October 2020
- Michelle C. Bligh, (2011), Competent Enough, But Would You Vote for Her? Gender Stereotypes and Media Influences on Perceptions of Women Politicians, *Journal of Applied Social Psychology*, 42(3).
- Study on media coverage of elections with a specific focus on gender equality (2017), Council of Europe study, DGI 10. Available online [<https://rm.coe.int/gender-equality-and-elections-/16807c0e23>], last visited 11 October 2020.

ملاحق الدراسة

الملحق رقم (1): منهجية الدراسة

مقدمة المنهجية:

منذ الوهلة الأولى لطرح فكرة هذه الدراسة وأهدافها؛ ذهب التفكير إلى جملة من المنهجيات التي من الممكن أن تحقق الغرض من إجرائها، فموضوع الدراسة من عنوانه يأخذك إلى أكثر من طرح، فهو أي العنوان . يتضمن على عدة عناصر هي: التمييز ضد المرأة أو «الجنديرية»، التنميط الإعلامي، والمشاركة السياسية، وكل عنصر منها قد يحتاج إلى دراسة متخصصة بموضوعه، لكن هذه الدراسة حاولت جمع هذه العناصر في محتوى واحد من خلال الأخذ بالاعتبار أكثر من أداة، وأكثر من منهجية واحدة، وقد اجتمع رأي الباحثين والمشرفين على الدراسة تناول عدة أدوات تبحث في كافة هذه العناصر للتركيز على تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، ولذلك جمعت الدراسة 3 أدوات تبحث في 4 محاور يعتقد الباحثون أنها أدوات ومحاور تشمل كافة البحث في أسئلة الدراسة وأهدافها، ولتحقيق هذا الرأي تم العمل على عدة إجراءات يمكن الاطلاع عليها موجزة في منهجية الدراسة، وذلك على النحو التالي:

من حيث الأدوات: فضل الباحثون والمشرّفون اختيار ما أمكن من أدوات تناسب وموضوع الدراسة وتم اختيار الأدوات التالية:

- جلسات العصف الذهني لمجموعة مختارة من فئات الدراسة المستهدفة؛ وتوزعت على فئتي هما الإعلاميين/ ات والصحفيين/ ات وأصحاب المصلحة من سياسيين/ات وأصحاب خبرة.
- اللقاءات المعمقة مع أصحاب المصلحة من سياسيين وسياسيات لمناقشة أبرز نتائج الدراسة من استطلاع لرأي الصحفيين وأيضاً لنتائج جلسات العصف الذهني.
- استطلاع رأي الصحفيين/ ات لمجموعة من الاستفسارات موزعة على محاور الدراسة التي يلي ذكرها أدناه.

من حيث المحاور: لم يوفر الباحثون والمشرّفون في المحاور والاستفسارات التي قد تحيط بموضوع الدراسة بشكل شامل، وعليه فقد تم اختيار أربعة محاور تتناسب وموضوع الدراسة وأهدافها، وذلك على النحو التالي:

- مستوى التدريب والمهارات والمعارف التي خاضها و/ أو يمتلكها الصحفيون والصحفيات بشأن «الجندير» بشكل «عام»، وبشأن المشاركة السياسية للمرأة بشكل «خاص».
- سياسات التحرير والمنهجيات المتبعة في غرف الأخبار بشأن «الجنديرية» بشكل «عام» والتنميط

- الإعلام لمشاركة المرأة السياسية بشكل «خاص».
- انطباعات الصحفيين والصحفيات عن واقع المرأة في وسائل الإعلام أو في الواقع الاجتماعي والثقافي بشكل عام، وعن المشاركة السياسية للمرأة بشكل «خاص».
- التشريعات التي قد تؤثر على التغطية الإعلامية للمرأة بشكل «عام»، وعن مشاركتها السياسية بشكل «خاص».

لقد تضمنت منهجية الدراسة في إطارها النظري والعملية على تفاصيل دقيقة تحرك أدواتها لتشمل كافة محاور الدراسة بشكل يضمن السياق والتوازن مع أدوات الدراسة، وستجد لكل أداة من الأدوات منهجيتها الخاصة به ولكن بشكل يتسق ويتناغم مع بعضها البعض، كما ينبغي القول أن فريق البحث حاول ما استطاع لتحقيق الغرض من الدراسة وأهدافها أقصى ما لديه من جهود خاصة وأن المكتبة العربية تفتقر إلى جمع العناصر والمحاور المذكورة أعلاه في دراسة واحدة، إلى جانب الوقت القصير المتاح لإنجازها والذي امتد فعلياً في الفترة ما بين 1 ديسمبر 2019 ولغاية 31 مايو 2020.

الإطار العام

تتوزع المنهجية العامة للدراسة على إطارين: الإطار النظري والإطار العملي، ويتضمن كل إطار منهما على متطلبات واستفسارات بحثية على النحو التالي:

الإطار النظري للدراسة

مقدمة

تعتبر المساواة بين الجنسين في المشاركة السياسية بموجب المعايير الدولية واحدة من أهم الجوانب الأساسية الحديثة في الحكم الديمقراطي، حيث يجب أن يتمتع كل من الرجال والنساء بحقوق وفرص متساوية للمشاركة السياسية بشكل كامل وعلى جميع المستويات السياسية، ومع ذلك غالباً ما يكون وصول المرأة إلى مراكز صنع القرار السياسي أكثر صعوبة من الرجل، وواحدة من أهم هذه الصعوبات هو تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، فهذا التنميط حسبما ورد في العديد من الأدبيات والدراسات السابقة، سواء المحلية أو الإقليمية أو العالمية، يشكل عائقاً أمام مشاركة المرأة في الكثير من المجالات إلى جانب السياسة.

جاء الغرض من هذه الدراسة استكشاف وتحليل المستويات الحالية لتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة، إن وجدت حقاً، في وسائل الإعلام المحلية في الأردن، وتسليط الضوء على التحديات الرئيسية لهذا التنميط وأسبابه، واقتراح التوصيات للحد منه في وسائل الإعلام.

وقد تمت صياغة الإطار النظري للدراسة على أساس الدراسات السابقة ونتائج البحوث المحلية والدولية، واختيرت نظرياتها بما يتواءم وموضوعها واستراتيجيتها العامة القائمة على تعزيز المساواة بين الجنسين في الحياة السياسية وصنع القرار.

يحاول الإطار النظري للدراسة تحليل المشاكل والقضايا المتعلقة بتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام المحلية في الأردن، ويسعى إلى تحديد الاتجاهات الرئيسية لهذه المسألة.

وينبغي القول أن هذه الدراسة موجهة في المقام الأول إلى الإعلاميين والإعلاميات، وإلى أصحاب المصلحة خاصة من السياسيات والنقابيات والناشطات في العمل الحزبي، وإلى نشطاء ومنظمات المساواة وحقوق الإنسان، ثم إلى الحكومة ومجلس النواب والأحزاب والنقابات بشكل عام.

وتالياً الإطار النظري للدراسة بمكوناته الرئيسية على النحو التالي:

مشكلة الدراسة: تتلخص مشكلة الدراسة في التالي:

- أن هناك تنميطاً إعلامياً لصورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام؛
- وأن هذا التنميط قد يكون مقصوداً، أو غير مقصود، وأنه قد يأتي في سياق تنميط صورة السياسيين ذكوراً وإناثاً بشكل عام؛
- وأن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة يأتي نتيجة للثقافة السائدة عن صورة المرأة بشكل عام في المجتمع، أو في سياق التمييز الواقع ضد المرأة.

أهمية ومبررات الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في أهمية موضوعها من حيث الآتي:

- لا تتوافر معلومات رصيدة مستمرة عن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، وتغيب وسائل مراقبة هذه المسألة بغياب الاهتمام بها؛
- لا تتوفر الدراسات والبحوث الكافية والشاملة حول مسألة تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في المكتبة المحلية والعربية؛
- توفير أدوات بحثية واستكشافية جديدة تعزز من وضع الدراسات المتعلقة بمسألة تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام، كما تعزز من مكانة هذه المسألة بهدف لفت الأنظار لها ومعالجتها.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى البحث في:

- التعرف على مدى حساسية الإعلاميين الأردنيين ذكوراً وإناثاً تجاه قضايا النوع الاجتماعي وتحديدًا المشاركة السياسية للمرأة، بالإضافة إلى التغطية

- الإعلامية المراعية للنوع الاجتماعي (المعارف، التصورات، الاتجاهات، المهارات، ... إلخ)؛
- التعرف على أوجه وأساليب تصوير وتغطية الإعلام للمرأة السياسية في مقابل الرجل السياسي؛
- التعرف على الأسباب الكامنة وراء التنميط الحاصل في الإعلام تجاه قضية المشاركة السياسية للنساء في الأردن؛
- التعرف على التحديات القائمة بمسألة تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة للبحث في إيجاد حلول عملية للحد منها؛
- اقتراح آليات تستخدم عبر المنابر الإعلامية المختلفة، تسهم في دعم قضايا النساء بشكل عام، وقضية المشاركة السياسية بشكل أكثر تحديداً لتحقيق فرص العدالة والمساواة بين الجنسين، خاصة من ناحية المشاركة السياسية.

أسئلة الدراسة: تسعى الدراسة للإجابة على عدد وافر من الأسئلة، بعضها متوفر في المنهجيات العملية المخصصة بأدوات الدراسة، ولكن تتمحور الأسئلة الرئيسية في التالي:

- ما مدى حساسية الإعلاميين والصحفيين الأردنيين، ذكورا وإناثا، تجاه قضايا النوع الاجتماعي؟
- ما مدى مراعاة المؤسسات الإعلامية والإعلاميين الأردنيين ذكورا وإناثا لقواعد التغطية الصحفية المراعية للنوع الاجتماعي؟
- ما هي اتجاهات وانطباعات الإعلاميين الأردنيين ذكورا وإناثا نحو المشاركة السياسية للمرأة؟
- كيف يصور الإعلام المرأة السياسية مقابل الرجل السياسي؟
- ما هي العوامل والأسباب الكامنة وراء التنميط الحاصل في الإعلام بقضية المشاركة السياسية للنساء في الأردن؟
- هل التنميط العام أو التنميط لصورة المرأة والرجل في وسائل الإعلام بسبب تأثير المجتمع وإرضاء له؟ أم أن وسائل الإعلام من يروج ويرسخ هذه الصورة في أذهان المجتمع؟ أم أن الاثنين معا يشاركان في هذا التنميط بنسبة متساوية أم متفاوتة؟
- ما هي التوصيات، والطرق، والآليات الإعلامية التي من شأنها أن تحقق تغطية عادلة ومتوازنة، وبالتالي تحقيق مبادئ العدالة والمساواة بين الجنسين؟

فرضية الدراسة: تنطلق الفرضية الأساسية لهذه الدراسة بالتالي:

- أن هنالك تنميطاً إعلامياً لصورة المشاركة السياسية للمرأة الأردنية؛
- وأن المحتوى الإعلامي لا يعكس الأداء الفعلي للمرأة السياسية؛
- وأن ثقافة المجتمع وتمييزه بين الرجل والمرأة

ينعكس على تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة بشكل أو بآخر.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة: نستعرض أبرز المفاهيم والمصطلحات المستخدمة ضمن هذه الدراسة على النحو التالي:

• **الجنس Gender:** كلمة إنجليزية من أصل لاتيني تعني في إطارها اللغوي (Genus) أي (الجنس)، ولكن من حيث الذكورة والأنوثة، وبشكل أدق النوع الاجتماعي، وليس التقسيم البيولوجي، فيشير النوع إلى التقسيم الاجتماعي بين الذكر والأنثى، وليس الحالة البيولوجية التي تُلقا عليها. والنوع الاجتماعي بحسب تعريف صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة UNIFEM فهو: «الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى، وهذه الأدوار التي تحسب بالتعليم تتغير بمرور الزمن وتتباين تبايناً شامخاً داخل الثقافة الواحدة ومن ثقافة إلى أخرى»¹⁷.

• **الصورة النمطية:** توجد عدة مفاهيم وتفسيرات لمفهوم «الصورة النمطية»، فهناك تعريفات اجتماعية وثقافية، وأخرى إعلامية واقتصادية، نضع هنا ما يتلائم وموضوع الدراسة كالتالي: الشعور الذي يحمله الشخص حول شيء ما، نابع من تصوره الذهني لحدث ما، وأن ما يقوم به لا يعتمد على معرفة معينة أو مباشرة، بل على صورة صنعها أو أعطيت له «بحسب الصحفي الأمريكي والتر ليبمان وهو أول من أدخل إلى علم النفس مصطلح (الستيرويوتايب)¹⁸، فيما عرفها غوردون إليوت على أنها «الإعتقاد المبالغ فيه والمرتبطة بفئة ما وظيفته تبرير السلوك إزاء تلك الفئة»¹⁹. فيما يتعلق بالأحكام المسبقة فهي «المواقف السلبية أو الإيجابية المتخذة إزاء شخص أو جماعة يصعب تصحيحها بسبب الجمود والشحنات الإنفعالية» وفقاً لتعريف الباحث الألماني إيريل ديفيس وبذلك تكون الأحكام المسبقة نتيجة للصورة النمطية²⁰.

• **القالب النمطي الجنساني:** تعرف الأمم المتحدة القالب النمطي الجنساني على أنه نظرة معممة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء، أو عن الأدوار التي يؤدونها أو ينبغي لهم تأديتها. والقالب النمطي

¹⁷ يدر البدر، تعريف الجنس وما الفرق بين الجنس والجنس، موقع اربوست، 18 أيار 2016. متوفر على الرابط التالي

[<https://www.araposts.com/2016/05/The-difference-between-sex-and-gender.html>], last visited 11 October 2020.

¹⁸ John Harding "stereotype" in International Encyclopedia of the Social Sciences, Vol.4, Macmillian company & the Free Press, New York, 1968, p.259

¹⁹ Gordon W.Allport, The Nature of Prejudice, Doubleday, New York, 1954, p.141

²⁰ John Harding "stereotype" in International Encyclopedia of the Social Sciences, Vol.4, Macmillian company & the Free Press, New York, 1968, p.259

الجنساني يكون ضاراً عندما يحد من مقدرة النساء والرجال على تنمية قدراتهم الشخصية، ومواصلة حياتهم المهنية، واتخاذ خيارات بشأن حياتهم وخطط حياتهم²¹.

• **التنميط الجنساني:** تعرف الأمم المتحدة «التنميط الجنساني» على أنه الممارسة التي تُنسب بها إلى امرأة معينة أو رجل معين خصائص أو سمات أو أدوار محددة لسبب وحيد هو عضويتها أو عضويته في الفئة الاجتماعية من النساء أو الرجال. والتنميط الجنساني يكون غير مشروع عندما يسفر عن انتهاك أو انتهاكات لحقوق الإنسان والحريات الأساسية²².

• **الصورة الإعلامية Informative image:** تعد الصورة الإعلامية أداة أو طريقة ثرية لنقل المعلومات والآراء وفقاً لكل من الوسيلة وسياستها الإعلامية والغرض الذي استخدمت فيه، والصورة هي عملية معرفية نسبية ذات أصول ثقافية، تقوم على إدراك الأفراد الانتقالي المباشر وغير المباشر، لخصائص وسمات موضوع ما (مؤسسة، شركة، فرد، جماعة أو مجتمع) وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه (إيجابية أو سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة - باطنة) في إطار مجتمع معين، وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات شكلاً ثابتاً أو غير ثابت، دقيقاً أو غير دقيق²³.

مفهوم الصورة الإعلامية: يعد مفهوم الصورة الإعلامية من أبرز المفاهيم الحديثة المرتبطة بالدراسات الثقافية بوجه عام، والتي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل صور الجماعات الاجتماعية والمؤسسات المختلفة، حيث تقدم هذه الصورة معاني كثيرة متضمنة تكتسب مغزاها ليس فقط من كونها تمثيلاً مباشراً للواقع وإنما باعتبارها بناء أو إعادة تصور للواقع أو بعض من جوانبه، كما يشير «Brainstoni Staffortl 2004» إلى مفهوم الصورة الإعلامية باعتباره مفهوماً دالاً على الطريقة التي تقدم بها وسائل الإعلام بعض الأحداث، القمص أو الشخصيات، إلخ، بشكل متكرر ودائم بحيث تميل إلى تهميش أو حتى استبعاد بعض الفئات في مقابل التركيز على فئات أخرى أو سلوكيات بعينها وهي بذلك تنحو أو تميل إلى إدراك هذه الجماعات أو السلوكيات في فئات غير مألوفة «unfamiliar» Categories لدى باقي أفراد المجتمع أو أنها حتى قد تصورها باعتبارها مصدراً للخطر أو التهديد.

²¹ مكتب المفوض السامي، مفوضية حقوق الإنسان الأمم المتحدة، التنميط الجنساني، مقالة، متوفر على الرابط التالي:

[<https://www.ohchr.org/AR/Issues/Women/WRGS/Pages/GenderStereotypes.aspx>], last visited 14 October 2020.

²² المصدر السابق.

²³ ويكيبيديا، صورة إعلامية، بحث، 27 أبريل 2020، متوفر على الرابط التالي: [https://ar.wikipedia.org/wiki/صورة_إعلامية], last visited 11 October 2020.

• **المشاركة السياسية للمرأة:** يتجاوز مفهوم المشاركة السياسية للمرأة بالمعنى الواسع للمفهوم التقليدي للمشاركة في المؤسسات والعمليات السياسية الرسمية مثل الانتخابات، ليضم بذلك العمليات السياسية غير الرسمية المتعلقة بالحياة اليومية والمتعلقة بالمرأة تحديداً، حيث تتضمن الحركات الاجتماعية وعلاقات القوة في المجال الخاص داخل الأسرة، حيث ان موضوع المشاركة السياسية للنساء ليس مرتبط فقط بسياسة الدولة في هذا المجال والقوانين المتوفرة في الدستور وقانون الأحزاب والجمعيات وقانون الانتخاب، ولكنه أيضاً مرتبط بطبيعة التنشئة السياسية للنساء وبالقيم السائدة في المجتمع، كما وأن الموضوع لا يتعلق فقط بمسألة الحصة أو الكوتا، وإنما يتعلق بالتكوين والتدريب والتمكين أو الموارد المتاحة وذلك لغايات ضمان المشاركة السياسية النوعية للمرأة والتي من شأنها تغيير النظرة الاجتماعية بشكل إيجابي للمرأة في سبيل تعزيز مشاركة نسوية فعالة ونوعية في المجال السياسي²⁴.

• **الإدراك الانتقائي:** وهو أحد المصطلحات الإعلامية الهامة التي يجري العمل عليها في وسائل الإعلام حول العالم لأهميتها في إقناع الرأي العام وكسب تأييده والتواصل مع الآخرين وهو ما قد يشكل عائقاً أمام الاتصال وسبباً في فشله وإما أن يكون سبباً في نجاحه وبلوغ أهدافه. يعني الإدراك الانتقائي أو الفهم الانتقائي أن يقوم الشخص بانتقاء الأفكار التي تلائم الصورة النمطية المرسومة في عقله عن الآخر وتجاهل أية معلومات أو أفكار أخرى من شأنها تعزيز نقض هذه الصورة النمطية وقتها يقوم الفرد بتقديم صورة نمطية وإصدار أحكام مسبقة عن شعب ما بما يؤيد نظريته ويعزز قناعاته²⁵.

أنصاف الصور النمطية حول المرأة في المجتمع والإعلام:

صورة المرأة الجسد التي يتم من خلالها الإشارة وبشكل واضح إلى جسد المرأة للترويج إلى سلع معينة لتكون بذلك أداة للتسويق والدعاية والإعلان. صورة المرأة المستهلكة والتي يظهرها الإعلام ويدعمها المجتمع بصورة من يعتمد على الآخر برعاية شؤون حياته وتفاصيلها من خلال التباهي في الشراء والبذخ والابتعاد عن الإنتاج بكافة أشكاله. صورة المرأة الأقل كفاءة جسدياً وفكرياً من الرجل، حيث

²⁴ هويدا عدلي، المشاركة السياسية للمرأة، 2017، مؤسسة فريديش إيرت، مصر، ص 21

²⁵ بدر البدر، تعريف الجندر وما الفرق بين الجنس والجندر، موقع اربوست، 18 أيار 2016، متوفر على الرابط التالي

[<https://www.araposts.com/2016/05/The-difference-between-sex-and-gender.html>], last visited 11 October 2020.

