

اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها

"دراسة ميدانية"

د/ خلف محمد الطاهات *
أ/ أسيل وليد أبو سليم **

مقدمة

أصبحت تكنولوجيا الاتصال وثورة الإعلام والتدفق الإخباري من أبرز ملامح العصر الراهن ، فقد أعطى التوسع المستمر في تكنولوجيا الاتصالات المواطن الأردني بشكل خاص والعربي بشكل عام فرصة الوصول إلى القنوات الفضائية في شكلها الحالي ، علماً بأن هذه القنوات تعد حالياً من أهم وأبرز الوسائل في مدى تأثيرها على الأفراد من خلال تكوين توجهاتهم وتشكيل الحقائق لديهم مع إسهامها في تطوير القيم المختلفة ، ذلك أنها أخذت تؤدي دوراً هاماً في بناء وتشكيل مستوى الوعي العام لأفراد المجتمع الأردني ، والتأثير على مفاهيمه ، وقيمه ، وعاداته وتقاليده ، حيث طغت على مكونات الوعي الأخرى كالأسرة والمدرسة وغيرها (عبيدات ، أبو الهيجاء ، ص 1 ، 2013) .

وبحسب التقرير الذي أصدرته دائرة الإحصاءات العامة الأردنية العام الماضي ، فقد أظهرت نتائج التعداد العام للسكان والمساكن أن عدد سكان الأردن بلغ حوالي (9.5) مليون نسمة ، حيث بلغ عدد الذكور حوالي (5) ملايين نسمة مقابل (4,5) مليون نسمة للإناث ، بمعنى أن النساء يشكلن ما نسبته (47%) من المجتمع . وأشار التقرير إلى أنه بين الأردنيين يبلغ عدد الذكور 104 ذكر مقابل 100 أنثى (التقرير السنوي لدائرة الإحصاءات العامة ، 2016)

وتقوم المرأة بدور هام في المجتمع ، باعتبارها تشكل تقريباً نصفه ، ويقع على عاتقها تطوير وبناء النصف الآخر منه ، فإن هذا الاعتراف يستدعي التعرف على الممارسات التي توطر عملها في المجالات الحيوية المختلفة سواء كانت ثقافية أو سياسية أو اجتماعية ، مما يساهم في تمكينها لتصبح مكوناً فاعلاً في بناء المجتمع والنهوض به ، ويشير مفهوم تمكين المرأة إلى تسليحها بالمعرفة العلمية المتعمقة بحقوقها ومكتسباتها ، مما يساعدها في تبوء مكانة إجتماعية تليق بها كشريكة حقيقية للرجل في المجتمع الحديث القائم على المساواة بين أفرادها في الحقوق والواجبات (الموسى ، ص 1 ، 2012) .

* أستاذ مساعد بكلية الاعلام – جامعة اليرموك

** باحثة بكلية الاعلام – جامعة اليرموك

ومن الطبيعي أن قضايا المرأة تختلف من أمة لأخرى وبل من شعب للأخر ، ففي الدول المتقدمة مثل أمريكا وأوروبا ثمة منظمات نسائية تناضل ضد الاغتصاب ، ومنظمات أخرى تناضل وتحشد الدعم لزيادة إنفاق الدولة على أبحاث سرطان الثدي المنتشرة كثيراً في الدول الغربية ، ومن المؤكد أن قضايا المرأة في الوطن العربي تختلف كلياً عنها في المجتمعات الغربية ، ولما كان الأردن أحد الدول العربية ، وتتشابه قضايا المرأة الأردنية نسبياً مع قضايا المرأة العربية . وبناءً عليه ، جاءت هذه الدراسة لمحاولة التعرف على اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية في معرفة حقوقها من خلال مدخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، وذلك بهدف معرفة الآثار (المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية) للقنوات التلفزيونية الفضائية بالتوعية بحقوق المرأة .

مشكلة الدراسة

تشير الدراسات العربية إلى أن تناول قضايا حقوق المرأة في الفضائيات ما يزال يعاني من مشكلات ولا يرتقي إلى مستوى التحولات التي شهدتها الساحة من إنجازات ملموسة خلال الفترة الماضية في مجالات التعليم والعمل والمشاركة الاجتماعية والثقافية والإبداعية وهذا مرتبط بسياق الموروث الثقافي الذي لا يزال يؤثر بصورة سلبية في تحديد أدوار ومواقع المرأة ومواقف كل المجتمع ووسائل الإعلام منها .

وبناء على ما سبق ، تتجسد مشكلة الدراسة في التعرف إلى اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة العلمية في محاولة إثراء الدراسات والبحوث العلمية التي أجريت حول اعتماد المرأة على القنوات الفضائية بشكل عام ، واعتمادها عليها لمعرفة حقوقها بشكل خاص والتي تعد قليلة إلى حد ما إن لم تكن نادرة ، حيث استهدفت معظم الدراسات والأبحاث التي تناولت مدخل الاعتماد على القنوات الفضائية فئة الشباب الجامعي مثل دراسة (العززي، 2015) أو الجمهور العام مثل دراسة (الروابدة ، 2015) ودراسة (سعد ، 2014) ، وباستثناء دراسة (العفيف، 2015) فإن معظم الدراسات التي استهدفت المرأة جاءت في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع ، دون إبراز الدور التوعوي الذي تقوم به هذه الفضائيات بالتوعية بحقوقها ، وعلى

المستوى المحلي لم يكن هناك دراسات محلية في المجتمع الأردني حول اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية في معرفة حقوقها ، بل الدراسات التي تناولت المرأة الأردنية كعينة كانت تبحث في موضوعات مختلفة لم تتطرق لحقوق المرأة، مثل دراسة (العفيف، 2015) .

لذا، فإنه يمكن القول أن هذه الدراسة تعدُّ من الدراسات القلائل التي تُجرى حول اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها .

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة بمعرفة مدى اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها ، ويتفرع عن الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية المتمثلة في التعرف إلى الآتي :

- 1- عادات وأنماط اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .
- 2- دوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .
- 3- القنوات الفضائية العربية المفضلة التي تعتمد عليها المرأة الأردنية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .
- 4- الحقوق التي تسعى المرأة إلى معرفتها أثر اعتمادها على القنوات الفضائية العربية.
- 5- نوعية البرامج في القنوات الفضائية العربية التي تساهم في توعية المرأة بحقوقها.
- 6- درجة ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها .
- 7- آثار اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس التالي : ما مدى اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها، ويتفرع عن السؤال الرئيس السابق عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما عادات وأنماط اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها ؟
- 2- ما دوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها؟
- 3- ما أهم القنوات الفضائية العربية التي تعتمد عليها المرأة الأردنية كمصدر للمعلومات حول حقوقها ؟
- 4- ما الحقوق التي تسعى المرأة إلى معرفتها أثر اعتمادها على القنوات الفضائية العربية ؟
- 5- ما نوعية البرامج في القنوات الفضائية العربية التي تساهم في توعية المرأة بحقوقها؟
- 6- ما درجة ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها؟
- 7- ما آثار اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

الاطار النظري للدراسة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

سُجّلت بداية ظهور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للباحثة ساندرابول روكيتش حينما قدمت ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" عام (1974) التي أوضحت من خلالها قدرة وسائل الإعلام على خلق المعلومات ومعالجتها ونشرها ليس للجمهور المحلي بل أيضاً للجمهور العالمي . (Rokeac& Guthris,p775,1991)

ففي عام (1976) جاء "ملفن ديفليير وساندرابول روكيتش" ليقدموا النموذج الأول لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، الذي يبين منطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من ثلاثة مكونات هي (الجمهور، وسائل الإعلام، المجتمع) ويفسر علاقات الاعتماد بأنها تقوم على طبيعة أهداف ومصادر كل مكون من هذه المكونات بما يحقق الأهداف الفردية والمجتمعية على السواء. (Rokeach,p485,1985)

ليفسر هذا النموذج أهمية الاخذ في الحسبان أن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تختلف من مجتمع لآخر إذ تسيطر بعض المجتمعات على نظامها الإعلامي، بينما تمتلك نظم إعلامية في مجتمعات أخرى السلطة والقدرة على التأثير في المجتمع، و أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يختلف أيضاً، لذا نجد في بعض الأحيان تتبع وسائل الإعلام الجمهور وتعكس آراءه وفي أحيان أخرى تؤدي وسائل الإعلام دوراً قيادياً وأكثر سيطرة. (صالح ، ص28، 1996)

تمر نظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة مراحل :

المرحلة الأولى : تشير هذه المرحلة إلى الجمهور النشط الذي يختار مضمونا معيناً ، أو وسيلة معينة من وسائل الإعلام وفقاً لضوابط ودوافع موجودة من قبل، أما الأفراد العاديون غير النشطين فإنهم إما أن تستثار دوافعهم ليتم التعرض ، أو أن يخرجوا نهائياً من هذه العملية (مكاوي والشريف ،ص 127)

على سبيل المثال يقابل المراقبون العرضيون لمحتويات وسائل الإعلام مصادفة دون أية توقعات مشكلة مسبقاً مثل : دخول محل للغسيل الآلي يوجد به جهاز تلفزيون مفتوح، وقد يجد البعض من خلال التعرض أن علاقة اعتماد أو أكثر قد تحركت وتحفزهم على الاستمرار في التعرض . وأغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون مشاهدته في أغلب الأوقات، ولكنهم مراقبون عرضيون لوسائل الإعلام في بعض الأحيان " (ديفلير وركيتش ، ص 425).

