

دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة:

دراسة تطبيقية على العاملات في أمانة عمان الكبرى"

**The Role of Jordan Broadcasting Service "General Program"
in Creating Awareness in Woman's Issues: An applicative
Study Upon working Women in Greater Amman
Municipality**

إعداد:

عصام زعل السلايطة

إشراف:

الدكتور كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

تشرين الثاني/ 2017

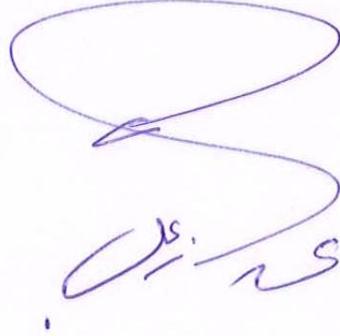
تفويض

أنا الطالب عصام زعل السلايطة أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الاسم: عصام زعل السلايطة

التاريخ: ١١ / ١٧ / ٢٠١٧

التوقيع:

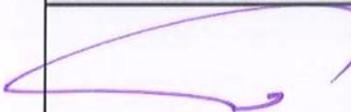
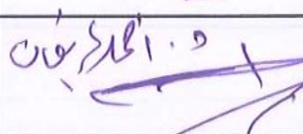
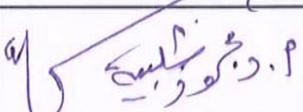


قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية

المرأة بقضاياها المختلفة: دراسة تطبيقية على العاملات في أمانة عمان الكبرى"

وأجيزت بتاريخ 2017/11/20

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفا	د. كامل خورشيد مراد
	جامعة الشرق الأوسط	مناقشا داخلياً	د. أحمد عريقات
	جامعة الزرقاء الخاصة	مناقشا خارجياً	أ.د. محمود شلبية

شكر وتقدير

الشكر والحمد لله أولاً وأخيراً الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل على الرغم من

التحديات الكبيرة وبعض العثرات التي واجهتني طوال سنوات الدراسة.

والشكر الجزيل والامتنان الكبير لمشرفي الفاضل الدكتور كامل خورشيد الذي كان لي

خير معين وخير مستشار وموجه، ولم يبخل علي بأي مشورة أو مساعدة.

والشكر للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم بقبول مناقشة رسالتي

هذه واغنائها بالملاحظات وتجويدها بالمقترحات. والشكر أيضاً لكافة الأساتذة

الأفاضل في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط.

الطالب

عصام زعل السلايطة

الإهداء

إلى والديّ العزيزين أطال الله في عمرهما

وإلى

زوجتي الغالية وأولادي حفظهم الله

14 3. الاتجاه الانتشاري:
14 4. الاتجاه السيكلوجي أو السلوكي:
15 الإعلام التتموي:
22 نشأة الإعلام الإذاعي وتطوره:
27 الإذاعة الأردنية:
30 دور الإذاعة في التتمية:
33 المرأة في الدستور والتشريعات الأردنية:
39 الدراسات السابقة:
49	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
52	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
52 منهج الدراسة:
52 مجتمع الدراسة:
52 عينة الدراسة:
54 أداة الدراسة:
55 صدق الأداة:
56 ثبات الأداة:
58 متغيرات الدراسة:
58 المعالجة الإحصائية:
59 إجراءات الدراسة:
61	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
61 إجابة السؤال الأول:
63 إجابة السؤال الثاني:
65 إجابة السؤال الثالث:
66 إجابة السؤال الرابع:
68 إجابة السؤال الخامس:
69 إجابة السؤال السادس:
70 إجابة الفرضية الأولى:
73 إجابة الفرضية الثانية:
78	

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الدراسة

78 مناقشة إجابة السؤال الأول:
79 مناقشة إجابة السؤال الثاني:
80 مناقشة إجابة السؤال الثالث:
81 مناقشة إجابة السؤال الرابع:
82 مناقشة إجابة السؤال الخامس:
83 مناقشة إجابة السؤال السادس:
83 مناقشة إجابة الفرضية الأولى:
84 مناقشة إجابة الفرضية الثانية:
86 توصيات الدراسة
87 المراجع
93 الملحقات

قائمة الجداول

رقم الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - الجدول
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية	1 - 3
54	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العادات الاتصالية	2 - 3
56	معاملات الثبات لفقرات أداة الدراسة باستخدام اختبار كرونباخ ألفا	3 - 3
57	رقم مقياس التصحيح الثلاثي	4 - 3
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة مرتبة تنازلياً.	5 - 4
64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة" مرتبة تنازلياً.	6 - 4
65	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة" مرتبة تنازلياً.	7 - 4
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "توعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية" مرتبة تنازلياً.	8 - 4
68	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية" مرتبة تنازلياً.	9 - 4
69	اختبار One Sample T-test للتعرف إلى دور الإذاعة في توعية المرأة نحو قضاياها	10 - 4
71	اختبار التباين المتعدد المشترك غير المتفاعل للتعرف إلى الفروق في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى لـ (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)	11 - 4
72	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى مصدر الفروق في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة	12 - 4

	الأردنية يعزى باختلاف الحالة	
73	اختبار التباين المتعدد المشترك غير المتفاعل للتعرف إلى الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تبعاً لـ (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)	13 -4
74	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة باختلاف الحالة الاجتماعية	14 -4
75	اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffe test للتعرف إلى مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تعزى لمعدل الاستماع	15 -4

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	رقم الملحق
94	ملحق أسماء محكمي أداتي الدراسة	1
95	استبانة الدراسة في شكلها النهائي	2

دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة: دراسة

تطبيقية على العاملات في أمانة عمان الكبرى"

إعداد الطالب : عصام زعل السلايطة

إشراف الدكتور: كامل خورشيد مراد

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على دور الإذاعة الأردنية في توعية المرأة، ودعم قضاياها المختلفة التي يمكن أن نلخصها في عبارة التوعية والتحفيز، وبما يحقق لها مشاركة فاعلة في تنمية المجتمع، وفي إعلاء انجازاته، والمساهمة في حل المشكلات والتحديات التي تواجهه في شتى المجالات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبانة، حيث جرى تطبيقها على عينة عنقودية من النساء العاملات في أمانة عمان الكبرى مكونة من (200) مفردة، وقد تم اختيار العاملات في أمانة عمان الكبرى بصفة حالة دراسة Case Study لما يمثله هذا المجتمع من سمات وخصائص تعبر عن شخصية وهوية المرأة الأردنية. وبين التحليل الإحصائي عددا من النتائج أهمها ما يأتي:

- 1- تبين أن دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية) جاءت في المستوى المتوسط (2.33) من وجهة نظر النساء العاملات في أمانة عمان الكبرى.
- 2- إن كفاءة التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية متوسطة المستوى من وجهة نظر النساء العاملات في عمان الكبرى وبمتوسط حسابي بلغ (2.31).

3- أظهرت نتائج اختبار الفرضية الأولى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية باختلاف فئات أعمارهن، ومؤهلاتهن الدراسية، ومعدل استماعهن للإذاعات الأردنية، بينما وجدت فروق تعزى للحالة الاجتماعية لصالح النساء المتزوجات.

4- أظهرت نتائج الفرضية الثانية عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تعزى لمتغيري (العمل والمؤهل الدراسي)، ومتغير معدل الاستماع للإذاعة، وتبين أن مصدر الفروق كان لصالح معدل الاستماع ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة الأردنية، قضايا المرأة، أمانة عمان الكبرى.

**The Role of Jordan Broadcasting Service "General Program"
in Creating Awareness in Woman's Issues: An applicative
Study Upon working Women in Greater Amman Municipality**

Prepared by

Essam Salaytah

Supervised by

Dr.Kamel Khorshid Morad

Abstract

The study aimed to identify the role of the Jordan Broadcasting in raising women's awareness and supporting its various issues that can be summed up in the concept of awareness and motivation, in order to achieve its active participation in the development of the society and to enhance its achievements and contribute to solving the problems and challenges facing it in various fields.

The study used the descriptive approach based on the questionnaire tool, which was applied upon a cluster sample of working women in the Greater Amman Municipality consists of (200) women. The analysis revealed a number of results.

The major finding of the study are the following :

1 .The role of the Jordan Radio programs in meeting the different needs of women (cultural, social, health, guidance, legal, entertainment) was found to be at the middle level from the perspective of the working women of the Greater Amman Municipality.

2 .The quality of media awareness about Jordanian women's issues in Jordanian radio programs is medium-level from the perspective of the employees of the Greater Amman Municipality.

3 -The results of the first hypothesis test showed that there were statistically significant differences in the degree of satisfaction of the sample members of the study about Jordanian radio programs of different age groups, their educational qualifications and their rate of listening to Jordan stations.

4 -The results of the second hypothesis showed that there were no significant differences at the level of (0.05) in the attitudes of the sample members towards the extent of the efficiency of the radio programs in motivating women to participate in public life due to the variables (work and educational qualification) The source of the difference was in favor of the listening rate of two to three hours a day.

Keywords: Jordan Broadcasting Service, Women's Issues, Greater Amman Municipality.

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

تمهيد:

يُنْتَظَر من وسائل الإعلام المختلفة أن تسهم في دعم قضايا المجتمع المحلي المختلفة إلى جانب قيامها بأدوار الإخبار والتوعية والترفيه وتعزيز التماسك الاجتماعي والوطني..الخ، وتتعدد القضايا المجتمعية التي تحتاج إلى دعم من وسائل الإعلام، فمنها ما يتعلق بالمناطق البعيدة، أو التجمعات السكنية الفقيرة والمناطق الأقل حظاً، إلى دعم قضايا قطاعات وفئات اجتماعية معينة بحاجة إلى هذا الدعم مثل الشباب، والأطفال، والمرأة، وذوي الاحتياجات الخاصة، والطلبة، والمزارعين، والعمال...الخ.

وفي استعراض ما كتب من أدب نظري حول وسائل الإعلام والمجتمع نجد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية اهتمت بدور هذه الوسائل الإعلام نحو تطوير وتنمية وخدمة المجتمع، ومبدئها في ذلك هو أنه عندما تكون وسائل الإعلام على قدر من المسؤولية تجاه المجتمع، كان حال المجتمع بأحسن ما يرام والعكس صحيح، ويشير محمد الموسوي إلى إن دور وسائل الإعلام لا يجب أن يبقى مقتصرًا على تلقي وبت الأخبار والمعلومات ولا على تفسيرها وتحليلها بل هناك دور في غاية الأهمية وهو المساهمة في رقي وتطوير المجتمع نفسه من خلال دفع القراء والمستمعين والمشاهدين إلى إدراك خطورة المشكلات التنموية والى البحث عن حلول ، فهي بذلك تقوم بدور المنبه للتنمية من خلال إثارة اهتمامه بقضايا التنمية، وتقوم بدور حشد الدعم الشعبي وال جماهيري للتنمية والتي تفقد مضمونها دون مشاركة شعبية فاعلة (الموسوي، 2012).

ولما كانت الإذاعات الخاصة غالباً ما تهتم ببيت برامج خفيفة قليلة التكلفة، جاذبة للإعلانات، خصوصاً الأغاني والبرامج الترفيهية التي لا تساهم في التنمية إلا بشكل متواضع عدا عن خدمات التسلية والترفيه، فقد أصبح لزاماً على الإذاعات الرسمية أن تقوم بهذا الدور وتعتني باحتياجات الفئات الاجتماعية المختلفة وفي مقدمة هذه الشرائح فئة النساء، لأن المرأة عموماً ما زالت تعاني في بقاع كثيرة في العالم من التمييز في حقوقها في مختلف المجالات بما في ذلك الإعلام.

إن تخصيص برامج لتنمية قدرات المرأة وتمكينها ليس بالأمر المستغرب، فالكثير من برامج وسائل الإعلام عادة ما توجه لفئات مختلفة من فئات المجتمع، من الأطفال ما دون سن المدرسة، أو لتلاميذ المدارس، أو للشباب عموماً، أو للفتيات، أو لربات البيوت وغير ذلك من الفئات الاجتماعية، فإذا كانت المرأة هي نصف المجتمع، وهي التي ترعى النصف الثاني كما هو معروف، فإنها تستحق أن يوليها الإعلام قدراً كافياً من البرامج التي تمكنها من أداء وظائفها، وتعزيز قدراتها.

ولما كانت وسائل الإعلام الرسمية مطالبة بتقديم العديد من البرامج والخدمات الإعلامية لجمهور عريض، فهي لا تستطيع مجازة وسائل الإعلام المجتمعية الأخرى في التوسع في تقديم برامج مجتمعية، أو الإذاعات المتخصصة التي تركز على بعض فئات الجمهور، لذلك فالإذاعات الرسمية تقدم برامج مختلفة بعضها يتضمن النواحي المجتمعية ويتوجه لفئات محددة من المجتمع، ومن هنا تتسم تلك البرامج بالصفة المجتمعية. وفي الواقع هناك عدد لا بأس به من وسائل الإعلام المحلية، التي تتشارك بعض سمات الإعلام المجتمعي، خاصة من ناحية المضمون واستهداف فئة ما أو منطقة ما، أو في بعض أشكال الإدارة، لكنها لم ترتق بعد إلى أن تكون مجتمعية (عمر، 2016).