يتم تصوير المرأة بمنظور الضعف وعدم القدرة على التأثير الإيجابي كما يكون الحال على الرجل.

صورة المرأة التابعة للرجل، وضمن هذا المنظور يتم ربط المرأة بصورتها ودورها بدورها البيولوجي فقط والمتمثل بالإنجاب والفضاء الداخلي وتربية الأبناء تحت إشراف ورقابة.

صورة المرأة ككائن سلبي ومنفعل، يركز هذا المنظور على تقديم الرجل ككائن مؤثر إيجابي وذو فعالية في عملية التنمية والتطوير في المجتمع وعلى العكس من ذلك تظهر المرأة بصورة كائن منعزل وسلبي.

أبرز النظريات الاجتماعية المفسرة لقضية الدراسة:

نستعرض أدناه عدداً من النظريات الاجتماعية التي تفسر الواقع المتعلق بقضية التنميط الإعلامي لصورة المرأة بشكل عام، حيث سيتم الاستناد إلى مضمون وفرضيات هذه النظريات في تفسير أبرز نتائج الدراسة لاحقاً، وينبغي الإشارة إلى النظريات ذات الصلة بتفسير المنظور الإعلامي، وذلك فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي من صياغة الرسائل الإعلامية وطرح وإبراز قضايا أخرى، بالإضافة إلى التطرق إلى عدد من النظريات ذات الصلة بتوزيع الأدوار وتقسيم الفضاءات بين عام وخاص تبعاً للنوع الاجتماعي، وذلك على النحو التالي:

• **نظرية حارس البوابة Gate-keeper Theory:** تتمثل

فكرة هذه النظرية بأن المحتوى أو الرسالة تمر قبل نشرها في وسائل الإعلام بعدد من المراحل المختلفة قبل وصولها إلى الجمهور، حيث أنه وضمن كل مرحلة من هذه المراحل يوجد شخص أو مجموعة من الأشخاص يقررون ما يتم نشره. وتنتقل عملية (حراسة البوابة الإعلامية) من التصورات الذهنية والمرجعيات الثقافية والأيديولوجية التي تعكس رؤية ومنظور الشخص أو المجموعة المسؤولة عن المحتوى الذي يجب أن يصل إلى الجمهور، حيث تمثل هذه المرجعيات أسلوباً للتحكم في مرور وإيصال الرسالة الإعلامية للجمهور، كما يعبر عنها عدد من الباحثين والمختصين بوصفها (المعايير الذاتية) التي تلعب دور المؤثر على حارس البوابة الإعلامية مثل الميول والاتجاهات والجماعات المرجعية²⁶.

• **نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory:** يرى

الباحث George Gerbner أن وسائل الإعلام تعمل على نقل رسائل مختلفة وعديدة للجمهور تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في رؤيتهم وفهمهم للقضايا والأحداث والأشخاص من حولهم، كما وتسهم هذه الوسائل في غرس صور ذهنية منمطة حول كل ما يتم نقله، وعليه، فإن وسائل الإعلام تعمل على تقديم صياغة جديدة للحقائق الاجتماعية التي يتداولها الجمهور المستقبلي²⁷.

²⁶ محمد البشر، نظريات التأثير الإعلامي، 2014، العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، ص 107-109

²⁷ George G. & Gross, L.P. (1978), Living with Television: The Violence Profile, Journal of communication , 26(1): 173-199

عدد من النتائج كان أبرزها: التأكيد على انه لا يزال النساء والرجال يخضعون لتصوير مختلف بشكل كبير في التغطية الإعلامية المتعلقة بالنشرات الإخبارية، كما وأن الحال هو ذاته فيما يتعلق بترشح الرجال والنساء إلى الانتخابات، بالإضافة إلى وجود قلة في الدراسات في أوروبا التي تبحث بانتظام في التغطية الإعلامية للانتخابات من خلال منظور النوع الاجتماعي، كما وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن الرجال وضمن عملية التغطية الإعلامية يكونوا أكثر وضوحاً مقابل التمييز الذي تتعرض له النساء.

ورقة بحثية بعنوان «المرأة القوية بلغة عاجزة: تحريف وسائل الإعلام للمرأة الأفريقية في السياسة (حالة ليبيريا)³⁰»، 2011، حيث أظهرت النتائج المتعلقة بهذه الورقة البحثية إلى أن وسائل الإعلام تعمل على بناء المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالسياسية من خلال عبارات نمطية، أي أن اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام لتغطية أنشطة القائدات السياسيات تميل إلى الإيحاء بأنها «تتخطى حدود» عالم السياسة التقليدي.

ثانياً: الدراسات السابقة العربية:

أشارت نتائج دراسة منظمة المرأة العربية للعام 2014 حول «المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة»، إلى أن أزمة الخطاب الإعلامي العربي هي إشكالية جدلية يتشارك فيها المرأة والرجل على حد سواء، وأن صورة المرأة في الإعلام لا تعكس الجانب الفعلي والواقعي لمشاكل المرأة وطموحاتها الحقيقية، وإبراز دورها الواقعي في بناء المجتمع بالبلدان العربية، وفيما يتعلق بمبدأ ترسيخ الحضور الإيجابي للمرأة في الخطاب الإعلامي، فإن ذلك يمكن تحقيقه من خلال تكثيف وتظافر الجهود من قبل جميع الفاعلين السياسيين والمدنيين، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه المناهج الدراسية في تعزيز أو تهميش مكانة المرأة داخل المجتمع، كما ويكمن دور الإعلام في تسليط الضوء على كل ما شأنه تعزيز الصورة الإيجابية للمرأة وضد الصورة النمطية المعتادة وعلى كافة الأصعدة وضمن مختلف القطاعات من خلال تبني سياسات ومنهجيات تدعم وتراعي فروقات النوع الاجتماعي المختلفة³¹.

with a specific focus on gender equality, Council of Europe study, 2017, Available online [https://rm.coe.int/gender-equality-and-elections-/16807c0e23] last visited 13 October 2020

30 panelJ emima AsabeaAnderson and GraceDiabah and Patience Afrakomah Mensa, Powerful women in powerless language: Media misrepresentation of African women in politics (the case of Liberia), Abstract, 2011, Available online [https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216611000555] last visited 13 October 2020

31 المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة، (2014)، اشغال المنتدى العربي، وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية ومنظمة المرأة العربية، مراكش

نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting Theory: يُقصد بهذه النظرية بأن القائم بعملية الاتصال مع الجمهور يقوم بمحاولة ترتيب اهتمامات هذا الجمهور وفقاً للقضايا التي تتناسب وتوجهاته الفردية أو بما يوافق أيديولوجيا المؤسسة الإعلامية، حيث يتلخص مضمون هذه النظرية في أن وسائل الإعلام هي التي تحدد اهتمامات وأولويات الجمهور المتلقي، بمعنى أن هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع معين أو قضايا معينة فإن الجمهور يصبح أكثر اهتماماً بهذه القضايا.

الدراسات السابقة:

ندرج أدناه عدداً من الدراسات والأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة محور البحث، لنستعرضها بنوع من الإيجاز وفقاً لترتيبها الزمني من الأحدث إلى الأقدم، حيث سيتم العمل على ربط نتائج هذه الدراسة بالتوافق أو التعارض مع أبرز نتائج الدراسات والأبحاث المدرجة أدناه حال الحديث عن مناقشة نتائج الدراسة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الدراسات والأبحاث الأجنبية:

ورقة بحثية لـ Amanda Haraldsson & Lena Wängnerud بعنوان «تأثير التمييز القائم على النوع الاجتماعي ضمن وسائل الإعلام على الطموح السياسي للمرأة»²⁸، 2017، أظهرت أبرز النتائج ضمن هذه الورقة البحثية بأن هنالك علاقة كبيرة ومهمة بين التمييز الإعلامي القائم على النوع الاجتماعي ودعم المشاركة للمرأة في الحياة العامة والمجال السياسي بشكل أكثر تحديداً، كما وأشارت هذه الورقة البحثية إلى الافتقار إلى الأهمية للعديد من متغيرات السيطرة إلى أن العوامل التي تفسر الطموح السياسي للمرأة قد تختلف عن العوامل التي تفسر نجاحها السياسي، بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام تنتج وتعيد إنتاج التمييز القائم على النوع الاجتماعي من خلال عوامل عديدة تتمثل بالتفسيرات الخاطئة والتصورات المغلوطة لمفهوم النوع الاجتماعي وتبعاته، وفيما يتعلق بأبرز التوصيات ضمن هذه الورقة البحثية فتمثلت بأهمية مواصلة الجهود لفهم جوانب التمييز القائم على النوع الاجتماعي في وسائل الإعلام التي تؤثر على الطموح السياسي للمرأة.

دراسة بعنوان «وسائل الإعلام والانتخابات والجنود: دراسة حول التغطية الإعلامية للانتخابات مع التركيز بشكل خاص على المساواة القائمة على النوع الاجتماعي»²⁹، 2017، توصلت هذه الدراسة إلى

Amanda Haraldsson and Lena Wängnerud, The effect of media sexism on women's political ambition: evidence from a worldwide study, 10 May Available online, 2018

[https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2018.1468797] last visited 13 October 2020

MEDIA ELECTIONS AND GENDER, Study on media coverage of elections 29

التعقيب على الدراسات السابقة:

وفرت الدراسات والبحوث السابقة المدرجة أدناه جملة من المؤشرات والمعطيات التي تذهب بوصلتها باتجاه وجود تنميط إعلامي لصورة المرأة بشكل عام، وتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص، ويجد المطلع في الدراسات السابقة أن اتجاه هذه البوصلة عام وعالمي، فمسألة تنميط و/ أو نمطية الصورة الإعلامية للمرأة موجودة في أوروبا وأفريقيا ودول آسيا وآسيا الشرقية ودول الشرق الأوسط والولايات المتحدة وجميع دول العالم، وهذه أحد الأسباب التي تدعو بأن تكون مسألة المساواة بين الجنسين مسألة عالمية، ويمكن القول أن الأبرز في هذا النوع من التنميط الإعلامي هو المشاركة السياسية للمرأة، لكن هذا التنميط قد يظهر لدى الشخصيات من النساء اللاتي تمتلك شهرة عالمية في الفن أو الإعلام أو الرياضة وغيرها من أشكال الشهرة، وتالياً أبرز ما خلصت إليه الدراسات السابقة من نتائج:

أشارت بعض الدراسات بأن هنالك علاقة كبيرة ومهمة بين التحييز الإعلامي القائم على النوع الاجتماعي ودعم المشاركة للمرأة في الحياة العامة والمجال السياسي بشكل أكثر تحديداً. بينت نتائج بعض الدراسات بأن التغطية الإعلامية للرجل وأنشطته تختلف تماماً في جوهرها عن تلك المتعلقة بالمرأة وفعاليتها ضمن القطاعات المختلفة. بينت عدد من الدراسات أن الصورة النمطية للمرأة الأكثر حضوراً في الإعلام والدراما كانت للأمم المتفانية المضحية، ثم المرأة المستبدة، ثم ربة المنزل، ثم الرفيقة والمخلصة. توصلت بعض الدراسات إلى أن أهم المعوقات أمام انخراط النساء في الحياة السياسية تمثلت بمعيقات على مستوى المجالات الاجتماعية والثقافية والإعلامية. أوضحت بعض الدراسات بأن نسبة تمثيل وحضور المرأة في المحتوى الإعلامي الأردني فيما يتعلق بموضوعات: العلوم والتكنولوجيا، والأجهزة الأمنية والقوات المسلحة، والعمليات العسكرية، تقارب ال 0%. أشارت بعض الدراسات إلى أن الإعلام لم ينصف المرأة البرلمانية وأداءها وحاول غالباً التركيز على شخصيتها وجوانبها الاجتماعية والشخصية بعيداً عن الشؤون البرلمانية أو مناقشاتها وتساؤلاتها البرلمانية. توصلت عدد من الدراسات إلى أن صورة المرأة في الإعلام لا تعكس الجانب الفعلي والواقعي لمشاكل المرأة وطموحاتها الحقيقية.

• دراسة أجريت في لبنان عام 2003 على عينة قوامها 100 شخص (رجال ونساء) حول «المرأة في الإعلام» للدكتور جيروم شاهين، أظهرت أن هنالك من يرى أن الإعلام بالدرجة الأولى يشوّه صورة المرأة، وبالدرجة الثانية يساهم في تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة³².

• دراسة حول «صورة المرأة الأكثر حضوراً في المسلسلات والأفلام التلفزيونية العربية من وجهة نظر النساء»، تبين أن الصورة النمطية للمرأة الأكثر حضوراً في الإعلام والدراما كانت للأمم المتفانية المضحية، ثم المرأة المستبدة، ثم ربة المنزل، ثم الرفيقة والمخلصة.

• أظهرت نتائج دراسة تبحث في «الصورة التي تنقلها المجلات العربية النسائية عن المرأة»، ان الصورة النمطية الأبرز التي تتكرر ضمن محتوى هذه المجلات هي صورة المرأة الزوجة الأنيقة، ثم المرأة كزوجة للرجل السياسي ورجل الأعمال، ثم النساء ضمن الطبقة البرجوازية أو طبقة الغنية ثم المرأة المدافعة والمناضلة في سبيل حقوق النساء.

• أشارت نتائج بحث أجري حول «ماذا على المرأة أن تفعل لكي تلعب دوراً أكثر فعالية في الإعلام» إلى أن وجهة نظر النساء تجاه هذا الموضوع تتمثل بضرورة تكثيف جهود المرأة في العمل الإعلامي من خلال البدء بكتابة مقالات في الصحف والمجلات حول حقوق المرأة وتعزيز المفاهيم ذات الصلة بها، بالإضافة إلى العمل على تعميق الوعي النسوي بأن حقوق المرأة هي ذاتها حقوق الإنسان، وبأنها تؤخذ كاملةً ولا تجتزأ.

ثالثاً: الدراسات المحلية:

• دراسة اليونيسكو، بعنوان «تقييم التوازن الجندري في الإعلام الأردني»، 2018، حيث هدفت هذه الدراسة بشكل أساسي إلى البحث في مجال التوازن المبني على النوع الاجتماعي فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية، اشتملت الدراسة على عدد من النتائج كان أبرزها: أن نسبة تمثيل وحضور المرأة في المحتوى الإعلامي الأردني فيما يتعلق بموضوعات: العلوم والتكنولوجيا، والأجهزة الأمنية والقوات المسلحة، والعمليات العسكرية، بلغت نسبة تقارب ال 0%، في حين بلغت نسبة تمثيلها في موضوع «النوع الاجتماعي وقضايا النساء» 88.2%، بالإضافة إلى أن نسبة حضور النساء في المحتوى الإعلامي للإذاعات كانت الأفضل بنسبة 13%، تلتها الصحف ووكالة الأنباء الأردنية بنسبة 10%، في حين لم تتجاوز 6% في المحطات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية³³.

³² جيروم شاهين، الصورة الإعلامية للمرأة في الرأي العام اللبناني، (2003)، استقصاء رأي عام، مركز الرصد الإعلامي برابطة المرأة العربية.

³³ تقييم التوازن الجندري في الإعلام الأردني، (2018)، مؤسسة حبر بالتعاون الوثيق مع مكتب اليونيسكو في عمان وبدعم من البرنامج الدولي لتنمية

الاتصال (IPDC)، متوفر على الرابط التالي:

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Amman/pdf/Gender_in_Media_AR_25062018.pdf], last visited 14 October 2020.

مقدمة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الاثنوغرافية النوعية المختلطة، والتي تعتمد على الاستجابات المختلفة والمتنوعة والمقابلات الشخصية، بهدف الوصول إلى نتائج متعلقة بأسئلة الدراسة حول الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام من خلال أساليب وأدوات صممت لتحقيق هذا الغرض، حيث تم البدء في هذه الدراسة منذ العام 2019م، ويتضمن هذا الفصل منها وصفاً تفصيلاً لمجتمع وعينة الدراسة وطريقة اختيارها، ومتغيرات الدراسة، وأدواتها ومصداقية هذه الأدوات واعتماديتها، إضافة إلى عرض الإجراءات التي اتبعت لتنفيذ الدراسة، والحصول على البيانات اللازمة، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل هذه البيانات.

وينبغي القول أن هذه الدراسة تتميز بالعمل على تغطية جوانب عديدة تتقاطع فيما بينها بشكل أو بآخر. فعلى سبيل المثال؛ تتميز هذه الدراسة بكونها تبحث في قضية الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام، وعلى وجه الخصوص تنميط صورة المرأة في مجال المشاركة السياسية - إن وجدت -، بمعنى أننا ضمن هذه الدراسة لا نقوم باستعراض الصورة السائدة وحسب، بل نسعى إلى معرفة الأسباب واقتراح توصيات وطول من شأنها أن تساهم في معالجة هذا النوع من التنميط الإعلامي.

وقد تضمن الإطار العملي والعلمي للدراسة على أربعة أدوات للبحث وجمع ما أمكن من مؤشرات ومعلومات، وذلك بما يتناسب مع أهداف الدراسة وفرضيتها وأسئلتها ومحاورها، فكانت الأداة الأولى تنظيم جلسات عصف ذهني لأكثر الفئات المستفيدة من موضوع الدراسة، وهي فئة الإعلاميين والإعلاميات، وفئة أصحاب المصلحة من سياسيين وسياسيات وناشطات في العمل النقابي أو الحزبي وعموماً بالسياسي، وبني على نتائج العصف الذهني أسئلة واستفسارات وقعت في أداة أخرى وهي استطلاع استكشافي لرأي الصحفيين في موضوع الدراسة بكافة محاورها، وأيضاً اللقاءات المعمقة مع أصحاب المصلحة بعد عرض أبرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، وذلك على النحو الآتي:

المنهجية العلمية وأدوات الدراسة

لتحقيق الغاية من الدراسة وأهدافها؛ وبعد الاطلاع على المعلومات والمعطيات السابقة لمسألة تنميط صورة المشاركة السياسية في وسائل الإعلام، استقر رأي الباحثين والمشرفين على وضع الأدوات المناسبة للبحث في أربعة محاور أساسية لمثل هذا النوع من التنميط الإعلامي، حيث وضعت كذلك 3 أدوات للبحث، وذلك بالاعتماد على منهج التحليل الكمي والنوعي

للمعلومات المستخرجة من الأدوات ومنهجياتها على النحو التالي:

أداة جلسات العصف الذهني المعمقة:

عمل مركز حماية وحرية الصحفيين على تنظيم جلستي عصف ذهني معمقة تضم فئتين مستهدفتين هما:

الفئة الأولى: الإعلاميون والإعلاميات من العاملين والعاملات في المؤسسات الإعلامية المحلية، سيتم اختيارهم ضمن عينة قصدية مختارة مع مراعاة تنوع المؤسسات الإعلامية بين مؤسسات حكومية وأخرى مستقلة، إضافة إلى مراعاة التوازن والتوزيع الجندري.

الفئة الثانية: أصحاب المصلحة؛ وهي الفئة ذات العلاقة المباشرة بقضية المشاركة السياسية بشكل عام، مع مراعاة التعمق في الاستفسارات المتعلقة بمسألة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام المحلية بشكل خاص، وستضم هذه الفئة حزبين/ ات، ونقابيين/ ات، وأصحاب الخبرة والمتابعة والاطلاع في مجال الجندر وحقوق الإنسان والنشطاء في مؤسسات المجتمع المدني والعمل المدني العام ضمن عينة قصدية مختارة.