المرحلة الثانية : وفيها تأكيد على "أنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة، زادت الاستثارة المعرفية والعاطفية وبالتالي زادت المشاركة .

المرحلة الثالثة : وفيها تأكيد على أنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة زادت قوة اعتمادهم " (ديفلير وروكيتش، 426)، " وتزداد درجة الاندماج والمشاركة واستيعاب المعلومات كلما زادت درجة الاستثارة المعرفية " (مكاوي والشريف ،ص 127) ، فالأشخاص الذين يكونون، هم أنفسهم أو أحبائهم مصابون بمرض خطير، كثيراً ما ينشئون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل التمكن من الوصول إلى معلومات مناسبة قد تساهم في عثورهم على أفضل خدمات طبية ومساعدة، فهم يجب أن يستجيبوا بصورة خاصة لمعلومات صحية مناسبة تقدم في برامج الدردشة، والتمثيلات، وأعمدة الأخبار الصحية وما إلى ذلك " (ديفلير وركيتش ،ص 426)

المرحلة الرابعة : وتوضح "أنه كلما زادت درجة الاندماج زادت احتمالات حدوث التأثيرات المعرفية أو العاطفية والسلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات" (مكاوي والشريف،ص 127).

وبحسب اليماني (2014،ص73-75) فقد وضع (ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش) مجموعة من الآثار تنتج عند اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وهي :

(1) **الأثار المعرفية** : ويشمل هذه المكون المعلومات والحقائق ذات الصلة بموضوع الاتجاه ومن هذه الأثار : الغموض، تكوين الاتجاه، ترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات، وترويج القيم.

(2) **الأثار العاطفية والوجدانية** : ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الأثار ، ولعل أبرزها : الخوف والقلق، الفتور العاطفي، الدعم المعنوي والاعتراب.

(3) **الأثار السلوكية** : وتتضمن كل أنواع السلوك والتصرفات التي يتخذها الفرد في حياته ، وتنحصر الأثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما : التنشيط، والخمول.

الدراسات السابقة

1- دراسة ربابعة (2016) بعنوان : "اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث العربية الجارية" . سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث العربية الجارية وما الأثار الناتجة من هذا الاعتماد ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، وتوزيع الإستبانة على عينة قوامها (400) مفردة وفق أسلوب العينة العشوائية . وبينت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي وبين أهمية الأحداث التي تتناولها عن المنطقة العربية في نشراتها الإخبارية ، كما خلصت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي وبين رغبتهم في زيادة الوعي والمخزون المعرفي حول الأحداث الجارية في المنطقة العربية .

2- دراسة أبوحصيرة (2015) بعنوان : "اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة الجزيرة الإخبارية كمصدر للمعلومات حول أحداث 30 يونيو 2013 في مصر" . هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة الجزيرة الإخبارية كمصدر للمعلومات حول أحداث 30 يونيو 2013 في مصر ، وتقييمهم لتغطية القناة للأحداث ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي على عينة قوامها (400) مفردة من الصحفيين الأردنيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية الأردنية الحكومية والخاصة . وبينت النتائج أن الصحفيين الأردنيين في المؤسسات

الخاصة يعتمدون على قناة الجزيرة الإخبارية كمصدر للمعلومات حول أحداث 30 يونيو بشكل أكبر من الصحفيين العاملين المؤسسات الحكومية ، وأوضحت النتائج أن أهم أسباب اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة الجزيرة الإخبارية إلى "تقديم القناة الأحداث لحظة وقوعها " ، تلاها " السرعة في نقل الخبر " ، وكشفت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة الجزيرة كمصدر للمعلومات وفقاً للمتغيرات (السن ، المؤهل العلمي والدراسي) . كما أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية ، كانت لصالح المؤسسات الإعلامية الخاصة .

3- دراسة العززي (2015) بعنوان : اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، وطبق على عينة عشوائية قوامها (300) مفردة ، وأظهرت النتائج أن (25%) من الطلبة يعتمدون بدرجة مرتفعة على القنوات الفضائية الإخبارية، وأن (75%) من الطلبة يعتمدون بدرجة متوسطة على القنوات الفضائية الناطقة بالعربية في متابعتهم للأحداث والقضايا السياسية . وتوصلت نتائج الدراسة أن النسبة الأعلى من الطلبة بمختلف توجهاتهم الشخصية يقضون أقل من ساعة من أوقاتهم لمشاهدة القنوات الإخبارية .

4- دراسة الشمري (2014) بعنوان : "اعتماد الشباب الجامعي على قناة العربية الحدث كمصدر للمعلومات عن القضية السورية". حيث سعت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى اعتماد الشباب الجامعي على قناة العربية الحدث كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية في سوريا ، و اعتمد الباحث على المنهج المسحي، وقد استخدم أسلوب العينة العشوائية لتوزيع الاستبانة على عينة قوامها (400) مفردة من الطلبة في جامعة اليرموك . وبينت نتائج الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد العينة المبحوثة على القناة تعزى لمتغير الكلية ، حيث جاءت لصالح كليتي الإعلام والأداب ، كما أوضحت النتائج أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد العينة المبحوثة على القناة تعزى لمتغير المستوى التعليمي للأمر ، جاءت لصالح الثانوية العامة فأقل .

5- دراسة فقيهه (2002) بعنوان: العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني . هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني ، وقد أجرى الباحث دراسة مسحية تحليلية على عينة من النشرات الإخبارية لقنوات الجزيرة الإخبارية، MBC، أبوظبي الفضائية، الفضائية اليمنية كما أجرى دراسة مسحية ميدانية على العينة المتاحة قوامها (500) مفردة . وتوصلت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى في قائمة القنوات الفضائية العربية التي يعتمد عليها الباحثون في معرفة القضايا والأخبار ، تلتها قناة MBC في المرتبة الثانية ، وقناة الفضائية اليمنية في المرتبة الثالثة . كما بينت النتائج أن الآثار المعرفية تصدرت قائمة الآثار الناتجة من اعتماد المشاهدين على القنوات الفضائية الإخبارية ، تلتها الآثار السلوكية ، ثم الوجدانية .

6- دراسة العفيف (2016) بعنوان "اعتماد المرأة الأردنية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات الصحية". هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد المرأة الأردنية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات الصحية والمتغيرات والأبعاد المتعلقة بدرجة الاعتماد واختبار قدرة المواقع الإلكترونية في التأثير على الجمهور. وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي حيث استخدمت الدراسة الإستبانة كأداة للدراسة ، وقد تم توزيعها على (300) مفردة من النساء الأردنيات وفق أسلوب العينة المتاحة ، ووجدت الدراسة أن غالبية النساء الأردنيات يعتمدن على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات الصحية وهو ما شكل نسبة (42.3%) ، وكشفت الدراسة عن عدم وجود فروق بين أفراد العينة المبحوثة في أسباب الاعتماد على المواقع الإلكترونية والمتغيرات الشخصية (العمر، المؤهل العلمي، الحالة الاجتماعية، العمل). وبينت النتائج أن مصادر المرأة الأردنية في الحصول على المعلومة الصحية من المواقع الإلكترونية "كانت من خلال محرك البحث على الشبكة (فيسبوك)، ثم (يوتيوب) بالدرجة الثالثة، في حين حل موقع (جوجل) بالدرجة الأولى، تلاه موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) و" لينكدن" في المرتبة الأخيرة" ، وأوضحت الدراسة أن درجة الثقة بالمعلومات الصحية الواردة من الأطباء والصيادلة "حلت بالمرتبة الأولى، ثم الكتب والمنشورات، التلفاز، الصحف المطبوعة، الإذاعة، والمواقع الصحية على شبكة الانترنت . وأكدت

النتائج أن أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام المواقع الإلكترونية في البحث عن المعلومة الصحية تكمن في أنها "تزوّدن بمعلومات عن الأمراض الخاصة بالنساء، إضافة والى مساهمتها في رفع مستوى الوعي لدى النساء بالقضايا الصحية."