إن هدف هذه الدراسة هو التعرف على مدى إسهام الإذاعة الأردنية الرسمية في تقديم خدماتها الإذاعية لفئة المرأة على وجه الخصوص، أي لنصف المجتمع، ذلك أن دائرة اهتمام هذه الإذاعة يجب أن يكون أكثر اتساعاً من اهتمامات الإذاعات الخاصة لأنها إذاعة للدولة، أي إذاعة للمجتمع بكل أطيافه، وليس هدفها الربح، لأنها ممولة من الدولة ومن دافعي الضرائب الذين ينتظرون منها خدمات وبرامج حقيقية، تعزز الروح الوطنية، والتماسك الاجتماعي، وتنتشر التوعية بحقوق الفئات المختلفة في المجتمع، وفي مقدمة ذلك المرأة.

مشكلة الدراسة:

إن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على دور الإذاعة الأردنية في توعية المرأة بقضاياها المختلفة التي يمكن أن نلخصها في عبارة التوعية والتحفيز، وبما يحقق للمرأة في النهاية مشاركة فاعلة مع شريكها الرجل في تنمية المجتمع، وفي إعلاء إنجازاته، والمساهمة في حل المشكلات والتحديات التي تواجهه في شتى المجالات.

وتتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما دور الإذاعة الأردنية (البرنامج العام) في توعية المرأة بقضاياها المختلفة؟

أسئلة الدراسة وفرضياتها:

السؤال الرئيس للدراسة هو: ما دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة؟

وينتفرع عن السؤال الأسئلة الفرعية الآتية :

1- ما دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في توعية المرأة بقضاياها المختلفة (الثقافية،

الاجتماعية، الصحية، الإرشادية..القانونية، الترفيهية الخ)؟

- 2- ما مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة؟
- 3- ما دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة؟
- 4- ما نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية؟
- 5- ما درجة رضا النساء عن برامج الإذاعة الأردنية؟
- 6- هل يوجد دور للإذاعة الأردنية في توعية المرأة بقضاياها؟

فرضيات الدراسة:

- 1- **الفرضية الأولى:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة تبعا ل (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، المؤهل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية).
- 2- **الفرضية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تبعا (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية).

أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة دور برامج الإذاعة الأردنية (البرنامج العام) في توعية المرأة بقضاياها المختلفة، ويتفرع هذا الهدف إلى مجموعة من الأهداف الفرعية كالآتي:
- 1- التعرف على دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة.

- 2- معرفة درجة كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة.
- 3- التعرف على دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة.
- 4- الاطلاع على نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية.
- 5- درجة رضا أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في ثلاثة جوانب نشير لها في نقاط كما يلي:

- 1- إن قضايا المرأة الأردنية منها، ما تزال بحاجة إلى دعم وتعزيز ونقاش وتوعية من قبل وسائل الإعلام كافة بما في ذلك الإذاعات.
- 2- إن دور الإذاعات يعتبر في غاية الأهمية لأن نسبة كبيرة من النساء تستمع للإذاعات إما في المنازل أثناء عمل البيت، أو أثناء ممارسة بعض الوظائف المكتبية عدا عن وسائل المواصلات العامة. كذلك يستمع للإذاعات نسبة كبيرة من الرجال، لأن بعض البرامج يجب أن توجه للرجال وليس للنساء فقط.
- 3- إن الدراسة كشفت مدى اهتمام الإذاعة بقضايا النساء التي تعتبر نصف المجتمع، وبناء عليه تم الخروج بتوصيات لهذه الإذاعة وكافة الإذاعات في شأن قضايا المرأة.

حدود الدراسة:

ستنفذ هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية:

- الحدود المكانية: مدينة عمان (العاصمة).

- المجال التطبيقي: الإذاعة الأردنية (البرنامج العام).
- الحدود الزمانية: 1-6-2017/ إلى 30-9-2017.
- الحدود البشرية: النساء العاملات في أمانة عمان الكبرى.

محددات الدراسة:

يتحدد تعميم نتائج الدراسة بالمحددات الآتية:

- 1- دلالات الصدق والثبات لأداة الدراسة التي تتمثل في أداة الدراسة.
- 2- مدى صدق المبحوثين وحرصهم على دقة الإجابات على أداة الدراسة.
- 3- نظرا لتجانس العينة التي تم اختيارها، وصدق وثبات الأداة فإنه يمكن تعميم نتائج هذا البحث على مجتمع البحث نفسه وهو المجتمع المتكون من النساء العاملات في أمانة عمان الكبرى.

مصطلحات الدراسة:

*- الدور: نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الفرد نفسه، و قد نظر بعض الباحثين إلى مفهوم الدور من زوايا مختلفة نذكر أهمها:

- 1 - متطلبات الدور، وهي توقعات الآخرين بشأن أداء شخص لدور معين في موقف ما.
- 2- توقعات الدور، وهي السلوك المتوقع والمرغوب الذي يرتبط بدور معين.
- 3- أداء الدور، وهو طريقة قيام الشخص بدوره في موقف معين (غيث، 1997، 390)

ويعرف الدور إجرائياً: بأنه الأداء الإعلامي للإذاعة الأردنية في توعية المرأة بقضاياها المختلفة والتعريف بحقوقها وواجباتها، والمساهمة بتلبية حاجاتها.

* - قضايا المرأة: يقصد بها إجرائياً مجموعة من القضايا والاهتمامات والاحتياجات التي تُعني بالمرأة الأردنية في هذه الفترة، خصوصاً القضايا التي تشهد تمايزاً عن القضايا التي تهتم الذكور، ومن ذلك مساواة المرأة في حقوق التعليم والعمل والصحة وغير ذلك، وكذلك إيلاء أهمية كافية للمرأة واحتياجاتها في برامج وسائل الإعلام المختلفة، وفي هذه الدراسة تم تحديد وسائل الإعلام بالإذاعة الأردنية.

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري:

نظرية الإعلام في تنمية المجتمعات وتحديثها:

اتجاهات نظريات التنمية

1. الاتجاه التطوري:

2. اتجاه النماذج أو المؤشرات:

3. الاتجاه الانتشاري:

4. الاتجاه السيكولوجي أو السلوكي:

الإعلام الترموي:

نشوء الإذاعة وتطورها:

الإذاعة الأردنية:

دور الإذاعة في التنمية:

المرأة في الدستور والتشريعات الأردنية:

ثانياً: الدراسات السابقة:

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري:

نظرية الإعلام في تنمية المجتمعات وتحديثها:

مع تقدم وتطور المجتمع في مختلف المجالات، يصبح من الضرورة أن يقوم كل الأفراد فيه بالعمل على تنميته وازدهاره، وبما أن الإنسان هو محور التنمية منذ نعومة أظفاره، فإن مسؤولية تنشئته وإعداده عادة ما تناط بالمرأة بطبيعة الحال، فهي التي ترعاه منذ الولادة وتبدأ بإمداده بالغذاء لنمو جسده، وهي التي تلقنه أول حروف اللغة وكلماتها التي من خلالها سيتواصل مع المجتمع، وهي التي تعمل على غرس القيم التي تؤمن بها وتعززها في نفوس النشء الجديد، وبذلك فالمرأة هي من يضع اللبنة الأساسية في تشكيل الشخصية وتوجيهها. من هنا يبدو أهمية الدور الذي تقوم به المرأة في بناء المجتمع السليم، لكن السؤال قبل ذلك، هل تتمتع المرأة فعلاً بهامش من الحرية والتنمية التي تجعلها قادرة على القيام بالأدوار المنوطة بها على خير وجه؟ ولا شك أن المرأة العربية ما زالت محرومة من كثير من حقوقها سواء التي قدمها الشرع، أو تلك التي نصت عليها الدساتير والقوانين خصوصاً ما يتعلق منها بالمساواة في الجوانب المختلفة، لذلك فإن حركات مساندة المرأة ما تزال ترفع شعارات المساواة والحقوق والتمكين وغيرها، ويبدو أن منظمات دولية أيضاً تقوم بجهود كبيرة في إحقاق حقوق المرأة، فهي تطالب الحكومات في الدول النامية بضرورة تخصيص مقاعد كوتة للمرأة في الهيئات التمثيلية المنتخبة أو المعينة، مثل مجالس البلديات ومجالس البرلمانات وغيرها.

ولقد أسهمت عدة عوامل بتوجيه الأنظار إلى أهمية دور المرأة في تعزيز جهود التنمية البشرية الشاملة، وبدأت النظرة تتغير إلى أهمية هذا الدور، فمن أجل مواجهة التحديات العصرية سواء

الاقتصادية والسياسية والثقافية، كان لابد من العمل على تمكين المرأة ونمائها، التي هي بالفعل تمثل نصف الموارد البشرية، التي يُعتمد عليها في تنفيذ برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وقد عملت العديد من المؤسسات على إبراز هذا الدور، وإحداث التغييرات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، والمساهمة في تقديم المرأة بصورة واعية ومتقنة وإيجابية، ولا شك أن الإعلام كان من بين أهم هذه الوسائل، إذ يمكنه أن يسهم في كثير من أشكاله وصوره في دعم هذه التوجه.

ويمكن للإعلام المساهمة في دعم قضايا المرأة من خلال عدة أساليب منها تحقيق الوعي بتلك القضايا سواء لدى المرأة نفسها أو لدى المجتمع عموماً، وفي دور وسائل الإعلام في إيصال القضايا إلى صانعي القرار في الدولة، وفي منظمات المجتمع المدني، وحتى في مخاطبة القواعد الشعبية المختلفة.

وفي دراسة لعالم الاجتماع دانيال ليرنر "Daniel Lerner" الذي كان مهتماً بدراسة دور وسائل الإعلام في إحداث التغيير في المجتمع، ودور الإعلام في تنمية المجتمعات بشكل عام، وفي تنمية قدرات المرأة بشكل خاص، فقد قدم أفكاراً عن كيفية قيام وسائل الإعلام بالدور التنموي للمجتمعات، لاجتياز المجتمع التقليدي، وتقدّم هذه النظرية تأثيرات محددة، لدور وسائل الإعلام في الإقناع والتأثير على الأفكار، والاتجاهات والقيم، وكانت النظرية حصيداً لعدة أبحاث وتجارب أجريت على ست دول في الشرق الأوسط، في مطلع الخمسينيات هي: الأردن، تركيا، إيران، مصر، سوريا، لبنان (صلوي والمحيا، 2012م/ 1433هـ).

وكان من أهم النتائج التي خلص إليها ليرنر إثر دراسته التحليلية، ومن رؤيته التي نتجت

عن تتبع الأحداث التاريخية ما يأتي (مركز هردو ، 2016، 10):

- أنَّ الناسَ الأكثرَ استعداداً لقبول التغييرات الاجتماعية، هم الناس الأكثر اتصالاً بالعالم الخارجي.

- تساعد الاتصالات والاطلاع على تجارب الآخرين، في تسهيل عملية حدوث التغييرات الاجتماعية.

- هناك توافق بين انتشار التعليم، والتطور في وسائل الإعلام، والنمو الاقتصادي والحضري.

وفي كتابه "اجتياز المجتمع التقليدي" The Passing of Traditional Society ، الذي وضعه 1958، فإن دانيال ليرنر أكد أن القيم والأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام الغربية، يمكن أن تساعد في تحويل بلدان الشرق الأوسط والدول المتخلفة، من التقليدية إلى الأشكال الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الحديثة.

يرى ليرنر بأن التَحَضُّر Modernization هو اتجاه عقلائي، وتحوُّل من نمط الحياة التقليدية إلى نمط الحياة الجديدة، التي تزداد قيمتها بمساهمة الفرد، ويبدأ التَحَضُّر مع حركة سكان الريف إلى المدن، ويؤدي ذلك إلى زيادة الكثافة السكانية الناجمة عن التَحَضُّر والطلب على المدارس، ووسائل الإعلام، وأسواق التجارة الحرة، وغيرها من الوسائل الحديثة (Shah, 2011, p3).

والتحضر عملية عالمية، وانتقال الناس من الريف إلى المدينة، سيؤدي إلى اتساعها لتشمل القرى المجاورة، وزيادة نسبة الأفراد المتعلمين، وبالتالي وزيادة أهمية وسائل الاتصال والتعامل مع الوسائل الإعلامية بشكل خاص.

وقد وضع ليرنر أربعة مراحل للتحديث (الحسيني، 1984، 102):

1. الانتقال من الريف إلى المدينة رحلة أولى.

2. زيادة سكان المدينة يعني زيادة في التعليم وكل مجالات الحياة الحديثة وتم في اعتماد على وسائل للاتصال.

3. يتقدم المجتمع تكنولوجياً ويتطور صناعياً، وتصبح الوسائل الاتصالية حديثة ومتطورة.

4. حين يتطور المجتمع اقتصادياً، تزداد مساهمة الأفراد في جميع المجالات، ومن ضمنها الإعلام.

تأتي أهمية التعرض لوسائل الإعلام، كونها تعمل وتساعد في التسريع بالتمدن والتحضر، فقد لفت انتباه ليرنر -في ذلك الوقت- انتشار وسائل الإعلام ودورها وتأثيرها في المجتمع، وجاءت ثورة الاتصالات التي شملت جميع مجالات الاتصال الجماهيري، وتجاوزها للحدود والمسافات، لتساهم في تبادل وانتشار الثقافات بشكل كبير، وإلى سهولة التغيير في الفكر والقناعات.

