

قضايا المرأة العمانية كما تعكسها

برامج التليفزيون العماني

نجمة بنت سعيد بن خميس السريري*

إشراف / أ.د. سامي طابع**

مقدمة:

شهدت العقود الثلاثة الماضية اهتماماً خاصاً بالمرأة على المستويين الدولي والوطني، نتيجة جهودهما في هذا المضمار، وزيادة الوعي بأهمية المرأة ودورها الفعال في التنمية، فالمرأة هي نصف المجتمع ولا يستطيع أي مجتمع أن ينمو ونصفه، معطل بفعل الظروف والعوامل المتوارثة، الأمر الذي يستوجب العمل على تهيئة الظروف المناسبة، لتمكين المرأة في المشاركة في معظم مجالات الحياة تبعاً لقدرتها⁽¹⁾.

لقد حظيت المرأة العمانية منذ انطلاقة النهضة المباركة بعناية ورعاية فائقة من لدنحضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم، إذ فُتحت أمامها فرصالتعليم كافة بمختلف مراحل ومستوياته، والعمل في مختلف المجالات، والمشاركة في مسيرة البناء الوطني، وقد تجسد ذلك على نحو واضح منذ تولي جلالته مقاليدالحكم في البلاد عام1970م، وذلك من خلال الرؤية الحضارية لباني نهضة عُمانالحديثة التي تركز على الثقة الكاملة في قدرات المواطن العماني من ناحيةوالعمل على الاستفادة القصوى من الموارد البشرية العمانية من ناحية أخرى⁽²⁾.

وفي عام 1971م بدأت أنشطة المرأة العمانية تتخذ شكلاً نظامياً، فبعد إنشاء جمعية المرأة العمانية في مسقط، تنالت الجمعيات في كافة أرجاء السلطنة حتى وصلت حالياً إلى 58 جمعية للمرأة العمانية. وتهدف هذه الجمعيات إلى توفير الإمكانيات والفرص للمرأة لكفلها اجتماعياً وتطوير مهاراتها وقدراتها، بالإضافة إلى توفير مقر للورش التدريبية والدورات التي تخصها.

* باحثة دكتوراة بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة
** الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

قضايا المرأة العمانية كما تعكسها برامج التلفزيون العماني

وتقديرًا لجهودها ودورها في بناء المجتمع العماني، فقد خُصص بأمر من صاحب الجلالة يوم 17 أكتوبر من كل عام يوماً للمرأة العمانية، حيث يحتفي هذا اليوم بمنجزات المرأة ومساهماتها، كما تعقد العديد من الندوات والمؤتمرات التي تُعنى بشؤون المرأة، ومن أهمها: ندوة المرأة العمانية، وندوة التمكين الاقتصادي للمرأة العمانية، واليوم تبرز مكانة المرأة العمانية عربياً وعالمياً، وأصبحت محط أنظار العديد من النساء اللواتي يصيبن للوصول إلى ما وصلت إليه المرأة العمانية ببذل الجهود المتواصلة والعمل دون توقف نحو مستقبل أفضل لها وللمجتمع.

كما تشارك السلطنة اليوم دول العالم في الاحتفال السنوي بيوم المرأة العالمي الذي يصادف الـ 8 من مارس من كل عام، وتحرص وزارة التنمية الاجتماعية على تفعيل دور المرأة في المجتمع، وتسهيل الضوء على تحقيق التكافؤ بين الجنسين، حيث يشكل يوم المرأة العالمي فرصة لعرض الإنجازات والتطورات التي وصلت إليها المرأة، وفي هذا السياق حققت المرأة العمانية الكثير من الإنجازات في المجالات السياسية والاجتماعية والتنموية وغيرها في ظل الرعاية السامية لحضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم - حفظه الله ورعاه.

ويعكس مشروع الاستراتيجية الوطنية لتقدم المرأة العمانية الذي انطلق عام 2001م، اهتمام السلطنة بقضايا المرأة، ودعمها نحو التقدم والرقى، وتمكينها مجتمعياً للمساهمة في تقدم البلاد. وتم تشكيل لجنة توجيهية لمتابعة المشروع وتنفيذه بالقرار الوزاري رقم 2014/150، وتعمل اللجنة على إعداد خطة عمل وطنية شاملة بعضوية أكثر من ثلاثين عضواً يمثلون الجهات المعنية، لمتابعة وتنفيذ المشروع وضمان تحقيق أهدافه، كما أصدر المركز الوطني للإحصاء والمعلومات دليلاً لتمكين المرأة العمانية.

وقد خُصصت المادة (2) في النظام الأساسي للدولة لحقوق المرأة، وتمت صياغة تشريعات عدة تكفل حقوق المرأة في كافة المجالات، إذ أصدر قانون العمل الجديد الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 2003/35 أحكاماً تنص على تحقيق المساواة بين المرأة والرجل في مجال العمل، وخاطب الجميع

بـ(العامل) دون تمييز، كما راعى طبيعة المرأة بعدم السماح بتشغيلها في الوظائف والأعمال الشاقة والضارة جسدياً وأخلاقياً. كذلك يضم قانون الأحوال الشخصية 282 مادة في حقوق المرأة، مؤكداً على أهمية إتباع الشرع الذي يأمر بتأدية كافة حقوق المرأة دون نقصان⁽³⁾.

واتخذت السلطنة العديد من التدابير لكفالة حقوق المرأة في الكثير من المجالات، ففي مجال التعليم والتدريب تعكس المؤشرات في هذا الجانب تطور الوضع التعليمي للمرأة، حيث انخفضت نسبة الأمية لديها من 29.5% عام 2003م إلى 19.4% عام 2010م، حيث تم إصدار مجموعة من الكتيبات التي تلبي احتياجات الدراسات فيما يتعلق بأمور الحياة الاجتماعية والاقتصادية التي تساعد علمواكبة المستجدات بما يخدم منهاج محو الأمية. وارتفعت نسبة التحاق الإناث بالتعليم الأساسي إلى 50% خلال العام الدراسي 2013/2012م، وبلغت نسبة الإناث المسجلات في نظام القبول الموحد في مارس 2014م 53% من المسجلين، كما أن نسبة الخريجات من إجمالي نسبة الخريجين بالكلية التقنية للعام الأكاديمي 2014/2013م بلغت 41.1%، فيما بلغت نسبة المسجلات للالتحاق بهذه الكليات في العام الأكاديمي ذاته 40%. كما ارتفع عدد الإناث الشاغلات لمقاعد البعثات الداخلية للعام الدراسي 2014/2013م إلى ستة آلاف وتسع وأربعين طالبة، وأظهرت الإحصائيات زيادة توجه الفتاة العمانية للالتحاق بالتعليم العالي، حيث ارتفع عدد الملتحقات بالتعليم العالي من العُمانيات بنسبة 23% من واحد وأربعين ألفاً وخمسمائة وثلاثة وخمسين طالبة في العام الدراسي 2008/2007م إلى واحد وخمسين ألفاً وثمانية وأربعين طالبة في العام الدراسي 2012/2011م.