وتم تصميم خطة تكاملية تراعي توافق الاستفسارات التي ستطرحها جلستي العصف الذهني المعمقة بين الفئتين المستهدفتين، حيث وضعت استفسارات خاصة بفئة الإعلاميين والإعلاميات، وأخرى خاصة بأصحاب المصلحة، بينما وضعت استفسارات مماثلة لكلا الفئتين تتضمن قواسم مشتركة بينهما للخروج بأفضل النتائج والمقارنات طبقاً لمتطلبات وأدوات الدراسة وأسئلتها الافتراضية، وتم وضع عناوين رئيسة لكل جلسة من الجلستين، في الوقت الذي وضعت فيه أربعة محاور وبعناوين موحدة لكلا الجلستين، مع ضرورة التنبيه إلى أن عناوين المحاور تعكس عناوين الأقسام الموزعة في استمارة استطلاع رأي الصحفيين التي نعرض منهجيتها لاحقاً، وذلك على النحو التالي:

1. المحور الأول: المعارف والمهارات والمفاهيم؛
2. المحور الثاني: المواقف والانطباعات؛
3. المحور الثالث: مسألة المشاركة السياسية للمرأة لدى مؤسسات الإعلام وسياسات التحرير؛
4. المحور الرابع: الإعلام وما يتعلق بالمشاركة السياسية بشكل عام، والمشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص في التشريعات المحلية.

الهدف من جلسات العصف الذهني:

الاستفسارات التي تشملها جلستي العصف المعمقة تم استخلاصها واستنباطها من استمارة استطلاع رأي الصحفيين/ ات بهدف جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات لإعدادها وتجهيزها لكي توضع في الدراسة بهدف إثرائها وإغنائها ومقارنتها بما تطابق منها مع

إجابات واستفسارات استطلاع رأي الصحفيين واللقاءات المعمقة مع الخبراء من الإعلاميين وأصحاب المصلحة، وأما الهدف العام فهو استقراء حجم الإشكاليات المتعلقة بتنميط صورة المرأة في الإعلام من حيث المشاركة السياسية، وما هو المتوقع لهذه الإشكاليات مستقبلاً، وكيف يمكن مواجهتها، والحد منها.

أسئلة واستفسارات جلسة العصف الذهني الأولى المخصصة لفئة الإعلاميين والإعلاميات:

بلغ عدد أسئلة واستفسارات الجلسة الأولى في محاورها الأربعة على 29 سؤالاً واستفساراً، نوقش غالبيتها بشكل مدمج، وجاءت موزعة على محاور الجلسة الأربعة على النحو التالي:

المحور الأول: المعارف والمهارات والمفاهيم

- هل يعرف الصحفيون والصحفيات معنى ودلالات مصطلح «الجندر» وكيف يفهمونه؟
- إذا كان البعض يعرف ويدرك معناها، فهل ينعكس هذا الفهم على عملهم في قضايا المرأة؟
- إذا كان الإعلاميون في الغالب لا يعكسون فهمهم بـ «الجندر» في عملهم الإعلامي، فما هي الأسباب والعوائق التي تحول دون ذلك؟
- هل توافق على وجود تنميط إعلامي للمشاركة السياسية للمرأة؟
- إذا كنت توافق على أن هناك تنميطاً إعلامياً للمشاركة السياسية للمرأة؛ فما هي أبرز أشكال هذا التنميط؟
- ما هي أسباب هذا التنميط؟ هل هي: عدم استقلالية وسائل الإعلام عدم وجود معارف كافية عند الإعلاميين، لا يتمتع الصحفيون بمهارات تساعدهم في عملهم، لا توجد ثقافة حقوقية وقانونية، وانعكاس التربية ومنظومة التعليم والمفاهيم الدينية والاجتماعية على عملهم الإعلامي.
- هل يتلقى الصحفيون والصحفيات تدريبات متخصصة لتطوير مهاراتهم وإكساب معارفهم لتغطية المشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص، وتحقيق مبادئ التوازن في التغطية الإعلامية بين الرجل والمرأة بشكل عام؟ هل توفر المؤسسات الإعلامية هذا النوع من التدريب؟
- هل تتوفر في مؤسسات الإعلام أو غرف الأخبار مدونات سلوك أو توجيهات واضحة من شأنها تجاوز التنميط الإعلامي للمشاركة السياسية للمرأة؟

المحور الثاني: المواقف والانطباعات

- هل تعتقد أن التنميط الإعلامي لمشاركة المرأة في السياسة أمر شائع في الإعلام الأردني؟ وإلى أي درجة؟
- إذا كان التنميط الإعلامي للمشاركة السياسية

للمرأة شائعاً؛ في أي المؤسسات الإعلامية يبدو أكثر شيوعاً، الإعلام الحكومي، أم المستقل؟ وهل هو شائع أكثر في الصحافة المطبوعة، أم الإلكترونية، أم الإعلام المرئي والمسموع؟

هل التنميط الإعلامي لمشاركة المرأة السياسية شائع في مواقع التواصل الاجتماعي؟ وإذا كان شائعاً في هذه المواقع فهل شيوعه أكثر من وسائل الإعلام التقليدية؟ وإلى أي درجة؟

هل يؤثر التنميط الإعلامي على فرص المرأة في المشاركة السياسية؟

إذا كنت تعتقد أن التنميط الإعلامي يؤثر على فرص المرأة في المشاركة السياسية؛ فما الذي يمكن للإعلام أن يقدمه كدعم للمشاركة السياسية للمرأة؟

هل تعتقد أن المرأة تحتاج للتدريب على التعامل مع وسائل الإعلام لإبراز مشاركتها السياسية؟

هل تعتقد أن عدم قدرة المرأة على أن تكون صانعة للقرار السياسي يساهم في تنميط صورتها في الإعلام؟

هل تعتقد أن هناك تنميطاً إعلامياً للرجل السياسي، وإلى أي درجة هذا التنميط؟ وهل يفوق التنميط الإعلامي للمرأة السياسية؟ ولماذا؟

هل هناك أي اختلافات قائمة بين الجنسين في السلوك السياسي تؤثر على تغطيتك الإعلامية؟ هل يتم تصوير المرأة السياسية بشكل كاف كخبيرة مقارنة مع الرجل السياسي؟

هل التنميط العام أو التنميط لصورة المرأة والرجل في وسائل الإعلام بسبب تأثير المجتمع وإرضاء له؟ أم أن وسائل الإعلام من يروج ويرسخ هذه الصورة في أذهان المجتمع؟ أم أن الاثنين معا يشاركان في هذا التنميط بنسبة متساوية أم متفاوتة؟

كيف يمكن لمدونات السلوك أن تنجح في معالجة وتجاوز التنميط الإعلامي للمشاركة السياسية للمرأة؟

كيف تؤثر التغطيات الإعلامية على فرص المرأة المرشحة في الانتخابات النيابية والبلدية والمركزية.. الخ؟

هل هناك وعي لدى الصحفيين بضرورة وجود مدونات سلوك أو تعميمات تهدف إلى مراعاة المنظور الجنساني في تغطية المشاركة السياسية للرجل والمرأة؟

المحور الثالث: مسألة المشاركة السياسية للمرأة لدى مؤسسات الإعلام وسياسات التحرير (نظرة الإعلاميين وخبراء الإعلام)

- هل نحتاج لمدونة سلوك وطنية أردنية تراعي منظور النوع الاجتماعي لجميع المؤسسات الإعلامية لتحقيق التوازن والمساواة في تغطية المرأة إعلامياً، وضمان تكافؤ حضورها مع الرجل في الإعلام؟

- هل لدى المؤسسة الاعلامية «ستايل بوك» لتحديد المفاهيم الخاصة بتغطية النوع الاجتماعي «الجندر» وتحديد المشاركة السياسية للمرأة.
- هل يوجد لدى المؤسسة الاعلامية إعلاميون متخصصون في تغطية المشاركة السياسية للمرأة؟
- هل تراعي إدارة التحرير في المؤسسة الاعلامية مسألة التوازن بين المرأة والرجل في التغطية التي لها علاقة مباشرة بالمشاركة السياسية؟
- هل تراعي سياسات التحرير في مؤسسات الإعلام تغطية المواد ذات الصلة من اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (CEDAW)؟

المحور الرابع: التشريعات

- هل توجد تشريعات وقوانين تؤدي إلى التمييز ضد المرأة؟
- هل تؤثر هذه القوانين على الصحفيين والصحفيات عند تغطيتهم للمشاركة السياسية للمرأة؟

أسئلة واستفسارات جلسة العصف الذهني الثانية المخصصة لفئة أصحاب المصلحة:

- تضمنت جلسة النقاش الثانية على 15 استفساراً رئيسياً من ضمنها بعض الاستفسارات الفرعية، وذلك على النحو التالي:
- كيف تقيم دور الإعلام في التعامل مع المشاركة السياسية للمرأة؟ هل هو دور إيجابي داعم.. أم دور سلبي تنميطي؟ سلبياً كان أم إيجابياً.. قدم تفاصيل عن هذا الدور؟؛ تحديداً:
- كيف يصور الإعلام المرأة السياسية، وكيف يصور الرجل السياسي؟
- هل يوجد اختلاف في التغطية، وكيف؟
- هل يتم التركيز على الصفات الشخصية للمرأة مثل شكلها، عمرها، أو يتم التركيز على التقليل من مهاراتها وقدراتها؟ وماذا غير ذلك؟، أم لا يوجد اختلاف وأن كليهما معرض للنقد والتمحيص نظراً لوجودهما في مواقع اتخاذ القرار؟
- برأيكم؛ ما هي أشكال تنميط الإعلام للمشاركة السياسية للمرأة؟ (مع التركيز على صورة الرجل السياسي والمرأة السياسية).
- إذا كان الإعلام يلعب دوراً سلبياً في تنميط مشاركة المرأة في الحياة السياسية، فما هي أسباب ذلك:
- ضعف في المعرفة.
- ضعف في المهارات.
- التأثير من المواقف الاجتماعية والدينية.
- نهج سياسي للدولة.
- أسباب أخرى؛ ما هي؟
- من يتحمل مسؤولية ضعف إظهار المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام، هل هو الإعلام؟ المرأة نفسها؟ الثقافة؟ المجتمع؟ الدولة؟

- وكيف؟
- هل مطلوب من الإعلام أن يكون له دور في دعم المشاركة السياسية للمرأة؟، وإذا كان له هذا الدور، فكيف؟
- ما هو أكثر عامل يسهم في تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟
- إلى أي درجة يلعب الرجال دوراً في تنميط المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام؟
- إلى أي درجة تلعب (الدولة) دوراً في تنميط المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟
- إلى أي درجة تلعب الثقافة (القيم والعادات) في تنميط المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟
- هل قام الأحزاب، البرلمان، النقابات بأي تقييم أو رصد لصورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام؟
- هل تساهم التشريعات بصفة عامة في تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام؟
- هل توجد نصوص تشريعية تساءل عن التمييز الجندي ضد النساء؟، ومن بينها التمييز في وسائل الإعلام؟
- ما هي الخطوات المطلوبة. من أصحاب المصلحة لتغيير الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام؟
- هل يمكن وضع محددات في التشريعات الإعلامية تحد أو تمنع من تنميط المشاركة السياسية للمرأة في وسائل الإعلام؟، نرجو تقديم أمثلة لهذه المقترحات القانونية؟
- هل يمكن لأصحاب المصلحة تطوير مدونة سلوك / سياسات تحريرية بالشراكة مع إدارات وسائل الإعلام تحد و/ أو تمنع تنميط المشاركة السياسية للنساء في وسائل الإعلام؟. وهل هي كافية برأيكم؟

أداة المقابلات المعمقة:

- لغايات هذه الدراسة تم بناء (مقياس) خاص بأداة المقابلة المعمقة، والمتعلقة بتنفيذ مقابلات مع عدد من أصحاب المصلحة وصناع القرار، وذلك وفقاً لاستمارة أسئلة ممنهجة تم تصميمها لتحقيق هذه الغاية، اشتملت على عدد من الأسئلة المفتوحة والتي تحاول الإجابة على التالي:
- أبرز الأسباب الكامنة وراء التنميط الحاصل في الإعلام بقضية المشاركة السياسية للنساء في الأردن؛
- اقتراح بعض الطرق والآليات التي من شأنها ان تدعم قضية مشاركة المرأة السياسية.
- التركيز على التدريب الافضل الذي تحتاجه المرأة لتحسين حضور مشاركتها السياسية في الإعلام من خلال الأسئلة التالية:

- كيف ومتى واين يمكن ان تكون المشاركة السياسية للمرأة أكثر تأثيراً في الاعلام؟
- من المسؤول عن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام؟
- إلى اي مدى تتحمل المرأة المسؤولية عن ضعف تمثيلها في وسائل الاعلام؟
- كيف تؤثر ثقافة المجتمع «الذكوري» في التحيز الاعلامي ضد المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام؟
- ما هي أبرز المشكلات التي تواجه المرأة مع الاعلام؟

استطلاع رأي الصحفيين:

تضمنت خطة ومنهجية الاستطلاع وعينته على التالي:

أهداف الاستطلاع:

يهدف هذا الاستطلاع إلى:

- البحث في معارف الصحفيين/ ات في مسائل الجندر بشكل عام، ومهاراتهم في التغطية الإعلامية للمشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص.
- التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية في تدريب الصحفيين/ ات وصقل مهاراتهم للتغطية الإعلامية المتوازنة والعادلة بين المرأة والرجل، خاصة من حيث المشاركة السياسية للمرأة.
- التعرف على مدى اهتمام سياسات التحرير وغرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية على توعية الصحفيين بمراعاة المساواة الجندرية في التغطيات الإعلامية، ومدى الاهتمام بنشر مدونات السلوك أو أية مبادئ ومعايير توجيهية خاصة بالمساواة بشكل عام، والتغطية الإعلامية للمشاركة السياسية بشكل خاص.
- التعرف على انطباعات الصحفيين واعتقاداتهم فيما يتعلق بالتغطيات الإعلامية للمشاركة السياسية للمرأة، سواء من الجانب المهني، أو من جانب سياسات التحرير ومؤسسات الاعلام المحلية.
- التعرف على مدى معرفة الصحفيين/ ات بالتشريعات المتعلقة بمنع التمييز الجندري أو الحد منها في وسائل الاعلام.

الغرض من استطلاع الرأي:

يهدف الاستطلاع بمكوناته الموزعة على 4 أقسام إلى التعرف على ما يلي:

1. التعرف على مستوى ثقافة ومعارف الصحفيين/ ات فيما يتعلق بقضايا الجندر والمساواة بين الرجل والمرأة بشكل عام.
2. التعرف على مستوى ثقافة الصحفيين/ ات ومعارفهم بأشكال التنميط والصور النمطية في الاعلام.
3. التعرف على مستوى ثقافة الصحفيين/ ات

4. التعرف على مدى معارف الصحفيين/ ات بالأطر والمبادئ التوجيهية والمعايير المهنية المتعلقة بتعزيز المساواة بين الجنسين فيما يتعلق بالمشاركة السياسية بشكل خاص، والتنميط الاجتماعي بين المرأة والرجل بشكل عام.
5. التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية في تدريب وتقديم الإرشادات للصحفيين/ ات وتطوير مهاراتهم فيما يتعلق بالمساواة وعدم التمييز و/ أو الانحياز في الجنس بين المرأة والرجل في تغطياتهم الإعلامية.
6. التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بمراعاة السياسات التحريرية التي من شأنها إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية.
7. التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بتوفير صحفيين/ ات متخصصين في تغطية قضايا وشؤون المرأة بشكل عام، ومشاركة المرأة في الحياة السياسية بشكل خاص.
8. التعرف على انطباعات الصحفيين وتصوراتهم عن العمل الإعلامي محلياً في النواحي التالية:
 - مدى تجنب الصحفيين في تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع.
 - مدى تجنب الصحفيين تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية.
 - كيفية تصوير السياسيين من الذكور والإناث في وسائل الاعلام خلال الحملات الانتخابية.
 - تأثير التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات على تمثيل النوع الاجتماعي، ودرجة هذا التأثير إن وجد.
 - مدى اهتمام وسائل الاعلام بحق المرأة في تغطية إعلامية متساوية مع الرجل، وعلى أي درجة يبلغ هذا الاهتمام إن وجد.
9. التعرف على الأسباب التي تحد وتمنع الاعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة.
10. التعرف على أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام.
11. التعرف على أسباب عدم المساواة بين الجنسين في التغطية الإعلامية للمرشحات في فترات الانتخابات.
12. التعرف على اعتقادات الصحفيين/ ات في المجالات التي يمكن للمرأة أن تحقق من خلالها حضوراً أوسع في وسائل الاعلام.
13. التعرف على اعتقادات الصحفيين/ ات من حيث مشاركة المرأة الأردنية في الحياة السياسية بشكل فعال، وإلى أي درجة تكمن الأهمية في مشاركتها.
14. التعرف على ميول الصحفيين/ ات في انتخاب المرشحات لمجلس النواب.

15. التعرف على مدى تأييد الصحفيين/ات أو عدم تأييدهم لتولي المرأة للمناصب السياسية على مختلف أشكالها وأنواعها.

16. التعرف على اعتقادات الصحفيين بشأن التغطية الإعلامية للمشاركة السياسية للمرأة من حيث التالي:

- التمييز من حيث (حجم التغطية الإعلامية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل.
- مستوى دعم المجتمع المحلي للمشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي.
- حاجة المرأة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها في الحياة السياسية.
- نجاح المرأة في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام.
- مستوى عدالة تمثيل المسارة السياسية للمرأة في الحكومات ومجلس الأمة.
- الحاجة إلى تعديل قانون الانتخاب لضمان مشاركة وتمثيل سياسي متكافئ وعادل للمرأة في مجلس النواب.
- الحاجة إلى تعديل نظام الخدمة المدنية بما يضمن التمثيل العادل للنساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة.
- وجوب التزام رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء ليصبح متكافئاً مع الرجال.

17. مدى معارف واعتقادات الصحفيين/ات من حيث:

- وجود تشريعات تحد أو تمنع التمييز الجندي.
- وجود تشريعات إعلامية تلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز الجندي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من حوالي 1234 صحفياً وإعلامياً، حيث اشتمل الإطار على الصحفيين والإعلاميين الأعضاء في سجل نقابة الصحفيين، بالإضافة إلى كشوف مركز حماية وحرية الصحفيين.

أعتمد في تصميم عينة الدراسة أسلوب العينة القصدية المنتظمة وبمستوى ثقة 95% وخطأ معياري مقداره 5.47%، حيث تم تقسيم الصحفيين والإعلاميين إلى فئتين وبالأسلوب المتناسب مع الحجم في كل فئة.

كما تم توزيع الصحفيين والصحفيات في كل فئة حسب الجنس وبالأسلوب المتناسب مع الحجم أيضاً، حيث بلغت نسبة الصحفيين والإعلاميين الذكور 78.8% في حين بلغت نسبة الصحفيات والإعلاميات العاملات في الإطار 21.2%

وقصدت الدراسة اختيار الحد الأدنى من التوزيع التناسبي (70% مقابل 30%)، موزعين على حجم عينة الدراسة

وهي 100 صحفي وصحفية، بحيث تبلغ نسبة الصحفيين الذكور 70%، مقابل نسبة الصحفيات الإناث 30%.

كذلك تمت مراعاة توزيع عينة الدراسة على القطاعين الخاص والعام، حيث تم اختيار 70% من الصحفيين العاملين في القطاع الحكومي، مقابل 30% من الصحفيات العاملات بنفس القطاع، وتم توزيع العينة بنفس الطريقة على مجتمع الصحفيين والصحفيات العاملين في القطاع الخاص، وذلك حسب الآتي:

الفئة الأولى: وتشمل الصحفيين والإعلاميين العاملين

في القطاع الحكومي وبلغ عددهم 348 صحفياً وصحفية، وبلغت نسبتهم في الإطار العام للعينة 28.2%، موزعين على النحو التالي:

274 صحفياً نسبتهم من القطاع الحكومي 78.7%، ونسبتهم من الإطار العام للعينة 22.2%، وبلغ عددهم في العينة القصدية للقطاع الحكومي 21 صحفياً نسبتهم من الإطار العام 1.7%، ومن إطار العينة القصدية 21%.