بالإضافة إلى وظائف الإعلام المتعددة والمتمثلة بالتعليم والتثقيف والترفيه والتوجيه أو ما يسمى بالتنشئة الاجتماعية والدعاية الإعلان وغيرها (أبو الحمام، 2011)، فإن الوظيفية التنموية للإعلام شكلت دفعة قوية لإنشاء وتأسيس وسائل إعلامية، من أجل المساهمة في نهضة وتطوير الدول النامية، وحثّ الأفراد الذين هم أساس التغيير على المشاركة في عملية التنمية، من أجل تحقيق أهداف ورؤى التنمية بما يتفق مع السياسة القائمة في الدولة.

لذلك كان موضوع التنمية ولا يزال الشغل الشاغل، ومطلب لكثير من الأفراد والجماعات، من أجل النهوض في مستوياتهم الفكرية وانتماءاتهم السياسية والثقافية، وتحسين أوضاعهم الاقتصادية والتعليمية والصحية وغيرها، فالتنمية الاجتماعية هي "عملية تغيير حضاري تتناول آفاقاً واسعة من المشروعات التي تهدف إلى خدمة الإنسان، وتوفير الحاجات المتصلة بعمله ونشاطه، ورفع مستواه الثقافي والصحي، والفكري، والروحي، وهذه التنمية تعمل بصورة عامة

على استخدام الطاقات البشرية من أجل رفع مستوى المعيشة، ومن أجل خدمة أهداف التنمية" (الحسن، 2005، 175).

وقد وضع المفكرون والباحثون في أوروبا، الكثير من النظريات ونشأت الاتجاهات الفكرية المرتبطة بالتنمية وتطوير المجتمعات الإنسانية، وتتنوع آرائهم التي تبحث في أسس وأطر لتفسير نظريات التنمية، من أجل فهم كيفية حدوث انتقال المجتمع من التخلف إلى التقدم، ومن هذه النظريات والاتجاهات (نابي، 2014، 278 - 291):

1. الاتجاه التطوري:

يعتبر هذا الاتجاه من أكثر الاتجاهات انتشاراً في دراسة التنمية والبلدان النامية، حيث يقوم على فرضية أساسية ترى أنه يمكن التفرقة بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات النامية من خلال مجموعة من المؤشرات الكمية والكيفية والاستهلاكية مع ربطها بالمراحل التاريخية والبنائية التي مرت بها الدول النامية.

ويرى رواد هذا الاتجاه، أن المجتمع والحضارة يتحركان باستمرار لتحقيق السعادة الكاملة لكل الناس. ويميلون إلى اعتبار أن التنمية تعني التطور، وإن المجتمع يتطور بمرور الزمن إلى الأفضل، ومن هؤلاء سان سيمون، أوجست كونت، هيرت سبنسر، وكارل ماركس.

2. اتجاه النماذج أو المؤشرات:

يرى رواده أن الفرق بين المجتمع المتقدم والنامي، يمكن تلمسه من خلال مؤشرات كمية مثل حساب الدخل، نسبة الأمية، معدل الاستهلاك، وغيرها.

ومن خلال مؤشرات كيفية، مثل انتشار البطالة، وسوء التغذية، حجم المديونية، وغيرها. مع ربط هذه المؤشرات بالمراحل التاريخية والبنائية التي مرت بها الدول النامية، ومن رواد هذا الاتجاه هوسيلتز، سيمور ليبست، نيل سيملر.

3. الاتجاه الانتشاري:

يرى هذا الاتجاه أن التنمية عملية تتم من خلال نقل العناصر المادية والثقافية، المتمثلة بالخبرات والعلوم والتكنولوجيا وغيرها، من دول العالم المتقدم إلى الدول النامية. من هنا فإن وسائل الاتصال والإعلام سيكون لها دور كبير في تحقيق عملية الانتشار، وهذا ما ثبت نفعه وجدواه في عدد من الدول النامية التي استعانت بوسائل الإعلام مثل الصين وكوريا وبعض دول الشرق الأوسط في بداية المنتصف الثاني للقرن العشرين. (Hewitt, 2005)

4. الاتجاه السيكولوجي أو السلوكي:

يقوم هذا الاتجاه على أساس أن الرغبة والدافعية الفردية، أو الحاجة للإنجاز، هي الدعامات الأساسية للتنمية الاقتصادية، وإن تغير الاتجاهات والقيم والسلوكيات يعتبر شرطاً أساسياً من أجل إيجاد المجتمع الحديث، ومن رواد هذا الاتجاه المفكرين: دافيد ماكلياند، و"دانييل ليرنر"، "إفرت هيجن"، "شومبيتر". (Hawker, 2010).

وبحسب الاتجاه السلوكي، تناول "ليرنر" قضيتي التنمية والتحديث، مؤكداً على دور الفرد والبيئة، على تحول المجتمع من النمط التقليدي إلى النمط الحديث.

لذلك فهو يرى أن معدل التغير والتحديث، يتوقف على عدد الأفراد الذين يحاولون الأخذ بما هو حديث في بلد ما، وإن التحديث - من وجهة نظره - يعني "تحول أساليب حياة الأفراد بقوة، من الحياة الشخصية إلى حياة مشاركة ذات طابع غير شخصي" (التابعي، 1991، 206).

الإعلام التنموي:

لا تقتصر التنمية على البعد الاقتصادي فقط. بل هي عملية أوسع وأشمل من ذلك بكثير، ويوجد شبه إجماع من قبل الباحثين في شأن الإعلام التنموي على تحديد مفهوم التنمية بمفهومها الشامل، حيث تعد التنمية عملية ديناميكية، شاملة، ومعقدة، وعميقة، وواعية، ومقصودة ومدروسة. تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان. وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع. وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية. وهذا ما يؤكد أن العملية مرتبطة بالظروف الخاصة، والإمكانات والموارد المادية والبشرية، ومن ثم لا يمكن استيرادها أو استعارتها بصورة جاهزة، بل هي مشروع مستمر ودائم (المحمود، 2004، 247).

إن عملية التنمية والتحديث، تتوقف على مجموعة المتغيرات الأساسية التي تتمثل في التحضّر، والتعليم، والمشاركة في وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، بالإضافة إلى خاصية التقمص العاطفي، وإن درجة تحقيق هذه الخصائص، هي التي تفرّق بين المجتمع الحديث والمجتمع التقليدي، فمتى أستطاع المجتمع التقليدي اكتساب درجة عالية من هذه الخصائص، تُصبح التنمية والتحديث عملية سهلة بالنسبة له.

إن " ليرنر " كشف أيضاً عن حقيقة هامة مؤداها أن هناك تأثيرات متبادلة بين القيم والتنمية، وأن التحديث يلعب دوراً في تغيير القيم، وإن القيم تؤثر في التنمية والتحديث، فقد تعجّل بالتنمية وتكون سندا لها، وقد تكون عائقاً من عوائقها وتحول دون تحقيق الأهداف التنموية (التابعي، 1991، 213-214).

يرتبط مفهوم التنمية والتحديث، بالتقدم والتطور في مختلف جوانب الحياة عبر مراحل التاريخ، ولعل تطور منظومة الاتصال، وتطور وسائل الإعلام، قد ساهمت بشكل كبير في تقليص

الفجوة بين الأفراد أولاً، وبين المجتمعات ثانياً، حتى أن سائل الإعلام قد حولت العالم إلى قرية عالمية Global Village .

يهتم الإعلام التنموي بالعملية التي يمكن من لها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصصلحة المجتمع العليا(الداغر، 2012، 23).

ويمكن لوسائل الإعلام أن تسهم بشكل كبير في إحداث التغييرات المطلوبة، لا سيما مع دخول العالم عصر (الرقمنة) أو الثورة الرقمية (Digitalism)، التي كان من تداعياتها بروز الإعلام الجديد بكل ما يتمتع به من خصائص، وما كان لذلك من تأثيرات على الفرد والمجتمع والتنمية، ومساهمتها في نقل الإعلام من مرحلة السيطرة وخدمة السلطة، إلى سعيه لتلمس حاجات الناس اليومية، وتقديم الخدمات التي ينشدهونها.

ويبدو الارتباط كبيراً بين التحضر Urbanization والتحديث Modernization في المجتمع بالتنمية، التي تؤثر على حياة البشر سواء من الناحية الاجتماعية، أو التكنولوجية وأثرها على حياتهم. ولما كان لوسائل الإعلام ارتباط كبير بحياة الأفراد، فإن ذلك رفع من قيمة دورها واستثمارها من أجل دفع عجلة التنمية والتقدم في المجتمع، فظهر مفهوم الإعلام التنموي (Developmental Communication)، الذي يستخدم ويستثمر وسائل الإعلام المختلفة، من أجل تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للأفراد في المجتمع، من خلال تنفيذ خطة تنموية تهدف إلى النهوض بالمجتمع في كافة المجالات. والمعروف عن الإعلام التنموي بأنه فرع من فروع الإعلام الذي يهتم بقضايا التنمية، فهو إعلام هادف وشامل وواقعي، يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية، وهو مرتبط بالخطط والأهداف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور " (مركز

هردو، 2016، 7). وجاء الإعلام التنموي، ملبياً لاحتياجات البشر واهتماماتهم، ويتميز بأن رسالته تحمل مضموناً يعالج جانباً من جوانب الحياة المتعددة، التي تحتاج إلى تنمية قدرات المتلقي فيها" (الموسى 2003، 132).

وترجع بدايات ظهور مفهوم "الإعلام التنموي- وهو أحد فروع الإعلام المتخصص- إلى الستينيات، وتجددت من خلال تبني خبراء وعلماء الاتصال النظريات الإعلامية التي تم طرحها، والتي تؤصل لدور وقدرة الإعلام في تنمية المجتمع، والنهوض بمستواه من خلال تثقيف أفراد ورفع مستواهم التعليمي واكسابهم مهارات جديدة، وتنمية رغبتهم في التطور والتحديث.. ويعود الفضل في نشأة وبلورة "الإعلام التنموي" إلى الباحث "ولبر شرام" حيث كان قد ألف كتاباً في وسائل الإعلام والتنمية ولفت الانتباه إلى أهمية دور الإعلام في هذا الصعيد (العبد الله، 2014، ص 46). وتبين له أن وسائل الإعلام تُحدث أثراً كبيراً في المحيط الذي تعمل فيه، ويستدل على ذلك من خلال الأحداث التاريخية الكبرى، فهو يرى مثلاً أن الثورات في أوروبا وأمريكا لم تكن لتحدث لولا وسائل الإعلام، فالتطور التكنولوجي وبالتالي الاتصالي وتطور التعليم، ساهم في إحداث تحولات حقيقية وجذرية في حياة البشر.

ويهدف الإعلام التنموي من خلال التعرض لوظائف وسائل الإعلام، إلى الإسراع بتطوير وتنمية المجتمعات البشرية بغية التحول بشكل ديناميكي من حالة التخلف والفقر، إلى حالة النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، فهو يُهيء لأفراد ذلك المجتمع الظروف الثقافية والنفسية والاجتماعية، من أجل الاستجابة للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال (مركز هردو، 2016، 6-7).

ومهما اختلفت وتعددت أهداف وغايات التعرض لوسائل الإعلام، فإن هذا التعرض يزداد بزيادة التحضر في المجتمع، نتيجة زيادة العلم والمعرفة، وتبعاً لذلك تزيد عملية أو خاصية

سلوكية ركّز عليها "ليرنر" في نموذجها، وهي التقمص الوجداني Empathy أي تفهم عواطف ومشاعر الآخرين يرى "ليرنر" أن مرحلة التقمص الوجداني أو العاطفي هي المرحلة الأهم من مراحل انتقال المجتمع من التقليدي إلى الحديث، بحيث يتمكن الشخص من العمل بكفاءة في العالم الحديث، من خلال رؤية نفسه مكان الشخص الحديث، والقدرة على تحقيقها في ذاته. ويُعرّف ليرنر التقمص الوجداني بأنه "مقدرة الشخص على أن يضع نفسه مكان الآخرين، ويعتقد أنه من المتغيرات الحاسمة في عملية التنمية، وأنه يساعد الشخص الذي بدأ خفة الحركة حديثاً، على أن يعمل بكفاءة في عالم متغيّر" (طلعت، 1986، 138).

وينطلق ليرنر في نظريته - نظرية اجتياز المجتمع التقليدي- حول العلاقة بين التحضر وسائل الإعلام، من مقدرة الإنسان على التقمص الوجداني، أو الحالة الذهنية والنفسية التي تعيشها الشخصية الحركية. وقدرة المرسل على فهم الحالة الذهنية للمتلقي.

وبحسب "ليرنر" أن القدرة على تخيل حياة أفضل، من خلال التقمص الوجداني تعتبر إحدى الخصائص اللازمة للانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث، وهي قدرة يجب توافرها في الإنسان الحديث، ومهارة لا غنى عنها للشعب الذي يريد الانتقال من الحياة التقليدية إلى حياة الحداثة (التنمية)، والمجتمع الذي يكون في طريقه إلى التطور السريع، هو الذي يضم العدد الأكبر من الأفراد الذين لديهم القدرة على التقمص الوجداني.