وفي مجال المشاركة السياسية، فالمرأة لها الحق في ممارسة الحقوق السياسية التي كفلتها التشريعات الوطنية، فقد صدر قانون انتخاب أعضاء مجلس الشورى بالمرسوم السلطاني رقم (2013/58) مبيناً شروط الانتخاب في عضوية مجلس الشورى، وقد جاء متوافقاً مع أحكام النظام الأساسي للدولة، بحيث يتيح للمرأة حق الترشح والانتخاب في مجلس الشورى دون أن يكون هنالك شروط أو قيود تميز بين الرجل والمرأة، وتمثل النساء في مجلس الدولة نسبة 18% خلال الفترة الخامسة (2011-2015م) للمجلس، بينما تمثل نسبة 1.2% في

مجلس الشورى فيفترته السابعة (2011-2015م)، كما التحقت عدد تسع نساء بعضوية المجالس البلدية ممن ترشحن بالانتخاب وممن التحقن بعضوية المجالس من أهل المشورة وممثلات للحكومة.

كما حققت المرأة العمانية في مواقع السلطة وصنع القرار مكسباً برلمانياً مهماً يحسب للمرأة العمانية بشكل خاص وللمرأة العربية بشكل عام، وذلك بانتخابها نائبة لرئيس لجنة التنسيق للنساء البرلمانيات التابعة للاتحاد البرلماني الدولي الذي أقيم في شهر أكتوبر عام 2014م بتزكيته من المجموعة العربية، كما تُمثل المرأة العمانية السلطنة كسفيرة وفي عدد من المنظمات الدولية ومنها المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة الإيسيسكو، مندوبية السلطنة الدائمة لدى الأمم المتحدة، ومنظمة التجارة العالمية. كما أنه في مجال تقلد المرأة لوظائف في السلطة القضائية، فقد بلغت نسبة النساء العاملات في هذا المجال 19%، ممثلة في الوظائف التالية: رئيس ادعاء عام، وكيل ادعاء عام أول، وكيل ادعاء عام ثان، معاون ادعاء عام⁽⁴⁾.

وانطلاقاً من الاهتمام الكبير الذي توليه السلطنة لقطاع المرأة والتزاماتها في تحقيق التكافؤ والمساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات، وتعزيز حقوقهن في إطار إعلان ومنهاج عمل بيجين، فقد تم إعداد التقرير الوطني حول التقدم المحرز في تنفيذ إعلان ومنهاج عمل بيجين بعد عشرين عاماً، ومناقشته في المؤتمر العربي رفيع المستوى الذي عُقد بالقاهرة يومي 2-3 فبراير 2015م.

لقد انضمت سلطنة عمان إلى ثلاث من اتفاقيات الأمم المتحدة الرئيسية السبع لحقوق الإنسان، وهي: "اتفاقية حقوق الطفل" (1996)، و"اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز العنصري" (2003)، و"اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة" (2006)⁽⁵⁾.

أما بالنسبة للمواثيق الإقليمية فقد وافقت سلطنة عُمان على "إعلان القاهرة لحقوق الإنسان في الإسلام"، الصادر عن مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية عام 1990، وهو وثيقة إرشادية لا تحتاج إلى تصديق. كما وافقت

على "الميثاق العربي لحقوق الإنسان/ المعدل"، الذي اعتمده القمة العربية في تونس في مايو 2004، لكنها لم تصادق عليه شأن معظم الدول العربية.

من هنا برزت بشدة أهمية دراسة معالجة برامج التلفزيون العماني لقضايا المرأة في سلطنة، وبخاصة في ظل الاهتمام المحلي والإقليمي والعالمي بالمرأة وقضاياها المختلفة.

تحديد المشكلة البحثية:

تعتبر قضايا المرأة من أهم القضايا التي يتم مناقشتها في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، وجاء هذا الاهتمام متماشياً مع الاتجاه السياسي العام في أغلب البلاد العربية الذي أصبح يولي المرأة وقضاياها اهتماماً متزايداً، حيث تنبع أهمية قضايا المرأة وخصوصيتها من أنها تتشابك مع كل القضايا المجتمعية السياسية والاجتماعية والصحية والتعليمية وغيرها....

وفي ظل هذا الاهتمام المتنامي في كل دول العالم بدراسة كافة قضايا المرأة بأشكالها المختلفة، وتمشياً مع الاهتمام المتزايد والملحوظ من وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها بقضايا المرأة. كذلك في ظل ما تمثله قضايا المرأة من أهمية خاصة لسلطنة عُمان بوجه خاص، إذ أنها لا تعكس فقط الواقع الراهن في السلطنة بكل ما يتحمل به هذا الواقع من آمال وتطلعات، بل وتعكس أيضاً تاريخ هذا المجتمع ومسيرته نحو تحقيق التنمية والتقدم.

في ضوء ذلك تتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد وتحليل المعالجة التليفزيونية لقضايا المرأة في سلطنة عُمان، من خلال الوقوف على أهم وأبرز الأطر الإعلامية التي وظفتها برامج التلفزيون العماني خلال طرحها لقضايا المرأة في السلطنة.

أهمية موضوع الدراسة:

1- إن رصد وتحليل السمات النوعية لتقديم قضايا المرأة والأطر التي تطرح من خلالها داخل الخطاب التليفزيوني العماني، يُمثل أمراً حيوياً، فموضوع قضايا المرأة في سلطنة عُمان مازال بلا دراسة شاملة، ويحتاج إلى مزيد من الدراسة والتعمق.