وأما الصحفيات الإناث العاملات في القطاع الحكومي فقد بلغ عددهن 74 صحفية، شكلت نسبتهم من القطاع الحكومي 21.3%، ومن الإطار العام 6%، وبلغ عددهن في العينة القصدية للإعلام الحكومي 9 صحفيات نسبتهم من الإطار العام 0.7%، ومن إطار العينة القصدية 9%.

الفئة الثانية: وتشمل الصحفيين والإعلاميين العاملين

في القطاع الخاص وبلغ عددهم 886 صحفياً وصحفية، وبلغت في الإطار العام 71.8%، موزعين على النحو التالي:

699 صحفياً نسبتهم من القطاع الخاص 78.9%، ونسبتهم من الإطار العام للعينة 56.6%، وبلغ عددهم في العينة القصدية للقطاع الخاص 49 صحفياً نسبتهم من الإطار العام 4%، ومن إطار العينة القصدية 49%.

وأما الصحفيات الإناث العاملات في القطاع الخاص فقد بلغ عددهن 187 صحفية، شكلت نسبتهم من القطاع الخاص 21.1%، ومن الإطار العام 15%، وبلغ عددهن في العينة القصدية للإعلام الخاص 21 صحفية نسبتهم من الإطار العام 1.7%، ومن إطار العينة القصدية 21%.

وتوزعت أسئلة الاستطلاع وخطاياه على 4 أقسام كالتالي:

- القسم الأول: التدريب والمهارات والمعارف.
- القسم الثاني: غرف الأخبار وسياسة التحرير.
- القسم الثالث: الانطباعات.
- القسم الرابع: التشريعات.

جمع البيانات ومعالجتها:

تم في هذا الاستطلاع استخدام أسلوب جمع البيانات من خلال الاتصال هاتفياً مع الصحفيين العاملين في القطاع الاعلامي، حيث تم اختيار فريق عمل مكون من باحثين وباحثات من ذوي الخبرة والكفاءة في جمع البيانات وإجراء المقابلات الهاتفية، وتم تدريب الفريق وفق برنامج تم التركيز من خلاله على ما يلي:

- التعريف بأهمية وأهداف الدراسة
- كيفية التعامل مع المجيبين بعيداً عن التحيز والايحاء في الاجابات لضمان دقة وجودة البيانات التي سيتم جمعها.
- تدريب فريق العمل على كافة المفاهيم والمصطلحات الموجودة في الاستمارة وكيفية طرح الأسئلة والتعامل معها.

- تخصيص باحث لأغراض التأكد من جودة البيانات من حيث تدقيق الاستمارات والتأكد من شمولية الإجابات واتساقها.
- تبويب الأسئلة، والتي غالباً ما تشتمل على بنود أخرى في بعض الأسئلة.

وتجدر الاشارة إلى أنه تم إعداد برنامج إدخال للبيانات باستخدام الحزمة البرمجية CSPro 6.3، أخذين بالاعتبار التدقيق على البيانات المدخلة من حيث تكرار الاستمارات المدخلة، والتدقيق على المدى لكل سؤال في الاستمارة وبعض قواعد المطابقة من حيث الاتساق والشمول، ثم تم تحويل البيانات إلى الحزمة البرمجية الإحصائية SPSS، وذلك لأغراض إعداد الجداول الاحصائية وتحليل البيانات واستخراج النتائج النهائية للاستطلاع.

استطلاع رأي الصحفيين:

<input type="checkbox"/>	قطاع خاص	<input type="checkbox"/>	قطاع حكومي	رقم الاستمارة
				اسم الباحث

البيانات التعريفية

1.	اسم المستجيب:	
2.	هاتف العمل	الموبايل:
3.	هل تعمل حالياً في مهنة الصحافة: 1. نعم 2. لا	نتيجة المقابلة
4.	اسم المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها:	
5.	عدد سنوات الخبرة في مجال الصحافة:	
6.	هل انت عضو في نقابة الصحفيين: 1. نعم 2. لا	
7.	البريد الإلكتروني:	

نتيجة المقابلة			نتيجة الاتصال		
1. تمت المقابلة	2. رفض (حدد)	3. أخرى (حدد)	الاول	الثاني	الثالث
1			1	2	3

1. القسم الأول: التدريب والمهارات والمعارف

1.1	هل تلقيت/ي أي تدريب متعلق بالمعايير المهنية للصحافة؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.2	هل تلقيت/ي أي تدريب في قضايا حقوق الإنسان؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.3	هل تلقيت/ي أي تدريب في قضايا حقوق المرأة؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.4	هل تلقيت/ي أي تدريب يتعلق بقضايا المساواة بين الرجال والنساء؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.5	هل تلقيت/ي أي تدريب يتعلق بقضايا الجندر (النوع الاجتماعي)؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.6	هل تلقيت/ي أي تدريب أو أنشطة توعوية في "المشاركة السياسية للمرأة"؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.7	هل اطلعت/ي أو شاركت/ي في نشاط أو تدريب متعلق بتنميط صورة المرأة في الإعلام؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.8	هل تقوم المؤسسة التي تعمل/ ين بها بأي تدريبات و/ أو تقديم إرشادات حول أسس التغطية المتوازنة للرجال والنساء؟	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
1.9	ما هو التعريف الذي توافق عليه وتعتقد أنه صحيحاً لمصطلح "جندر"؟ ... (للباحث/ة: إقرأ جميع الخيارات وممكن أكثر من إجابة)		
	1. مجموع الصفات المتعلقة والمميزة ما بين الذكورة والأنوثة	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>
	2. هو بنية اجتماعية من الأفكار التي تعرف الأدوار ونظم الاعتقاد والمواقف والصور والقيم والتوقعات للرجل والمرأة ¹	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>

¹ بدر البدر، تعريف الجندر وما الفرق بين الجنس والجندر، موقع اربوست، 18 أيار 2016. متوفر على الرابط التالي [https://www.araposts.com/2016/05/The-difference-between-sex-and-gender.html], last visited 13 October 2020.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. الأدوار المحددة اجتماعياً لكل من الذكر والأنثى
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. المصطلح الذي يفيد استعماله في وصف الخصائص التي يحملها الرجل والمرأة كصفات مركبة اجتماعياً، لا علاقة لها بالاختلافات العضوية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. هو الصورة التي ينظر لها المجتمع للذكر والانثى والأسلوب الذي يتوقعه منهما، والذي يرجع إلى أسلوب تنظيم المجتمع، وليس إلى الاختلافات البيولوجية الجنسية بين الذكر والانثى
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. التقسيم البيولوجي بين الذكر والأنثى
			7. رفض الإجابة إنتقل إلى السؤال التالي ←

1.10 ماذا يعني لك مصطلح "صورة نمطية" أو "تنميط"؟ ... (للباحث/ة: إقرأ جميع الخيارات وممكن أكثر من إجابة)			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. إنطباق قوي لفكرة أو نظرية أو عدة أفكار أو نظريات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. التعميم أو التبسيط المسبق حول مجموعة كاملة من الناس دون اعتبار الفروق الفردية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. منع مجموعة من الناس الذين تم تنميطهم من النجاح في مجالات معينة أو الحصول على حقوقهم كاملة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. تعميم مبالغ فيه لصفات وطبائع واختلافات مجموعة معينة بناءً على نوعهم الاجتماعي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. نظرة معممة أو فكرة مسبقة عن خصائص أو سمات يملكها أو ينبغي أن يملكها الرجال والنساء
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. التّصنُّع أو التّكَلُّف أو العَظْمَة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. صور ذهنية عن شخص أو جماعة لا تستند إلى معرفة موضوعية، ولكنها تركز فقط على أحكام مسبقة
			8. رفض الإجابة إنتقل إلى السؤال التالي ←

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1.11 هل هناك مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي)؟ .. (للباحث/ة: يقصد بالمجال السياسي تغطية أخبار المرأة كسياسية مثل وزيرة، نائب، مرشحة، في مقابل تغطية أخبار السياسيين الذكور)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. لا أعرف (إنتقل للقسم الثاني)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. رفض الإجابة (إنتقل للقسم الثاني)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1.12 إذا كان هناك مدونات سلوك مهني في وسائل الإعلام تمنع (التمييز بين الرجل والمرأة في المجال السياسي)، فهل يستخدم الصحفيون والصحفيات هذه المدونات؟، وإلى أي درجة يستخدمونها أو يطبقونها، إلى درجة (كبيرة، متوسطة، قليلة، لا تستخدم على الإطلاق) ..
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	كبيرة <input type="checkbox"/> متوسطة <input type="checkbox"/> قليلة <input type="checkbox"/> لا يستخدمونها على الإطلاق <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. لا أعرف (إنتقل للقسم الثاني)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. رفض الإجابة (إنتقل للقسم الثاني)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1.13 هل تعمل المؤسسات الإعلامية على تدريب الصحفيين والمحررين بشكل مستمر حول القضايا المتعلقة بالجنس (النوع الاجتماعي)؟
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--

2. القسم الثاني: غرف الأخبار وسياسة التحرير

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2.1 هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لمرعاة و/ أو إدماج معايير حقوق الإنسان في التغطيات الصحفية؟
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	---

<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> غير متأكد	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	هل توجد في مؤسستك الإعلامية مدونة سلوك أو سياسات تحريرية معلنة تضع شروطاً لتجنب الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك المرأة والرجل؟	2.2
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> غير متأكد	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	هل يتوفر في مؤسستك الإعلامية متخصصون في تغطية قضايا وشؤون المرأة؟	2.3
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> غير متأكد	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	هل تعمل إدارة التحرير على منع أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد للمرأة في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو في أي ميادين أخرى؟	2.4
هل تطلب أو توجه إدارة التحرير في مؤسستكم الإعلامية منع استخدام اللغة التمييزية لأحد الجنسين؟						2.5
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> أحياناً	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة		

3. القسم الثالث: الانطباعات

<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	هل تتفق/ين أن الصحفيين والصحفيات أو المؤسسات الصحفية عموماً تقوم بعمل تغطيات صحفية عادلة ومتساوية لكل من الرجال والنساء؟ وإلى أي درجة تتفق على ذلك .. (إلى درجة كبيرة، متوسطة، قليلة)	3.1
إلى درجة كبيرة <input type="checkbox"/>		إلى درجة متوسطة <input type="checkbox"/>		إلى درجة قليلة <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	باعتقادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟	3.2
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	باعتقادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تقديم صورة نمطية للنساء في المجتمع؟	3.3
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	باعتقادك؛ هل يتجنب الصحفيون الذكور تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟	3.4
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	باعتقادك؛ هل تتجنب الصحفيات الإناث تكريس التمييز على أساس الجنس في تغطياتهم وتقاريرهم الصحفية؟	3.5
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	باعتقادك؛ هل يتم تغطية المرشحين من الذكور والإناث في وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتكافئ؟	3.6
<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	باعتقادك؛ هل تؤثر التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة؟	3.7
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> استمر	<input type="checkbox"/> إنتقل إلى السؤال 3.8	7. لا أعرف 8. رفض الإجابة	
3.7.1 إذا كانت الإجابة (نعم): إلى أي درجة تعتقد أن التغطيات الإعلامية خلال الانتخابات تؤثر على تشجيع الجمهور إلى انتخاب الرجل المرشح والابتعاد عن انتخاب المرأة المرشحة/ بدرجة: درجة كبيرة <input type="checkbox"/> درجة متوسطة <input type="checkbox"/> درجة قليلة <input type="checkbox"/>					

<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم		هل تعتقد/ ين أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام؟		3.8	
إنتقل إلى السؤال 3.9		استمر		7. لا أعرف 8. رفض الإجابة	
إذا كانت الإجابة (نعم): إلى أي درجة تعتقد/ ين أن المرأة لم تأخذ حقها في التغطية والاهتمام بوسائل الإعلام/ بدرجة:					
<input type="checkbox"/> درجة قليلة		<input type="checkbox"/> درجة متوسطة		<input type="checkbox"/> درجة كبيرة	
<input type="checkbox"/> رفض الإجابة	<input type="checkbox"/> لا أعرف	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	3.9	
إنتقل للسؤال 3.11	إنتقل للسؤال 3.11	إنتقل للسؤال 3.11	استمر	باعتقادك؛ هل هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة؟	
3.10					
إذا كان هناك أسباب تحد وتمنع الإعلام الأردني من دعم المشاركة السياسية للمرأة، فما هي هذه الأسباب برأيك؟ .. هل هي ثقافة المجتمع .. ضعف خبرة الصحفيين .. (للباحث/ة: إقرأ جميع الخيارات وممكن أكثر من إجابة)					
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	ثقافة المجتمع	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	عدم اهتمام الإعلام بدعم المشاركة السياسية للمرأة	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	ذكرية المجتمع الصحفي	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	السياسات الحكومية	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
أخرى/ حدد:					
3.11					
برأيك؛ ما هو سبب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام؟ (للباحث/ة: إقرأ جميع الخيارات وممكن أكثر من إجابة)					
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	موقف الصحفيين والصحفيات المسبق	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	عدم توفر سياسات تحريرية في المؤسسات الإعلامية تضع معايير واضحة لعدم تنميط صورة المرأة وإنصافها في التغطيات الصحفية	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	التشريعات تفرض قيوداً على الإعلاميين والإعلاميات مما يسهم في تكريس الصورة النمطية	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	المؤسسات التعليمية تركز تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم	المرأة نفسها	<input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> نعم
أخرى/ حدد:					

<input type="checkbox"/> رفض الإجابة 3.12 إنتقل للسؤال	<input type="checkbox"/> لا أعرف 3.12 إنتقل للسؤال	<input type="checkbox"/> لا 3.12 إنتقل للسؤال	<input type="checkbox"/> نعم 3.12 إستمر	برأيك؛ هل تختلف تغطية الإعلام للسياسيين من الذكور (نواب، وزراء، أعيان .. إلخ) عن السياسيات من الإناث؟	3.12
3.12.1 إذا كانت تغطية الإعلام للسياسيين من (الذكور) تختلف عن السياسيات من (الإناث)، فما هي أوجه الاختلاف في التغطية برأيك؟					

3.13 برأيك؛ ما هي أسباب عدم المساواة في التغطية الإعلامية للمرشحات؟ (للباحث/ة: إقرأ جميع الخيارات وممكن أكثر من إجابة)	
<input type="checkbox"/> التمثيل المتدني للمرشحات من النساء	<input type="checkbox"/> تدني نسبة وجود النساء في البرلمان أو في المناصب السياسية الرائدة ومراكز صنع القرار
<input type="checkbox"/> عدم لجوء النساء لرصد مخصصات مالية كافية لحملتهن الانتخابية مثل الرجال	<input type="checkbox"/> انحياز الإعلاميين والإعلاميات في التغطية لمصلحة الرجال
<input type="checkbox"/> السيرة الذاتية للمرشحة	<input type="checkbox"/> الأنماط الاجتماعية والثقافية
<input type="checkbox"/> تلبية اهتمامات الجمهور	<input type="checkbox"/> أخرى/ حدد

3.14 في أي مجال تعتقد أن المرأة يمكن أن تحقق حضوراً أكبر في وسائل الإعلام: (ممكن أكثر من مجال)	
<input type="checkbox"/> وزيرة	<input type="checkbox"/> مسؤولية حكومية
<input type="checkbox"/> نائب	<input type="checkbox"/> سيدة أعمال
<input type="checkbox"/> عين / عضو في مجلس الأعيان	<input type="checkbox"/> حزبية
<input type="checkbox"/> نقابية	<input type="checkbox"/> ناشطة في مجال العمل المدني العام
<input type="checkbox"/> إعلامية	
<input type="checkbox"/> فنانة	
<input type="checkbox"/> شخصية اجتماعية	
<input type="checkbox"/> محامية	
<input type="checkbox"/> أخرى/ حدد	

3.15 هل تعتقد/ين أن المرأة الأردنية تشارك في الحياة السياسية بشكل فعال؟:	<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة
---	---

3.16 هل تعتقد/ين أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية مهمة إلى درجة؟:	<input type="checkbox"/> إلى درجة كبيرة <input type="checkbox"/> إلى درجة متوسطة <input type="checkbox"/> إلى درجة قليلة <input type="checkbox"/> غير مهمة على الإطلاق <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة
---	---

3.17 هل قمت/ي بانتخاب امرأة مرشحة في الانتخابات النيابية الأخيرة التي جرت عام 2016؟:	<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لم أشارك في التصويت لأحد <input type="checkbox"/> رفض الإجابة
---	--

3.18 هل تؤيد/ ين تبوء المرأة لمناصب (رئيس وزراء): للباحث/ة: أسأل عن جميع المناصب بالجدول أدناه وبنفس الأسلوب							
رئيس وزراء	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	مسؤولة حكومية	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
نائب	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	سيدة أعمال	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
عين	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	أمين عام حزب	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
نقيبة	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	رئيسة/ مديرة مؤسسة مجتمع مدني	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
وزيرة	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	رئيس مجلس الأعيان	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
عضو مجلس نقابة	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	رئيسة بلدية	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
وزير أوقاف	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	رئيس مجلس النواب	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
وزير خارجية	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	وزير داخلية	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
رئيسة مؤسسة إعلامية	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	عضو في دائرة الإفتاء	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
قاضى شرعي	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	عميد كلية	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
رئيس جامعة	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>	مناصب أخرى/ حدد	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>

3.19 هل تعتقد/ ين أن وسائل الإعلام تمارس تمييزاً من حيث (حجم التغطية) ضد المشاركة السياسية للمرأة لصالح الرجل؟:	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	لا أعرف <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
3.20 هل تعتقد/ ين أن المجتمع الأردني يدعم المشاركة السياسية للمرأة في صناعة القرار السياسي؟:	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	لا أعرف <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
3.21 هل تعتقد/ ين أن المرأة بحاجة للتدريب على ممارسة العمل السياسي لتعزيز مشاركتها؟:	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	لا أعرف <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
3.22 هل تعتقد/ ين أن المرأة نجحت في تحقيق مشاركة سياسية فعالة لها بالعمل العام؟:	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	لا أعرف <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>
3.23 هل تعتقد/ ين أن نسبة تمثيل المشاركة السياسية للمرأة في الحكومات الأردنية ومجلس الأمة عادلة؟:	نعم <input type="checkbox"/>	لا <input type="checkbox"/>	لا أعرف <input type="checkbox"/>	رفض الإجابة <input type="checkbox"/>

هل تعتقد/ ين أن قانون الانتخاب بحاجة إلى تعديل لضمان زيادة مشاركة المرأة في مجلس النواب؟	3.24
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة	
هل تعتقد/ ين أن قانون البلديات بحاجة إلى تعديل لضمان مشاركة سياسية أفضل للمرأة في المجالس البلدية؟	3.25
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة	
هل تعتقد/ ين أن الأنظمة المتعلقة بالوظيفة العامة يجب أن يدعم زيادة حضور النساء بالمواقع القيادية في المؤسسات العامة؟	3.26
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة	
هل تعتقد/ ين بوجود أن يلتزم رؤساء الحكومات بزيادة تمثيل النساء في مجلس الوزراء؟	3.27
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة	

4. القسم الرابع: التشريعات

هل تعتقد/ ين أن التشريعات الأردنية تحد أو تمنع من التمييز ضد المرأة؟	4.1
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة	
هل تعتقد/ ين أن هناك في التشريعات الإعلامية ما يلزم وسائل الإعلام بالامتناع عن التمييز ضد المرأة؟	4.2
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> لا أعرف <input type="checkbox"/> رفض الإجابة	

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الهادف لوصف واقع الظاهرة المراد دراستها بواسطة الرصد التكراري للمادة المدروسة باعتباره المنهج المناسب لأهداف وعينة وأسئلة الدراسة، والتي تهدف لمعرفة كيفية تغطية الصحافة الأردنية لجوانب المشاركة السياسية للمرأة محلياً في الأردن، وذلك باستخدام استمارة معلومات خصصت لهذا الغرض لتطبيق عناصر المنهجية عليها على النحو التالي:

تحليل المضمون

تم استخدام أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي التي عرفها (Berelson) بأنها «أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للرسالة في العملية الاتصالية والإعلامية»، مما يتيح للدراسة استخدام الطرق والأساليب الإحصائية لتصنيف الفئات وجدولة الوحدات التحليلية وقياسها والتعبير عن نتائجها بقيم عددية، تهدف للتحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز، كما اعتمدت الدراسة، بناء على أداة تحليل المضمون، الفئات المرتبطة بشكل المواد الصحفية المرصودة (كيف نشرت/ طريقة النشر)، لاستخلاص المعطيات، وذلك بالنظر إلى التالي:

أدوات التحليل المستخدمة لاستخلاص النتائج:

الأداة الكمية: ويُقصدُ بها تصنيف المادة الصحفية المرصودة، بما يُوفّر أساساً معقولاً لنقاش الفرضيات التي استندت إليها الدراسة.