كانت خاصية "التقمص الوجداني" تكتسب في الماضي، بالتنقل من مكان لآخر، ومخالطة البشر في المجتمعات المختلفة، ويحدث ذلك بسبب التنقل والسفر من مكان إلى آخر، والتعامل مع البشر من صنوف ومعتقدات ثقافية وفكرية مختلفة، إلا أنه بفضل وسائل الإعلام، التي قامت في القرن العشرين بنقل ما يحدث في العالم الخارجي، ووضعه بين يدي أولئك الذين لم

يتركوا مجتمعهم ولم يسافروا من قبل، وساهمت في جعل الأفراد يتخيلون أنفسهم في مواقف لم يجربوها، أو أماكن لم يزوروها، وتصور تجارب أوسع أشمل من تجاربهم المحدودة.

ولما كانت أوضاع المجتمع الغربي في بداية تكوينه غير مستقرة، فقد قامت هجرات عديدة إلى أراضٍ جديدة من أجل الوصول إلى مستوى اقتصادي أفضل، وتحقيق الربح وجني المال، واستطاع الناس الذين تحركوا أن يتأقلموا بشكل أفضل مع الظروف الخارجية، والتعامل مع المواقف وأشياء لم يكونوا قد جربوها من قبل، وهكذا أصبحوا أكثر قدرة من غيرهم على تصور أنفسهم في ظروف الآخرين، أي أكثر مقدرة على التقمص الوجداني.

ومع تغلغل وسائل الإعلام المختلفة في حياة الأفراد المعاصرة، وتقديمها نماذج يحاول الجمهور أن يسقطها على نفسه، وأن يدمجها في حياته الخاصة، وبالتالي الإسراع في عملية التقمص الوجداني. وشخصية الإنسان المتحركة Mobile في المجتمع المتطور، تزيد من قدرته على التقمص الوجداني، والتحرر من أشكال التفكير التقليدي، كما أنه "يتمتع بقدرته على الارتباط العاطفي بالجوانب الجديدة في البيئة التي يعيش فيها.

والملاحظ إذن من خلال نظرية التقمص هذه، الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في عملية التنمية، فهي تنمي القدرة على التقمص الوجداني عند الأفراد، لأنها تجعل التحرك النفسي يحل محل التحرك المادي الفعلي، ونظراً لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف، نجد أن وسائل الإعلام بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وآفاقهم، تقدم خدمة ضرورية لنمو المجتمع الحديث، وتطور المجتمع التقليدي، وقد انتشر التقمص الوجداني على نطاق واسع بفضل انتشار وسائل الإعلام، بينما كانت الخبرة في الماضي تتوافر أساساً عن طريق الانتقال بوسائل المواصلات من مكان إلى آخر، وأصبح الأساس اليوم هو الخبرة التي تنتشر عن طريق وسائل الإعلام (مزاهرة، 2012، 431).

لم تخلو نظرية اجتياز المجتمع التقليدي التي قدمها "ليرنر" من الانتقادات، فقد خلص بناءً على المعلومات التي جمعها من خلال مركز الأبحاث التطبيقية في جامعة كولومبيا الأمريكية، أن هناك مراحل تاريخية، يمر بها المجتمع حتى يصل إلى الحداثة، تبدأ من الانتقال للمدن، واتساعها وضمها القرى المجاورة، وزيادة نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام كالصحف والإذاعات، وزيادة عدد أفراد القادرين على التقمص الوجداني. وتبعاً لذلك يحدث تغيير في المنظومة الاقتصادية للأفضل، وقد جعل "ليرنر" هذا التسلسل عالمي، وأرادا تعميم نتائجه على كل المجتمعات.

وقد اتخذ "ليرنر" المجتمع الغربي والأمريكي نموذجاً للحداثة، وهو النموذج الذي يجب أن تقلده بقية البلاد، والتحديث في نظره أو التغريب Westernization يعني إتباع أساليب الحياة الغربية.

وهكذا فإن ليرنر استند إلى المراحل التي مرت بها الديمقراطيات الغربية، لتصل إلى مرحلة التحضر دون أن يعتمد على الملاحظة الفعلية للمجتمعات، بل على الخيال التاريخي، لمرحلة تحقيق التنمية، ورأى بعض الخصائص التي يمكن اعتبارها عالمية، وبالإمكان تطبيقها على كل المجتمعات، لكنه لم يضع في حسابه الفروق والاختلافات الثقافية بين المجتمعات وأثرها على التغيير. وافترض أن النموذج الغربي مثلاً يصلح للتطبيق، في كل زمان ومكان.

من ناحية ثانية، يرى بعض الباحثين أن نظرية ليرنر تعتبر نموذجاً مفرطاً في التفاؤل، فهو يشير إلى أن حياة الناس في الدول الفقيرة، سوف تتحسن من خلال تبني الممارسات النفسية والاجتماعية، والنماذج العالمية التي اتخذت كأساس للحداثة في الغرب، ومن خلال التركيز على دور وسائل الإعلام في التغيير والتحديث، والتحول من التقليدي إلى الحديث، وبالإضافة إلى

إصراره على عالمية نموذجهِ وشعبيته. ولأنه كان غير مقيد بالزمان والمكان، Shah, 2011, (p8).

كذلك لم تذكر هذه النظرية الأسباب التاريخية التي جعلت دول العالم الثالث تعاني من التخلف والتبعية خصوصا عملية الاستعمار الغربي لها، وهي نظرية لا ترتبط بالواقع، وتفتقد العمومية والشمول، لم يعتمد فيها على الملاحظة، إنما على الخيال التاريخي، وبالتالي لا يقبل بها كأساس لفهم النمو في المجتمعات النامية.

ومن نواحي الملاحظات على النظرية أنها ركزت على دور الأفراد في التغيير، ولكن قد يكون هناك أفراداً سلبيين لا يسعون إلى إنجاز العملية التنموية، لضعف الدافع للتغيير، بسبب التنشئة الاجتماعية الأسرية، وهؤلاء قد يتواجدون في المجتمعات النامية أو البلدان المتقدمة على حدٍ سواء (نابي، 2014، 300).

صحيح أن التغير والتحديث، يحصل بانتقال الإنسان من الريف والقرى إلى المدن، ولكن دور وسائل الإعلام في عملية التغيير الاجتماعي، جعلت الإنسان في العصر الحديث الذي يتسم بالعلومة أكثر تقبلاً للتغييرات، ولم يعد الإنسان مضطراً للانتقال إلى المدينة، كي يحصل التطور والتغيير في حياته وبيئته، فقد أنهت وسائل الإعلام العزلة بسبب التطور التقني الكبير في مجال الاتصالات وربطت البشر بعضهم بشكل لافت.

ليس بالضرورة أن يمر تطور المجتمع بالمراحل التي اقترحها ليرنر، قد يكون هناك تغيير بشكل مختلف وأسرع من ذلك، ولا يشترط أن يكون التغيير في ظل ديمقراطيات، فقد حدث وبشكل أفضل في ظل أنظمة سياسية غير ديمقراطية كروسيا.

أخيراً، فإنه على الرغم من الانتقادات الموجهة لنظرية اجتياز المجتمع التقليدي، إلا أنه يمكن الاستناد إليها، والاستفادة منها في هذا البحث، من خلال تقييم مدى مساهمة برامج الإذاعة

الأردنية في عمليات التحديث الخاصة بالمرأة، والتعريف بحقوقها وواجباتها، وحل مشكلاتها، ومساعدتها على ممارسة حقوقها وأعمالها على أحسن وجه، من خلال التوعية، والتوجيه، والحوار مع المسؤولين والمعنيين، وتقديم النماذج الناجحة من النساء العاملات في الاقتصاد أو في بيوتهن.

نشأة الإعلام الإذاعي وتطوره:

لم تكن الإذاعة- كوسيلة إعلام وتنمية أحدثت نقلة نوعية في المنظومة الاتصالية - لتصبح فكرة على أرض الواقع، لولا الجهود الكبيرة التي بذلت على مدار سنوات، ومن قبل عددٍ من العلماء، حتى تصبح هذه الوسيلة الأكثر قدماً في عالم الاتصال، سهلة الاستخدام ومتوفرة بين أيدي الغالبية العظمى من الناس.

وكما جاء في لسان ابن منظور أن كلمة الإذاعة في اللغة، مأخوذة من "ذاع الشيء أو الخبر" يذيع ذبوعاً ذبوعاً وذبوعاً، وكلمة الإذاعة تعني الإشاعة، بمعنى النشر العام وذبوع ما يقال.

أما في الاصطلاح فإن الإذاعة تعني: الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، لتلنقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم، فرادى وجماعات، باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة، والمادة التي تنقلها الإذاعة إما أن تكون صوتية أو مرئية أو تجمع مع الاثنين معاً" (إمام، 1985، 258). حيث أن كلمة إذاعة Broadcasting تشمل الإذاعة والتلفزيون.

وقد توصل العلماء لاختراع جهاز الراديو في عام 1865 م، " عندما نجح العالم جيمس ماكسويل، باكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية، وخرج بنظرية مفادها، أنّ الموجات الكهرومغناطيسية يمكن أن تنتقل خلال الهواء بسرعة الضوء" (نصار، 2007، 272).

وبحلول عام 1896 م، تمكن (جوليلمو ماركوني)، معتمداً على تجارب العديد من العلماء السابقين، لا سيما نظريات العالم (هنريك هيرتز)، من نقل الصوت عبر الأثير، وكان لهذا الاختراع الأثر الكبير في الوصول إلى جهاز الراديو (الرويس، 2010، 23).

لم تقف الأمور عند هذا الحد، واستمرت محاولات في تطوير الراديو، وكانت هناك بعض المحاولات الفردية في هذا المجال، إلا أنه يمكن اعتبار عام 1906، الميلاد الفعلي للإذاعة، وذلك عندما استطاع العالم (فيسيندون) من جامعة (بتسبيرج) في ولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة الأمريكية أن ينقل الصوت البشري والموسيقى إلى مسافات بعيدة (شليبي، 2009، 298).

إلا أن الاستخدام الفعلي للراديو قد بدأ في المجال العسكري، وكانت البحرية الأمريكية أول من استخدم الراديو في تبادل الاتصال بين سفنها البحرية، ونشأت كلمة إذاعة Broadcasting من إشارة مبكرة للبحرية الأمريكية بتوصيل الأوامر إلى الأسطول البحري (الداقوي، 1985، 10).

أما على المستوى الشعبي فيفسر (صابات، 2001) الوارد في مكاوي وعبد الغفار (2008) أن استخدام الإذاعة للأغراض الشعبية خلال أعوام الحرب العالمية الأولى من 1914-1918، ولما كان الاستخدام العسكري للإذاعة اللاسلكية، قد أدى إلى تحسين معدات الأجهزة، وساهم في تدريب آلاف العاملين في استخدام الإشارات اللاسلكية، فكان هؤلاء العسكريون هم طليعة العمل الإذاعي بعد عودتهم إلى الحياة المدنية

بعد الحرب العالمية الأولى، وأثناء انتخابات الرئاسة الأمريكية والمنافسة بين المرشحين نوكس وهاردنج، كانت قد تأسست أول محطة إذاعية ذات بث منتظم في العالم، وقامت بنقل نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية 1920، وعرفت باسم كادكا (K.D.K.A) (الشاري، 2010، 36).

وعلى ما يبدو أن تأثير الإذاعة قد بات واضحاً، لا سيما في دغدغة المشاعر واستنفار الطاقات لدى الشعوب، ويمكن القول أن السنوات الممتدة بين " عامي 1930 و 1948 م، تُمثل الفترة الذهبية للراديو نظراً لانتشاره عالمياً وجماهيرياً، بالإضافة إلى لعبه دوراً هاماً في عمليات الدعاية والحرب النفسية أثناء الحرب العالمية الثانية" (زعموم، ويو معيزة، 2007، 25)، وكانت الخطابة السياسية التي مارسها زعماء العالم آنذاك أمثال ونستون تشرشل، وأدولف هتلر، وبرونو موسوليني، تلهب حماسة الشعوب، وتحفزهم على الحرب.

وباختراع الترانزستور عام 1947، وظهر أجهزة راديو صغيرة الحجم، يمكن نقلها من مكان إلى آخر بسهولة، وتوفر الراديو في جميع السيارات، مع ما يتمتع به من جودة الصوت، والبث باستخدام موجات (FM) (الشاري، 2010) زاد انتشار وتأثير الإذاعة إلى حد كبير، فقد وصلت إلى معظم الناس.

حدث الكثير من التطور التقني في مجال البث الإذاعي، حتى وصلت إلى الشكل المعروف الآن، ابتداءً من تطوير جهاز الراديو نفسه على أيدي عدد من العلماء، وانتهاءً بنظام البث الإذاعي، ونوع الموجات المستخدمة.

ففي بدايات بث الإرسال الإذاعي كانت تستخدم الموجة الطويلة Long wave، لكنها لم تكن تصلح للنقل الإذاعي لمسافات بعيدة. ومع التطور التكنولوجي الذي انعكس على الإذاعة، استخدمت الموجة المتوسطة Medium Waves، التي تغطي مساحات جغرافية أوسع. وكان الإرسال باستخدام نمط التشكيل الإتساعي Amplitude Modulation AM ويستخدم الترددات 535-1605 كيلو هيرتز.

ومع التطور اللاحق في مجال الإرسال، استخدمت الإذاعة الترددات بين 1-108 ميغا هرتز، باستخدام نمط التشكيل الترددي "Frequency Modulation" FM الذي يتم الإرسال من خلاله على خط أفقي لمساحة تزيد عن خمسين ميلاً، وهذا النمط يتسم بجودة الصوت، وتعدد القنوات الإذاعية.