7- دراسة القرعان (2015) بعنوان: "اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)". سعت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش) والعوامل المؤثرة على هذا الاعتماد، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنه، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي، وبتوزيع الاستبانة على (400) مفردة بأسلوب العينة العشوائية، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن 'القنوات التلفزيونية' جاءت بأعلى قائمة الوسائل التي اعتمدت كمصدر للمعلومات عن داعش، يتبعه مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) ثم 'المواقع الإخبارية، وبينت النتائج أن عامل السرعة في نقل الحدث جاء في أعلى قائمة العوامل التي تدفع الجمهور الأردني إلى الاعتماد على وسائل الإعلام، يليها 'دعم الخبر بصورة أو فيديو أو تعزيز صوتي. وأظهرت النتائج أن أكثر أساليب التفاعل الجمهور الأردني عبر وسائل الإعلام تمثل بـ'رفض قبول أي دعوة للانضمام إلى الصفحات المؤيدة لداعش، يليه 'قراءة موضوعات متعلقة عن تنظيم داعش على المواقع الإخبارية'. بينت نتائج الدراسة أن التأثيرات المعرفية كانت أهم التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، تلتها التأثيرات الوجدانية، وحلت التأثيرات السلوكية في المرتبة الثالثة والأخيرة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام الأردني تعزى إلى العوامل الديموغرافية (النوع، الدخل الشهري، الاتجاه السياسي)، كما بينت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات وبين عوامل تعرضهم لهذه الوسائل.

8- دراسة الحجياي (2015) بعنوان: "اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن عاصفة الحزم". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر

للمعلومات عن عاصفة الحزم ، واتجاهاتهم إزاء عملية عاصفة الحزم ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، على عينة قوامها (400) مفردة ، وأظهرت نتائج الدراسة أن درجة ثقة عينة الدراسة بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات كانت متوسطة ، وبينت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات عن عاصفة الحزم وبين اتجاهاتهم نحو عاصفة الحزم ، وكشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العينة المبحوثة نحو عاصفة الحزم تعزى لمتغير النوع الإجتماعي لصالح فئة الذكور.

9- دراسة عبيدات (2014) . بعنوان : "اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا الفساد " . هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا الفساد من خلال معرفة دور الصحف في معالجة الفساد الاقتصادي ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، على عينة قوامها (400) مفردة باستخدام أسلوب العينة العشوائية ، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن دور الصحف في معالجة الفساد الاقتصادي جاء بشكل متوسط ، كما بينت النتائج أنه لا يوجد فروق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو دور الصحف في معالجة الفساد الاقتصادي ، وأوضحت النتائج إلى عدم وجود فروق إحصائية بين متغير العمر لعينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور الصحف في معالجة الفساد الاقتصادي ، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الدخل بين أفراد الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور الصحف في معالجة الفساد الاقتصادي ، وكانت الفروق لصالح الفئة (501-999) وهي ذات الدخل المتوسط ، كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الدخل لصالح نفس الفئة في متغير أبرز قضايا الفساد التي عالجتها الصحف الأردنية اليومية .

10- دراسة السيد (2001) بعنوان : " اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها " . هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها ، ومعرفة ماهي هذه الاحتياجات ، والآثار المترتبة من هذا الاعتماد ، وكان ذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، وقد استخدمت العينة المتاحة وتم توزيع الاستبانة على (200) مفردة ، تم توزيعها على النساء المقيمات في الريف والمدن ، وبينت نتائج

الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسط زمن مشاهدة التلفزيون وتحقيق أهداف التعرض وبين الآثار المترتبة . وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف التعرض لوسائل الإعلام وبين مستوى التعليم لصالح فئة التعليم العالي ، وأظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية (إيجابية) بين مستوى التعرض وبين الآثار السلوكية .

11- دراسة السيد (2015) . بعنوان : "معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي" . هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أبعاد قضايا المرأة السعودية المقدمة في القنوات الفضائية العربية ، كما سعت الدراسة إلى معرفة أساليب تقييم المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة السعودية المقدمة في القنوات الفضائية العربية ، من خلال الاعتماد على المنهج المسحي ، على عينة قوامها (400) مفردة من النساء السعوديات ، وأكدت النتائج أن القناة السعودية الفضائية الحكومية الأعلى تناولاً لقضايا المرأة السعودية خلال فترة التحليل بواقع (240) قضية ، مقابل (134) قضية تناولتها الفضائية السعودية الخاصة MBC1 وأظهرت النتائج أن القضايا الخلافية كانت فقط في القناة السعودية الحكومية بنسبة (1.3%) ولم تظهر في القناة السعودية الخاصة MBC1 ، وبينت النتائج أن البرامج الحوارية تطرقت لأكثر القضايا الجدلية في المجتمع السعودي ، وهي حق المرأة السعودية في قيادة السيارة ، خاصة في ظل اقتحامها مكانة علمية وثقافية واقتصادية مرتفعة ، وهو الأمر الذي دفع بعض السعوديات لرفع دعوى للحصول على رخصة قيادة السيارة .

12- دراسة Tunio & Shoukat (2015) . بعنوان : " Role of Television in Awareness of Women Rights among Women Folk with Special Focus on Women of District Naushahro Feroze "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يقوم به التلفزيون في التوعية بحقوق المرأة بين النساء الشعبيات مع التركيز بشكل خاص على النساء في منطقة (نايشهرو فيروز) ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، وباستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة تم اختيار (192) مفردة . بينت النتائج أن الحقوق الاجتماعية - الاقتصادية هي الأكثر تكراراً من بقية الحقوق الأخرى ، وأظهرت النتائج أن (86%) من أفراد العينة يرين أن التلفزيون يقوم بدور توعوي في حقوقهن إلى حد كبير . وكشفت النتائج أن (95.3%) من أفراد العينة يرين أن للتلفزيون تأثير إيجابي في معرفة حقوقهن.

13- دراسة Zadeh & Mozaffari (2014). بعنوان : " The Impact of Satellite TV Channels on Lifestyle Changes for Women in Iran " ، هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير القنوات الفضائية على تغيير نمط حياة النساء في إيران ، وهي دراسة حالة على 3 قنوات فضائية هي : (GEM, P.M.C. Manoto) ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- نموذج التغيير لنمط الحياة التي فرضتها قناة (Manoto) هي الأكثر ارتباطاً مع تغيير نمط الحياة للنساء في طهران .
- نموذج التغيير لنمط الحياة التي فرضتها قناة (P.M.C) هي الأقل ارتباطاً مع تغيير نمط الحياة للنساء في طهران .

التعليق على الدراسات السابقة

تشابهت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة (كافة المحاور) بالاعتماد على المنهج المسحي واستخدام الاستبانة كأداة للدراسة. تشابهت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في المحاور الأول بالاعتماد على القنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات ، بينما اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في المحورين الثاني والثالث بالاعتماد على وسائل إعلامية أخرى غير القنوات التلفزيونية ، مثل دراسة (العفيف، 2016) التي اعتمدت على المواقع الإلكترونية ، دراسة (القرعان ، 2016) التي اعتمدت على الوسائل الإعلام بشكل عام ، دراسة (الحجيلي ، 2014) التي اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي ، دراسة (عبيدات، 2014) التي كان الاعتماد فيها على الصحف اليومية ، ودراسة (السيد ، 2001) التي كان الاعتماد فيها على وسائل الإعلام كافة دون تحديد.

أما فيما يتعلق بجانب الاختلاف، فقد اختلفت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في اختيار مجتمع الدراسة ، فقد تنوع في الدراسات التي عرضت ما بين صحفيين وطلبة جامعات وجمهور ، ومشاهدين ، أما الدراسة الحالية فإن مجتمع الدراسة فيها تكون من النساء الأردنيات وهي بذلك تتشابه مع دراسة (العفيف ، 2016) (السيد، 2001) في اختيار المرأة كمجتمع للدراسة . اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام أسلوب العينة ، فقد استخدمت دراسات : (ربابعة ، 2016) ، (عز عزي، 2015) ، (القرعان ، 2015) ، (حجيلي ، 2015) ، (عبيدات ، 2015) ، أسلوب العينة العشوائية ، ، أما دراسات (العفيف ، 2015) ، (السيد ، 2001) فقد استخدمت أسلوب العينة المتاحة.

• نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من (الدراسات الوصفية) والتي تهدف إلى الحصول على وصف دقيق وكامل للمشكلة والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة وتفادي حدوث أي تحيز في جمع هذه البيانات حتى تزيد درجة اعتماد النتائج المستخلصة منها وإمكانية انطباقها أو انسحابها على المواقف أو الحالات أو الأمثلة المشابهة (حسين ، 1995 ، ص 99) .

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على (المنهج المسحي) ، ويصف أبو اصبع (1998، ص164) المنهج المسحي بأنه : "يحاول يصور أو يوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية ، وهذا يعني أن تصف ما هو موجود بهذه اللحظة " .

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع هذه الدراسة من جميع النساء الأردنيات في المملكة الأردنية الهاشمية ممن تبلغ أعمارهن أكثر من (18) عاماً . وفي هذا العمر تكون النساء أكثر رشداً ونضجاً ، ولهن القدرة على التعامل بموضوعية ودقة مع الإستبانة .