- 2- تشير كثير من الدراسات إلى أن الموضوعات المتعلقة بقضايا المرأة في العالم العربي تحتاج إلى مزيد من الدراسات العلمية التحليلية منها والميدانية، على جميع الأصعدة السياسية والإعلامية والحقوقية.
- 3- أهمية الفترة التي الزمنية التي يتناولها التحليل والتي اختارها الباحثة، وهي فترة تعقب العديد من الثورات في بعض البلدان العربية، وما شهدته أغلب هذه البلدان من تطورات لاحقة، شهدت معها أزمات وصراعات يتعلق بعضها بقضايا وحقوق المرأة العربية، وبالتالي أهمية رصد تأثير ذلك على التناول الإعلامي لقضايا المرأة في سلطنة عمان.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف هي:

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

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة برصد الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي تختص بقضايا المرأة المختلفة، وقامت بعرضها من الأحدث إلى الأقدم على النحو الآتي:

- 1- دراسة إسراء عاطف إبراهيم الغزالي (2018)⁽⁶⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل الصورة التي تقدم بها المرأة العاملة في الدراما التلفزيونية في الفضائيات المصرية وذلك بإلقاء الضوء على نوعية الأدوار التي يتم تقديمها عن المرأة العاملة، والتعرف على أهم القضايا والمشكلات التي تعرضها الأفلام والمسلسلات والتي تتعرض لها المرأة العاملة، كما تسعى الدراسة إلى تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين طبيعة الصورة المقدمة عن المرأة العاملة في الأفلام والمسلسلات المصرية والواقع الحقيقي الذي تعيشه في المجتمعات المختلفة وذلك عن طريق مقارنة نتائج الدراسة بالدراسات السابقة التي أجريت في هذا الشأن ونتائج الدراسة الميدانية. ومن أجل ذلك اختارت الباحثة مجموعة من الأفلام (من فترة الخمسينيات إلى وقتنا الحالي) والمسلسلات التي تنوعت فيها صورة المرأة العاملة. اعتمدت الباحثة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي ويتضمن مسح المضمون ومسح الجمهور. تم اختيار عينة من المسلسلات والأفلام المعروضة على قناتي (سى بي سى دراما، وروتانا سينما) حيث تم تحليل مضمون ثلاثة مسلسلات من أصل 17 مسلسل تم عرضها و42 فيلم من أصل 573 فيلم، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان على عدد 400 سيدة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- جاء اتجاه المضمون المقدم نحو المرأة العاملة في الأفلام والمسلسلات عينة الدراسة (سلبية) في المرتبة الأولى، تلاه الاتجاه (الإيجابي) في المرتبة الثانية.
- جاء ظهور الأسرة المتماسكة في الأفلام في الترتيب الأول، تلتها الأسرة المفككة، بينما ظهرت نوع العلاقة بين المرأة العاملة وأسررتها بالمسلسلات مفككة في المرتبة الأولى، وغير واضحة في المرتبة الثانية، وهو ما يعكس اختلافاً في رؤية كتاب الدراما لحجم تأثير العمل على المرأة المصرية وعلى علاقتها الأسرية والاجتماعية.
- جاءت المرأة راضية عن عملها بنسبة 50% في المرتبة الأولى، تلتها المرأة غير راضية عن عملها.

- جاءت أهم المشكلات التي واجهت المرأة العاملة بالأفلام والمسلسلات كالاتي: وضع قيود على عملها، إهمال الأسرة والواجبات المنزلية، تحمل مسؤولية الأسرة بمفردها، مشاكل مع الزوج بسبب عملها أو الانفصال عنه، سوء معاملة الزملاء والرؤساء.

2- دراسة سارة محمد يونس (2018)(7).

يمكن تحديد مشكلة البحث في ”رصد وتحليل قنوات الطهي الفضائية المتخصصة والعرف على المضامين الصحية والغذائية فيها، إلى جانب دراسة أنماط تعرض جمهور المرأة المصرية لقنوات الطهي وبرامجها. تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية. وتعتمد هذه الدراسة منهجي المسح الإعلامي والمقارن. وتقوم هذه الدراسة باستخدام عدة أدوات لجمع البيانات: استمارة الاستبيان، مقياس التثقيف الغذائي، استمارة تحليل المضمون. أجريت الدراسة على عينة تحليلية تتمثل في عينة من البرامج المقدمة عبر قنوات الطهي الفضائية وهي قناتي (CBC سفرة المصرية، وقناة فتافيت)، كما أجريت دراسة ميدانية على عينة عشوائية من المرأة المصرية من سن 21- 50 عام قوامها 440 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- اعتماد قنوات الطهي الفضائية (عينة الدراسة) على مقدمي برامج من الإناث أكثر من الذكور.
- تصدرت (السرعات الحرارية والعناصر الغذائية الموجودة بالأطعمة) قائمة موضوعات وقضايا التثقيف الغذائي وقنوات الطهي الفضائية.

3- دراسة أسماء مجدي (2015)(8).

استهدفت هذه الدراسة التعرف على المعالجة الإعلامية لما تقدمه القنوات الفضائية العربية عن قضايا المرأة السعودية، والتي تقدم في إطار واقع اجتماعي، تحكمه محددات ثقافية وقيمية معينة، فضلاً عن التوجه الإعلامي نحوها بالاتفاق أو المعارضة، والأسانيد المستخدمة في تدعيم وجهات النظر المتباينة نحو قضايا المرأة السعودية، وكذلك الوقوف على معرفة مدى تأثير

تلك المعالجات الإعلامية بكافة أبعادها على تشكيل وعي المرأة السعودية، ومدى إدراكها لواقعها وحقوقها.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- كانت القضايا الاجتماعية في مقدمة نوعية القضايا التي تركز البرامج الحوارية عينة الرصد عليها، تلاها القضايا الدينية، ثم قضايا المشاركة في الحياة العامة، ثم القضايا الصحية، فالقضايا الاقتصادية، فالقضايا القانونية، ثم قضايا العنف ضد المرأة.
- جاءت الفتاوى الدينية في صدارة القضايا المتعلقة بالمرأة، وفي المرتبة الثانية جاء الاهتمام بالعلاقات الزوجية، وفي المرتبة الثالثة جاء إبراز النماذج الإيجابية من السيدات السعوديات والعربيات.
- 47.4% من قضايا المرأة السعودية كان الجمهور المستهدف من مناقشتها الأسرة، ثم في المرتبة الثانية المرأة السعودية، ثم في المرتبة الثالثة جاء استهداف الجمهور العام.
- تبين أن بعض القضايا تحظى باهتمام كبير إعلامياً، مثل: مشاكل الطلاق، وحضانة الأبناء، وقضية زواج الرجل من فتاة صغيرة السن، وتعدد الزوجات، واستقدام العاملات الأجنبية.