ومع اكتشاف موجات الميكروويف ذات الترددات العالية جداً، واستخدام الأقمار الصناعية، حدث التطور الهائل في البث الإذاعي، وأمكن النقل حياً على الهواء، ومن مناطق بعيدة يصعب الوصول إليها.

وخلال الثمانينات استخدمت تكنولوجيا تعتمد على نقل الصوت بالنظام الرقمي Digital System بدلاً من البث التماثلي Analogue الذي يوفر رسالة خالية من التشويش، ودقة البث. تتبع أهمية الراديو باعتباره من أقدم وأسرع وسائل الاتصال، فقد تفوق على الصحافة بوصوله إلى أماكن كان يصعب الوصول إليها، ومخاطبة فئات لم تكن الصحافة قادرة على استهدافها.

وتتمتع الإذاعة بالكثير من الميزات التي ساعدتها على سرعة الانتشار، فموجاتها يمكنها تخطي الحواجز والحدود عبر الأثير، كما أن صغر حجم جهاز الراديو، وسهولة حمله ونقله، وتوفره في وسائل النقل، ساعدت ليصبح رفيق الإنسان في كل مكان، ومنذ عدة سنوات فقد أصبح بالإمكان تشغيل الإذاعة عبر الهاتف المحمول، علاوة على استخدامه لغة عامة يفهمها

جميع فئات الناس. كما أن تركيز الإذاعة على حاسة السمع، تسهم بتنمية مخيلة المتلقي، وتمكنه من أن يتخيل ويتصور الفكرة ويقبلها في كل الوجوه بخلاف التلفزيون الذي يعتمد على الصورة التي تفرض نفسها على خيال المشاهد وعلى بصره.

ومما ساعد في سرعة انتشار الراديو، أن المتلقي لا يلزمه التفرغ من أجل الاستماع إليها، فيمكن الاستماع له أثناء الانشغال بعملٍ آخر، ولا يحتاج إلى كثير من التركيز كما هو الحال في التلفزيون، ولا يلزمه معرفة بالقراءة والكتابة كالصحف مثلاً، فهو مناسب للأمي وغير المتعلم. ويشير الصقور (2012، 172) أنه نظراً لسهولة وصول البث الإذاعي لمسافات كبيرة، بالإضافة إلى "المزايا التي تتمتع بها الإذاعة كوسيلة إعلام شعبية واسعة الانتشار، ساهمت في تعزيز دور عملية التنشئة الاجتماعية، خصوصاً وأن للإذاعة بعداً تاريخياً عميقاً في خدمة الجماهير، ولها قدرة على التأثير في سلوك وقيم وتطلعات المستمعين".

وبسبب ميزات الإذاعة تلك فهي تعتبر أنسب وسيلة في البلدان النامية، التي تتسم بسعة المسافات، في حال عدم توافر تغطية تلفزيونية، أو عدم قدرة الفقراء على شراء أجهزة التلفزيون (أمين، 2013، 57-58).

ومع انتشار الإذاعات كثيراً في شيوخ المعرفة، ووصولها إلى معظم الناس حتى الأميين منهم، اهتمت منظمة "اليونسكو" بالإذاعة باعتبارها وسيلة تثقيف مهمة، و"شجعت على إنشاء المحطات الإذاعية في البلاد المختلفة، لتؤدي دورها في التنوير ومحو الأمية، في كثير من الدول النامية" (نصار، 2007، 280).

وصلت الإذاعة إلى عموم الناس تقريباً في القرن التاسع عشر، وخلال عشرينات القرن الماضي تزايد استخدام وانتشار الراديو في كافة الدول بما فيه الدول النامية والفقيرة، وبسبب شيوخ التلفزيون اضطر الراديو للتأقلم مع الواقع الجديد فأخذ يعمل على تقديم البرامج الخفيفة والسريعة،

خاصة الموسيقية، وموجز الأخبار، وفي العالم الثالث، وبسبب عدم توفر أسباب المواصلات الكافية، يعتبر الراديو وسيلة الاتصال الأولى التي تربط الحكومة مع مختلف المناطق، ولهذا السبب فإن الحكومات تضع الراديو تحت إشرافها المباشر كما تستغله في التنمية وتوعية الشعب (مراد، 2012)

الإذاعة الأردنية:

توالى ظهور وتأسيس الإذاعات الخاصة في الدول العربية تبعاً لاستقلالها السياسي في أعقاب الحرب العالمية الثانية، "وصار الراديو واحداً من رموز الاستقلال الوطني عن الاستعمار الأجنبي، فالإذاعة الوطنية مثلها مثل العلم والنشيد الوطني ومقعد الأمم المتحدة" (صبري وعبد، 2008، 14).

وكانت مصر أول دولة عربية عرفت الإذاعة، في منتصف العشرينات من القرن الماضي. وتوالى ظهور الإذاعات في بقية الدول العربية، وتطورت تدريجياً بحسب قدرات وظروف كل دولة.

أما في الأردن فقد بدأ بث إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية من مدينة رام الله بتاريخ 9/1/1948م عقب انتهاء الانتداب البريطاني على فلسطين، وفي مرحلة وحدة الضفتين (نصار، 2007). ثم أصبح اسمها الإذاعة الأردنية الهاشمية من القدس، وكانت تبث برامجها لمدة ثلاث عشر ساعة يومياً، عبر جهاز إرسال قوته 20 كيلو واط، على موجة متوسطة طولها (443) متراً (موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، 2017).

بينما افتتحت الإذاعة الأردنية الحالية في عام 1959 في منطقة أم الحيران في العاصمة عمان، وكانت تبث بقوة 100 كيلو واط، وشهدت توسعة كبيرة لها في عام 1966م، فأضيف

مبنى جديد إلى الإنشاءات القائمة، وأجنحة واستوديوهات للطوارئ والبيث المباشر (نصار، 2007، 287).

ولم يقف نموها عند هذا الحد، فقد تطورت الإذاعة الأردنية بعد ذلك كثيراً، وزادت ساعات بثها، وعدد أقسامها، ولغات بثها، حتى اندمجت في الأول من أيلول من عام 1985، مع التلفزيون الأردني في مؤسسة واحدة (العلاوين، 2009، 14).

وقبل ذلك كانت إذاعة الشرق الأدنى وهي المحطة البريطانية التي تبث باللغة العربية، قد تأسست في فلسطين عام 1941م، "لاجتذاب العرب للانضمام للقوات البريطانية والقوات التي تدعمها، بالإضافة إلى استغلال وسائل الإعلام للمحافظة على الاستقرار السياسي والاقتصادي في فلسطين، وهي المنطقة التي انتدبتها عليها عصبة الأمم"، ولكنها "قبيل الانسحاب البريطاني من فلسطين في أيار/ مايو 1948، نُقلت إلى قبرص التي كانت لا تزال خاضعة للسيطرة البريطانية" (بويد، 2007).

وفي 1950 أصبحت الإذاعة تحمل الاسم الذي تحمله الآن "إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية" في عام 1956 تم إنشاء محطة ثانية افتتحها جلالة المغفور له الملك الحسين بن طلال في جبل الحسين بعمان.

وفي العام 1985 تحقق الاندماج بين الإذاعة والتلفزيون بصدور قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون.

وتشتمل إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية على أربع محطات إرسال هي:

عمان، عجلون، الحرانة، العقبة.

ويتبع الإذاعة الأردنية خمسة برامج إذاعية هي: البرنامج العام، البرنامج الأجنبي باللغة الانكليزية والفرنسية، القرآن الكريم، إذاعة إريد الكبرى، عمان أف.أم، والبرنامج الرياضي هدف (موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، 2017).

والإذاعة الأردنية هي الإذاعة الرسمية للدولة، والأولى في المملكة، تأسست قبل أن تنشأ الإذاعات الخاصة والأهلية، حتى شهد عام 2000 انطلاق أول إذاعة خاصة عربية أردنية مجتمعية على شبكة الإنترنت عرفت باسم (عمان نت)، وتحولت في عام 2005 م، إلى إذاعة تبث عبر الأثير، وذلك بعد إنشاء هيئة الإعلام المرئي والمسموع، والسماح بتأسيس إذاعات خاصة تبث عبر موجة FM .

ومع صدر قانون الإعلام المرئي والمسموع المؤقت رقم (71) لسنة 2002، الذي سمح بإقامة إذاعات وتلفزيونات خاصة، والذي أنشئت بموجبه هيئة الإعلام المرئي والمسموع، التي باشرت عملها في منتصف عام 2003 .

وفي عام 2014، أنشئت هيئة الإعلام، باعتبارها الخلف القانوني لدائرة المطبوعات والنشر، وهيئة الإعلام المرئي والمسموع، وبذلك أصبحت الهيئة المعنية بتطبيق قانوني المطبوعات والنشر، والمرئي والمسموع.

تتمتع الهيئة بشخصية اعتبارية ذات استقلال إداري ومالي، وتعنى بتنمية قطاع الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع وتنظيمه، واستقبال وضع معايير ومتابعة طلبات ترخيص الصحف والمجلات، والمواقع الالكترونية الإخبارية والمتخصصة، ومحطات الإذاعة والتلفزيون، بالإضافة إلى مراكز الدراسات والأبحاث، وقياس الرأي العام، ودور النشر والتوزيع والترجمة والدعاية

والإعلان والمطابع والمكتبات، وقد بلغ عدد إذاعات FM المرخصة والعاملة في الأردن، 42 محطة، بحسب بيانات هيئة الإعلام لعام 2017 (موقع هيئة الإعلام، 2017)

ولم يختلف دور الإذاعة الأردنية منذ نشأتها فقد كان لها دور مهم في جهود التنمية الاجتماعية والتعليمية والثقافية، فهي وسيلة الإعلام الأولى الشعبية التي تستطيع مخاطبة كافة شرائح المجتمع بصرف النظر عن المستوى التعليمي والثقافي لهم، وبرزت هذه الأهمية من حقيقة أن أغلبية سكان المملكة في فترة نشوء الإذاعة كانت تعاني من الأمية، ولا تستطيع قراءة الصحف التي كانت تقرأ من قبل النخبة آنذاك.

واحتفظت الإذاعة الأردنية بدورها وأهميته، حتى بعد تأسيس التلفزيون الأردني في أواخر الستينيات، وتزايد أعداد الصحف، ويعود ذلك لخصائص الإذاعة التي لا تتطلب جهداً في الاستماع لها، علاوة على بساطة تكلفة جهاز الاستقبال (الراديو)، لدرجة أن بعض الرعاة كانوا يحرصون على اقتنائها وحملها معهم أثناء العمل.

دور الإذاعة في التنمية:

تعتبر الإذاعة إحدى أهم وسائل الإعلام التنموي، فهي تهتم بالعمل على توعية المواطنين، وتطوير أفكارهم، من خلال تبني رؤية إعلامية تنموية، تعمل على تلبية حاجات ومتطلبات العصر، من خلال تعديل مواقف وآراء الناس تجاه قضايا التطوير والتحديث، ومن خلال الترويج لأنماط سلوكية تليي حاجات التطور، كتقبل الآخر والمشاركة والحوار. وهي تخاطب كل مستويات المعرفة والثقافة في المجتمع، فالاهتمام بالكلمة المنطوقة أكثر من الكلمة المكتوبة في المجتمعات التقليدية، وتكتسب قوة إقناع أكثر (أمين، 2013، ص 104)

وحيث تقدم الإذاعة المضمون الفكري والحضاري، المدعم بالقيم الإيجابية، وحين تجد من يوجهها بالشكل المناسب، ستؤدي إلى " التأثير على الإطار المرجعي عند المتلقي، وإحداث التغيير في مخزونه المعرفي، ويؤدي ذلك الفيض من المعلومات، إلى إعادة تشكيل الوحدات المعرفية، ومن ثم الصورة العقلية، فتتغير، ويتغير السلوك تبعاً لذلك " (الموسى، 2003، 134).

وتعمل الإذاعة من خلال رسالتها التنموية على زيادة وعي الأفراد من أجل حثهم على المشاركة في صنع القرار، وتعزيز الشعور بالمواطنة، من أجل إيجاد مناخ مناسب، يسمح بدخول وإنجاح برامج التنمية، المتعلقة بتطوير الفرد والمجتمع على حدٍ سواء.

ويلاحظ أن الإذاعات تركز في برامجها على المرأة في كثير من المجالات لأن المرأة مستمعة جيدة للإذاعة في منزلها وفي مكان عملها، لهذا تحاول برامج الإذاعات الاهتمام بمتطلبات المرأة وهمومها، وتحاول تبني كثير من قضاياها، والمساهمة في توجيه ولفت انتباه الناس إليها، والإذاعات التي لا تهتم بدعم قضايا المرأة، أو تقديم الحاجات الإعلامية لها تكون قد خسرت نصف المجتمع أو نصف الجمهور وربما أكثر، لأن استماع المرأة للإذاعة يؤثر في باقي أفراد الأسرة.