عينة الدراسة

تم اختيار (400) مفردة من النساء الأردنيات باستخدام أسلوب العينة العمدية **Judgment Sampling (Purposive)** والتي " تقوم على اختيار الباحث لمفردات العينة بناءً على خبرته الشخصية وتقييمه الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة " (زغيب ، ص243، 2009) . إلا أنه تم استبعاد (13) استبانة بعد استرجاعها وذلك لأنها غير صالحة للتحليل الإحصائي ، وبذلك تكون العينة النهائية (387) مفردة.

تشير البيانات إلى أن مجموع المتزوجات من أفراد العينة المبحوثة بلغت (203) وبنسبة (52.03%)، و (126) عزباء وبنسبة (32.6%) . أما المطلقات فقد شكلن ما مجموعه (35) مفردة ، وبنسبة (9%) ، في حين بلغت نسبة الأرمال (5.9%) ، وبمجموع بلغ (23) مفردة . وفيما يتعلق بالفئات العمرية للمبحوثات ، فقد جاءت الفئة العمرية (18- 24 سنة) بالمرتبة الأولى، وبما نسبته (47.3%) ، أما الفئة العمرية (25- 31) ، فقد جاءت في المرتبة الثانية، وبما نسبته (25.8%) ، وجاءت الفئة العمرية (46- 55 سنة)

في المرتبة الثالثة، وبنسبة مقدارها (23.8%)، أما أولئك الذين تقل أعمارهم عن (25) سنة، فقد جاءت في المرتبة الرابعة، وبنسبه مقدارها (8.8%)، وجاء في المرتبة الأخيرة من تزيد أعمارهم عن (55) سنة، وبنسبة مقدارها (8.4%).

أداة الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبانة كأداة للدراسة، وتم تقسيم محاور الإستبانة كما الآتي :

المحور الأول : يتناول خصائص أفراد العينة من حيث : (الحالة الإجتماعية ، الفئة العمرية ، المستوى التعليمي ، المستوى الاقتصادي) .

المحور الثاني: عادات وأنماط اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية .

أما المحور الثالث : الآثار المترتبة من اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية.

إجراءات الصدق والثبات

تم استخدام نوع **الصدق الظاهري (Face Validity)** حيث عرضت أداة الدراسة (الاستبانة) على (5) أستاذة ممن يعملون في الحقل الأكاديمي في كليات الإعلام بالجامعات الأردنية وهم من أصحاب الخبرة والاختصاص من أجل الحصول على الملاحظات والتعديلات اللازمة على الأداة. وقام بتحكيم الاستبيان اربعة زملاء من قسم الصحافة والاذاعة والتلفزيون بجامعة اليرموك وهم الدكتور علي نجادات، الدكتور بشار مطهر، الدكتور حاتم علاونه، الدكتور زهير طاهات.

ثانياً: إجراء الثبات .

جدول رقم (1) معامل كرونباخ ألفا لحساب الثبات لفقرات الدراسة

#	المحور	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
1	دوافع (أسباب) اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول حقوقها	9	87.3
2	القنوات التلفزيونية المفضلة التي تعتمد عليها المرأة الأردنية كمصدر للمعلومات حول حقوقها	14	92.4
3	آثار اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها	17	94.7
	المجموع الكلي	40	91.4

يبين الجدول السابق اختبار الثبات لأداة الدراسة ، وقد تم إجراء الثبات بواسطة معادلة كرونباخ ألفا ، ويلاحظ من بيانات الجدول رقم (1) ان درجة الثبات الكلي (لأداة ككل) بلغت (91.4) وهي تدل أن هناك ثباتاً عالياً بين فقرات المحاور .

المقاييس الإحصائية المستخدمة

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعامل الثبات كرونباخ ألفا .

نتائج الدراسة و مناقشتها

1\1 مدى مشاهدة المرأة الأردنية للقنوات الفضائية العربية

جدول رقم (2) : مدى مشاهدة المرأة الأردنية للقنوات الفضائية العربية

مدى المشاهدة	ك	%
دائماً	89	23.0
أحياناً	232	59.9
نادراً	66	17.1
المجموع	387	100

تشير بيانات الجدول رقم (2) أن ما مجموعه (232) مفردة من العينة المبحوثة من النساء الأردنيات يشاهدن القنوات الفضائية العربية (أحياناً) بما نسبته (59.9%) ، أما النساء الأردنيات اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية (دائماً) فقد بلغ تكرارهن (89) من أفراد العينة المبحوثة وبما نسبته (23%) ، أما اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية العربية (نادراً) فقد بلغت نسبتهن (17.1%) .

وتعقيباً على النتائج السابقة يمكن القول أن مدى مشاهدة المرأة الأردنية للقنوات التلفزيونية يأتي بشكل متوسط ، وهو أمر مقبول ومنطقي .

وفيما يتعلق بالوقت الذي تستغرقه المبحوثات في مشاهدة القنوات الفضائية العربية، تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن ما مجموعه (240) مفردة من العينة المبحوثة يشاهدن القنوات الفضائية العربية من ساعة إلى أقل من 3 ساعات وهو ما نسبته (62%) ، في حين أن ما نسبته (26.1%) من أفراد العينة المبحوثة يقضين أقل من ساعة في مشاهدة القنوات الفضائية العربية وهو ما شكل مجموع (101) تكراراً ، أما أولئك اللاتي يقضين بمشاهدة القنوات الفضائية العربية أكثر من ثلاث ساعات فقد شكلن ما مجموعه (46) مفردة ، بما نسبته (11.9%) .

جدول رقم (3) : عدد الساعات التي تقضيها يوماً المرأة الأردنية في مشاهدة القنوات الفضائية الأردنية

عدد الساعات	ك	%
أقل من ساعة	101	26.1
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	240	62.0
ثلاث ساعات فأكثر	46	11.9
المجموع	387	100

وبالنظر لبيانات الجدول السابق يمكن القول أن غالبية عينة الدراسة تشاهد القنوات التلفزيونية بشكل متوسط وبما معدل (من ساعة – إلى ثلاث ساعات) ، ويمكن أن يعزى ذلك إلى وجود وسائل بديلة تعتبر أكثر متعة للمبحوثات وهي مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والواتساب وتويتر وغيرها ، والتي من الممكن أن المبحوثات يستمتعن أكثر بمتابعتها من القنوات الفضائية نظراً للخصائص التفاعلية التي توفرها هذه المواقع .

عدد أيام الأسبوع التي تقضيها المبحوثات في مشاهدة القنوات الفضائية العربية

وتكشف بيانات الدراسة الى أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يشاهدن القنوات الفضائية العربية من يومين إلى أربعة أيام ، بما مجموعه (171) وهو ما شكل نسبة (44.2%) ، أما بالنسبة لمن يشاهدن القنوات الفضائية العربية أقل من يومين في الأسبوع ، فقد تساوين مع أولئك اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية العربية أربعة أيام فأكثر ، فقد حصلت كلا الفئتين على تكرار بلغ (108) ، ونسبة وصلت إلى (27.9%) لكل من الفئتين .

و يمكن القول أن غالبية أفراد العينة يشاهدن القنوات الفضائية بمعدل يومين إلى أربعة أيام – وهي نسبة متوسطة تقريباً ، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن غالبية أفراد العينة هن من النساء المتزوجات ، وبالتالي لا يمكن لهن مشاهدة القنوات الفضائية بشكل دائم ومستمر نظراً لانشغالهن بالأعمال المنزلية وغيرها .

الفترة المفضلة للمرأة الأردنية لمشاهدة القنوات الفضائية العربية

وبحسب نتائج الدراسة فإن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر تفضيلاً عند أفراد العينة المبحوثة لمشاهدة التلفزيون، بما مجموعه (201) مفردة ونسبة مقدارها (48.2%) ، وجاءت فترة بعد منتصف الليل في المرتبة الثانية وبما نسبته (20.4%) ، أما فترة الظهيرة فقد جاءت في المرتبة الثالثة ونسبة مقدارها (16.3%) ، وفي المرتبة الأخيرة الفترة الصباحية بما نسبته (15.1%) .

وبتحليل هذه النتائج يتضح أن قرابة نصف أفراد العينة المبحوثة يفضلن مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية بالفترة المسائية، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن النساء يكن أكثر تفرغاً في الفترة المسائية نظراً لانشغالهن بالعمل خارج المنزل ، أو الأعمال

منزلية في الفترة الصباحية وفترة الظهيرة ، كما يمكن أن تفسر هذه النتيجة كون معظم البرامج التي تهتم المرأة تبث في الفترة المسائية .