الأداة النوعية: ويُقصدُ بها تناول أبرز السمات والخصائص التي تطبّع المادة الصحفية والتي وجدت أعمال الرصد أنها تحتوي على مضمون لقضايا حقوق الإنسان محلياً.

الرصد

شملت عملية «الرصد» في هذا السياق أعمال القراءة والمطالعة والمتابعة، وتنظيم المعطيات والبيانات المُستخلصة، وتصنيفها وتحليلها، على أسس منهجية، وفي إطار زمني مُحدد؛ للنتائج الصحافي والإعلامي المنشور لمجموعة مُختارة من الوسائل الإعلامية والصحافية في الأردن، وذلك باستخدام استمارة معلومات توثق ما تم رصده من الفنون الصحفية التي تناولت التغطيات الصحفية المتعلقة بالمشاركة السياسية سواء للمرأة أو الرجل، وذلك بناء على ما ورد في أسئلة وفرضيات الدراسة بأن «التمهيط» في وسائل الإعلام قد يكون عاماً ويشمل المرأة والرجل، وأنه من الممكن أن يشارك سواء الصحفيين أو الصحفيات معاً في هذا التمهيط بنسبة متساوية أم متفاوتة، وأنه من الصعوبة دراسة ما قد يشتمل على تمهيط لصورة المرأة في وسائل الإعلام، خاصة مشاركتها في الحياة السياسية أو العمل السياسي، دون دراسة الأنماط التي يظهر فيها الرجل كمشارك في العمل السياسي.

ويقصد بـ«الرصد» في هذه الدراسة توثيق المواد الإعلامية ضمن عينة الدراسة التي تتناول المشاركة السياسية للرجل في وسائل الإعلام، والمنتجة من الصحفيين ووسائل الإعلام المحلية فقط فترة الدراسة.

العينة والحدود الزمانية والمكانية

حدود العينة المرصودة وأسباب اختيارها: يتمتع العمل الإعلامي في الأردن بوجود أشكال متعددة من وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمطبوع والإلكتروني، كما يتمتع بوجود وسائل إعلام حكومية وعمومية، وأخرى مستقلة، ويتفرع من وسائل الإعلام المستقلة وسائل إعلام دينية مؤدجة.

وفي هذه الدراسة، وبناء على متطلبات الالتزام بشروط وجوانب إنجازها، فقد عمد الباحثون على اختيار 3 مواقع إعلامية إلكترونية، وصحيفتان مطبوعتان، وقد تم اختيارها كعينة قصدية (Purposive Sample) بهدف إخضاعها للدراسة والتحليل لتوافر خصائص معينة فيها ترتبط بنمط المؤسسات الإعلامية المرصودة، وسياساتها التحريرية، وملكيته، وجمهورها، بالإضافة إلى سلامة وضمانة العودة إلى أرشيفها الإلكتروني، مع مراعاة التنوع بين إعلام حكومي ومستقل، وأيضاً إعلام مجتمعي وآخر مؤدج، وأيضاً بناء على عدة اعتبارات علمية تمت مراجعتها، ومنها استطلاعات الانتشار والتأثير لعينة وسائل الإعلام المرصودة، وذلك ضمن الاعتبارات التالية:

- الانتشار والتوزيع.
- التأثير والمتابعة.
- التنوع الثقافي والايديولوجي.

- التنوع بين الإعلام المستقل الخاص والحكومي العام.
- إمكانية العودة إلى أرشيف العينة المرصودة، وإمكانية الوصول إلى المواد المستهدفة بما يتيح الإطار الزمني للدراسة ومتطلباتها، ولذلك تم استثناء الإعلام المرئي والمسموع.

وسائل الإعلام المرصودة: شملت أعمال الرصد المواد الصحافية المنشورة في 5 وسائل إعلامية محلية، وتم توزيعها بشكل تراتبي على مدار فترة الدراسة، وذلك على النحو التالي:

من حيث الملكية والاستقلالية: شملت العينة على 3 مؤسسات إعلامية مستقلة هي: صحيفة الغد اليومية، وكالة عمون الإخبارية، وصحيفة السبيل اليومية، ومؤسسة إعلامية تمثل الإعلام الرسمي وهي وكالة الأنباء الأردنية «بترا».

من حيث النوع: شملت الوسائل الإعلامية المرصودة على صديفتين مطبوعتين هما: صحيفة الرأي اليومية وهي صحيفة تملك مؤسسة الضمان الاجتماعي أكثرية أسهمها وتؤثر الحكومة في قرارها، وصحيفة الغد اليومية، وهي صحيفة يملكها القطاع الخاص وتتمتع بهامش من الاستقلالية، كما شملت على رصد 3 مواقع إلكترونية وهي: موقع «عمون» الإخباري من فئة الإعلام المستقل، وموقع وكالة الأنباء الأردنية «بترا»، ويقع ضمن فئة الإعلام الحكومي، وأخيراً الموقع الإلكتروني لصحيفة السبيل، وهو أقرب للإعلام الحزبي المؤدلج.

وتالياً التعريف بكل الوسائل الإعلامية المرصودة مصنفة حسب ملكيتها واستقلاليتها، وذلك على النحو التالي:

مؤسسات الإعلام الحكومية:

- **صحيفة الرأي** <http://alrai.com>: تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية، أصدرتها الحكومة الأردنية عام 1971 للرد على الهجمات الإعلامية بعد حرب 1967، وتم اختيارها ضمن عينة الدراسة لكونها صحيفة مقربة من التيار المحافظ، شبه حكومية تمثل وجهة نظرها، وهي ذات ملكية مختلطة تهيمن عليها الحكومة حيث تمتلك مؤسسة الضمان الاجتماعي غالبية أسهمها، وتعتبر الصحيفة عن الرأي الرسمي في سياساتها التحريرية وتغطياتها الإخبارية، وهي من أكثر الصحف الأردنية توزيعاً وانتشاراً، وتتمتع بموارد مالية جيدة بسبب حجم الإعلانات التجارية الذي يتوافر لها.

- **وكالة الأنباء الأردنية (بترا)** www.petra.gov.jo: صدرت الإرادة الملكية السامية بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام بتاريخ 16/7/1969.

مؤسسات الإعلام المستقلة:

- **صحيفة الغد** <https://alghad.com>: صحيفة يومية مستقلة تصدر عن الشركة المتحدة للصحافة، صدر عددها الأول في الأول من آب عام 2004، تمتلك أكبر قاعدة مشتركين في المملكة، تغطي مختلف القطاعات والمواضيع المحلية والإقليمية والدولية. تم اختيارها باعتبارها صحيفة مستقلة مالياً وسياسياً عن الحكومة، وتمثل التيار الحداثي في الصحافة الأردنية ذو السياسة المستقلة. كما تمتاز الصحيفة بالتنوع والتعددية في تغطياتها لمختلف الشؤون، إضافة إلى عدم التزامها بطرح سياسي أو أيديولوجي معين.

- **موقع عمون الإخباري:** موقع إعلامي مستقل، بدأ انطلاقته كموقع إخباري مستقل على الإنترنت عام 2009، وأخذ بالتوسع والانتشار في الأردن كواحدة من أوائل المنافذ الإعلامية المستقلة على شبكة الإنترنت في الأردن.

مؤسسات الإعلام المؤدلجة:

- **موقع صحيفة السبيل الإلكتروني** <https://assabeel.net>: صحيفة يومية، تصدر عن دار السبيل للصحافة والنشر، صدر العدد الأول منها كصحيفة أسبوعية في 13 أكتوبر 1993، وانتظمت في الصدور صباح كل ثلاثاء ما يزيد على 15 عاماً. وفي 10 شباط 2009 انضمت للصحف اليومية لتصبح السابعة بينها، وهي تعبر في سياستها التحريرية وتغطياتها. رغم أنها مسجلة كشركة خاصة. الإعلامية عن التيار الإسلامي في الأردن والمتمثل بجماعة الإخوان المسلمين وحزب جبهة العمل الإسلامي، حيث تتبنى مواقف الحزب والجماعة في الأردن، وقدمت الصحيفة نفسها باعتبارها صحيفة حقيقية تسعى لنقل الحدث بموضوعية ومهنية. استمرت الصحيفة بالصدور حتى نهاية العام 2019 ثم توقفت عن الصدور لأسباب مالية، لكن موقعها الإلكتروني مستمر بالنشر، حيث وعلى مدار السنوات الماضية كان للصحيفة موقع إلكتروني إخباري مستقل، وتم اختيار الموقع الإلكتروني للصحيفة باعتباره أفضل الوسائل الإعلامية المؤدلجة متاحاً من حيث الرصد والأرشفة، كما يمثل الصحافة الحزبية المؤدلجة (التيار الإسلامي) والذي يخاطب جمهور محدد برسائل معينة.

من حيث الشخصيات المرصودة:

عمدت الدراسة على رصد ما نشر من أخبار ومعلومات لشخصيات سياسية في وسائل الإعلام المحلية المتوفرة في منهجية الرصد، وروعي في ذلك «الجندر» بين المرأة السياسية والرجل السياسي، كما روعي التنوع الوظيفي والفكري والأيدولوجي للشخصيات المرصودة، وتم اختيار 6 شخصيات سياسية بشكل قصدي على هذا الأساس، توزعت بين 3 نساء سياسيات، يقابلهن 3 رجال سياسيين، وأما الحدود الزمانية لرصد الشخصيات فجاءت كالتالي: أول 15 يوم من تولي الشخصية المرصودة منصبه/ السياسي، وآخر 15 يوم على تولي الشخصية المرصودة منصبه/ السياسي.

وأما الشخصيات المرصودة فجاءت على النحو التالي:
الوزيرة جمانة غنيمات مقابل الوزير د. محمد المومني/ وزارة الإعلام؛ وتوزعت فترة الرصد للشخصيتين كالتالي:

الفترة الزمنية	جمانة غنيمات	د. محمد المومني
الفترة الأولى	من 14 ولغاية 28/6/2018	من 15 ولغاية 30 مايو/ أيار 2016
الفترة الثانية	من 10/23 ولغاية 6/11/2019	من 1 ولغاية 15/6/2016

النائب ديمة طهوب مقابل النائب صالح العرموطي/ مجلس النواب، وتوزعت فترة الرصد للشخصيتين كالتالي، مع مراعاة أن الشخصيتين ما يزالان في منصبهما كنواب في مجلس النواب، وبالتالي تم اختيار آخر 15 يوم لرصد ما نشر عنهما في الفترة التي سبقت عملية البدء بالرصد:

الفترة الزمنية	ديمة طهوب	صالح العرموطي
الفترة الأولى	من 7 ولغاية 21/11/2016	من 7 ولغاية 21/11/2016
الفترة الثانية	من 15 فبراير ولغاية 1 مارس 2020	من 15 فبراير ولغاية 1 مارس 2020

النائب وفاء بني مصطفى مقابل النائب مصطفى ياغي/ مجلس النواب، وجاءت فترة الرصد للشخصيتين متماثلة للشخصيتين السابقتين ديمة طهوب وصالح العرموطي، وذلك كالتالي:

الفترة الزمنية	وفاء بني مصطفى	مصطفى ياغي
الفترة الأولى	من 7 ولغاية 21/11/2016	من 7 ولغاية 21/11/2016
الفترة الثانية	من 15 فبراير ولغاية 1 مارس 2020	من 15 فبراير ولغاية 1 مارس 2020

الحدود المكانية: تقع الحدود المكانية للدراسة في المملكة الأردنية الهاشمية.

استمارة الرصد:

لتحقيق الغاية من الدراسة ولتطبيق أدواتها، تم تصميم استمارة معلومات ترصد وتجمع أدوات التحليل المستخدمة (الأداة الكمية، الأداة النوعية)، وذلك لتطبيقها على وسائل الإعلام المرصودة ضمن فترة إجراء الدراسة، وتم استنباط أقسام استمارة الرصد واستفساراتها المتفرعة من خلال خلاصة الدراسات السابقة، وأهداف وأسئلة وفرضيات الدراسة ومشكلاتها، وجاءت موزعة بعد وضع الخانات المخصصة عن هوية الاستمارة من حيث رقمها ويوم تاريخ الرصد حسب عينة الرصد، وعدد المواد المرصودة على أربعة أقسام رئيسية بهدف التحليل المتسق مع استمارة استطلاع رأي الصحفيين واللقاءات المعمقة مع الخبراء، ومجموعتي العصف الذهني حسب ما هو وارد في منهجية الدراسة، وذلك على النحو التالي، مع الإشارة إلى وضع خاصية فئات (أخرى) حسبما تخرج به عملية الرصد.

فئات التحليل

تعرف فئات التحليل بأنها «مجموعة من التصنيفات أو الفئات التي يقوم الباحث بإعدادها تبعاً لطبيعة المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لاستخدامها في وصف هذا المضمون، وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التحليل، واستخراج النتائج بسلاسة³⁴ (حسين، 1983) وبالاطلاع على محتويات عينة الدراسة خلال تغطيتها لما يتعلق بالمشاركة السياسية للمرأة، وبالنظر للدراسات السابقة والإطار النظري، قيست نسبة تواجد

المرأة كشريكة في الحياة والعمل السياسي مقارنة مع العدد العام للمواد الصحفية المنشورة في عينة الدراسة، وقورنت مع العدد العام للمواد المنشورة من حيث مشاركة الرجل في العمل السياسي خلال فترة الدراسة الزمنية، وصنفت فئات التحليل بما يحقق نتائج الدراسة على النحو التالي:

أقسام واستفسارات استمارة الرصد:

توزعت استمارة الرصد على 4 أقسام رئيسية هي:

القسم الأول: خصائص وسمات المضمون والشكل الصحفي: وتضمن هذا القسم على 6 أجزاء هي:

- **الجزء الأول:** عدد المواد المرصودة، وعدد الكلمات الواردة فيها، وتكرارها في مؤسسات ومواقع إعلامية أخرى.
- **الجزء الثاني:** نوع المواد المرصودة من حيث خصائص وسمات العمل الصحفي والتي تتضمن على الأنماط والفنون الصحفية المستخدمة في الصحافة الأردنية، وهي: خبر صحفي، صورة، قصة خبرية، تقرير صحفي، مقال، إعلان تجاري، إعلان خدمة عامة، مقابلة، كاريكاتور، تحقيق صحفي، فيديو، إنفوغراف.
- **الجزء الثالث:** التوزيع الجندري من حيث محرر المادة الصحفية و/ أو كاتبها إن كانت مقالاً.
- **الجزء الرابع:** الأقسام التي وردت فيها المواد المرصودة؛ وتوزعت جندرياً أيضاً متضمنة على مختلف ما يرد من مسميات ضمن أعمال الصحيفة المطبوعة أو الموقع الإلكتروني المتعارف عليه في العمل الإعلامي محلياً في الأردن، مع إضافة خاصية أقسام (أخرى)، وذلك على النحو التالي: صفحة أولى أو (سلايد رئيسي)، صفحة أخيرة، محليات، دين، حوادث، اقتصاد، عربي ودولي، رياضة، برلمان، تربية وتعليم، ثقافة وفنون، منوعات، مجتمع، فيديو، شباب وجامعات، مقالات، دراسات وتحقيقات، أخبار مصورة، مناسبات.
- **الجزء الخامس:** الاقتباسات ومصدرها؛ ويقصد بها القوى الفاعلة في المواد المرصودة وتوزعت على قسمين؛ الأول عدد الكلمات المقتبسة من الشخصية المرصودة، والثاني عدد الكلمات المقتبسة من القوى الفاعلة الأخرى في المواد المرصودة موزعة حسب الجندر ومصنفة حسب الجهة التي تعمل لديها أو تخصصها وجاءت كالتالي: وزارات ومؤسسات حكومية، نقابات، نواب، وزراء سابقون، كتاب، وزراء عرب، منظمات مجتمع مدني، مستثمرون ورجال أعمال، حزيون، أعيان، رئيس الوزراء، مسؤولون عرب، مواطنون، منظمات دولية وإقليمية، مؤسسات شبه حكومية، أكاديميون، حقوقيون، دبلوماسيون، شخصيات اجتماعية، مؤسسات إعلامية، الأجهزة الأمنية، أحزاب، نشطاء، مؤسسات ومصادر إعلامية.
- **الجزء السادس:** موضوع المواد المرصودة وتصنيفاتها؛ وجاءت كالتالي: اقتصاد، التميز والإبداع، مناسبات وطنية، حق الحصول على المعلومات، السياسة الخارجية، الصحافة والإعلام، شؤون المرأة، أعمال خيرية، اللاجئيين، أنشطة حكومية، مناقشات مجلس النواب، قوانين وتشريعات، حقوق الإنسان، التطبيع، ديوان الخدمة المدنية، التربية والتعليم، تكنولوجيا المعلومات، السياحة، وسائل التواصل الاجتماعي، الخدمات العامة، الأمن العام، قضايا اجتماعية، الانتخابات.

القسم الثاني: مؤشرات التنميط في المواد المرصودة؛ وتضمن هذا القسم على 4 أجزاء هي:

- **الجزء الأول:** الصورة المرصودة للشخصية ووصفها؛ ويقصد بها إن كانت المواد الإعلامية المرصودة تتضمن على صورة، ووصف هذه الصورة، وسياقات الصورة من حيث: الشخصية لوحدها، الشخصية مع آخرين، تعبيرية، صورة ليست للشخصية.
- **الجزء الثاني:** الصفات الشخصية؛ ويقصد بها إن كانت المواد المرصودة تتضمن على وصف محدد للشخصية المرصودة من حيث: المظهر، الحالة الاجتماعية، العائلة أو العشيرة، العمر، العرق، الأصل والطفولة.
- **الجزء الثالث:** الخلفية المهنية؛ ويقصد بها إن كانت المواد المرصودة تتضمن على وصف محدد لمهنة الشخصية المرصودة، أو المهن والمهارات التي يمتلكها، سواء بوصف إيجابي أو سلبي، إضافة إلى ربط الشخصية المرصودة بانتمائه إلى حزب سياسي معين، أو لديه أملاك واستثمارات يتولى إدارتها، أو يدير مؤسسة عامة أو شركة أو مصنع أو مؤسسة خاصة.
- **الجزء الرابع:** الصفات القيادية؛ ويقصد بها إن كانت المواد المرصودة تتضمن على وصف للصفات القيادية للشخصية المرصودة، سواء وردت بشكل سلبي أو إيجابي، وذلك من حيث: البراعة السياسية/ الاستراتيجية، النزاهة، مهارات اتصال قوية، ثابتة، جدير/ة بالثقة، حاسم، مؤثر/ متصل جيداً، غير مؤثر، غير كُفؤ، فاسد، ليس جديراً بالثقة.

القسم الثالث: المحددات الموضوعية والمهنية للمواد المرصودة؛ ويقصد بها ما تضمنته المواد المرصودة من عبارات أو تحليلات أو إضافات لها علاقة بمهنية العمل الصحفي والإعلامي وموضوعيته، وقد وضعت محددات إيجابية

وأخرى سلبية، لكن فرزها يظل مسألة تقديرية إلا إذا تضمنت المادة المرصودة عبارات أو كلمات وإضافات واضحة تمس بمهنية العمل الصحفي، وأما المحددات الإيجابية فهي: (متوازن، غير منحاز، محايد، نقد مباح، حق الرد، الدقة، احترام الخصوصية)، وأما المحددات السلبية فهي: (غير متوازن، منحاز، غير محايد، نقد غير مباح، تجاهل حق الرد، عدم الدقة، الاعتداء على الخصوصية).