حتى مع تطور الحياة الاتصالية مؤخراً، ووجود العديد من وسائل الاتصال الحديثة كالهاتف الخليوي، إلا إن الإذاعة تكاد تكون رفيقة المرأة في بيتها وعملها وسيارتها، وزادت أهمية الإذاعة بوجود البرامج الصباحية والخدماتية، التي تعني بقضايا ومشاكل وهموم المواطنين، ومن خلال عدد من البرامج المختلفة تسهم الإذاعة في دعم المرأة ومساندتها في دورها، ومساعدتها في تنفيذ مسؤولياتها بأفضل ما يمكن، وفي سبيل ذلك تقوم بتخصيص برامج وحوارات خاصة بالمرأة، وتصمم رسائل متنوعة في مجال المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى بث برامج تعمل على إكسابها مهارات جديدة، تتعلق بأمور مختلفة تهمها في حياتها اليومية، كإعداد الطعام،

والصناعات المنزلية، ومشاريع الأسر المنتجة، وغيرها من المهارات، بالإضافة إلى توعيتها بحقوقها وواجباتها، وأن تكون مسؤولة عن صحتها وعن صحة طفلها، لا سيما في مرحلة الحمل والولادة.

وتساعد الإذاعة كذلك في إعداد المرأة كقوة عاملة، ذلك بتأهيلها وتوجيهها لتقبل التغيير، ودفعها للإشتراك في عمليات التنمية بجوار الرجل (أمين، 2013، 105).

منذ وقت قريب، كانت برامج المرأة الإذاعية تستهدف ربة المنزل فقط، وتركز على تقديم مواضيع الموضة والأزياء، تربية الأطفال، تنظيف المنزل والعناية به، لكن بخروج المرأة للعمل، تطور الطرح ليواكب التغيرات في حياتها، وكان لابد من تناول قضايا المرأة العاملة، وأصبحت برامج المرأة -التي غالباً ما تقدم خلال الفترة الصباحية في الإذاعات العامة- تقدم بقالب المجلة الإذاعية Radio Magazine التي ظهرت في أوائل الستينيات في القرن العشرين، وتحتوي أنواعاً مختلفة من المواد الإذاعية: أخبار، حوار، مناقشة، تعليق، دراما، وتتراوح مدتها بين 15-30 دقيقة، وأهم ما يميزها شكلها ونقدها اللاذع للأوضاع السلبية، وتعبيرها الصريح عن مختلف الآراء، وقد تعالج المجلة موضوعاً واحداً أو عدة موضوعات، بشرط التوازن بين الفقرات (قميرو، 2007، 102).

وأصبحت برامج المرأة والأسرة تحظى باهتمام الرجل أيضاً، بعد أن وجد الكثير من النقاط المشتركة فيها. واستطاعت كذلك أن تستقطب المعلنين، لعرض السلع والخدمات، حيث ساعد شكل القالب المستخدم، وتنوع الطرح من خلال الأشكال الإعلامية المتعددة كالدراما والخبر والاستطلاع والتقرير، على ذلك.

أخيراً، يرى الباحث أن الإذاعة وسيلة إعلامية في غاية الأهمية، والميزات التي تتمتع بها، لا سيما تركيزها على حاسة السمع، وبت الخطاب الصوتي، الذي يخاطب الفرد، وتحقق معه نوعاً من الانسجام والتآلف، بفضل الجمع بين الكلام المنطوق، والموسيقى والمؤثرات الصوتية، التلاعب بنغمة الصوت، ومزج أنواع من الدراما والشعر والمؤثرات، التي تؤثر على القلب والعقل معاً، تجعل الخطاب الإذاعي يحرك الوجدان، ويثير الفضول والانتباه، وبذلك يمكن للإذاعة أن تحقق وظيفتها الثقافية والتنموية بالإضافة إلى الإخبارية والتعليمية، وصناعة التأثير المطلوب، وأن تلعب دوراً حيويّاً يخدم بشكل غير مباشر توجهات التنمية بفضل ما تملكه من خصائص.

وبما أن ميزات الإذاعة المتعددة تجعل منها الوسيلة الأمتل للمرأة، حيث يمكن أن تسمعها وهي تمارس أعمالها اليومية داخل المنزل، وحتى حين تقود سيارتها وتخرج من المنزل، أو تستقل وسائل النقل العامة، لذلك يمكن استثمار الإذاعة من أجل توجيه رسائل التنمية والتغيير، التي تستهدف شرائح المجتمع المختلفة، والمرأة بشكل خاص.

المرأة في الدستور والتشريعات الأردنية:

نالت المرأة الأردنية التقدير والاحترام، وحظيت بمكانة أخذت بالتطور يوماً بعد يوم، بفضل كثير من الجهود من مختلف الأطراف، سواء الاتحادات النسائية والجمعيات الخاصة بشؤون الأسرة، ووسائل الإعلام، بالإضافة إلى القوانين الداعمة لحقوقها، والداعية لمساواتها مع شقيقها الرجل. فقد أكد الميثاق الوطني الأردني الصادر في عام ١٩٩١ على المساواة بين الأردنيين ذكوراً وإناثاً، حيث نصت المادة 6 من الدستور الأردني على أن "الأردنيون أمام القانون سواء لا

تمييز بينهم في الحقوق والواجبات". وعلى ذلك فإن جميع الأردنيين أمام القانون سواء لا تمييز بينهم وان اختلفوا في العرق أو اللغة أو الدين (الدستور الأردني، المادة 6).

ومن هذا المنطلق يحق للمرأة ما يحق للرجل، وعليها ما على الرجل من التزامات وطنية واجتماعية. ومن ذلك يحق لها ممارسة كافة الأعمال التي يمارسها الرجل باستثناء بعضها ما يتصف بالخطورة على حياتها كأعمال الحجارة والمناجم، التي نص عليها القانون حماية للمرأة من تلك المخاطر.

وفي مجال الحقوق السياسية للمرأة، فإنه وفقاً للمادة (3- أ) من قانون التجمعات العامة الأردني، يحق لكل الأردنيين عقد اجتماعات عامة وتنظيم المسيرات بشرط الحصول على موافقة مكتوبة مسبقة من الحاكم الإداري. ويجب تقديم الطلب قبل ثلاثة أيام على الأقل من تاريخ الاجتماع، ويجب أن يتضمن أسماء مقدمي الطلبات، وعناوينهم، وتوابعهم، والهدف، ووقت ومكان الاجتماع. تتمتع النساء بحرية إبداء آرائهن ومناقشة قضايا نوع الجنس علناً وفي أجهزة الإعلام ضمن حدود قيود الأردن الدولية بشأن حرية الكلام وأجهزة الإعلام. تضمن حرية الكلام وحرية الصحافة في المادة ١٥ من الدستور (ريم أبو حسن، 2010).

مع ازدهار وتطور الحياة الديمقراطية في الأردن، تحسن وضع ودور المرأة في الناحية الاجتماعية، وبمشاركتها السياسية أيضاً، بعد مصادقة الأردن على العديد من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي تنص على القضاء على أشكال التمييز ضد المرأة، بعد أن كانت تستبعد من المشاركة السياسية، منذ تأسيس إمارة شرق الأردن عام 1921، إلى أن تم تأسيس الجمعية الأردنية للاتحاد النسائي في الأربعينات، وتأسست بعدها عدة جمعيات خيرية نسائية متعددة الأهداف، لتبدأ مشاركة المرأة السياسية في الخمسينات، والمطالبة بحقوقها السياسية والاجتماعية.

لكن المرأة الأردنية لم تمنح الحق في التصويت إلا في عام 1955م، وكان للمتعلّمة تعليماً أساسياً فقط. لكنها لم تُمنح الحق في الترشح للانتخابات، ولم تمارس حقها الكامل في التصويت والترشح في الانتخابات إلا في عام 1974.

في عام 1980 تم تعيين أول امرأة في منصب وزاري وهي وزارة التنمية الاجتماعية. إلا أنه مع عودة الحياة النيابية في عام 1989، شاركت المرأة في الانتخابات تصويتاً وترشيحاً، حيث ترشحت 12 امرأة ولكن لم تفز أية امرأة في هذه الانتخابات. وفي عام 1993 ترشحت ثلاثة سيدات وفازت سيدة واحدة. وفي عام 1997 ترشحت سبعة عشر امرأة ولكن لم تفز أية مرشحة. في انتخابات عام 2003 ترشحت 54 سيدة، ودخلت مجلس النواب ستة نساء بموجب نظام الكوتا فقط. وفي عام 2007 ترشحت 199 امرأة وفازت ستة نساء على أساس نظام "الكوتا"، في حين فازت مرشحة واحدة بالتنافس الحر.

في انتخابات 2010 حصلت السيدات على 13 مقعداً من أصل 78 مقعداً بعد أن فازت مرشحة بالتنافس الحر، مع ضعف وجودها في المجلس (معهد ليفانت للدراسات، 2016).

أدى ازدياد ظهور المرأة في الحياة السياسية، ومساهمة وسائل الإعلام في إبراز دورها في كافة مجالات الحياة، إلى دعم مسيرتها وتطورها. فقد استندت الإستراتيجية الإعلامية الأردنية، إلى العديد من المرجعيات التي تنصف المرأة، فالمادة 15 من الدستور الأردني تنص على ما يلي: "تكفل الدولة حرية الرأي، ولكل أردني أن يعرب بحرية عن رأيه بالقول والكتابة والتصوير ووسائل وسائل التعبير بشرط أن لا يتجاوز حدود القانون".

كما جاء في الرؤية الملكية للإعلام الصادرة عام 2003م -التي تعتمد عليها في تطوير وتحديث الإعلام الأردني- كان للمرأة فيها نصيباً من الاهتمام، بحيث أكدت على أهمية بناء

صورة إيجابية عن المرأة الأردنية، والعمل على تعزيز منجزاتها وإسهاماتها في بناء المجتمع الأردني ونهضته.

وتم لفت الانتباه إلى مواجهة خطر العنف المجتمعي، وضرورة تصدي ورفض الخطاب الإعلامي لهذه الظاهرة السلبية، التي تقع في الغالب على المرأة والطفل. مع ضرورة أن تسهم وسائل الإعلام في إيجاد المعالجة الناجعة لهذه الظواهر.

ولم تغفل هذه الرؤية الأسرة، فأشارت إلى الالتزام بالتعبير عن أهمية قيم الأسرة ودورها في التنشئة الاجتماعية وحماية المجتمع، واحترام حقوق الطفل واحترام خصوصية ذوي الاحتياجات الخاصة ودمجهم في المجتمع (موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، 2017).

من الملاحظ أن الدستور والتشريعات الأردنية، أنصفت المرأة حين دافعت عن حقوقها، لكن التطبيق على أرض الواقع ما يزال ضعيفاً، بسبب العديد من المعوقات والتحديات التي ما تزال تواجه المرأة، والواقع المعاش ظلماً وحرماً كثيراً من هذه الحقوق، فهو يتضمن الكثير من الممنوعات عليها وفق العادات والتقاليد.

وعلى الرغم من أن أغلب القوانين لا تتضمن تمييزاً ضد المرأة، إلا أن بعضها ينطوي على التمييز، مثل القوانين المتعلقة بالجنسية والزواج (أبو حسن، 2010)، وهناك شكاوى كثيرة بخصوص الأحكام القضائية المخففة في الجرائم التي يقوم فيها بعض أعضاء الأسرة نحو المرأة بدوافع ما يسمى الشرف، الذي قد يعني الشبهات التي لا أساس لها في كثير من الأحوال.

ولمعالجة الاختلالات في وضع المرأة وحقوقها، فقد قامت الحكومة بإنشاء اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة كهيئة شبه حكومية بتاريخ (1992/3/12) بقرار من رئاسة الوزراء وبرئاسة سمو الأميرة بسمة بنت طلال المعظمة، وتقديراً لدور المرأة وتعبيراً عن استجابة الأردن لاحتياجات المرأة والمجتمع، وتأكيداً على جدية التزام الأردن بتنفيذ سياساته وتعهداته الوطنية

والعربية والدولية، بما فيها الالتزام بإيجاد آلية وطنية تسعى للنهوض بالمرأة وتعزيز مشاركتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، والمحافظة على مكتسباتها، والدفاع عن حقوقها في سبيل تحقيق مستوى أعلى من العدالة الاجتماعية والمساواة بين الرجال والنساء (اللجنة الوطنية لشؤون المرأة، 2017).

ورغم الصعوبات الاجتماعية والاقتصادية، فقد تمكنت المرأة الأردنية في السنوات الأخيرة، من اقتحام العديد من المجالات التي كانت حكرًا على الرجال، وحقت نجاحات متتالية في القطاعين العام والخاص، إذ تبوّأت أرفع المراكز القيادية والإدارية في القطاعين، وفي مجال التعليم، صارت المرأة جنباً إلى جنب مع الرجل في كل المؤسسات التعليمية. مع ذلك، فإن نسبة المرأة العاملة لا يتجاوز ربع النساء كما أكد تقرير بنك النقد الدولي الأخير الصادر العام 2017، وأكد التقرير أن حصول النساء على وظائف يعتبر تحدٍ كبير في عدد من الدول في المنطقة، نتيجة أنظمة العمل الصارمة والفوارق الكبيرة في التحصيل العلمي. ودعا الحكومات في المنطقة للحد من الحواجز التي تعترض توظيف النساء، وإزالة القيود المفروضة على تنقل الأيدي العاملة (جريدة الرأي، 2017).

أما في المجال الاجتماعي، فالمرأة ما زالت تعاني من بعض التمييز في كثير من الجوانب، وأولها حقها في الإرث، وحقها في اختيار أو رفض الزواج، وكذلك الصورة النمطية السلبية للمرأة، وتحول دون اتساع مشاركتها لتشمل كافة محافظات المملكة، فضلاً عن استمرار الدور السلطوي للرجل، وإعطائه الأولوية في حمل زمام الأمور.