أسباب ودوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة المبحوثة فيما يخص "أسباب ودوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها بلغ (2.25) . وبالنسبة لكل عبارة على حدة ، توضح بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (8) وهي : " المساحة التي تطرحها القنوات الفضائية أكبر فيما يخص موضوع حقوق المرأة" حظيت بالمرتبة الأولى على مستوى العبارات بمتوسط حسابي بلغ (2.5840) وانحراف معياري قيمته (1.35243) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن القنوات الفضائية العربية استطاعت أن تثبت جدارتها فيما يخص موضوع حقوق المرأة عبر طرحها الكثير من البرامج والحواريات حول حقوق المرأة بمساحة أوسع من الوسائل التقليدية ، وهو ما يمكن لمسه من خلال العديد من البرامج التي تبث على قناة MBC أو القنوات اللبنانية ، إذ أنها تعطي مساحة واسعة لموضوع حقوق المرأة . أما في المرتبة الثانية فقد جاءت عبارة رقم (3) وهي : " غالباً ما تقدم القنوات الفضائية حلولاً للمشكلات التي تهتم المرأة" بمتوسط حسابي بلغ (2.4832).

جدول رقم (4) : أسباب ودوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
1.	من أكثر الوسائل الإعلامية التي تهتم بقضايا المرأة	2.1550	1.30433	السابعة
2.	تنوع برامجها المقدمة وجاذبيتها لاهتمام المرأة	2.1292	1.30913	التاسعة
3.	غالباً ما تقدم القنوات الفضائية حلولاً للمشكلات التي تهتم المرأة	2.4832	1.48798	الثانية
4.	يسمح بإبداء النساء العاديات وجهات نظرهن في الأمور المتعلقة بحقوق المرأة	2.1602	1.30768	السادسة
5.	تقديم المواد والبرامج للمواضع المتعلقة بحقوق المرأة بجرأة وصراحة كبيرين	2.1835	0.26938	الخامسة
6.	الرغبة في معرفة المزيد من الحقوق التي تتمتع بها المرأة	2.2274	1.26121	الثالثة
7.	تسلط القنوات الفضائية الضوء على قضايا تتعلق بالمرأة لم تتناول من قبل .	2.1990	0.28329	الرابعة
8.	المساحة التي تطرحها القنوات الفضائية أكبر فيما يخص موضوع حقوق المرأة	2.5840	1.35243	الأولى
9.	توفر العناصر المرئية في التلفزيون هو ما يشجع على متابعته ومشاهدته لمعرفة الحقوق التي تخص المرأة	2.1473	0.20513	الثامنة
المتوسط العام		2.2521	0.87339	

وانحراف معياري قيمته (1.48798) ، ويمكن تفسير حصول هذه العبارة على درجة تأييد عالية كون غالبية البرامج التي تطرح على القنوات الفضائية لا تكتفي فقط بطرح القضايا والمشاكل ، بل أنها ومع ظهور القنوات المتخصصة بالمرأة أصبحت تطرح القضية ساعية لإيجاد الحلول لها وهو ما يجعل المرأة الأردنية تتوجه نحو القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

أما العبارة رقم (6) وهي : " الرغبة في معرفة المزيد من الحقوق التي تتمتع بها المرأة " فقد جاءت في المرتبة الثالثة ، بمتوسط حسابي قيمته (2.2274) وانحراف معياري يبلغ (1.26121) وتعزى هذه النتيجة إلى رغبة المرأة الأردنية إلى الإطلاع على المزيد من الحقوق التي تتمتع بها ، فلربما تكون ليست على علم واطلاع بالكثير من حقوقها ، وتجهل بعضها ، فتولدت لديها الرغبة بمعرفة حقوقها وذلك من خلال الاعتماد على القنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات حول ذلك .

وفي المرتبة الرابعة جاءت العبارة رقم (7) وهي : " تسلط القنوات الفضائية الضوء على قضايا تتعلق بالمرأة لم تتناول من قبل . " ، بمتوسط حسابي يبلغ (2.1990) ، وانحراف معياري قيمته (1.28329) ، تلتها في المرتبة الخامسة العبارة رقم (5) وهي : " تقديم المواد والبرامج للمواضع المتعلقة بحقوق المرأة بجرأة وصراحة كبيرين " حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (2.18) والانحراف المعياري (1.26) ، أما المرتبة السادسة فقد شغلتها عبارة رقم (4) وهي : " يسمح بإبداء النساء العاديات وجهات نظرهن في الأمور المتعلقة بحقوق المرأة " بما قيمته (2.16) للمتوسط الحسابي ، وانحراف معياري بلغ (1.3) .

مدى اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

جدول رقم (5) : مدى اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

مدى الإعتداد	ك	%
أعتمد بشكل كبير	37	9.6
أعتمد بشكل متوسط	222	57.4
أعتمد بشكل قليل	128	33.1
المجموع	387	100

تبين بيانات الجدول رقم (5) أن المرأة الأردنية تعتمد على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها بشكل متوسط ، حيث جاءت فئة (أعتمد بشكل متوسط) بالمرتبة الأولى بما مجموعه (222) تكراراً ، وبما نسبته (57.4%) أما في المرتبة الثانية فقد جاءت الفئة (أعتمد بشكل قليل) بما مجموعه (128) مفردة من العينة المبحوثة ، وبما نسبته (33.1%) ، أما اللاتي يعتمدن بشكل كبير من النساء الأردنيات فقد بلغ مجموعهن (37) مفردة وشكلن ما نسبته (9.6%) .

وبالنظر لبيانات الجدول السابق ، يمكن القول أن اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات يأتي بدرجة متوسطة ، ويعزى ذلك إلى توفر وسائل أخرى ربما تتيح للمرأة سرعة الوصول للمعلومة خاصة في ظل ثورة التكنولوجيا والمعلومات .

القنوات الفضائية العربية المفضلة

جدول رقم (6) : القنوات الفضائية العربية المفضلة التي تعتمد عليها المرأة الأردنية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

#	القناة التلفزيونية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	قناة Heya اللبنانية	3.3385	.90169
2	قنوات MBC السعودية	3.3204	1.03605
3	قناة CBC المصرية	3.1860	.87066
4	قناة الجديد	3.0568	.97665
5	قناة MTV Lebanon	3.0233	1.03395
6	قناة LBC اللبنانية	3.0207	.87851
7	قناة LDC اللبنانية	2.9845	.99856
8	قناة رؤيا	2.9147	.98367
9	مجموعة قنوات أبو ظبي	2.8734	.92293
10	قناة الحياة المصرية	2.8320	1.00269
11	قناة سفن ستارز	2.7778	.76966
12	التلفزيون الأردني	2.7597	.87087
13	قناة الحقيقة	2.5917	.89151
14	قناة جوسات	2.2196	.76563
	المتوسط العام	2.9214	.61715

تمكنت المبحوثات في هذا السؤال اختيار أكثر من بديل

توضح بيانات الجدول رقم (6) أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول القنوات الفضائية العربية المفضلة للمرأة الأردنية للحصول على المعلومات حول حقوقها بلغ (2.9214) وانحراف معياري قيمته (.61715) ، وبمقارنة هذا المتوسط مع المعيار

العام للدراسة نجد أنه يقع ضمن الدرجة المرتفعة ، بمعنى أن المبحوثات يعتمدن بشكل كبير على هذه القنوات .

وبإعادة تحليل بيانات الجدول رقم (9) نلاحظ أن أعلى متوسط حسابي جاء لقناة Heya اللبنانية إذ بلغ ما قيمته (3.3385) وانحراف معياري (90169) ، ويمكن تفسير تفوق قناة Heya اللبنانية على بقية القنوات العربية الأخرى كونها تعتبر قناة متخصصة بقضايا المرأة ، وتقدم العديد من الموضوعات التي تعنى بها المرأة وهي ما جعلها تحظى بأعلى متوسط حسابي .

أما المرتبة الثانية فقد شغلتها قناة MBC السعودية ، بمتوسط حسابي بلغ (3.3204) ، وانحراف معياري قيمته (1.03605) ويعزى ذلك إلى أن قناة MBC أثبتت جدارتها فيما يخص موضوع حقوق المرأة عن طريق عرضها لكثير من البرامج التي تهم المرأة ، ومن أمثلة ذلك برنامج كلام نواعم الذي يحظى بمشاهدة عالية على مستوى الوطن العربي ، إذ استطاع أن يتميز بطرحه لكثير من القضايا التي كانت تلامس واقع واحتياجات المرأة .

وجاءت قناة CBC المصرية في المرتبة الثالثة ، بمتوسط حسابي (3.1860) ، وانحراف معياري (87066) ، ولربما يعود ذلك إلى أن قناة CBC المصرية لديها الكثير من البرامج التي تتناول المرأة فيها كفاءة مستهدفة للتحديث عن قضاياها وهمومها ومشاكلها .

أما المراتب الرابعة والخامسة والسادسة فقد جاءت القنوات اللبنانية على التوالي : قناة MTV Lebanon ، قناة LBC اللبنانية ، قناة LDC اللبنانية ، وبمتوسط حسابي (3.0233) ، (3.0207) ، (2.9845) ، على الترتيب لكل منها . وقد يعود ذلك إلى أن القنوات الفضائية اللبنانية تهتم بشكل عام بمواضيع وقضايا المرأة أكثر من غيرها ، عدا عن طرحها للموضوعات بشكل جريء وصريح أكثر من غيرها من القنوات الفضائية العربية.