4- دراسة ياسمين علي الدين محمد (2015)⁽⁹⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج التلفزيونية في معالجة قضايا عمل المرأة، من خلال تحليل نماذج من البرامج التلفزيونية في عدد من القنوات الفضائية العربية للوقوف على كيفية معالجتها لقضايا عمل المرأة بهدف التعرف على نوعية هذه القضايا وأهم الاختلافات في المعالجة التلفزيونية بين القنوات محل الدراسة. وقد قامت الباحثة بتحليل ثلاثة برامج تلفزيونية هي: الستات ما يعرفوش يكذبوا، كلام نواعم، دانتيلا في الفترة من 2014/1/1 وحتى 2014/7/1.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- أثبتت الدراسة أن هناك عدداً محدوداً من البرامج التي تنطرق إلى قضايا عمل المرأة، فلا يوجد اهتمام كبير بمثل هذه القضايا، كما أثبتت أن الاهتمام غالباً ما يكون بقضايا المرأة الاجتماعية وموضوعات الموضة والديكور والإكسسوارات والطهي وتكون قضايا عمل المرأة في المرتبة الأخيرة في اهتمامات البرامج التلفزيونية.
- تناولت 90% من البرامج قضايا عمل المرأة في الحضر ولم يكن هناك تطرق لقضايا عمال المرأة في الريف بالقدر الكافي.
- ركزت البرامج على الأعمال التقليدية التي تقوم بها المرأة بينما تجاهلت الأعمال غير التقليدية والتي أصبحت ذات نسب عالية في المجتمع العربي.

5- دراسة حسن علي قاسم (2013)⁽¹⁰⁾.

اهتمت هذه الدراسة برصد وتحليل دور الفضائيات في معالجة قضايا الصحة العامة للمرأة المصرية، حيث سعت الدراسة لقياس مدى الاستفادة من مشاهدة البرامج الخاصة بالمرأة، وقياس مدى اهتمام المرأة المصرية بالموضوعات الصحية، ومدى اهتمامها بقضايا المرأة المصرية.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- أظهرت الدراسة أن مدى الاستفادة من مشاهدة البرامج المعنية بصحة المرأة بلغت 89% من إجمالي العينة. أما عن اهتمام المرأة بالموضوعات الصحية فقد أظهرت الدراسة أن 85% من إجمالي العينة يهتمون بالموضوعات الصحية.
- أشارت الدراسة إلى وجود فروق جوهرية بين خصائص عينة الدراسة في مدى اهتمام المبحوثات بالقضايا الصحية من حيث متغيرات: السن والتعليم والعمل والدخل ومنطقة السكن.

- أظهرت الدراسة أن نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات الصحية يصل إلى 64%.

6- دراسة علي سلمان الجبوري (2012)⁽¹¹⁾.

هدفت هذه الدراسة الحالية إلى تحديد القضايا السياسية في المجتمع العراقي بعد أحداث عام 2003، ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على توعية المرأة العراقية بدورها الفاعل في المشاركة الإيجابية في العملية السياسية من خلال البرامج الموجهة للمرأة. قام الباحث بإجراء دراسة تحليلية للبرامج الخاصة بالمرأة في القنوات الفضائية العراقية في الفترة من 2001/1/1 إلى 2012/3/31، كما أجرى دراسة ميدانية على عينة عشوائية بلغت 400 مبحوثة من النساء العراقيات تتراوح أعمارهن بين 19- 50 سنة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- كانت أبرز القضايا التي تناولها برنامج السيدات أولاً بقناة العراقية هي: البطالة، السياسة الداخلية، المساواة، كما كانت أبرز القضايا ببرنامج النساء أولاً بقناة الفيحاء هي: حقوق الإنسان، السياسة الداخلية، المساواة، قضايا التمييز ضد المرأة، حقوق وواجبات المرأة.
- تعددت أسباب تفضيل المرأة العراقية لمشاهدة البرامج النسائية عينة الدراسة وكان أهم تلك الأسباب أنها تعبر عن أحوال المرأة العراقية، ولأن المرأة العراقية تتعرف من خلالها على أحوال بلدها وتكتسب منها المعلومات السياسية.
- جاءت قضايا الوضع السياسي للمرأة، والحقوق السياسية والدستورية للمرأة، والاحتلال الأمريكي للعراق، في مقدمة القضايا التي تهتم بها المرأة في العراق.

7- دراسة ابتسام محمود محمد (2011)⁽¹²⁾.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على القضايا التي اهتمت بها برامج المرأة والقضايا التي أغفلتها، ودوافع مشاهدتها لهذه البرامج، والإشباع المتحققة منها، إذ استخدمت الدراسة في شقيها منهج المسح بالعينة من خلال

مسح عينة من النساء العربيات موزعة على أربع مناطق جغرافية هي: وادي النيل، منطقة الخليج العربي، منطقة المشرق العربي، منطقة المغرب العربي، واستخدمت الباحثة عينة عشوائية قوامها (200) مبحوثة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- وجود علاقة بين المستوى التعليمي للمرأة والتعرض لبعض القنوات، إذ تختلف المبحوثات في نسبة المشاهدة وفق المستوى التعليمي.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم مشاهدة قنوات المرأة العربية والدوافع الطقوسية والنفعية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات عينة الدراسة طبقاً للمنطقة الجغرافية وحجم المشاهدة لقنوات المرأة العربية، فيما يتصل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات عينة الدراسة طبقاً للحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، وحجم مشاهدتها لقنوات المرأة العربية.

8- دراسة شيرين عوض (2011)⁽¹³⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى توصيف وتحليل الكيفية التي عالجت بها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية موضوعات المرأة وقضاياها، ومدى مساهمتها في تشكيل معارف الجمهور نحو قضاياها، وشمل نطاق الدراسة التحليلية برنامج "كلام نواعم" على قناة mbc1 والذي يقدم موضوعات وقضايا حول المرأة. كما أجريت دراسة ميدانية على عينة متاحة من مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية بلغت 400 مبحوث من الجمهور العربي المقيم في مصر موزعة بالتساوي بين الإناث والذكور في الفئة العمرية 18 سنة فأكثر.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- جاءت القضايا الاجتماعية في مقدمة القضايا التي يتناولها برنامج كلام نواعم، يليها القضايا الإعلامية والفنية، ثم القضايا القانونية والثقافية

قضايا المرأة العمانية كما تعكسها برامج التلفزيون العماني

والتعليمية والصحية والدينية، ثم القضايا الاقتصادية، ثم القضايا الرياضية، فالقضايا السياسية والبيئية.