صدق وثبات أداة الدراسة:

- **الصدق الظاهري (صدق المحكمين):** في سبيل التأكد من صدق ثبات (استمارة تحليل المضمون) بصورتها الأولية، عرضت على ثلاثة محكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص، وقاموا بتحكيم الاستمارة وإبداء مقترحاتهم وملاحظاتهم وتوصياتهم وصولاً للصيغة النهائية لها بما يتناسب وأهداف الدراسة.
- **صدق وثبات أداة الدراسة (استمارة تحليل المضمون):** يعرف الثبات بأنه الوصول إلى حدوث توافق أو تطابق للنتائج التي توصل إليها أكثر من باحث باستخدام فئات التحليل ذاتها على ذات المضمون. وتم التأكد من ثبات الأداة من خلال الاستعانة بمحللين مستقلين إثنين لإعادة تحليل الفئات بما نسبته (10%) واحتساب معامل الاتفاق بين العينتين، علماً بأن معامل الثبات المقبول يفوق ما نسبته (80%). وقد اتفق المحللون على تطابق النتائج دون ظهور أي اختلاف لعينة نسبته 10% من النتائج طبقت على 10 استفسارات من استمارة الرصد موزعة على أقسامها الثلاثة، فكان عدد تكرار الاتفاق 2 مقسماً على 2 + صفر (0) وهو (قيمة الاختلاف إذ لم يحصل أي اختلاف للمحكمين) $2 \div 2 + 0 \times 100 = 100\%$.

$$2 \div 2 + 0 \times 100 = 100\%$$

الملحق رقم (2): قائمة بأسماء المشاركين/ ات في جلستي العصف الذهني والمقابلات المعمقة

قائمة المشاركين في جلسة العصف الذهني الأولى المخصصة للإعلاميين والإعلاميات المنعقدة بتاريخ 22/2/2020:

ميسر الجلسة: نضال منصور/ الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين

الإسم	المسمى الوظيفي	الجهة/ المؤسسة
1. عمر الدهامشة	صحفي	وكالة الأنباء الأردنية/ بترا
2. «هبة الحياة» عبيدات	صحفية	مستقلة
3. هالة عاهد	محامية وناشطة حقوقية	مستقلة
4. طارق سلطان النواصرة	معد برامج	قناة المملكة
5. هديل غبون	صحفية	جريدة الغد اليومية
6. نورالدين الخمايسة	مدير تحرير	جريدة الغد اليومية
7. عبدالكريم الوحش	مدير تحرير	جريدة الرأي اليومية
8. رنا الحسيني	صحفية	Jordan Times
9. خضر المشايخ	إعلامي	قناة اليرموك
10. هبة جوهر	إعلامية	إذاعة فرح الناس
11. سهير جرادات	إعلامية	مركز جدل للتدريب الإعلامي
12. سعد حتر	خبير إعلامي	مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية
13. أسامة الرنتيسي	رئيس تحرير	موقع الأول نيوز الإخباري
14. د. سوسن غرايبة	خبيرة الجندر	مؤسسة رشيد للشفافية
15. سوسن زائدة	باحثة وصحفية	موقع حبر
16. د. أيمن هلسا	مدير برامج	تكامل USAID
17. آلاء زيدان	خبيرة الجندر	تكامل USAID
18. وليد حسني	صحفي وباحث	فريق الدراسة
19. محمد غنيم	باحث	من فريق الدراسة
20. إسلام البطوش	باحث	مركز حماية وحرية الصحفيين

قائمة المشاركين في جلسة العصف الذهني الثانية المخصصة لأصحاب المصلحة المنعقدة بتاريخ 26/2/2020:

ميسر الجلسة: نضال منصور/ الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين

الإسم	المسمى الوظيفي	الجهة/ المؤسسة
1. سميرة حمزة	رئيسة لجنة المرأة	حزب النداء
2. مروان الفاعوري	الأمين العام	منتدى الوسطية
3. وفاء بني مصطفى	نائب	مجلس النواب
4. خالد رمضان	نائب	مجلس النواب
5. ديمة طهبوب	نائب	مجلس النواب
6. ديما جويحان	مدير تنفيذي	المركز الدولي لقوانين منظمات المجتمع المدني
7. د. ميرفت العبادي	عضو مجلس	محافظة العاصمة
8. د. عليا أبو هليل	نائب	مجلس النواب
9. رياض الصبح	خبير حقوق الإنسان	

10. د. ميسون العتوم	مديرة مركز دراسات المرأة	الجامعة الأردنية
11. عبير الأخرس	رئيسة لجنة التعليم الخاص	نقابة المعلمين
12. أسيل شعبان	رئيسة لجنة التربية	حزب جبهة العمل الإسلامي
13. نور الإمام	محامية ونائبة رئيس جمعية الحقوقيين الأردنيين	جمعية الحقوقيين الأردنيين
14. عمرو النوايسة	مدير برامج	راصد/ مركز الحياة
15. د. أيمن هلسا	مدير برامج	تكامل USAID
16. آلاء زيدان	أخصائية الجندر	تكامل USAID
17. هدى الزعبي	باحثة	من فريق الدراسة
18. محمد غنيم	باحث	من فريق الدراسة
19. إسلام البطوش	باحث	مركز حماية وحرية الصحفيين

المقابلات المعمقة

الإسم	الصفة
1. أسمنى خضر	رئيسة معهد تضامن النساء/ وزير دولة لشؤون الإعلام سابقاً
2. د. محمد المومني	وزير الإعلام الأسبق
3. د. سلمى النمى	الأمينة العامة للجنة الوطنية لشؤون المرأة
4. آمنه الزعبي	رئيسة اتحاد المرأة الأردنية المحامية وعضو مجلس الأعيان الأسبق
5. ناديا شمروخ	المديرة التنفيذية في اتحاد المرأة الأردنية
6. جميل النمري	الكاتب والناشط السياسي والنائب السابق
7. سميرة زيتون	محامية وعضو سابق في مجلس نقابة المحامين
8. د. ابتسام الدسيت	عضو مجلس محافظة البلقاء
9. جمانة غنيمات	وزير الدولة لشؤون الإعلام سابقاً ورئيس تحرير سابق لجريدة الغد

الملحق رقم (3): توثيق المقابلات المعمقة

ندرج تالياً توثيقاً لجميع ما نفذ من لقاءات معمقة مع أصحاب المصلحة الخاضعين لهذه الدراسة، تم ترتيبها حسب ما تم إنجازه من لقاءات متتالية أولاً بأول، وبطريقة غير قصدية مع حفظ الألقاب:

رئيسة معهد تضامن النساء / وزير دولة لشؤون الإعلام سابقاً «أسمى خضر»:

بها، فعلى سبيل المثال لا يزال مجتمعنا ينظر للرجل بأنه الاقدر على القيام بالعمل السياسي والمرأة بخلاف ذلك ولذلك تجده ينتخب الرجل الذي لا يملك اية خبرة أو كفاءة، بالرغم من ان منافساته من النساء قد يملكن الخبرة والقدرة الكافية للتفوق على الرجل.

وفي هذا الإطار دعني اعيدك الى مجلس النواب، فعضوية اللجان الاساسية ذات البعد السياسي والسيادي لا تضم الكثير من النائبات بخلاف اللجان ذات البعد الخدماتي التي تكثر النساء في عضويتها، هذه النتيجة تعكس الواقع تماما فحتى في المؤسسة التشريعية هناك تمييز وتمييز ضد المرأة.

هناك معادلة مصلحية بين الإعلام والمرأة السياسية يجب ان تتم في إطار تكريس فهم اوسع وأفضل لدى الاعلاميين لأدوار المرأة السياسية والاجتماعية مما يؤدي الى تجاوز الفهم التقليدي النمطي لدور المرأة وبالتالي تجاوز الثقافة الذكورية السائدة في وسائل الإعلام ولدى الاعلاميين أنفسهم.

من هنا تبدو ضرورة الدعوة لبناء حوارات ومكاشفات صريحة بين الطرفين، ووضع اسس وبرامج عمل لكيفية تحقيق الشراكة بين جميع أطراف القضية وهي المرأة والاعلام والحكومة، من اجل رفع الحساسية لدى الاعلاميين والحكومة للنوع الاجتماعي وقضاياها وعلى قاعدة ان مشاركة المرأة في الشؤون السياسية شرط اساسي لتنمية المجتمع والاصلاح الديمقراطي وتحقيق قيم المواطنة والعدالة، لأنها مصلحة وطنية عليا.

ربما يتوجب في هذا الجانب تدخل مؤسسات اعلامية بإجراء حوار جاد بينها وبين المنظمات والحركات النسائية لتقريب اهمية الدور الاعلامي للمشاركة السياسية للمرأة قد يكون ايجابيا الى حد كبير، فالمرأة تحتاج للتدريب في كيفية التعامل مع الاعلام، وكيفية الظهور فيه وكيفية مخاطبة الراي العام ونقل افكارها والتعبير عن نفسها بكل وضوح ضمن خطاب اعلامي واضح.

والاعلام بالنتيجة ليس عدوا للمرأة بقدر ما هو حليف قوي ومؤثر شريطة ان تتعرف النساء على كيفية التعامل معه بانفتاح وشفافية وثقة وبامتلاك المعلومة بحيث تتحول الى مصدر مؤثر في الاعلام، حينها ستجد المرأة

لا يبدي الاعلاميون اهتماما كبيرا بقضايا المرأة وفي أحيان كثيرة يظهرون وكأنهم غير معنيين بالمشاركة السياسية للمرأة، ولا يهتمون بمدى النضج السياسي الذي وصلت اليه المرأة الاردنية ومدى فعاليتها ومشاركتها في الحياة السياسية.

من الواضح ان ثقافة المجتمع هي التي تفرض نفسها على تغطية الإعلام للمشاركة السياسية للمرأة وبما ينعكس على تنميط صورتها في الاعلام، بحيث يتم تكريس صورة المرأة في المنزل، بمعنى التركيز على دور المرأة الخدماتي في البيت، فيما تبقى صورة الرجل المهيمن صاحب القرارات.

ويمكننا هنا عقد مقارنة واضحة تكشف لنا عن مدى تنميط صورة المرأة «الخدمائية»، فقد حققت المرأة بعض الحضور الاعلامي في المجالس البلدية من خلال عضويتها في تلك المجالس لطبيعة عمل هذه المجالس الخدمائية، وبالتالي ظهرت المرأة في هذه المجالس في الإعلام بصورة ما وهو ما يكرس تنميط المرأة في دورها الخدماتي، لكن لم يهتم الإعلام كثيرا في تسليط الضوء على تجربة المرأة في عضوية المجالس المركزية لكونها مجالس ترسم سياسات وهو ما لا يتوافق والصورة التنميطية للمرأة في المجتمع وفي الإعلام على حد سواء.

الامر نفسه ينطبق على هذه الصورة حين تنخرط المرأة في الحياة العامة فبالرغم من ان المرأة تريد خدمة مجتمعها وتطويره وتسعى لأن تكون شريكة في صنع القرار إلا أن ثقافة المجتمع لا تسمح لها للقيام بهذا الدور، ولننظر بجدية الى الانتخابات النيابية على سبيل المثال فبالرغم من ان عدد النساء الناخبات (52%) أكثر من عدد الناخبين الذكور فإن نسبة تمثيلهن في المجالس النيابية لا تتجاوز نسبة 15%، ولولا الكوتا لما استطاعت المرأة الوصول الى البرلمان إلا بحالات استثنائية لا تتعدى اصابع اليد الواحدة.

إذن الإعلام له دور مهم في مسؤولية تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة، ذلك أن المجتمع الذكوري له دور واضح وكبير في هذا الجانب ايضا، فلا يزال مجتمعنا ينظر للمرأة نظرة سلبية، ولا يؤمن بان المرأة تستطيع القيام بمهام تفوق المهمات التي يقوم الذكور

لنفسها مكانا واسعا في وسائل الإعلام تستطيع من خلاله التأثير في الرأي العام.

وللحقيقة فإن المرأة عندما تكون في المواقع الخدمية تكون معلوماتها اقل بكثير من معلوماتها لو كانت في مركز صنع القرار ورسم السياسات أو في مواقع قيادية متقدمة، ومن هنا تبدو مشكلة امتلاك المعلومة في غاية الأهمية كشرط لتصبح المرأة السياسية مصدرا مهما للإعلاميين في نقل الاخبار وتداولها واتاحتها للجمهور وصولا الى التعليق على الاحداث.

إن عدم تقدير المرأة لأهمية المعلومات للإعلام وعدم ادراكها لأهمية الإعلام في الوصول الى الناس والراي العام مشكلة قائمة عند المرأة الاردنية الناشطة سياسيا في العمل العام وهذا ما يحرمها من الحضور في وسائل الإعلام بموازاة ومساواة الرجال

هناك ايضا فهم ملتبس لدى المجتمع الذكوري بما ذلك لدى بعض الاعلاميين يتمثل في ان تقدم المرأة في مشاركتها السياسية يمثل اعتداء منها على حق ليس لها وهو حق مطلق للرجل، ومن هنا يتم ابراز المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام بصورة الشخصية الضعيفة ولا تملك القدرة على اتخاذ قرار.

وفي هذا الجانب تبرز معضلة أمام المرأة فحين تصرح بما يجب ان لا يقال تتعرض لضغوط كبيرة ليست لديها القدرة على تحملها لتصل الى عائلتها واهلها وبيتها بما يعني تأليب المجتمع ضدها، بمعنى استنفار المجتمع الذكوري لمواجهتها.

حين تكون المرأة مطيعة وتمثل الدور التقليدي لها بدون صوت وبدون اية مخالفات أو معارضة فإن الإعلام

يصمت عنها، لكنها إذا اتخذت مواقف لا يقبلها الرجل أو المجتمع الذكوري فإن مشكلتها تبدأ من هنا، وفي حال أخطأ الرجل السياسي فإن الإعلام يتعامل مع هذا الخطأ باعتباره خطأ عاديا وقد يتم التعامل معه اعلاميا باعتباره حدثا عاديا لكن إذا اخطأت المرأة السياسية فإن الإعلام يوبخها ويهاجمها بل ويصل الحد به إلى التدخل في حياتها الخاصة ويصر على إظهارها بمظهر الضعيف الذي لا يملك القدرة على الرد أو المناقشة وهذا من أخطر اشكال تنميط صورة المرأة السياسية في الإعلام.

لقد مررت بتجربة من هذا النوع عندما كنت وزيرة وقمت بالتصريح حول التمويل الأجنبي واشترط ان مصدر التمويل والإنفاق معروف، واشرت في حينه ردا على سؤال نيابي الى ان بعض موازنة التمويل هو تمويل أجنبي ومنح اجنبية، وتمت مهاجمتي وانتقادي الشخصي، لكنني استطعت التعايش مع هذه الحالة والرد، لكن بالنتيجة تشعر بالغبن لكونك انثى.

وهناك ظاهرة تمثل مشكلة حقيقية إذ لدينا ما يسمى المرأة ضد المرأة، فكثير من النساء في مواقع المسؤولية يعتقدن ان ظهور النساء في وسائل الإعلام مجرد عمل استعراضي لا أكثر ولا أقل، ولدينا كما في كل المجتمعات التنافس بين الرجال والنساء، لكن تبقى المنافسة لصالح الرجل أكثر من صالح المرأة، وعلينا الاعتراف بان لدينا شريحة واسعة من النساء لا ينتخبن النساء بسبب ذكورية وثقافة المجتمع والسلوك الاجتماعي عامة الذي يفرض نفسه على النساء باعتبار ان الرجل هو الاقدر على تمثيل المرأة في البرلمان أو في البلدية أو في لجان اللامركزية وقس على ذلك النقابات والأحزاب وغيرها، فضلا عن وجود نساء يتبنين الثقافة الذكورية ويدافعن عنها.

وزير الإعلام الأسبق «د. محمد المومني»:

ولعل من أسباب تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام ناتج عن عدم قدرتها أو حتى رغبتها في التواصل المباشر مع وسائل الإعلام المختلفة، لأسباب عديدة من بينها ثقافة المجتمع الذكورية، وقدرات المرأة الشخصية نفسها وعدم امتلاكها المعلومة، وعدم مبادرتها بالتواصل مع الإعلام الذي يستسهل التعامل مع قوالب وقوائم المصادر الجاهزة والتي تتكون في غالبيتها العظمى من الرجال.

الاعلاميون انفسهم بحاجة لدورات تدريب متخصصة في تغطية النوع الاجتماعي وقضايا المرأة بشكل عام، وكذلك على المؤسسات الاعلامية الاهتمام بهذا الجانب من حيث التركيز على إظهار دور المرأة ومشاركتها السياسية بشكل ايجابي دون تمييز، بل وخلق صحفيين واعلاميين متخصصين في قضايا النوع الاجتماعي وقضايا المرأة، إذ لا تزال غالبية المؤسسات الاعلامية الاردنية تخلوا من هذه الفئة من الاعلاميين المتخصصين الا القليل منهم ونلاحظ ان هؤلاء القلة اختاروا التخصص في تغطية قضايا المرأة بجهدهم الشخصي وليس بتوجيه من مؤسساتهم الاعلامية.

والمرأة ايضا بحاجة الى التدريب على كيفية التعامل مع الإعلام والتواصل معه، وبناء خطاب اعلامي واضح فضلا عن توعيتها في الجوانب القانونية والتشريعية، وكيفية امتلاك المرأة للمعلومة وتقديمها للإعلاميين وكيفية مخاطبة الرأي العام والتعبير عن نفسها وقضايا بوضوح.

المرأة الاردنية قطعت شوطا في العمل السياسي والعمل العام لكنه لا ينعكس في الإعلام بشكل ايجابي، ولا يظهر لنا ان الإعلام لديه اهتمام في تغطية قضايا المرأة ومتابعتها بشكل دائم، فضلا عن غياب «المصدر المرأة» وهو امر يتحمل مسؤولية غيابه المرأة نفسها، ووسائل الإعلام على اختلافها.

تمثل الثقافة الاجتماعية السائدة العامل الاول في تنميط صور المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام بشكل خاصة وصورة المرأة بشكل عام، فالإعلامي بالنتيجة هو ابن مجتمعه وبيئته وبالتالي يجد نفسه منساقا الى تلك البيئة ومعطياتها.

هذه البيئة الاجتماعية تجد لها عدة معطيات في الإعلام، ولا يوجد وعي كافي لدى الاعلاميين تجاه قضايا المرأة والنوع الاجتماعي، وبالرغم من توفر الدورات التدريبية للعديد من الاعلاميين والاعلاميات الا ان هذه الثقافة الجندرية لا تزال ضعيفة ولا تنعكس على تغطيات المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام.

نحن بحاجة لدورات تدريبية متخصصة في قضايا المرأة بشكل عام، والمشاركة السياسية للمرأة بشكل خاص، في الوقت الذي لا يزال فيه البعض من الاعلاميين ينظر نظرة مجدفة للمرأة وقضاياها، ولذلك نرى التغطية الاعلامية للرجل أكثر واوسع منها للمرأة، وعلينا الاعتراف بانحياز الإعلام للرجل على حساب المرأة، ولذلك أسباب منها الثقافة الاجتماعية العامة، وثقافة الاعلاميين ومدى اهتمام المؤسسات الاعلامية بقضايا المرأة ثم المرأة نفسها التي تتحمل هي الاخرى مسؤولية هذا التنميط والتغيب لها في الإعلام.

والاعلاميون يستسهلون التغطية غير المهنية لقضايا المرأة وأمورها، بل ويلجأ البعض لتضخيم اخطاء المرأة المنخرطة في العمل العام وصولا الى تضخيم الاحداث والاطباء التي قد تصدر عنها لكونها الاقل قدرة على المواجهة والدفاع عن نفسها، ولا تستطيع مواجهة الاعلام، بمعنى ان اخطاء المرأة تجد اهتماما في الإعلام أكثر منها للرجل، بل وقد تصل بعض التغطيات الإعلامية لأخطاء المرأة الى التدخل في شؤون حياتها الخاصة.