وجاءت القناة الفضائية الأردنية رؤيا في المرتبة السابعة بين القنوات بمتوسط حسابي بلغ (2.9147) وانحراف قيمته (98367) ، تلتها في المرتبة الثامنة مجموعة قنوات أبو ظبي الفضائية بمتوسط (2.8734) وانحراف (92293) ، أما المرتبة التاسعة فقد شغلتها قناة الحياة المصرية بمتوسط حسابي قيمته (2.8320) وانحراف معياري بلغ (1.00269) .

أما القنوات الفضائية الأردنية (سفن ستارز، التلفزيون الأردني ، الحقيقة الدولية، جوسات) فقد شغلت المراتب الأخيرة من القائمة ، ويمكن أن يعزى ذلك إلى ضعف اهتمام القنوات الأردنية بمواضيع حقوق المرأة ، وأنها لا تخصص برامج عن المرأة ، بل تتناول الحديث عن المرأة بشكل بسيط ، وضمن البرامج الاجتماعية أو الأسرية ، ولا تفرد وتخصص مساحة كافية حول الموضوع .

اهم حقوق المرأة

نتائج الدراسة كشفت أن حق الحماية من التحرش الجنسي واللفظي تصدر قائمة الحقوق التي تسعى المرأة الأردنية إلى معرفتها إثر اعتمادها على القنوات الفضائية العربية ، بتكرار بلغ (88) وما نسبته (11.6%) ، ويعزى ذلك إلى انتشار ظاهرة التحرش في مجتمعاتنا العربية في الآونة الأخيرة ، الأمر الذي دفع النساء إلى التوجه لمعرفة كيفية الحماية من التحرش سواء كان لفظي أو جنسي ، أما المرتبة الثانية فقد جاء "الحق في الميراث " بما مجموعه (66) تكراراً وما نسبته (8.7%) ويمكن تفسير هذه النتيجة أن هناك بعض الحالات لدى النساء لا يدركن أن لهن الحق في الميراث نظراً لما كان متعارف عليه قديماً بأن الرجال فقط من يملكون حق الميراث ، أما المرتبة الثالثة ، فقد جاء بها الحق في العمل و الحق في الحماية من الاستغلال في العمل بما مجموعه (49) تكراراً وما نسبته (6.5%) لكل منهما.

أما الحقوق : (الحق في الترشح للانتخابات، الحق في تقلد المناصب السياسية ، الحق في الدراسة والتعليم) فقد جاءت في المراتب الرابعة والخامسة والسادسة على التوالي بنسب متقاربة ، (6.3%) (6.1%) (5.7%) على الترتيب .

جدول رقم (7) : الحقوق التي تسعى المرأة إلى معرفتها أثر اعتمادها على القنوات الفضائية العربية.

#	أهم الحقوق	ك	%
1	الحق الحماية من التحرش الجنسي واللفظي	88	11.6
2	الحق في الميراث	66	8.7
3	الحق في العمل	49	6.5
4	الحق في الحماية من الاستغلال في العمل	49	6.5
5	الحق في الترشح للانتخابات	48	6.3
6	الحق في تقلد المناصب السياسية	46	6.1
7	الحق في الدراسة والتعليم	43	5.7
8	الحق في الانتخاب	40	5.3
9	الحق في المساواة في العمل	38	5.0
10	الحق في الحماية من العنف الأسري	36	4.7
11	الحق في الزواج	35	4.6
12	الحق في الطلاق	31	4.1
13	الحق في الحماية من العنف المجتمعي	30	4.0
14	الحق في المشاركة الثقافية	27	3.6
15	الحق في الإنجاب	26	3.4
16	الحق في الملكية	23	3
17	الحق في السفر	22	2.9
18	الحق في النفقة	19	2.5
19	الحق في المشاركة في العمل السياسي	17	2.2
20	الحق في الرعاية الصحية	14	1.8
21	الحق في ممارسة الشعائر الدينية	12	1.6
	المجموع	759	100.0

• تمكنت المبحوثات في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل

أما الحقوق : (الحق في الرعاية الصحية ، والحق في ممارسة الشعائر الدينية) فقد شغلت المراتب الأخيرة من القائمة ، بحيث نال حق الرعاية الصحية على نسبة (1.8%) أما حق ممارسة الشعائر الدينية فبلغ نسبته (1.6%) ، ويعزى ذلك إلى أن حق الرعاية الصحية تتمتع به المرأة الأردنية وهي على معرفة ودراسة به وليست بحاجة لأن تعرفه ، أما حق ممارسة الشعائر الدينية ، فهو مكفول بالدستور الأردني ، إضافة إلى أن طبيعة المجتمع الأردني الذي يتمتع بجو من التسامح والألفة مع الديانات الأخرى الموجودة فيه جعل أمر ممارسة الشعائر الدينية أمر طبيعي وفطري في المجتمع الأردني .

مضامين البرامج

وكشفت نتائج الدراسة أن البرامج المتخصصة بالمرأة تصدر قائمة نوعية البرامج التي تساهم في توعية المرأة بحقوقها ، إذ بلغ تكرارها ما مجموعه (114) وبما نسبته (21.9%) ويمكن تفسير هذه النتيجة أن البرامج المتخصصة بالمرأة تستطيع تخصيص مساحة أوسع لموضوع حقوق المرأة لأنها تكون متخصصة ، وتكون فعلاً مهتمة بمواضيع المرأة ، وفي المرتبة الثانية جاءت البرامج الأسرية والاجتماعية بما مجموعه (101) وهو ما يشكل نسبة (19.4%) ويعزى ذلك أن غالبية البرامج الأسرية والاجتماعية تهتم بموضوع حقوق المرأة وتستطيع تسليط الضوء عليه أكثر من بقية البرامج .

وجاءت البرامج الدينية في المرتبة الثالثة بتكرار بلغ (79) وبما نسبته (15.2%) ، وقد يعود ذلك إلى أن هناك الكثير من البرامج الدينية التي تتناول موضوع حقوق المرأة في الإسلام وتسليط الضوء على الكيفية التي عالج بها الإسلام حقوق المرأة وكيف كرمها بالكثير من الحقوق ، فيكون القصد من هذه البرامج توعية المرأة بأن الإسلام قد كفل لها العديد من الحقوق ، مثل حق الميراث ، وحق الزواج وغيرها .

أما المضامين : (الأفلام ، البرامج الترفيهية ، المسرحيات ، وفئة أخرى تذكر) فقد شغلت المراتب الأخيرة من القائمة ، وذلك لأن الاهتمام الأكثر بموضوع حقوق المرأة عادة ما يكون بشكل جدي أكثر في البرامج المتخصصة أو الاجتماعية والأسرية والدينية أكثر

منها في الأفلام والمسرحيات والتي من الممكن أن المرأة تأخذها كجانب ترفيهي فقط وليست وسيلة لمعرفة حقوقها .

درجة ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها .

جدول رقم (8) : درجة ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها .

درجة الثقة	ك	%
أثق بشكل كبير	34	8.8
أثق بشكل متوسط	193	49.9
أثق بشكل قليل	121	31.3
لا أثق على الإطلاق	39	10.1
المجموع	387	100

توضح بيانات الجدول رقم (8) أن درجة ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها قد جاءت (ثقة متوسطة) ، بما مجموعه (193) تكراراً وبما نسبته (49.9%) ، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة أثق بشكل قليل بتكرار بلغ (121) وما نسبته (31.3%) ، أما اللاتي لا يثقن على الإطلاق بالقنوات الفضائية العربية فقد بلغ مجموعهن (39) مفردة ، شكلن ما نسبته (10.1%) ، ومن يثقن بشكل كبير جئن في المرتبة الرابعة والأخيرة بتكرار بلغ (34) وما نسبته (8.8%) .

وبإعادة النظر إلى بيانات الجدول السابق يمكن القول أن ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية هي ثقة متوسطة ، وقد يعزى ذلك إلى أن بعض القنوات لا يمكن أن ترقى للمستوى المطلوب في عرضها للقضايا والمشكلات التي تخص المرأة ، لذا لا يمكن أن تحوز القنوات الفضائية على ثقة مطلقة من قبل المرأة الأردنية ، وبناءً عليه فإن الثقة المتوسطة هي أمرٌ مقبول ومنطقي .

جدول رقم (9) آثار اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها .

#	الآثار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	الآثار المعرفية	2.3220	1.04609
2	الآثار الوجدانية	2.0506	1.04218
3	الآثار السلوكية	2.1971	.99802
	المتوسط العام	2.1899	.93257

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن المتوسط العام لآثار اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها قد بلغ (2.1899) وقيمة الانحراف المعياري (93257).