- تتابع عينة الدراسة من المبحوثات قضايا المرأة في البرامج الحوارية أحياناً بنسبة 50.8%، وتتابعها دائماً بنسبة 43.2%، وجاءت عدم متابعتها بنسبة 6%.

- تمثلت أهم أسباب مشاهدة البرامج الحوارية التي تناقش قضايا المرأة في: أنها تكسبني معرفة ومعلومات حول قضايا المرأة، ثم بحكم طبيعة عملي.

9- دراسة رحاب أحمد إبراهيم (2009) (14).

اهتمت الدراسة بدور الإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة تجاه المرأة الريفية، حيث سعت الدراسة إلى التعرف على أهم القضايا التي تواجه المرأة الأمية بالريف المصري.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- جاءت نتائج الدراسة لتؤكد أهمية التفسيرات الدينية التي تقع في مقدمة الأفضليات، تليها كيفية المحافظة على الصحة. وأشارت الدراسة إلى حرص النساء بالريف المصري على مشاهدة التلفزيون بنسبة مرتفعة.

10- دراسة إحسان عبد المجيد (2009) (15).

استهدفت هذه الدراسة عرض وتحليل رؤية الدراما السينمائية لحقوق المرأة المصرية ودورها في تدعيم أو تهميش حقها كمواطنة لها حقوق وعليها واجبات في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية من خلال تحليل نماذج من الأفلام السينمائية عبر فترات تاريخية مختلفة وهي بداية السينما وحتى قبل ثورة يوليو 1952، ومرحلة ما بعد قيام الثورة من 1952-1970، ومرحلة الانفتاح الاقتصادي والهيكلية من 1971-1991، ومرحلة الألفية من 2001-2008، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتبار الفيلم السينمائي وحدة التحليل. وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- لعبت السينما دوراً في تبني كثير من قضايا المرأة إلا أن العادات والتقاليد والأعراف ومراعاة الاتساق معها كان حجراً عثرة في طريق الأفلام السينمائية التي عملت على طرح القضايا وترك النهايات مفتوحة للجماهير كفيلم أريد حلاً في فترة السبعينيات.
- استصدار العديد من القوانين التي تعطي المرأة حقها كقانون الخلع الذي تناولته السينما في فيلم محامي خلع وأريد خلعاً ولكن في إطار كوميدي مع إثارة انتباه المرأة حتى لا تسيء استخدام تلك الحقوق في غير صالحها.

11- دراسة أسماء سمير إبراهيم (2009) (16).

تهدف الدراسة إلى التعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين معالجة القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة لقضايا المرأة، والتعرف على دوافع استخدام المرأة لبرامج المرأة، وأجريت الدراسة على عينة من القنوات الفضائية، وتمثلت في القناة الفضائية الليبية، وقناة تلفزيون سلطنة عمان، وقناة الأردن الفضائية، والقناة الفضائية المصرية الأولى، والعينة الميدانية أجريت على 200 مفردة من السيدات العرب المقيمت بمصرفي المراحل العمرية 18 سنة فأكثر.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- معظم البرامج تهتم بالموضوعات الخاصة بديكورات المنازل واكسسوارات المرأة والماكياج والتجميل وصحة المرأة والأم الحامل بشكل أكبر من باقي الموضوعات.
- أظهر تحليل مضمون اهتمام البرامج عينة الدراسة بالقضايا الاجتماعية للمرأة، يليها الاهتمام بالقضايا الصحية، ثم القضايا الثقافية والسياسية والقانونية والاقتصادية والدينية.
- أهم الموضوعات الاجتماعية الخاصة بالمرأة المهمة للمبجوتات عينة الدراسة من مشاهدة برامج المرأة بالقنوات الفضائية العربية هي: عمل المرأة، ثم طرق إعداد الطعام، ثم الماكياج والتجميل والشعر.

- أن معظم البرامج المقدمة في تلك القنوات تهتم بالموضوعات الخاصة بديكورات المنازل، واكسسورات المرأة، والمكياج، وصحة المرأة، والأم الحامل.
- أن المبحوثات عينة الدراسة يفضلن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية أكثر لأن برامجها مشوقة وجذابة، وبسبب التقديم البرامجي المتميز، ولأن موضوعاتها مهمة، ولأن برامجها تناسب ميولهن واهتمامتهن، ولأن أوقات البث البرامجي تناسب المبحوثات.
- تمثلت أهم دوافع مشاهدة المبحوثات عينة الدراسة برامج المرأة المقدمة في القنوات الفضائية العربية في: التعرف على معلومات تفيدني في حياتي، ثم تعلم كيفية التعامل مع الأسرة والطفل، وكذلك التعرف على اهتمامات المرأة في الدول العربية الأخرى.

12- دراسة وسام نصر (2006) (17).

استهدفت هذه الدراسة رصد واقع حملات التوعية الصحية المقدمة بالراديو والتلفزيون والمعنية بالثقف الصحي للمرأة المصرية، وذلك من خلال رصد هذا الواقع من حيث الموضوعات التي تتناولها هذه الحملات وأهدافها والجمهور المستهدف منها واللغة المستخدمة في رسائلها. طبقت الدراسة على حملات التوعية الصحية الخاصة بالثقف للمرأة على مدار عام كامل بواقع 14 حملة تشمل 33 رسالة توعية صحية، وشملت عينة الدراسة الميدانية المرأة المصرية في المرحلة العمرية من 18 سنة فما فوق وبلغت 400 مبحوثة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- أشارت الدراسة إلى أن الواقع الصحي للمرأة المصرية المعاصرة لازالت تعتريه العديد من أوجه القصور كاستمرار إجراء عملية الختان للإناث بشكل كبير في المناطق الريفية والشعبية والعشوائيات، واستمرار ظاهرة الزواج المبكر للإناث في سن أقل من 18 سنة، كما

أشارت الدراسة إلى أن الحملات الصحية قد تجاهلت العديد من القضايا الصحية للمرأة.

13- دراسة سامية دسوقي (2005)⁽¹⁸⁾.