الأمينة العامة للجنة الوطنية لشؤون المرأة «د. سلمى النمى»:

اصابتها بمرض الكورونا في الاردن ونقلت العدوى لأكثر من 20 مواطنا قيل انهم صافحوها وعلق وزير الصحة على ذلك بكلام بدا فيه التنميط الواضح لصورة المرأة.

ونلاحظ ان وصول المرأة لمواقع صنع القرار دون ان تكون مؤهلة لهذا الموقع سينعكس سلبا على المرأة عامة وليس عليها شخصيا، وهذا يحصل عندنا كثيرا مما يساهم في تنميط صورة المرأة غير الكفؤة التي لا تمتلك خبرات، لينتقل التنميط الى التعميم بان المرأة لا تصلح للمواقع القيادية وان مكانها البيت وتربية الاولاد ورعاية الزوج ... الخ.

وهنا تبرز صورة اخرى فإن لدينا نساء في موقع القرار تساهم في تكريس الصورة النمطية للمرأة في الاعلام، وعليا الاعتراف بوجود نساء ضد النساء وتلك حقيقة يجب التعامل معها باعتبارها حقيقة قائمة، إذ أن وجود نساء بأجنحة ذكورية حاضرة تماما في مجتمعنا.

نحن مبرمجين اجتماعيا في سلوكنا وتفكيرنا، ومن الصعب تفكيك الصورة الاجتماعية للمرأة في «اللاوعي» المجتمعي، لكن هناك من نجح وهناك من يتقصد تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام لدفع المرأة الى خارج العمل السياسي والعمل العام، لأن مثل هؤلاء يؤمنون بان الفضاء العام ليس مكانا للمرأة وان مكانها في منزلها.

ومن هنا على المرأة ان تعمل على كسر الصورة النمطية التي يرسمها الإعلاميون ومنافسوها من الرجال، وعليها ان تجابه الاسئلة النمطية من الاعلام عن شكلها وحياتها الخاصة بشجاعة وان تحول تلك الاسئلة الى فرص لخروجها من التنميط المقصود، ويتطلب هذا الامر بناء مهارات وخبرات تساعد على رفض الانجرار الى اي حوار اعلامي يسعى بشكل مباشر وغير مباشر لتنميط صورتها. وعليها تلقي خبرات ومهارات في كيفية التعامل مع وسائل الاعلام، وان تسعى لامتلاك المعلومة واليات التواصل مع الاعلام لمجابهة التنميط والمحافظة على خصوصيتها، وان تتحول لمصدر معلومات للإعلاميين، وهذا يتم بالتدريب الى جانب تدريب الاعلاميين على قضايا النوع الاجتماعي واصول تغطية قضايا المرأة بعيدا عن التحيز والتمييز الذي يؤدي الى التنميط.

تعاني المرأة من حالة تنميط عام لصورة المرأة الاردنية خاصة إذا كانت سياسية أو ناشطة في العمل العام أو مؤسسات المجتمع المدني، فالإعلام يتعامل معها باعتبارها امرأة قبل ان تكون فاعلة سياسية أو ناشطة اجتماعية، ويتم فرض صورة نمطية عليها من قبل الإعلام الذي يحكم عليها أحيانا من شكلها وسلوكها ومكانتها الاجتماعية.

ولا اظن ان الإعلام فقط هو المسؤول عن هذه الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، فالمجتمع مسؤول عن حالة التنميط هذه التي تنتقل بالضرورة الى الاعلاميين فهم بالنتيجة أبناء مجتمعهم ويعبرون عنه.

علينا الاعتراف بوجود اختلاف في الكفاءات والخبرات بين الرجال انفسهم وبين النساء، لكن الفرق واضح في تعامل الإعلام التمييزي بين الرجل والمرأة ففي حالة تغطية الرجل يتم منحه مساحة اوسع من المرأة وإذا اخطأ فإن خطاه مغفور ويتعامل الإعلام معه باعتباره حدث عادي بخلاف تغطية الإعلام لخطأ المرأة الذي يتم توجيهه نحو حياتها الشخصية ويتم اسقاط كل ثقافة المجتمع السلبية ضد المرأة عليها، مما يؤثر سلبا على حياتها الاجتماعية والعائلية والخاصة، والمرأة في هذه الحال تتعرض لما يصل الى اغتيال الشخصية، وخير مثال على ذلك ما يحدث في مجلس النواب وتحديدًا في قضية ما بات يعرف للأسف بقضية «الملوخية» التي اقام الإعلام الدنيا ولم يقعددها بالرغم من ان القصة كلها لا تحتاج لكل هذا التعنيف والتعليقات على الحادثة، لكن لأن مصدرها امرأة حصل الذي حصل.

اضافة لذلك فإن لدينا مشكلة الان في تعريف من هو الاعلامي ومن هو الصحفي، ومن هو الاعلامي الرسمي والاعلامي المستقل، ولكن بالنتيجة فإن هذا الإعلام يعمل على تنميط أكثر لصورة المرأة بشكل عام ومشاركة المرأة السياسية على وجه الخصوص.

ولا بد من الاشارة هنا الى وجود تفاوت لدى العاملين في الإعلام أو حتى الرجال السياسيين في الحساسية لقضايا النوع الاجتماعي والجنس، واقصد هنا ان التنميط لا يتوقف فقد عند الاعلاميين بل عند مسؤولين في الحكومة واشير هنا الى السائحة الكندية التي تبين

رئيسة اتحاد المرأة الأردنية/ عضو مجلس الأعيان سابقاً «آمنة الزعبي»:

والاحزاب، وحتى الإعلام الحليف للمرأة وقضاياها. ولا يمكننا انكار وجود تمييز في الإعلام ضد المرأة التي وصلت لمواقع سياسية جعلتها في موقع اتخاذ القرار، ويصل التنميط الاعلامي الى اقتحام خصوصيتها وحياتها الشخصية وتشويهها، ولا يتم تقييم أداؤها وانما يعتمد الإعلام تصيد الهفوات للنساء اكثر بكثير من تصيده لهفوات الرجال، مما ينتج عنه تمييزا مكشوفاً بين الرجل والمرأة، وهناك رجال اقل خبرة من النساء لكن اخطاء الرجال لا تظهر في الإعلام بالصورة التي يتم فيها إظهار اخطاء النساء.

على المرأة التدرب على مهارات الاتصال والتواصل مع الاعلام، وعليها امتلاك خطاب عام حقوقي متزن وواضح ومقنع وهي اولوية يجب ان تهتم المرأة بها، وربما يتم ذلك من خلال ورشات تدريب قد ينفذها مركز حماية وحرية الصحفيين للمرأة لتدريبها وإكسابها خبرات في كيفية التعامل مع الاعلام، كذلك فانه يجب تدريب الاعلاميين على قضايا النوع الاجتماعي والتغطية المثلى لقضايا المرأة، وحقوق الانسان، والجنس وغيرها من القضايا ذات المساس المباشر بقضايا المرأة.

ان التنميط الاعلامي للمشاركة السياسية للمرأة يؤثر سلباً على حضورها ويحرمها من مخاطبة الرأي العام وعرض آرائها وافكارها ومشاريعها، فالمرأة الاردنية ليست اقل قدرة وخبرة وفكراً من الرجل، لكن ذكورية المجتمع التي تنعكس على الإعلام تساهم في تكريس تنميط صورة المرأة.

ان عدم وجود استراتيجية وطنية جادة تضمن منظومة قيمية سبب رئيسي لتنيط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، فلا توجد ضوابط واضحة، ولا توجد رؤية أو آليات محددة مما انعكس سلباً على الكثير من القضايا المتعلقة بتغطية المرأة في الاعلام.

أشير الى مشاركة المرأة في الانتخابات على سبيل المثال فهي لا تملك حرية الاختيار وتخضع لثقافة المجتمع وقرار العائلة في الانتخاب، ويساهم الإعلام في هذا الجانب بالترويج لأفكار مختلفة معززا العشائرية كأساس لخيارات الناخبين مما يحول دور المرأة الى دور هامشي لا أثر له لان لا دور سياسي لها.

من هنا تبرز مسؤولية الإعلام والمجتمع والمرأة باعتبارهم مسؤولين عن تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، بينما على الدولة دور يتوجب عليها القيام به، من حيث تعديل التشريعات والقوانين التي تتضمن تمييزاً وتنميطاً للمرأة وانتقاصاً من دورها ومكانتها في المجتمع، فبعض التشريعات تساهم في تنميط صورة المرأة.

والمرأة في احيان كثيرة ليست حليفة جيدة لدعم دور المرأة السياسي، ففي بعض الأحيان تساهم في تقديم المرأة بصورة نمطية في وسائل الاعلام، ومع ذلك فمن الاجحاف تحميل المرأة مسؤولية تنميط صورتها.

الدولة تتحمل في هذا الجانب مسؤولية تكريس الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، وكذلك الإعلام الشعبي وحتى مؤسسات المجتمع المدني

المديرة التنفيذية في اتحاد المرأة الأردنية «ناديا شموخ»:

الإعلام باعتبار ان الإعلام والاعلاميين هم ناقلون لثقافة المجتمع وذكوريتهم.

الاعلام يغطي الواقع وهو صوت المجتمع وصورته، وبالتالي فإن الإعلام يعكس الصورة النمطية للمرأة في المجتمع، ويروج لتلك الافكار ولا يستطيع الخروج عليها لان ثقافة المجتمع لا تقبل الخروج على هذا التنميط الذي يرى في المرأة ربة بيت وليست امرأة منخرطة في العمل السياسي والعمل العام وترسم سياسات وتطرح افكاراً.

هذه العقلية الذكورية لن تسمح للإعلام بنشر تغطية

لدينا مشكلة في احصاء الارقام، كم وزيرة، وكم نائبة وكم قاضية وكم امرأة في مركز صنع القرار؟، بينما المشاركة السياسية للمرأة إن لم تكن من القاعدة فهي مشكلة، على سبيل المثال كم امرأة تشارك في الانتخابات النيابية، لكن كم امرأة تنجح وتصل الى البرلمان؟.

حين نتحدث عن استهداف النخب النسائية، فالنساء تترشح وتنجح، والكويتا ساعدت في وصول المرأة الى البرلمان، بينما ظل دور الاحزاب ضعيفاً، ومرتبب بصوت الرجل وتوجهاته، وهناك بالطبع العشائرية ودورها في تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة والتي تنعكس في

والمجتمع ينظر للمرأة بناء على ثقافة اللاوعي المترسبة في عقلية المجتمع وثقافته، فهي مستضعفة، لا تصلح للعمل السياسي وقل قدرة من الرجل على الأداء، ومن هنا عندما يتم انتقاد المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام فإن هذا النقد يصل الى حياتها الشخصية وقد يصل الى سمعتها بعكس الرجل.

لا بد من التأكيد على ان الاعلاميين لديهم مفاهيم ملتبسة عن النوع الاجتماعي والجنس وقضايا المرأة بشكل عام مما يستدعي تدريب الاعلاميين على التغطيات المثلى لقضايا النوع الاجتماعي وقضايا المرأة، وكذلك فإن المرأة بحاجة للعديد من التدريب لاكتساب مهارات تتعلق بكيفية تعاملها مع الاعلام، وكيفية الوصول والتواصل مع المؤسسات الاعلامية والاعلاميين حتى تكون حاضرة ولتحول الى مصدر للمعلومات مما سيسمح لها بالحصول على مساحة ظهور أوسع في الإعلام مما سيساهم في تخفيف الصورة النمطية لها.

متوازنة للمشاركة السياسية للمرأة في مواجهة الرجل، كما ان المرأة نفسها تتحمل مسؤولية استمرار تمييز صورتها في الإعلام الذي يهتم بمن يقدم المعلومة وينشط ويفرض نفسه على الإعلام بالخبرة والكفاءة والتواصل والمعلومات وسهولة وصول الإعلام إليها.

الهجوم على المرأة في الإعلام اسهل بكثير من الهجوم على الرجل في حال اخطأ أي منهما، ويظهر استقواء الإعلام على المرأة أكثر من الرجل، حتى في اللقاءات والحوارات فإن المقابلة الاعلامية مع المرأة تكون مختلفة إذا كانت مع الرجل، والمساحة التي يمنحها الإعلام للمرأة اقل من المساحة التي يمنحها للرجل، وهذه كلها بسبب العقلية الذكورية والنمطية التي يتم النظر والتعامل فيها مع المرأة، وفي ثقافتنا الذكورية يتم توصيف المرأة بأنها «مسترجلة» إذا ما انخرطت في العمل السياسي أو العمل العام، وهو توصيف يستهدف الانتقاص من المرأة ومكانتها ودورها وصولا الى اتهامها.

الكاتب والناشط السياسي والنائب السابق «جميل النمري»:

ووقوفها، إذ على المرأة وبموجب الثقافة الذكورية يجب ان تكون متحفظة وخائفة ومترددة قليلة الكلام ومستعدة للانسحاب ولا قدرة لها على المواجهة والنقاش، بمعنى ان اخطاء المرأة عار وعورة بخلاف اخطاء الرجل التي ينظر الإعلام إليها باعتبارها اخطاء عادية.

ما تتعرض له المرأة في مشاركتها السياسية يصل الى حد اغتيال الشخصية من قبل وسائل الإعلام والمجتمع نفسه وهذا امر محبط للمرأة، لأن الإعلام يتعامل مع اخطاء المرأة بطريقة فضائية ويتم تكريس ذلك استنادا للصورة النمطية والانطباعية عن المرأة باعتبارها غبية، وقليلة الحيلة، وتعجز عن الحضور العام، والاعلام يجاري هذه الصورة ويتعامل معها ويكرس هذه الصورة النمطية باعتبارها موضوعا فضائيا يظهر اخطاء المرأة.

يحدث هذا في الوقت الذي تحسنت فيه مشاركة المرأة في الاعلام، لكن لا تزال المشكلة قائمة وتتكسر، فما يحدث للمرأة في الإعلام يحدث لها في قطاعات اخرى مثل قطاع التعليم وقطاع الصحة، ومجلس النواب والحزاب وحتى مؤسسات المجتمع المدني فلا تزال المرأة تتعرض في هذه المؤسسات للتنميط والتمييز، ولذلك تحرم المرأة من شغل المواقع القيادية وتمنح للرجال.

وعلى الاعتراف بان التمييز والتنميط يقع على المرأة الاعلامية العاملة في الصحافة والاعلام فقد تكون تمتلك خبرات ومهارات أوسع من العديد من زملائها الرجال، لكن عند توزيع المقاعد القيادية والادارية فإنها

تطورت صورة المرأة في الإعلام في السنوات الاخيرة لانعكاس المكتسبات التي حققتها لمشاركتها السياسية في البرلمان وفي الحكومات، وانتقالها من كونها صورة رمزية منمطة للمرأة كنوع من الحضور الرمزي الفولكلوري الى الحضور الحقيقي.

في البداية وعندما تم اقرار كوتا للمرأة في مجلس النواب قام الإعلام بالتعامل مع هذه القضية باحتفالية زائفة في المناسبات وفي الاحتفالات، وهي نفس طريقة تعامل الذكور مع المرأة وقيادات مجلس النواب داخل المجلس ولجانته الدائمة.

ثم اثبتت المرأة حضورها الجدي في منافسة الرجل والحضور في التعبير السياسي وفي المقارعة في القضايا العامة بحيث أصبح يحسب لها حساب كما الرجل، وقد تحسن هذا الحضور بانعكاسه في وسائل الاعلام.

نحن ما زلنا في بداية الطريق لتغيير الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، وللخروج من الصورة المحنطة للمرأة من الطابع الفولكلوري لها، وعلى مستوى اخر فلا تزال الاحكام المسبقة على المرأة خصوصا التعامل مع الخطاب النسوي سلبي جدا ومخجل.

تظهر الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في الإعلام أكثر ما تظهر حينما تخطيء المرأة في قضية ما، عندها ينبري الإعلام الى نقدها وتوبيخها وصولا الى حياتها الشخصية مروراً بلباسها وطريقة كلامها

تذهب للرجال وتستثنى النساء منها، وهو تمييز ظاهر وواضح للعيان في مختلف مؤسساتنا الاعلامية.

الايديولوجية الذكورية هي التي تقود المجتمع وذات نفوذ كبير وطاقى، وهذه الايديولوجية هي التي تضع المرأة دائماً تحت التأطير، وتبقى محكومة لهذه الايديولوجية في الوسط الاعلامي الذي تحكمه ذات الايديولوجية الذكورية المجتمعية وبالتالي تنعكس في المواقف العملية فلدنى بعض الاعلاميين نزعة ذكورية

في تغطية قضايا المرأة والنوع الاجتماعي وحتى تجاه زميلاتهم في العمل وفي داخل المؤسسة الاعلامية الواحدة.

هذه المشكلة تحتاج لمناقشتها من مختلف جوانبها وتفرعاتها، مما يستوجب على المؤسسات الاعلامية تدريب إعلاميها وخاصة الجدد منهم على كيفية تغطية قضايا المرأة ورفع حساسيتهم لقضايا الجندر، واعتقد ان اية مناقشة لقضايا الجندر ستكشف المستور حتماً.

المحامية والعضو السابق في مجلس نقابة المحامين «سميرة زيتون»:

عندما تخطيء المرأة السياسية فإن هذا الخطأ يتعامل الاعلاميون معه باعتباره قضية كبرى وفي غاية الخطورة ويتم توجيه الانتقادات اللاذعة وصولاً الى حياتها الشخصية واغتيالها، مما يؤثر سلباً على حياتها الخاصة وعلى عائلتها، وهذا ما يدفع بالمرأة السياسية أو الناشطة في العمل العام لتجنب الإعلام الذي يبحث عن اية أسباب ليرى المرأة في حالات ضعفها، وفشلها.

والاعلام هنا يتولى بنفسه شيطنة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، بينما إذا اخطأ الرجل فإن هذا الخطأ يتم التعامل معه من قبل الإعلام باعتباره حدث عابر لا أثر له ولا قيمة، ومن هنا تبرز قصيدة التنميط لصورة المرأة في الإعلام لأن الإعلام نفسه لم يستطع تجاوز النظرة الذكورية التقليدية للمرأة.

وفي الجانب الاخر فإنني أعتقد ان للمرأة دور أيضاً في تكريس تنميط مشاركتها السياسية فهي لم تقدم نفسها في الإعلام بشكل يظهر قدرتها على تحمل المسؤولية والمحاورة والنقاش ضمن خطاب سياسي واعي مؤثر، كما انها لم تقدم نفسها للإعلام باعتبارها قادرة على امتلاك المعلومة وبالتالي هي قادرة ان تكون مصدراً للمعلومات وهو ما يريده الاعلاميون عادة.

المرأة تحتاج بذل جهود لاكتساب مهارات التواصل مع الجمهور ومع الإعلام ومع الراي العام، وكذلك الاعلاميين فهم يحتاجون للتدريب على تغطية قضايا المرأة ورفع حساسيتهم لقضايا النوع الاجتماعي، فضلاً عن وضع مدونات سلوك في الوسائل الاعلامية لضمان تغطية أكثر عدالة في قضايا المرأة.

من الاسباب الجوهرية لتنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام هي ثقافة المجتمع والمرأة نفسها، والاعلام، فحضور المرأة في الإعلام يبقى في أدنى حدوده، ويتم التعامل مع المرأة ضمن صورتها النمطية التي يتم إظهارها في الدعاية الاعلامية كإعلانات العطور والجواهر ومنظفات الغسيل وغيرها.

والمرأة لا ينقصها عقل أو قدرة أو تجربة ومع ذلك لا يزال المجتمع ينظر اليها بعين ذكورية، ويتعامل معها باعتبارها جسد فقط، وماكينة لخدمة الزوج والعائلة... الخ.

هذا التنميط السيء لصورة المرأة سببه المجتمع وثقافته وسلوكياته ونظرته للمرأة وقد انعكست هذه النظرة المجتمعية على الاعلاميين الذين يحملون افكار نمطية عن المرأة ويعكسونها في اعمالهم وفي تغطياتهم الاخبارية.