وتفصيلاً ، تبين بيانات الجدول السابق أن الآثار المعرفية جاءت في المرتبة الأولى وتفوقت على بقية الآثار ، بمتوسط حسابي بلغ (2.3220) وانحراف معياري قيمته (1.04609) ، ثم جاءت الآثار السلوكية بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغت قيمته (2.1971) وانحراف معياري (99802) ، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة فقد جاءت الآثار الوجدانية بمتوسط حسابي (2.0506) وانحراف معياري (1.04218) .

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن المرأة الأردنية كانت تسعى من خلال اعتمادها على القنوات الفضائية العربية لجمع المعلومات والحقائق حول حقوقها ، فلربما لم تكن المعلومات التي تملكها حول حقوقها كافية ، وهناك نقص وغموض فيها ، أو لتكوين رأي خاص بها ، أو اتجاه حول موضوع حقوق المرأة ، وهو ما يفسر تفوق الآثار المعرفية على بقية الآثار .

جدول رقم (10) : الآثار المعرفية الناتجة من اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
1.	تساهم في رفع مستوى معرفتي بحقوق المرأة	2.5245	1.35864	الأولى
2.	تساعد في تكوين اتجاهي الفكري حول حقوق المرأة	2.4393	1.27280	الثانية
3.	تساعد في معرفة وإدراك أبرز المواضيع المطروحة حول حقوق المرأة	2.1292	1.29120	الخامسة
4.	تساعدني في فهم واقع المرأة الأردنية وحقوقها	2.2171	1.15817	الرابعة
5.	تساعدني في تعزيز إدراك قيمة ومكانة المرأة في المجتمع الأردني .	2.2997	1.33819	الثالثة
	المتوسط العام	2.3220	1.04609	

توضح بيانات الجدول رقم (10) أن المتوسط العام للآثار المعرفية بلغ (2.3220) والانحراف المعياري (1.04609) . وبالنسبة لكل عبارة على حدة فتشير البيانات إلى أن العبارة رقم (1) وهي : " تساهم في رفع مستوى معرفتي بحقوق المرأة " جاءت في المرتبة

الأولى بمتوسط حسابي قيمته (2.5245) وانحراف معياري (1.35864) ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة رقم (2) وهي : "تساعد في تكوين اتجاهي الفكري حول حقوق المرأة" ، حيث بلغ متوسطها الحسابي (2.4393) وانحرافها المعياري (1.27280) ، أما العبارة رقم (5) وهي " تساعدني في تعزيز إدراك قيمة ومكانة المرأة في المجتمع الأردني " فقد جاءت في المرتبة الثالثة حيث بلغ متوسطها الحسابي (2.2997) وانحرافها المعياري (1.33819) ، أما العبارة رقم (4) وهي " تساعدني في فهم واقع المرأة الأردنية وحقوقها" جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (2.2171) وانحراف قيمته (1.15817) ، بينما احتلت العبارة رقم (3) المرتبة الأخيرة وهي " تساعد في معرفة وإدراك أبرز المواضيع المطروحة حول حقوق المرأة " بمتوسط حسابي (2.1292) وانحراف قيمته (1.29120).

ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن المرأة الأردنية سعت من اعتمادها على القنوات الفضائية العربية للحصول على معلومات وحقائق أكثر حول موضوع حقوق المرأة ربما نتيجة لنقص أو غموض في المعلومات التي تكتنفها حول ذلك الموضوع ، وهو ما أدى بعد حصولها على المعلومات اللازمة إلى رفع مستوى المعرفة التي تمتلكها ، وهو ما أدى بالتالي إلى جعلها تكون رأي واتجاه حول الموضوع .

الآثار الوجدانية

كشفت نتائج الدراسة أن المتوسط العام للآثار الوجدانية الناتجة من اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها بلغ (2.0506) والانحراف المعياري (1.04218) .

وبالنسبة لكل عبارة على حدة ، فتوضح بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (5) وهي " قلّة تناول قضايا المرأة والتركيز على حقوقها في الفضائيات يشعرنني بالعزلة والإحباط تجاه حقوقها " جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.1835) وانحراف معياري بلغت قيمته (1.39203) ، أما العبارة رقم (1) وهي " أشعر بالارتياح لتركيز القنوات الفضائية على مواضيع تتعلق بحقوق المرأة " فقد جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (2.0724) وانحراف معياري قيمته (1.22999) ، أما المرتبة الثالثة فقد احتلتها العبارة رقم (2) وهي " تناول حقوق المرأة يشعرنني بعدم الخوف على مستقبلها " بمتوسط حسابي قيمته

(2.0646) وانحراف معياري بلغ (1.24612) ، تلتها في المرتبة الرابعة العبارة رقم (4) وهي " أشعر بتفاوت بأن المجتمع ينظر لي بإيجابية لأهمية دعم حقوق المرأة " حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (1.9974) والانحراف المعياري (1.24779) ، وجاءت العبارة رقم (3) وهي " تناول الفضائيات مواضيع حقوق المرأة يجعلني أكثر تعاطفاً مع قضاياها " في المرتبة الخامسة والأخيرة بأقل متوسط حسابي بين العبارات بما قيمته (1.9354) وانحراف معياري (1.10273).

جدول رقم (11) : الآثار الوجدانية الناتجة من اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
1.	القيام بأنشطة توعوية بحقوق المرأة	1.9716	1.20951	السادسة
2.	زادت لدي الرغبة بالمتابعة والإطلاع (قراءة ، مشاهدة ، استماع) للمواضيع المتعلقة بحقوق المرأة عبر وسائل الإعلام	2.3359	1.32564	الثالثة
3.	دفعني للبحث والتقصي عن كل ما يتعلق بحقوق المرأة	2.4341	1.31656	الثانية
4.	جعلني أشارك بمؤتمرات وندوات متخصصة بحقوق المرأة	1.9251	1.22456	السابعة
5.	جعلني أطالب بحقوق المنصوص عليها	2.4367	1.25834	الأولى
6.	دفعني للتسجيل والانضمام إلى جمعيات وهيئات معينة بحقوق المرأة	2.1395	1.19635	الرابعة
7.	دفعني لكتابة مقالات متخصصة عن المرأة وحقوقها سواء بالصحف أو السوشال ميديا	2.1370	1.26506	الخامسة
	المتوسط العام	2.1971	99802	

الآثار السلوكية

تشير النتائج إلى أن المتوسط العام للآثار السلوكية بلغ (2.1971) والانحراف المعياري (99802) . وعلى مستوى العبارات توضح بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (5) وهي " جعلني أطالب بحقوق المنصوص عليها " احتلت المرتبة الأولى على مستوى كافة العبارات بمتوسط حسابي بلغ (2.4367) ، وانحراف معياري قيمته (1.25834) ، ويمكن القول أن هذه النتيجة منطقية كما بينت الآثار المعرفية ، أنه كان هناك نقص بالمعلومات لدى المرأة الأردنية حول موضوع حقوق المرأة ، ويمكن تفسير تصدر هذه العبارة المرتبة

الأولى أنه بعدما تشكل لديها المعرفة الشبه كاملة حول حقوقها الأمر الذي شجعها ان تطالب بالحقوق التي شعرت ربما انها لم تحصل عليها بالشكل الوافي ، وتلتها في المرتبة الثانية العبارة رقم (3) وهي " دفعني للبحث والتقصي عن كل ما يتعلق بحقوق المرأة " ، بمتوسط حسابي بلغ (2.4341) ، وانحراف معياري قيمته (1.31656) ، وقد يعزى ذلك إلى أن المرأة الأردنية ونتيجة متابعتها لموضوع حقوق المرأة تولد لديها الرغبة في معرفة المزيد حول الموضوع لربما من باب زيادة المعرفة ، أو تغطية جانب نقص معين في هذا الشأن .

أما المرتبة الثالثة فقد جاءت بها عبارة رقم (2) وهي " زادت لدي الرغبة بالمتابعة والإطلاع (قراءة ، مشاهدة ، استماع) للمواضيع المتعلقة بحقوق المرأة عبر وسائل الإعلام " ، أما العبارة رقم (6) وهي " دفعتني للتسجيل والانضمام إلى جمعيات وهيئات معينة بحقوق المرأة " فقد شغلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قيمته (2.1395) وانحراف معياري (1.19635) ، تلتها في المرتبة الخامسة العبارة رقم (7) وهي " دفعني لكتابة مقالات متخصصة عن المرأة وحقوقها سواء بالصحف أو السوشال ميديا " التي جاءت بمتوسط حسابي (2.1370) وانحراف معياري (1.26506) .

بينما جاءت العبارة رقم (1) وهي " القيام بأنشطة توعوية بحقوق المرأة " ، بالمرتبة السادسة بمتوسط حسابي قيمته (1.9716) ، أما المرتبة السابعة والأخيرة فقد شغلتها العبارة رقم (4) وهي " جعلني أشترك بمؤتمرات وندوات متخصصة بحقوق المرأة بمتوسط حسابي قيمته (1.9251) وانحراف يبلغ (1.22456) .