استهدفت الدراسة التعرف على دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية من خلال عينة قوامها (396) مفردة من المبحوثات المصريات اللاتي تتراوح أعمارهن ما بين (20-50) سنة.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- تشاهد 52.8% من المبحوثات عينة الدراسة البرامج التلفزيونية التي تتناول قضايا البيئة أحياناً، وتشاهدها 20.2% نادراً، بينما تشاهدها 7.3% بصفة منتظمة.
- أهم الأشكال التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثات عينة الدراسات بالترتيب هي: حديث مباشر 32.1%، برنامج حوار 30.2%، رسائل توعية 34.9%، والقالب الدرامي 43.7%.
- وجود فروق في مستوى المعرفة السطحية والمتعمقة والكلية بقضايا البيئة بين المستويات التعليمية المختلفة للمبحوثات لصالح ذوي المستوى التعليمي المرتفع.

14- دراسة R. Lance Holbert (2003)⁽¹⁹⁾.

استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين التعرض للمحتوى التلفزيوني للبرامج، والمواد الترفيهية والآراء المتعلقة بوضع المرأة في المجتمع والتعرف على الآراء التي تتعلق بحقوق المرأة من خلال دور محتويات البرامج التي تقدم في القنوات التلفزيونية.

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- البرامج ذات المحتوى الترفيهي في التلفزيون متأثرة تأثراً واضحاً بالآراء ذات العلاقة بحق المرأة ودورها في المجتمع.

قضايا المرأة العمانية كما تعكسها برامج التلفزيون العماني

- إمكانية الاستفادة من المحتوى التلفزيوني الترفيهي في تشكيل الآراء والانطباعات عن موضوعات تهم الرأي العام.
- إمكانية استخدام البرامج الترفيهية في التعرف بالآراء السياسية والثقافية التي تخص حقوق المرأة.
- أنه يمكن استغلال المضمون التلفزيوني الترفيهي في تشكيل الآراء والانطباعات التي تهم الرأي العام.

تساؤلات الدراسة:

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

الخطوات المنهجية للدراسة:

تحديد مجتمع الدراسة

يشمل على كل البرامج التلفزيونية بتلفزيون سلطنة عمان.

تحديد عينة الدراسة

تقوم الباحثة بتحليل مضمون البرامج التلفزيونية المذاعة على تلفزيون سلطنة عمان، والتي تهتم بتناول موضوعات وقضايا المرأة.

الإطار الزمني لعينة الدراسة التحليلية

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

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وهي الدراسات التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه، كما لا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها⁽²⁰⁾.

وتعتمد الباحثة في الدراسة الحالية على منهجي المسح (Survey)، وتحليل المضمون (Content Analysis) كمناهج يتم الاعتماد عليها لإجراء الدراسات الوصفية.

ومنهج المسح هو "عبارة عن بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التي يسعى الباحث لدراستها، كما يعد منهج المسح المنهج الأكثر استخداماً في بحوث الإعلام، حيث يمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية أو تفسيرية أو استكشافية، وتستخدم المسوح بوجه عام في الدراسات التي تهدف إلى دراسة الأفراد، فالمسوح هي أفضل المناهج البحثية المتاحة في الدراسات

قضايا المرأة العمانية كما تعكسها برامج التلفزيون العماني

الاجتماعية للحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع كبير قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه" (21).

كما تعتمد الباحثة على المنهج المقارن، لرصد أوجه التشابه والاختلاف على المستويين التحليلي والميداني للمعالجات الإعلامية المختلفة في البرامج التلفزيونية العمانية لموضوعات وقضايا المرأة العمانية.

أدوات جمع البيانات:

صحيفة تحليل المضمون:

تعتمد الدراسة الحالية على صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات من برامج التلفزيون العماني عينة الدراسة.

نتائج تحليل البرامج:

- القوالب والأشكال البرمجية لل فقرات بالبرامج:

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان قد اعتمدا بشكل أساسي على قالب الحوار، حيث تم استخدامه في فقرات البرامج عينة الدراسة بنسبة مرتفعة بلغت 96.6%، يليه وبفارق نسبي واضح جاء التقرير التلفزيوني الذي تم الاستعانة به في فقرات البرامج بنسبة 18.4% حيث تقوم بعض الفقرات بإداعة تقرير تلفزيوني ذو صلة بالموضوع أو القضية المطروحة للنقاش في الفقرة البرمجية، إلا أن النتائج قد أوضحت أن الاستعانة بقالب الندوة كان قليلاً للغاية حيث لم تتعد نسبته 1.1% وكان ذلك في برنامج من عمان ولم يتم الاستعانة بقالب الندوة مطلقاً في برنامج قهوة الصباح.

- نوع مقدم الفقرة البرمجية:

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان قد استعانا بمقدمي البرامج "الذكور والإناث معاً" في 41.4% من فقرات برامجهما، في حين استعانا بمقدمة البرامج "المرأة" فقط في تقديم فقرات البرامج بنسبة 29.9%، وجاءت الاستعانة بمقدم البرامج "الرجل" فقط بنسبة 28.7%.

وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات ونوع مقدم البرامج أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 36.479 عند درجتي حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.000)، وقد أشار معامل التوافق (0.544) إلى أن هذه العلاقة تتسم بالتوسط في القوة.

- الجمهور المستهدف من البرنامج:

يتضح من نتائج الجدول أن "المرأة بشكل عام" كانت هي الجمهور المستهدف الأول من فقرات برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة، حيث أشارت النتائج إلى البرنامجين قد توجها بالأساس للمرأة بنسبة 66.7%، وفي الترتيب الثاني كان الجمهور أيضاً امرأة ولكن بشكل أكثر تخصصاً، حيث توجهت فقرات البرنامجين إلى "صاحبات الأعمال" من النساء بنسبة 18.4%، كذلك خاطبت فقرات البرامج "المرأة العاملة" والتي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 16.1%، وجاء "الرجل" كجمهور مستهدف لفقرات البرامج في الترتيب الرابع بنسبة 11.5%، يليه "الفتاة الجامعية" في الترتيب الخامس بنسبة 8%، ثم كل من "المرأة ربة المنزل"، و"الطفلة الأنثى" في الترتيب السادس بنسبة 6.9% لكل منهما، يليهما "جمعيات ومنظمات المرأة" في المرتبة السابعة بنسبة 4.6%، ثم "الاتحادات والنقابات والغرف التجارية" في المرتبة الثامنة بنسبة 3.4%، وأخيراً جاءت "مكاتب استقدام عاملات المنازل" بنسبة 1.1%.