لم تأخذ المرأة حقها في تسلم المواقع القيادية والادارية وظلت ضحية هذه النظرة النمطية الذكورية التي تعتمد على قاعدة التفوق الذكوري، بالرغم من ان الواقع يقول غير ذلك، فالمرأة العاملة أو المرأة السياسية لديها مهمات اوسع واكبر من مهمات الرجل فالى جانب مسؤوليتها السياسية والادارية والاجتماعية لديها مسؤوليات البيت والعائلة. وكما قلت فإن الإعلام جزء من المجتمع ويعكس نفسه في موقف الاعلاميين من المرأة وقضايا مشاركتها السياسية، ولذلك تراه يظهر هذه المشاركة بما تستدقه من الاهتمام لان اعتبارات المجتمع تحكمه ومن هنا لا تبدو قضية تنميط صورة المشاركة السياسية للمرأة في الإعلام ستتغير في المدى المنظور.

عضو مجلس محافظة البلقاء «د. ابتسام الدسيت»

الاردنية بشكل عام فإن تنميط صورة المرأة في الإعلام لا يحتاج للكثير من الجدل حول من يقف خلفه ومن يتسبب به، وبالنتيجة فإن كل النساء الناشطات سياسياً تأثرن سلباً بضعف أداء البرلمانيات في مجلس النواب.

اعتقد ان من أسباب عدم قدرة المرأة على الظهور في الإعلام وتغيير صورتها النمطية ضعفها الاقتصادي والمالي، الى جانب الخوف الذي يحكم شخصيتها فهي تخاف من موقف المجتمع منها في حال أخطأت في قضية ما لأن الإعلام لن يرحمها حينها وسيصل الى حياتها الشخصية مما يؤثر على خصوصيتها وعائلتها، ولذلك تجد المرأة اقل معارضة من الرجال وأكثر هدوء لأن تعامل الإعلام مع اخطاء الرجل لا تكاد تذكر بخلاف تعامله مع اخطاء المرأة التي يتحول خطأها الى مسألة شخصية تصل الى حد الاغتياال الشخصي، وقد يصل الحال بها الى تعرضها للابتزاز.

هناك العديد من المسائل التي تبدو المرأة بحاجة اليها للمساهمة في تغيير صورتها النمطية في الإعلام من أبرزها التحريب على القوانين والتشريعات وقضايا المرأة وكيفية التعامل مع الإعلام وامتلاك المعلومات وعقد ورشات تدريب للإعلاميين للتوعية والتثقيف تجاه تغطية قضايا النوع الاجتماعي والجنس لأن قلة من الاعلاميين لديهم دراية بهذا الموضوع خاصة الاعلاميين الجدد.

ومن المهم التأكيد ان المنظمات النسائية لا تقدم الكثير للمرأة للرفع من خبراتها ومهاراتها الثقافية لتعريفها في عملها السياسي وتقريبها من وسائل الاعلام، ولا ارى بحكم خبرتي أي جهد حقيقي مشترك بين المنظمات النسائية ووسائل الإعلام على اختلافها لتغيير الصورة النمطية للمشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، والاعلاميون يفهمون المساواة في التغطية بين الرجل والمرأة بخلاف مفهومه.

هناك قصور واضح في تغطية الإعلام للمشاركة السياسية للمرأة، ربما لان الإعلام يحاكي المجتمع الذي يمتلك نظرة سلبية للمشاركة السياسية للمرأة، ولذلك فإن الإعلام يغطي قضايا المرأة ومشاركتها السياسية وفقاً لما يريده الجمهور، مما يعني المزيد من تنميط صورة المرأة والتركيز على سلبياتها بخلاف الرجل.

ولا يبدو الإعلام والمجتمع الذكوري مسؤولاً فقط عن هذا التنميط بل تشاركهم في ذلك المرأة نفسها، ومؤسسات المجتمع المدني بما فيها الاحزاب التي تنظر للمرأة كرقم فقط، وكذلك مجلس النواب وحتى التشريعات والقوانين التي يساهم بعضها في تنميط المشاركة السياسية للمرأة مثل قانون الاحزاب الذي يشترط لتأسيس الحزب وجود 10% من النساء، فلماذا هذه النسبة فقط ولماذا لا يشترط القانون ان تكون المرأة ممثلة ايضاً في المراكز القيادية الحزبية على سبيل المثال إذا كانت الحكومة لديها الرغبة بتمكين المشاركة السياسية للمرأة.

والمرأة تساهم بشكل كبير في تنميط صورتها وعلى سبيل المثال فإن النساء في مجلس النواب لم تستطع معظمهن عكس صورة ايجابية للمرأة تحت قبة البرلمان وهي تمارس دورها السياسي والتشريعي والرقابي مما انعكس سلباً على صورة المرأة التي ظهرت ضعيفة ولا قدرة لها على توجيه خطاب للرأي العام مقنع ومؤثر، مما كرس الصورة النمطية الذكورية للمرأة في مجتمعنا والتي تقول بان المرأة لا تصلح للعمل السياسي والمشاركة السياسية.

هذه المعوقات كفيلة لوحدها لانعكاسها السلبي لنمطية المشاركة السياسية في الاعلام، فالصحافة بالنتيجة تبحث عن صاحب الخطاب المؤثر وصاحب الموقف المؤثر الذي يلفت نظر الشعب، ولضعف أداء المرأة في مجلس النواب بشكل خاص وفي الحياة السياسية

وزير الدولة لشؤون الإعلام سابقاً ورئيس تحرير سابق لجريدة الغد «جمانة غنيمات»:

وحتى نتحدث بشفافية اوسع فإن الإعلام أو حتى التشريعات أو وضع استراتيجيات لن تنجح في تغيير هذا الواقع الذكوري ما لم يتم العمل على تغيير عقلية المجتمع ونظرتهم للمرأة مما يستدعي من الحكومات إدخال ثقافة حقوق الانسان ومفاهيم المساواة والجنس والنوع الاجتماعي في المناهج الدراسية الاولى لتربية النشأ الجديد على هذه المفاهيم وبالتالي الرفع من حساسية الطلبة للنوع الاجتماعي ومفاهيم حقوق الانسان والمساواة وعدم التمييز...الخ.

ويجب على الإعلام والمجتمع محاكمة المرأة في عملها السياسي على منجزها وليس على شكلها ووضعها الاجتماعي، ومن هنا اماننا الكثير لإنجازه والعمل عليه والمرأة هنا مطالبة بالمزيد من النضال لتحقيق مكاسب حقيقية، وحتى تنجح في هذه المواجهة يجب ان تكون الحركة النسائية قوية جداً، وكذلك مؤسسات المجتمع المدني التي يجب ان تكون فاعلة، ومن تجربتي الشخصية فلم تقم الحركة النسائية الاردنية بدعمي في مواجهة ما كنت اتعرض له أو تتعرض له زميلات وزيرات، وكذلك مؤسسات المجتمع المدني التي كانت تختلف مع بعضها البعض حول دعمي ام لا.

وعلى الاعتراف بوجود قصور في الإعلام في بعض النواحي المتعلقة بتغطية المشاركة السياسية للمرأة، فالإعلام أيضاً مسؤول عن تنميط هذه الصورة للمشاركة السياسية للمرأة، ولا أنكر وجود العديد من الزميلات والزملاء الذين يتبنون الدفاع عن قضايا المرأة ولديهم حساسية كافية لقضايا النوع الاجتماعي لكن هذا لا يكفي.

وعلى الاعتراف أيضاً ان المرأة الأردنية نفسها تحمل عقلية ذكورية لكونها نتاج البيئة والمجتمع، فالمرأة مثلاً في الانتخابات لا تصوت للمرأة، ولذلك ليس من المستغرب ابدا ان تجد امرأة ضد المرأة، وهذا امر موجود للأسف في كل القطاعات.

هناك ما يشبه التنميط على التنميط لصورة المرأة بشكل عام، ففوق التنميط المتداول للمرأة هناك تنميط اخر لصورة المشاركة السياسية للمرأة في الاعلام، وهناك بالتأكيد جملة عوامل لهذا التنميط اولها المجتمع الذكوري الذي لا يتعامل مع المرأة بمساواة مع الرجل.

هذا المجتمع بعقليته وسلوكه الذكوري يحاكم المشاركة السياسية للمرأة من خلال شكلها الخارجي فقط، ولا ينظر لشكل الرجل، والمشكلة الاعمق ان حضور المرأة ومشاركتها في الحياة العامة وفي الحكومات وفي المواقع السياسية والادارية هو مجرد وجود ذكوري، وعلى المرأة هنا ان تثبت نفسها وبالعكس ذلك فإن العقلية الذكورية السلطوية ستبقى هي القوة في تنميط صورة المرأة المرتبطة بالمطبخ وبالعائلة.

هناك حكم جندي مسبق على المرأة المشاركة في العمل السياسي والعمل العام وبقى اداءها للأسف يحتكم لعقلية المجتمع الذكورية التي لا ترى المرأة خارج المطبخ وما تقوم به من ادوار.

أذكر هنا عندما دخلت الحكومة تم الحكم علينا كوزيرات في بداية عمل الحكومة باعتبارنا عديمات الخبرة والكفاءة، لكن الأخطر ما أطلقه إعلاميون وسياسيون علينا من توصيفات مثل «حكومة الوزيرات المطلقات»، لكنهم لم يتحدثوا عن الوزراء «المطلقون»، وتمت محاكمتنا بهذه النظرة الذكورية دون ان ينظروا الى عمل الوزيرات وما انجزنه، وما هي خبراتهن، لقد كان الحكم على الشكل، وقد تعرضت لعشرات المواقف من هذا القبيل، فقط تم التركيز على ما ارتديه من ملابس، وتسريحة شعري وطريقة وقوفي ولهجتي وكلامي وحركة يدي...الخ، ووصل الامر الى التدخل في حياتي الشخصية والخاصة، بل أقحموا ابنتي في عملي السياسي.

هناك ما يشبه سياسة غير معلنة تهدف الى تكسير مشاركة المرأة في العمل السياسي، ومن هنا يكرس الإعلام الصورة النمطية السائدة للمرأة، فلا يوجد نقد منطقي وعقلاني وموضوعي للمرأة أو تقييم حقيقي يستند الى ما تقدمه من منجزات وافكار.

الملحق رقم (4): انطباعات المستجيبين والمستجيبات في أوجه الاختلاف بالتغطية الإعلامية بين السياسيين الذكور والسياسيات الإناث

1. تفضل الإناث عن الذكور بسبب تكوين الأثنى أحن وموقفها أليين.
2. السيدات اللاتي يعملن في وسائل الإعلام غير كفؤات «عدم وجود الكفاءة»، وهذا يولد عند العنصر الذكري مجالاً للسخرية من المرأة.
3. عدد الإناث أقل من الذكور، ولذلك يلجأ الصحفيون والإعلاميون لتغطية الرجال أكثر من النساء.
4. حجم تواجد الإناث في الحياة السياسية أقل بكثير من الذكور في المناصب السياسية، لكن بشكل عام طبيعة الشخص ومواقفه تفرض وجوده في وسائل الإعلام.
5. النواب والسياسيين لهم حضور دائم ولهم نفوذ والقدرة والمرونة للوصول للإعلام بشكل سهل، ووجودهم تحت مجالس نيابية أو محلية يتحركون من خلالها.
6. التركيز على دور الرجل والتقليل من دور المرأة.
7. الجوانب الإنسانية والشخصية الخاصة.
8. يميل إلى السياسيين الذكور بصورة إيجابية أكثر من الإناث لأن الحيز والأشياء المتاحة تكون متوفرة أكثر.
9. مشاركة المرأة السياسية تختلف من حيث الخبرة في الحياة السياسية وعدم استمرارية المرأة في العمل لسنوات طويلة.
10. حضور المرأة السياسية وظهورها يكون أقل في المناسبات من حضور الرجل السياسي، ولذلك تكون التغطية أقل.
11. الأداء الفعلي لكل شخص كرجال وإناث.
12. دور المرأة نفسها، عادات المجتمع والثقافة.
13. ذكورية المجتمع أفرزت رجال سياسيين أكثر من النساء من حيث العدد.
14. الرجل يتمتع بنشاط أكثر من المرأة وأجراً منها، والعدد المحدود للسياسيات الإناث.
15. لدى السياسيين الرجال قدرة للوصول إلى أماكن لا تصل لها السياسيات الإناث، وأيضاً الارتباط العشائري للرجل أقوى من الارتباط العشائري للمرأة، فالبعض يرى أن المرأة عورة.
16. الأريحية بالحوار مع الرجل بشكل أفضل من المرأة بالمجال السياسي.
17. الحساسية في تغطية العنصر الأنثوي أكثر من الرجال لأنها تتحول إلى قضايا عشائرية ومحاكم في بعض الأحيان.
18. تنحاز التغطيات للرجال أكثر بناء على العادات والتقاليد.
19. الحرية أكبر من خلال الرجال أكثر من النساء.
20. قدرة الرجال للوصول إلى الجهات الإعلامية من خلال الدعم المالي أو بعض الامتيازات أكثر من الإناث.
21. إظهار وتركيز الضوء على النائب أكثر من النائب المرأة.
22. تفضل الإناث عن الذكور بسبب تكوين الأثنى أحن وموقفها أليين.
23. عدد الإناث أقل من الذكور، ولذلك يلجأ الصحفيون والإعلاميون لتغطية الرجال أكثر من النساء.
24. الصورة النمطية التي كرستها العادات والتقاليد.
25. عدم الاتزان والموضوعية بتناول المادة الصحفية.
26. انحياز وعلاقات شخصية للرجال أكثر من النساء.

27. إعطاء الرجل حرية أكثر من النساء بالوسائل المتاحة.
28. من حيث القدرات المالية، إدامة العلاقات مع الرجال أكثر من النساء.
29. انتقاد الجمهور للوزير الرجل، يهاجم تصريح الوزير أو أدائه، بينما عندما تكون المتحدث وزيرة فإن هناك نوع من الهجوم الشخصي، وطريقة ظهورها أكثر من صلب الموضوع.
30. الذكور أكثر امتداد وسلطة، وأقوى مالياً واجتماعياً، يكون داعماً أكثر وهذا يساعده على التواصل بشكل أكثر.
31. لأن تغطية الإعلام لمداخلات النواب الذكور تختلف عن النواب الإناث أو النظرة لهم بأن النساء من النواب وصلوا للنيابة عن طريق الكوتا.
32. عدد السياسيين الذكور أعلى من عدد السياسيات النساء، وايضاً التركيز على أخطاء السياسيات ومحاسبتهن عليها أكثر من السياسيين الذكور.
33. التركيز على أخطاء المرأة خاصة في اللامركزية من خلال الإعلام.
34. لا يوجد انخراط للنساء في مجالس النواب ومقتصرة على الذكور فقط.
35. وسائل الإعلام تستهين بدور المرأة وتقل من عقليتها وإدارتها.
36. لا تؤخذ قرارات المرأة السياسية على محمل الجد في وسائل الإعلام.
37. تغطية أكبر لأخبار الرجال السياسيين من النساء، وعدم أخذ نشاط النساء السياسيات على محمل الجد وتهمش جهودها.
38. علاقة المرأة السياسية مع المجتمع والصحافة.
39. بعض الصحفيين يركزون في تغطياتهم الإعلامية على النواب (الرجال) لإبراز أنشطتهم، في المقابل يغيبون المرأة السياسية عن المشهد وينتظرون منها أي خطأ حينها يبدؤون بالتركيز عليها.
40. أحياناً يتم إبراز دور المرأة بشكل منفصل أو بتقارير مخصصة موجهة على المرأة.
41. الغالبية من الصحفيين منازون للرجل، والرجل يطرح قضايا المرأة بناء على الخلفية المجتمعية.
42. التركيز على إنجازات الذكور أكثر من الإناث، وأخطاء الإناث مضاعفة دائماً وتسلب الضوء عليها.
43. يكون نوعاً من الهجوم أكبر في حال إذا أخطأت الأنثى، وعلاقات الذكور الإعلاميين تكون أكبر وتغيب الأنثى عن الإعلام.
44. التغطية للذكور تركز على أفكارهم وطروحاتهم سواء بالتأييد أو الرفض لها، لكن الإناث غالباً تتخذ طابع هجومي وكثيراً ما تهتم بالمظاهر الخارجية.
45. من حيث الحجم والتكرار والموقع والمساحة وعدد الكلمات وطول التقرير وتنوع المادة لا يكون نفس الشيء، وايضاً قلة عدد النساء في المناصب القيادية العليا وذلك يؤدي أن ظهورها يكون أقل.
46. في وسائل الإعلام يطغى الرجل السياسي في الحديث بالمواضيع المتعلقة بالشؤون السياسية أكثر من المرأة بسبب الاعتقاد السائد بأن المرأة ضعيفة في هذا المجال وأن الرجل أكثر ثقة بالتحدث بالشؤون السياسية للمرأة.
47. المرأة يتم تغطيتها بشكل يسخف من وجودها وبشكل هجومي.
48. طبيعة المرأة بالتواصل مع الناس اجتماعياً خجولة أكثر من الرجل.
49. تتغلب التغطية السياسية للبرلمانيين الذكور بناء على مصالح شخصية.
50. التركيز على الرجال أكثر من النساء بسبب عدم معرفة المرأة بأهمية الإعلام وإيصال صورة جيدة ومتواصلة عن عملها السياسي.
51. التحيز للرجال دائماً.

رؤية المركز:

بناء وتعزيز الديمقراطية وعملية الإصلاح بما يدعم حرية التعبير والإعلام في العالم العربي وبما يكفل الالتزام بالمعايير الدولية لحرية الصحافة.

رسالة المركز:

مركز حماية وحرية الصحفيين، مؤسسة مجتمع مدني تسعى إلى الدفاع عن حرية الإعلام وتوفير الحماية للصحفيين العرب والتصدي للانتهاكات التي يتعرضون لها و تعمل على تطوير مهاراتهم المهنية وتمكينهم من الوصول الحر للمعلومات وتغيير وتطوير التشريعات التي تفرض قيوداً على حريتهم وبناء بيئة سياسية واجتماعية وثقافية داعمة لإعلام حر ومستقل.

الأهداف الرئيسية للمركز:

- دعم حرية واستقلالية وسائل الإعلام والإعلاميين.
- توفير الحماية للإعلاميين وأمنهم والتصدي للانتهاكات التي يتعرضون لها.
- تعزيز مهنية واحترافية الإعلام والارتقاء بدوره في الدفاع عن الديمقراطية والحريات العامة والإصلاح.
- تطوير البيئة التشريعية والسياسية والاجتماعية والثقافية الحاضنة للإعلام.

تأسس مركز حماية وحرية الصحفيين عام 1998 كمؤسسة مجتمع مدني تنشط في الدفاع عن الحريات الإعلامية في الأردن بعد سلسلة من الانتكاسات على الصعيد المحلي بدأت من إصدار قانون المطبوعات والنشر المؤقت في عام 1997 والذي وضع قيوداً متزايدة على الإعلام وتسبب في إغلاق العديد من الصحف.

ويعمل المركز من أجل صيانة الحريات وتجذير البناء الديمقراطي في الأردن والعالم العربي بالإضافة إلى احترام حقوق الإنسان والعدالة والمساواة والتنمية في ظل مجتمع منفتح مبني على أسس من الحوار واللاعنف.

ويحافظ المركز على دور مستقل، شأنه شأن منظمات المجتمع غير الحكومية، ولا يدخل طرفاً في العمل السياسي بأي شكل من الأشكال، ولكن في سياق دفاعه عن حرية الإعلام والإعلاميين يتصدى المركز لكل السياسات والتشريعات والإجراءات التي تشكل قيوداً على حرية الإعلام.

وينشط المركز كمؤسسة غير حكومية في العالم العربي من أجل تطوير حرية الإعلام وتعزيز قدرات واحتراف الإعلاميين، عبر برامج وأنشطة متخصصة، كما ويعمل مع الصحافة ومؤسسات المجتمع المدني على حماية البناء الديمقراطي واحترام مبادئ حقوق الإنسان.