ملخص النتائج ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة

1. بينت نتائج الدراسة أن ما نسبته (59.9%) من أفراد العينة المبحوثة يشاهدن القنوات الفضائية العربية (أحياناً) .
2. أشارت نتائج الدراسة إلى أن الوقت الذي تستغرقه المبحوثات في مشاهدة القنوات الفضائية العربية ، هو من ساعة إلى أقل من 3 ساعات وهو ما شكل نسبته (62%) . واختلفت بذلك مع دراسة (العززي، 2015) التي يشاهد بها أفراد العينة القنوات الفضائية أقل من ساعة .
3. أكدت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يشاهدن القنوات الفضائية العربية من يومين إلى أربعة أيام ، وهو ما شكل نسبة (44.2%) .

4. أوضحت نتائج الدراسة أن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر تفضيلاً عند أفراد العينة المبحوثة لمشاهدة التلفزيون، بنسبة مقدارها (48.2%).
5. بينت نتائج الدراسة أن من أهم دوافع اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها هي: "المساحة التي تطرحها القنوات الفضائية أكبر فيما يخص موضوع حقوق المرأة".
6. أشارت نتائج الدراسة إلى أن المرأة الأردنية تعتمد على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول حقوقها بشكل متوسط، حيث جاءت فئة (أعتمد بشكل متوسط) بالمرتبة الأولى، وبما نسبته (57.4%)، واختلفت بذلك مع دراسة كل من (العززي، 2015) و (سعد، 2014) التي جاء فيها الاعتماد على القنوات الفضائية بشكل مرتفع (دائماً).
7. أكدت نتائج الدراسة أن حق الحماية من التحرش الجنسي احتلت المرتبة الأولى على قائمة الحقوق التي تسعى المرأة إلى معرفتها أثر اعتمادها على القنوات الفضائية العربية، تلتها في المرتبة الثانية جاء الحق في الميراث.
8. بينت نتائج الدراسة أن البرامج المتخصصة بالمرأة تصدر قائمة نوعية البرامج التي تساهم في توعية المرأة بحقوقها تلتها البرامج الأسرية والاجتماعية في المرتبة الثانية.
9. أوضحت نتائج الدراسة أن درجة ثقة المرأة الأردنية في القنوات الفضائية العربية لمعرفة حقوقها قد جاءت (ثقة متوسطة)، بما نسبته (49.9%).
10. بينت نتائج الدراسة أن الآثار المعرفية تفوقت على بقية الآثار، تلتها في المرتبة الثانية الآثار السلوكية، ثم الآثار الوجدانية في المرتبة الأخيرة، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسات كل من (العززي، 2015) و (الروابدة، 2014) و (الفقيه، 2002) و (القرعان، 2015) والتي بينت النتائج فيها أن الآثار المعرفية جاءت في المرتبة الأولى، تلتها الآثار السلوكية، وفي المرتبة الأخيرة الآثار الوجدانية.
11. بينت نتائج الدراسة أن العبارة "تساهم في رفع مستوى معرفتي بحقوق المرأة" جاءت في المرتبة الأولى على قائمة

الأثار المعرفية تلتهها في المرتبة الثانية عبارة "تساعد في تكوين اتجاهي الفكري حول حقوق المرأة".

12. أكدت نتائج الدراسة أن قلة تناول قضايا المرأة والتركيز على حقوقها في الفضائيات يشعروني بالجزلة والإحباط تجاه حقوقها هي أهم الأثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة الأردنية على القنوات الفضائية العربية .

13. أشارت نتائج إلى أن عبارة " جعلني أطلب بحقوقني المنصوص عليها " احتلت المرتبة الأولى على قائمة الأثار السلوكية ، تلتهها في المرتبة الثانية عبارة " دفعني للبحث والتقصي عن كل ما يتعلق بحقوق المرأة " .

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، نوصي بضرورة ما يلي:

- 1- دعوة القنوات الفضائية العربية لتسليط الضوء على قضايا تتعلق بالمرأة لم تتناول من قبل ، وهو ما يثير الوعي لدى المرأة الأردنية بمعرفة مثل هذه القضايا .
- 2- عدم الاكتفاء بطرح القضايا والمشاكل فيما يخص موضوع حقوق المرأة ، بل الدعوة إلى إيجاد حلول لهذه المشاكل .
- 3- العمل على إيجاد كادر إعلامي مؤهل وذوي خبرة في القنوات الفضائية الأردنية خصوصاً من أجل التمكن من طرح موضوع حقوق المرأة بشكل مميز .
- 4- عقد ورشات العمل والتدريبية للقنوات التلفزيونية الأردنية من أجل معرفة كيفية تسليط الضوء على موضوع حقوق المرأة ضمن برامجها .
- 5- الاستفادة من تجربة القنوات الفضائية العربية الأخرى ، مثل القنوات اللبنانية في طرح موضوع حقوق المرأة ، وكيف يتم تقديم الموضوع شكلاً ومضموناً من أجل الارتقاء في المحطات المحلية بهذا الخصوص .
- 6- تسليط الضوء بشكل أكبر من قبل القنوات الفضائية العربية عموماً ، والفضائيات المحلية الأردنية خصوصاً على الحقوق التي من شأنها أن ترتقي بالمجتمع المحلي الأردني ، وتعزز به الديمقراطية ، مثل حق الترشيح للانتخاب ، وحق تقلد المناصب السياسية ، حق العمل ، وإفراد مساحة جيدة لمثل هذه الحقوق .

7- الاستمرار بإيلاء البرامج المتخصصة بالمرأة الأهمية الكبرى فيما يخص موضوع حقوق المرأة ، ومساعدتها من قبل العاملين والمختصين كي تطرح المواضيع بجرأة وصراحة كبيرين .

8- التخطيط السليم من قبل القائمين على وسائل الإعلام المحلية من أجل الاهتمام بموضوع حقوق المرأة ، بمسؤولية ومهنية ، والاستعانة بالمتخصصين في مجال الإعلام وحقوق المرأة معاً من أجل تحديد المحتوى الذي يجب أن تقدمه القنوات الفضائية فيما يتعلق بموضوع حقوق المرأة .

المصادر

- أبو حصيرة ، رامز (2015) . اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة الجزيرة الإخبارية كمصدر للمعلومات حول أحداث 30 يونيو 2013 في مصر . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام جامعة اليرموك .
- الحجيلي ، عماد (2015) . اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات عن عاصفة الحزم . رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
- ديفير ، ملفين و روكيتش ، ساندر (1999) . نظريات وسائل الإعلام . ترجمة كمال عبدالرؤوف . القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع .
- ربابعة ، عبيدة (2016) . اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث العربية الجارية . رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
- الروابدة ، نديم (2014) . اعتماد المشاهدين على برامج التلفزيون الأردني في اكتساب المعلومات الصحية . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام جامعة اليرموك .
- زغيب ، شيماء (2009) . مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .
- سعد ، شريف (2014) . اعتماد جمهور مدينة بغداد على نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية كمصدر للمعلومات . مجلة الباحث الإعلامي . العدد (26) . ص 159-200 .
- السيد ، أسماء . (2015) معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة القاهرة .
- الشمري ، عادل (2014) . اعتماد الشباب الجامعي على قناة العربية الحدث كمصدر للمعلومات عن القضية السورية . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
- عبيدات ، محمد (2014) . اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا الفساد . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
- عبيدات ، محمد و أبو الهيجاء ، أحمد (2013) . العوامل المؤثرة في تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية . مجلة دراسات، العلوم الإدارية، المجلد ٤٠ ، العدد ٢ .
- العززي ، وديع (2014) . اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية . مجلة جامعة طيبة . العدد 8 ، ص 916-965 .
- العفيف ، عنود (2015) . اعتماد المرأة الأردنية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات الصحية . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
- فقيه ، عبدالوهاب (2002) . العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني . أطروحة دكتوراة غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة القاهرة .
- القرعان ، لينا (2015) . اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش) . رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
- مكاوي ، عماد و الشريف ، سامي (2000) . نظريات الإعلام . القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح .
- الموسى ، عصام (2003) . مدخل في الإتصال الجماهيري . اربد : الكتاني للنشر والتوزيع .

- الوفائي ، محمد (1998) . مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية . القاهرة : مكتبة الأنجلو مصرية .
- Tunio, S., & Shoukat, G. (2015). Role of Television in Awareness of Women Rights among Women Folk with Special Focus on Women of District Naushahro Feroze. *Stud*, 4(1).
- Zadeh, E. G., & Mozaffari, A. (2014). The Impact of Satellite TV Channels on Lifestyle Changes for Women in Iran. *International Journal of Business and Social Science*, 5(3).

المواقع الإلكترونية

- 58- التقرير السنوي لدائرة الإحصائية العامة عام 2016 حول التعداد السكاني [/http://census.dos.gov.jo](http://census.dos.gov.jo) available @:
- 59- التقرير السنوي لوزارة العدل عام 2016 حول الجنايات الكبرى حسب الجنس [http://www.moj.gov.jo/](http://www.moj.gov.jo)