- مشاركة الضيوف في البرامج:

يتضح من نتائج الجدول وجود اتجاه عام لدى برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة، بضرورة الاستعانة بضيوف في فقرات برامجهما، حيث ظهر ذلك بنسبة مرتفعة بلغت 97.7% من إجمالي فقرات البرنامجين أثناء فترة التحليل، كما أظهرت النتائج أن عدم مشاركة ضيوف في فقرات البرامج لم يتعد ما نسبته 2.3% فقط، وأن ذلك كان في برنامج واحد فقط وهو برنامج قهوة الصباح، في حين أن كل فقرات برنامج من عمان كان حاضراً بها ضيوف.

وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات ومدى مشاركة الضيوف في فقرات البرامج، عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 1.191 عند درجة حرية واحدة، حيث بلغ مستوى المعنوية قيمة (0.275).

- تخصصات الضيوف المشاركين في فقرات البرامج:

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة، قد استعانا بعدد من الضيوف في تخصصات مختلفة أثناء طرح قضايا وموضوعات المرأة في السلطنة في فقرات البرنامجين، جاء في مقدمة هؤلاء الضيوف "خبير اقتصادي"، و"فنانة تشكيلية" بنسبة 11.5% لكل منهما، يليهما الضيوف في تخصصات "مسئول رسمي تنفيذي"، و"طبيب" في الترتيب الثاني بنسبة 9.2% لكل منهما، وجاء الضيف "الأكاديمي" في الترتيب الثالث بنسبة 8%، ثم "مسئول جمعيات أهلية" في الترتيب الرابع بنسبة 6.9%، يليه كل من "صاحبات أعمال"، و"فنانة موسيقية"، و"أخصائية فن الديكور"، و"طالبة مدرسية"، في المرتبة الخامسة بنسبة 4.6% لكل منهن، وفي المرتبة السادسة جاء الضيوف في تخصصات "خبير تربوي"، و"مُصورة فوتوغرافية"، و"مهندسة" بنسبة 3.4% لكل منهم، ثم جاء الضيوف في تخصصات "كاتب صحفي أو إعلامي"، و"مُصممة أزياء"، و"خبيرة في شئون الطبخ"، و"أديبة"، و"صيدلانية"، و"شاعرة" في المرتبة السابعة بنسبة 2.3% لكل منهم، وفي الأخير جاء الضيوف في تخصصات "سياسي"، و"عالم دين"، و"مُعلمة مدرسية"، و"أخصائية تجميل ومكياج"، و"باحثة في شئون المرأة والطفل"، و"ممثلة مسرحية"، و"أخصائية تنمية بشرية"، و"عالمة اتصالات وفضاء"، و"أخصائي تربية رياضية" في المرتبة الثامنة بنسبة 1.1% لكل منهم.

- قضايا وموضوعات المرأة العمانية المطروحة في التغطية الإعلامية بالبرامج:

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة، قاما بطرح عدد من قضايا وموضوعات المرأة العمانية من خلال فقرات البرنامجين جاءت مرتبة على النحو الآتي:

جاءت "الإبداعات الثقافية والعلمية" للمرأة العمانية في مقدمة تلك القضايا والموضوعات بنسبة 27.6%، يليها القضايا المتعلقة بـ "عمل المرأة في القطاع الخاص" في المرتبة الثانية بنسبة 19.5%، وجاءت الموضوعات التي تتعلق بـ "فنون الديكور والأزياء والموضة والتجميل" في المرتبة الثالثة بين القضايا والموضوعات بنسبة 17.2%، ثم قضايا "صحة المرأة العمانية" في المرتبة الرابعة بنسبة 13.8%، وفي الترتيب الخامس جاءت قضايا "تعليم المرأة" بنسبة 10.3%، ثم "المشروعات الصغيرة والمتوسطة" في المرتبة السادسة بنسبة 9.2%، يليها قضايا "المشاركة المجتمعية" في المرتبة السابعة بنسبة 6.9%، يليها "الفنون الموسيقية" للمرأة في سلطنة عمان في الترتيب الثامن بنسبة 3.4%، ثم "دور المرأة في رعاية الأطفال" في الترتيب التاسع بنسبة 4.6%.

يلي ذلك قضايا هي: "عمل المرأة في القطاع الحكومي"، و"المشاركة السياسية"، و"المرأة العمانية ووسائل الإعلام" في المرتبة العاشرة بنسبة 3.4% لكل منها، ثم قضايا: "حقوق المرأة في التشريعات والقوانين"، و"التدريب وورش العمل لاكتساب الخبرات"، و"فنون الطبخ"، والصناعات الحرفية" في المرتبة الحادية عشر بنسبة 2.3% لكل منها، وأخيراً جاءت قضايا: "تمثيل المرأة في النقابات المهنية"، و"الزواج والعلاقات الأسرية"، و"التفوق الدراسي لطالبات الجامعة"، و"عاملات المنازل الوافدات"، و"الطالبات ذوي الإعاقة السمعية"، و"مشروعات رواد ورائدات الأعمال"، و"تأسيس رابطة المهندسات العمانيات"، و"تعمين الوظائف" بنسبة 1.1% لكل منها.

- أساليب الإقناع التي وظفتها برامج الدراسة أثناء تناولها قضايا المرأة العمانية

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة، قد استعانا بعدد من أساليب الإقناع أثناء طرحهما لقضايا وموضوعات المرأة العمانية من خلال فقرات البرنامجين، جاء في مقدمة تلك الأساليب الإقناعية "الأساليب المنطقية" بنسبة 39.1%، يليها "الأساليب العاطفية" بنسبة 32.2%، ثم أخيراً "المزج بين الأساليب المنطقية والعاطفية" بنسبة 28.7%. وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات وأساليب الإقناع المستخدمة في معالجة القضايا، وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 19.711 عند درجتي حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.000)، وقد أشار معامل التوافق (0.430) إلى أن هذه العلاقة تنسم بالتوسط في القوة.