هناك مجموعة من المعوقات والتحديات التي ما تزال تواجه المرأة الأردنية، لعل السبب في ذلك طبيعة المجتمع الأردني الريفية والبدوية، التي تغلب على طبيعة التعامل والنظرة إلى المرأة، والتي تحكمها العادات والتقاليد، وسيادة الثقافة الأبوية، بالإضافة إلى قلة خبرة المرأة لا سيما في

المجال السياسي، وعزوفها عن المشاركة في الحياة السياسية. وهذا لا يعني أن المرأة الحضرية أو التي تعيش في المدينة تعيش بدون ضغوط اجتماعية واقتصادية مختلفة، فهي تعاني من التمييز في بعض الأعمال وتتلقى أجورا أقل من الرجال مع أنها تقوم بنفس العمل، وهناك ضغوط أخرى تتعلق بضغوط اجتماعية مختلفة مثل سفر بعض أفراد الأسرة خصوصا رب العائلة إلى الخارج وتحملها وحدها المسؤولية عن الأسرة وغير ذلك من الضغوط والتحديات.

ثانياً - الدراسات السابقة:

أجرت آدم، إيمان (2003) دراسة بعنوان " دور الإذاعة في تعزيز الوعي الثقافي"، دراسة مسحية وصفية على عينة من البرامج الإذاعية الثقافية في الإذاعة السودانية، وهدفت الدراسة إلى الوقوف على دلالات استخدام الرسائل الإذاعية إذا ما كانت وفق آمال وتطلعات المجتمع، وإلى معرفة الدور الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة في عملية تعزيز الوعي الثقافي لجمهور المستمعين، وكان من أهم ما توصلت إليه الدراسة :-

1- إن البرامج الثقافية تهتم بالتراث الشعبي السوداني من فكر وعادات وتقاليده وموروثات اجتماعية محلية، وتقديمها في قالب يسهل فهمه من قبل المجتمع مراعية في ذلك تنوع أفراد المجتمع.

2- إن جميع البرامج الثقافية تبث مسجلة وهذا ما لا يتيح للمستمع فرصة في المشاركة والتعبير برأيه مباشرة في هذه البرامج.

3- إن الغالبية العظمى من البرامج الثقافية ليس لديها مخرج بل المعد هو الذي يقيم ويشرف ويخرج برنامجه.

وأنجزت أحمد، مريم (2003) دراسة بعنوان " دور الإذاعة المسموعة في التنمية الاجتماعية في السودان"، وهذه دراسة وصفية مسحية تحليلية على أساس تحليل المضمون، حيث قامت الدراسة بالتطبيق على البرامج التنموية في الإذاعة السودانية، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة البرامج التنموية التي تبثها الإذاعة السودانية، ومدى تحقيقها أو المساهمة في تحقيق التنمية في المجتمع.

وتوصلت الدراسة إلى أن الإذاعة السودانية هي أفضل وسيلة لتسريع التنمية في السودان، وأن البرامج التنموية لعبت دوراً في تحديد المشاكل التي يعانيها المجتمع السوداني والأساليب المستخدمة في البرامج التنموية، وأكدت الدراسة على ضرورة الربط بين البرامج التنموية ومشاكل الجمهور وضرورة الانفتاح على الولايات والأقاليم في السودان لتجسيد مفهوم المواطنة الصالحة، وأن الإعلام الاجتماعي دوره في التنمية الاجتماعي واضح وفعال وخاصة في البرامج التنموية التي تبثها الإذاعة السودانية.

- دراسة منظمة فريدوم هاوس (2005) بعنوان "تقييم حرية المرأة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا" دراسة مقارنة".

هدفت الدراسة للتعرف إلى واقع المرأة العربية في دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وتغطي الدراسة التطورات حتى نهاية عام 2003. وسعت الدراسة إلى تحديد المعوقات التي تحول دون الرقي بوضع المرأة وحقوقها وتمكينها.

استعانت الدراسة بتقارير وصفية معمقة إلى جانب مسوح واسعة في مختلف دول منطقة الدراسة، (الجزائر، البحرين، مصر، العراق، الأردن، الكويت، لبنان، ليبيا، المغرب، عمان، قطر، السعودية، سوريا، تونس، الإمارات، اليمن، فلسطين) السلطة الفلسطينية/ الأراضي المحتلة من قبل إسرائيل).

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود عجز كبير في حقوق المرأة في هذه الدول، وأن المرأة تعاني بشدة في جميع مؤسسات المجتمع "نظام القضاء الجنائي، الاقتصاد، التعليم والصحة".

- دراسة شكيب (2005) بعنوان : صورة المرأة في الإعلام العربي هموم ومشكلات المرأة في الصحافة والإعلام، وهدفت الدراسة إلى إثارة عدد من القضايا الأساسية المرتبطة بموضوع المرأة والإعلام، ودور المرأة في الإعلام، وذلك لتحريك الفكر الإعلامي تجاه هذه الموضوعات الحيوية، ونشر الوعي حولها وحث الممارسة الإعلامية على التجديد من حيث موقفها من صورة المرأة وموقفها من المرأة العاملة في المؤسسة الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من المقترحات والتوصيات لتحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية تمثلت في:

- 1- إنشاء مرصد إعلامي عربي مهمته الرئيسية خدمة المرأة العربية وقضاياها.
 - 2 - دراسة مضامين الأدوات الإعلامية من برامج ودراما ورصد ما تنقله من صور عن المرأة العربية، مع التأكيد على رصد الواقع بسلبياته وإيجابياته.
 - 3 - تبني دورات توعية للإعلاميين لزيادة وعيهم بقضايا المرأة العربية، وبأهمية دورها في التنمية المجتمعية.
 - 4- تبني مشروع الميثاق الوطني المغربي الذي يتعلق بتحسين صورة المرأة في الإعلام والترويج له وتعميمه في الدول العربية.
- وأجرت جريسات، آمال (2006) دراسة بعنوان: "دور الإعلام في التخطيط والتنمية في الأردن"، وقد هدفت تلك الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الجهات المعنية بعملية التخطيط التنموي في الأردن، والمتمثلة بأصحاب القرار، والإعلاميين، والمواطنين، والتعرف إلى الفروق الإحصائية في دور الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الجهات المعنية بعملية التخطيط حسب متغيرات صفة المستجيب، والمؤهل العلمي، والفئة العمرية للأطراف المعنية بعملية التخطيط.

وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود دور فاعل نسبياً في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بمراحل العملية التخطيطية المدروسة وهي جمع المعلومات، التشخيص، والسياسات المحلية، والإعداد، والإقرار، والتنفيذ، من وجهة نظر جميع الفئات سواء كانوا أصحاب قرار أو إعلاميين أو مواطنين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط، وفي حين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط حسب متغير صفة المستجيب في مجال الإقرار وذلك فيما بين أفراد عينة الدراسة من الهيئات التخطيطية والمواطنين. وقد استخدمت الباحثة منهج البحث الوصفي في دراستها.

- دراسة جاكها وموكوهونجو **Gakahu & Mukhongo (2007)** بعنوان: الصفحات النسائية في الصحف الكينية: تطبيقات لتطوير البلاد في نيجيريا، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الصور التي تضعها الصحف الكينية للمرأة في البلاد، واستخدمت استمارة التحليل المحتوى للرصد الصحف لمدة ثلاثة أسابيع، وأظهرت النتائج إلى أن الصحف الكينية تركز على صورة الرجل وشؤونه، بينما أهملت صورة المرأة، كما أكدت على الجهود المبذولة لتغيير صورة المرأة والاهتمام بقضاياها، وتشجيع النساء على قراءة الصحف، وأظهرت النتائج كذلك الصورة النمطية للمرأة الكينية، حيث تتميز هذه الصور بالسلبية والمحلية والتركيز على الجمال فقط، وإنكار دورها الإنتاجي في المجتمع.

- دراسة صبري وعبدو **(2008)** بعنوان "مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة"، وقد سعت إلى معرفة مدى تأثر مكانة الإذاعات الحكومية

الوطنية التابعة للدولة من ظهور الإذاعات الخاصة في الوطن العربي، في ظل اتجاه معظم الدول نحو الانفتاح وإتباع السياسات الليبرالية في الاقتصاد والإعلام.

كما اهتمت الدراسة في كيفية تأثر معدلات الاستماع للإذاعات الحكومية في ظل منافسة الإذاعات الخاصة لها، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من المستمعين في مدينتي القاهرة وتونس، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

1- إن الراديو ما يزال متواجدا بقوة على الساحة الإعلامية على الرغم من الثورة الهائلة في مجال الاتصال وظهور الوسائل التفاعلية الحديثة.

2- رغم ظهور وسائل تكنولوجية جديدة إلا أن جهاز الراديو يحتفظ بالنسب الأعلى في الاستخدام في كل من الكويت وتونس والكويت على السواء.

3- ظهر أن عينة الدراسة تفضل الاستماع للإذاعات التي تقدم مضمونا خفيفا وعصريا ومسليا يغلب عليه طابع الترفيه والتسلية وتقديم البرامج التفاعلية.

- دراسة الترك (2009) بعنوان صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على صور المرأة الأردنية كما قدمت في الصحافة الأردنية اليومية وبيان دور حارس البوابة تجاهها، والأجندة الإعلامية في هذه الصحافة تجاه المرأة. وتكون مجتمع الدراسة من ثلاث صحف يومية أردنية هي (الرأي، الدستور، الغد)، وتم تحليل مضمون المواضيع المتعلقة بالمرأة الأردنية اعتماداً على عينة تألفت من اثنين وأربعين عدداً من الصحف اليومية الثلاث للعام 2007 م، واعتمدت الدراسة على منهج (تحليل المضمون)، كما تم اختيار الفقرة وحدة للتحليل.

بينت نتائج الدراسة أن صورة المرأة الأردنية في الصحف اليوميّة الثلاث هي إيجابية، وَلَكِنَّهَا غَيْرَ متوازنة تَمَامًا، وَكَذَلِكَ أبرزت الدراسة الاهتمام بالنشاطات غير الرسمية للمرأة، وتُركّز الاهتمام على المرأة في العاصمة.

بينت الدراسة أيضاً أن هُنَاكَ انحيازاً للمرأة في المدن، وإهمالاً للمرأة في الريف والبادية، واستنتجت الدراسة من ذلك عدم وجود سياسة واضحة لحراس البوابة الإعلامية بخصوص المرأة.

- دراسة (CIANED, 2009) بعنوان "الراديو المجتمعي: التأثير والتحديات".

تعد هذه الدراسة واحدة من سلسلة دراسات يقوم بها المركز الدولي للدراسات الإعلامية، وقد سعت الدراسة إلى معرفة التأثير الذي يحدثه الإذاعات في التنمية الوطنية، وكذلك معرفة الحاجات المحلية التي تليها الإذاعات المجتمعية، ومعرفة تأثير البيئة السياسية المحيطة بالإذاعة من تشريعات حكومية وحاجات تنظيمية. وقد أجرت الدراسة على عينة عشوائية من (1200) من مستمعي إذاعة (Es. fm) في بعض المدن الاسترالية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان منها:

1- إن الإذاعات المجتمعية تواجه مشكلات تتعلق بالإمكانيات مثل التشريعات وكذلك الحاجات التنظيمية والمالية، وهي بحاجة إلى دعم مالي متواصل لضمان استمراريتها في خدمة المجتمع.

2- أن الإذاعات المجتمعية بحاجة إلى المزيد من التدريب والتأهيل لكوادرها من أجل الوصول إلى إنتاج إعلامي مجتمعي كمي ونوعي بالمستوى المطلوب.

وأجرت رويس (2010) دراسة بعنوان "تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي: دراسة حالة نادي مستمعي راديو البلد".

هدفت الدراسة تحليل تجربة (نادي مستمعي راديو البلد) وتبيان الدوافع التي تقف وراء مواظبة أعضاء النادي على متابعة البرامج، والاهتمام بها والتفاعل معها.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب دراسة الحالة، وتكون مجتمع الدراسة من أعضاء النادي وهم الذي يستعرضون بشكل متواصل لبرامج الإذاعة وعددهم 250 عضواً، بينما تم اختيار عينة عشوائية من (122) فرداً منهم.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- أن غالبية أفراد العينة (85.2%) يعتمدون على راديو البلد كمصدر لمعرفة ومراقبة آخر الأخبار المحلية،

- إن (89.3%) يعتقدون أن راديو البلد يسهم في نقل مشكلاتهم وقضاياهم وإيصالها إلى المسؤولين.

- إن (80%) من النساء العضوات في النادي يعتقدن أن راديو البلد أسهم في تغيير سلوكياتهن.

- إن المذيع لا يزال الوسيلة الأكثر استخداماً للاستماع إلى البث الإذاعي بنسبة (100%) من أفراد العينة المستجيبين.

- دراسة باتل (2010). (Patil)، "دور الإذاعة المجتمعية في تنمية المناطق الفقيرة": دراسة ميدانية.