- معدلات التوازن في عرض قضايا المرأة العمانية ببرنامجي الدراسة

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة، قاما "بسررد معلومات فقط" أثناء طرح ومعالجة قضايا المرأة العمانية بنسبة 35.6%، وقد تقارب ذلك الأسلوب في التوازن مع "عرض وجهات نظر متعددة" الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 33.3%، يليه وبفارق نسبي متقارب أيضاً "عرض وجهة نظر واحدة" والذي جاء بنسبة 31%. وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات ومعدلات التوازن في عرض وتناول القضايا، وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 8.268 عند درجتي حرية، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.016)، وقد أشار معامل التوافق (0.295) إلى أن هذه العلاقة تتجه إلى الضعف في شدتها.

- الأطر المرجعية الواردة في التغطية البرامجية لقضايا المرأة العمانية

يتضح من نتائج الجدول أن "الأطر الاجتماعية" جاءت في مقدمة الأطر المرجعية التي وظفتها واعتمدت عليها فقرات برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة أثناء معالجة قضايا المرأة العمانية بنسبة بلغت 33.3%، في حين جاء الاعتماد على "أطر مرجعية ثقافية" في المرتبة الثانية بنسبة 25.3%، يليها "أطر مرجعية اقتصادية" في المرتبة الثالثة بنسبة 24.1%، ثم "أطر مرجعية تعليمية" في الترتيب الرابع بنسبة 14.9%، يليها "أطر مرجعية قانونية وتشريعات" في الترتيب الخامس بنسبة 12.6%، ثم "أطر مرجعية سياسية" في الترتيب السادس بنسبة 3.4%، وأخيراً وظفت البرامج "أطر مرجعية دينية"، و"أبيات شعر"، و"عادات وتقاليد مجتمعية" في الترتيب السابع بنسبة 1.1% لكل منها.

- نوع الأطر الإعلامية المستخدمة في عرض قضايا المرأة العمانية

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان عينة الدراسة قد قاما بمناقشة وطرح قضايا المرأة العمانية من خلال "إطار محدد للقضية" لتلك القضايا في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت 58.6%، في حين جاءت معالجة قضايا المرأة العمانية في فقرات البرنامجين من خلال "إطار عام للقضية" بنسبة 41.4%.

وقد أوضح اختبار كا² لدلالة العلاقة الإحصائية بين متغيري القنوات ونوع الإطار المستخدم، عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن قيمة كا² المحسوبة قد بلغت 1.551 عند درجة حرية واحدة، وبلغ مستوى المعنوية قيمة (0.213)، مما يعني عدم وجود فروق بين البرنامجين في نوع الإطار المستخدم.

– الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطية البرمجية لقضايا المرأة العمانية

يتضح من نتائج الجدول أن برنامجي قهوة الصباح ومن عمان قد وظفا عدداً من الأطر الإعلامية أثناء معالجة قضايا المرأة العمانية، جاء في مقدمة تلك الأطر الإعلامية "إطار الخدمات الصحية" بنسبة 28.7%، وفي المرتبة الثانية جاء "إطار إنجازات المرأة" بنسبة 24.6%، يليه في المرتبة الثالثة "إطار النتائج الاقتصادية" بنسبة 20.7%، ثم "إطار تمكين المرأة" في الترتيب الرابع بنسبة 19.5%، يليه "إطار الاهتمامات الإنسانية" في الترتيب الخامس بنسبة 16.1%، ثم "إطار علمي" في المرتبة السادسة بنسبة 9.2%، يليه "إطار الحلول" للقضايا المطروحة بالبرامج في الترتيب السابع بنسبة 8%، ثم "الإطار الأخلاقي" في الترتيب الثامن بنسبة 4.6%، ثم "إطار قانوني وحقوق" في الترتيب التاسع بنسبة 3.4%، يليه "إطار الأسباب" في الترتيب العاشر بنسبة 2.3%، وأخيراً "إطار المساواة بين الرجل والمرأة" في الترتيب الحادي عشر بنسبة 1.1%.

مراجع الدراسة:

- (1) علي سلمان درويش الجبوري، دور برامج المرأة في القنوات العراقية في التوعية بقضايا المجتمع السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2012)، ص2.
- (2) دور المرأة العمانية في بناء نهضة عمان، (2015)، على: <http://www.azamn.com/?p=171880>
- (3) المرأة في عمان (2015)، متاح على: <http://www.oman.om/wps/portal/!ut/p/a0/04>
- (4) الرعاية السامية والتشريعات القانونية عززت دور المرأة العمانية في التنمية (2015)، متاح على: <http://omandaily.om/?p=210350>
- (5) نجمة سعيد خميس السريري، "دور منظمات حقوق الإنسان في التأثير على اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسات الحكومية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2014)، ص53.
- (6) إسراء عاطف إبراهيم الغزالي، صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام و المسلسلات المصرية على القنوات الدرامية و علاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018).
- (7) سارة محمد يونس، دور قنوات الطهي الفضائية المصرية والعربية في التنقيف لغذائي للمرأة المصرية : دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2018).
- (8) أسماء مجدي أحمد السيد، معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015).
- (9) ياسمين علي الدين محمد المهدي، دور البرامج التلفزيونية في معالجة قضايا عمل المرأة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- (10) حسن علي قاسم، دور الفضائيات في معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).
- (11) علي سلمان درويش الجبوري، مرجع سابق.
- (12) ابتسام محمود محمد، معالجة قضايا المرأة في قنوات المرأة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2011).
- (13) شيرين عوض خليل، اعتماد الجمهور العربي على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2011).
- (14) رحاب أحمد إبراهيم، تصور مقترح لبرنامج تليفزيوني لمعالجة أهم قضايا المرأة الأمية في الريف، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، معهد الدراسات التربوية، 2009).

قضايا المرأة العمانية كما تعكسها برامج التلفزيون العماني

- (15) إحسان سعيد عبد المجيد، "المرأة وحقوق المواطنة في السينما المصرية: تحليل لنماذج بعض الأفلام"، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الحادي عشر: المسؤولية الاجتماعية والمواطنة، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مايو 2009).
- (16) أسماء سمير إبراهيم، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- (17) وسام محمد أحمد نصر، دور حملات التوعية في الراديو والتلفزيون في التثقيف الصحي للمرأة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).
- (18) سامية دسوقي عيد، "دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005).
- (19) R. Lance Holbert, Dharan V. Shah, Najion Kwak, (2003). "Political implications of primetime Drama and sitcom use: Genres of Representation an opinions Concerning Woman's Right", Journal of communication, Vol. 53, No. 1, 2003, p. 45-59.
- (20) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص153.
- (21) سامي طابع، بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001)، ص167.