هدفت التعرف على دور الإذاعة المجتمعية في تنمية المناطق الفقيرة، استخدم فيها منهج المسح الميداني من بداية شباط حتى نيسان 2001م، في خمس مقاطعات في الهند، حيث تم تقسيم المستمعين إلى عدة مجموعات، حيث تستمع هذه المجموعات إلى هذه الإذاعة مرتين في الأسبوع لمدة نصف ساعة، ثم يتم جمعهم في حلقة نقاش بعضهم مع بعض لحوالي نصف ساعة، لمناقشة المواضيع التي استمعوا إليها. وأظهرت النتائج أن الإذاعة المحلية ساهمت بشكل فعلي في تبادل الأفكار في المناطق الفقيرة، وكان من نتائج ذلك عدداً من التغيرات الأساسية في المجتمعات من خلال الترويج للقضايا التنموية، والتوعية من أجل الحفاظ على

التنوع الثقافي لهذه المجتمعات، كذلك من خلال إشراك الأفراد في برامج الإذاعة التثموية لتحسين مستوياتهم الثقافية.

- دراسة شمعون (2010) بعنوان: صورة المرأة في وسائل الإعلام الفلسطيني قطاع غزة- دراسة حالة.

هدفت الدراسة إلى تحديد أشكال التدخل، والسياسات المطلوبة محليا لمعالجة الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام المسموعة، والمقروءة المرئية المؤثرة في مجتمع قطاع غزة، وكشف الصورة الحقيقية للمرأة الغزية، وتحديد الجهات القادرة على صنع هذا التغيير.

وهدفت الدراسة أيضا إلى التعرف على ملامح صورة المرأة الغزية في وسائل الإعلام المختلفة وصورة المرأة المؤثرة في قطاع غزة، وتحديد طرق تحسين صورة المرأة الغزية في الإعلام والجهات المسؤولة والمؤثرة في السياسات والإجراءات والتدخلات المطلوبة لذلك.

استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، والمقابلة كأداة من أدواتها. وتألّف مجتمع الدراسة يتكون مجتمع من النساء والرجال القاطنين في محافظات قطاع غزة الخمسة حيث تم استهدافهم من خلال مجموعات مركزة ومقابلات، وشمل عدد الرجال المشاركين 27 مشارك، أما عدد النساء المشاركات فبلغ 61 أغلبهم/ن خريجي جامعات، أكاديميين/ات، عاملات، نشطاء ونشيطات في المجتمع المدني، صناع وصانعات قرار تراوحت أعمارهم بين 20- 40 عاما.

أشارت نتائج الدراسة أن الصورة الحالية للمرأة الغزية تقدم بصورة نمطية تتقدم فيها المعاناة على الانجاز، والوطني على الإنساني، وتقدم المرأة كتابع للرجل بدلا من شخصيتها المستقلة، وجاءت صورة المرأة المقهوره الممنوعة المضطهدة الباكية الضعيفة، باعتبارها أكثر الصور انتشاراً بجانب صورة المرأة كأم، أو زوجة، أو قريبة شهيد، والمرأة التي تُعاني من هدم البيوت، والفقر، والحرمان.

أجرى حمائل، عبد (2011) دراسة بعنوان "دور إذاعة " أمن إف إم" في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين: طلبة جامعة الشرق الأوسط أنموذجاً"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور إذاعة أمن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين مع التطبيق على طلبة جامعة الشرق الأوسط، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة وزعت على (308) طالباً وطالبة من الجامعة، يشكلون ما نسبته (20%) من مجموع طلبة الجامعة وتم اختيارهم بطريقة العينة العنقودية، وقد تم استرجاع (297) استبانة مكتملة للتحليل وبذلك بلغت نسبة الاستجابة (96.4%).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها ما يلي :

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha = 0.05)$ بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة أمن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في جامعة الشرق الأوسط، تعزى لمتغير الجنس.

2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha = 0.05)$ بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة أمن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في جامعة الشرق الأوسط، تعزى لمتغير الكلية، بدلالة قيمة (ف) المحسوبة البالغة (3.794) وهي دلالة إحصائية عند مستوى (0.001).

3- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$ بين تقديرات أفراد عينة الدراسة، الدراسة حول دور إذاعة أمن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في جامعة الشرق الأوسط تعزى لمتغير مدى الاستماع لإذاعة أمن اف ام طبقاً لعامل الوقت أو ساعات الاستماع اليومي.

دراسة بزدوغ (2013) بعنوان "دور الإعلامية الأردنية في القطاع الرياضي/ المشكلات والحلول"

هدفت التعرف على مستوى حضور المرأة الإعلامية الأردنية في القطاع الرياضي، وكذلك مدى فعالة تواجدها في المؤسسات الإعلامية بمختلف أشكالها، وكيفية تنمية القدرات والمهارات الصحفية لدى الإعلامية الأردنية في الوسط الرياضي.

وهي دراسة وصفية استخدمت فيها أداتي الاستبيان والمقابلة، وطبقت على عينة من (250) إعلامية أردنية من المسجلات في نقابة الصحفيين، وبينت النتائج أن مستوى رضا البحوثات لدور الإعلامية الأردنية في القطاع الرياضي جاء بمستوى مرتفع حول ضعف حضور الإعلامية في القطاع الرياضي.

دراسة (الناظر، 2016) بعنوان " دور وسائل الإعلام في تعزيز ريادة الأعمال النسائية: دراسة مسحية"، وهدفت الدراسة إلى معرفة دور الصحافة والمجلات المتخصصة والمحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية والدراما والسينما في تعزيز ريادة الأعمال النسائية ودعم رائدات الأعمال. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي بعينة من النساء بلغت (200) رائدة أعمال في الوطن العربي، وتم إجراء مقابلات أيضا مع عدد من الخبراء المعنيين بهذا المجال. وكشفت بعض النتائج أن (76,3%) من العينة غير راضون عن دور الإذاعات المسموعة في تعزيز ريادة الأعمال النسائية ودعم رائدات الأعمال، وأشار 80,9% إلى أن المساحات المخصصة لريادة الأعمال غير كافية.

وأشارت بعض النتائج أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يفضلون متابعة قصص نجاح رائدات الأعمال عبر وسائل الإعلام المختلفة بنسبة 45%، بينما يفضل 27% متابعة أخبار المؤتمرات الخاصة بريادة الأعمال، و 15% يولي اهتماما بمتابعة المقالات والموضوعات المتخصصة في ريادة الأعمال، وفضل 8% متابعة أخبار ريادة الأعمال، و 5% متابعة أخبار المسابقات والجوائز.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على أكبر عدد ممكن من الدراسات السابقة، التي تناولت الإعلام والمرأة الأردنية عموماً، والإذاعات والمرأة خصوصاً، فقد أمكن اختيار عدد منها لأنها تلتقي أو تتشابه مع الدراسة الحالية في بعض محاورها وجوانبها، فإما أن يكون التشابه في نوع الوسيلة الإعلامية موضوع الدراسة (وهي الإذاعة)، أو كان في طبيعة مجتمع الدراسة وعينته التي تم دراستها، وهي التي تتكون من النساء كما في هذه الدراسة، وقد يكون التشابه في دور الإذاعات في عملية التنمية المجتمعية، وتعد الدراسة الحالية من هذا النوع من الدراسات التي تهتم بتنمية المجتمع المحلي أو بتنمية قطاع من قطاعاته أو فئة من فئاته، ألا وهي فئة النساء.

وقد استفاد الباحث من نتائج تلك الدراسات في بلورة موضوع دراسته لكي لا تكون مكررة للدراسات السابقة، خصوصاً التي أجريت في المجتمع الأردني وحول الإذاعات الأردنية، مع أن هذه الدراسات كانت قليلة مثل دراسات (رويس، 2010) و (حمائل، 2011) و (بزدوغ، 2013).

واستخدمت الدراسات السابقة مجموعة من المناهج والأساليب البحثية، منها المسوح الكمية مثل تقرير (منظمة فريدون هاوس، 2005) ودراسة صبري وعبدو (2008)، ودراسة (CIANED, 2009)، ودراسة حمائل (2011)، ودراسة بزدوغ (2013) ودراسة دراسة شمعون (2010)

وغيرها من الدراسات. وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات في مرحلة تصميم استبانة البحث المسحية.

واستخدم بعضها تحليل المحتوي لوسائل الإعلام، مثل دراسة (جاكاها وموكوهونجو، 2007)، ودراسة الترك (2009)، واستخدمت دراسة رويس (2010) أسلوب دراسة الحالة لعينة من أفراد المجتمع.

واهتمت بعض الدراسات بالإذاعات المجتمعية أو المحلية مثل - دراسة بانل (2010). (Patil)، ودراسة رويس (2010). بينما اهتمت دراسة بالإذاعات الحكومية أو الرسمية وهي قليلة مثل دراسة صبري وعبدو (2008) التي قامت بعمل مقارنة بين عدة إذاعات حكومية في بعض الدول العربية. فيما اهتمت دراسات أخرى بالإذاعات الخاصة مثل دراسة حمايل (2011).

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تختص بالمرأة في المجتمع الأردني، وتهتم بالبرامج المقدمة من خلال إذاعة المملكة الأردنية - الإذاعة الرسمية أو الحكومية، وهي الإذاعة الأولى في المملكة، ويستمتع لها أو يعرف عنها عدد كبير من المستمعين وربما كل أفراد المجتمع من البالغين. فيما اعتمدت على عينة من النساء دون الرجال، وذلك لمعرفة تأثير هذه البرامج على توعية المرأة بقضاياها المختلفة، ومدى رضا المرأة عن تلك البرامج.

وقد تمت الاستفادة من هذه الدراسات في وضع تصور أكاديمي لكيفية تقديم وسائل الإعلام لدعم قضايا المرأة وتحقيق حاجاتها الإعلامية والترفيهية والثقافية بشكل عام، وكذلك تمت الاستفادة من تصميم الأدوات المسحية في جمع البيانات الخاصة بالدراسة.

لقد استنتج الباحث بعد اطلاعه على الدراسات السابقة ووصوله إلى نتائج ملموسة فيما يخص المرأة والإعلام أن المرأة الأردنية ما زالت بحاجة إلى أن يسלט الضوء البحثي على أوضاعها وقضاياها الملحة على الرغم من بذل الجهود الواضحة في هذا المجال.

إن الإعلام الأردني مطالب أن ينصف المرأة بشكل أكثر مما حاصل حالياً وخاصة أن وضعية المرأة الأردنية تطورت نحو الأفضل في العقود الأخيرة وباتت المرأة تتبوأ المناصب الرفيعة والقيادية وإن كان ذلك بشكل محدود.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الميداني الذي يهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها كمياً وكيفياً كما يساعد في الكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، ويساعد المنهج الوصفي في التنبؤ بما ستكون عليه الظواهر في المستقبل (إبراهيم، 2005، 40) وبناء على ذلك، فإن هدف الدراسة الحالية هو الوصف والتشخيص لقضايا المرأة ومدى حرص الإذاعة الأردنية على تحقيق التوعية بتلك القضايا.

- مجتمع الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من النساء العاملات في أمانة عمان الكبرى والبالغ عددهن (3281) وقت إجراء الدراسة وذلك حسب معلومات دائرة الموارد البشرية لأمانة عمان (أمانة عمان، 2017)، علماً أن هؤلاء الموظفات يمارسن أعمالاً مكتبية في معظمها، ويتوزعن على دوائر وأقسام مختلفة في هذه المؤسسة، منها ما يتعلق بالإدارة، وأخرى بالشؤون الصحية أو الثقافية أو الإعلامية وغير ذلك من مجالات.

عينة الدراسة:

لما كان الوصول إلى جميع أفراد مجتمع الدراسة أمراً ليس باليسير، فإن الباحث ارتأى اختيار نوع العينة العنقودية العشوائية، وتم اختيار سبع دوائر من مجموع (30) دائرة في أمانة عمان الكبرى.

ووفقا لجدول حجم العينة في الدراسات الوصفية المسحية لبارتلت كوترليك وهيجنز (Bartlett , Kotrlik & Higgins, 2001)، فقد تم الوصول إلى عينة ممثلة قوامها (200) مفردة ومن باب الاحتياط تم توزيع (220) استبانة في أماكن تواجدهن في عملهن، وبعد استرجاع الاستبانات، تم استبعاد (20) استبانة لعدم صلاحيتها لأغراض التحليل الإحصائي، وذلك بسبب عدم اكتمال الاستجابات أو عدم مشاركة أفراد عينة الدراسة بالمشاركة في تعبئة الاستبانات، فتمثلت العينة النهائية بـ (200) موظفة، والجدول (1) الآتي يوضح التوزيع الديموغرافي لأفراد عينة الدراسة.

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أولاً: العمر		
31 سنة فأقل	54	27.0
32-37 سنة	77	38.5
38 سنة فأكثر	69	34.5
المجموع الكلي	200	100.0
ثانياً: الحالة الاجتماعية		
متزوجة	123	61.5
عزباء	77	38.5
المجموع الكلي	200	100.0
ثالثاً: المؤهل العلمي		
ثانوية عامة فأقل	17	8.5
دبلوم متوسط (سنتان بعد الثانوية العامة)	45	22.5
بكالوريوس	126	63.0
دراسات عليا	12	6.0
المجموع الكلي	200	100.0

ويوضح الجدول رقم (2) الآتي العادات الاتصالية لأفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العادات الاتصالية

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاستماع للإذاعات الأردنية يومياً
82.5	165	ساعة واحدة
13.0	26	من ساعة - ساعتين
4.5	9	من ساعتين - ثلاث ساعات
100.0	200	المجموع
		هل هناك برامج متخصصة بالتوعية الإعلامية بقضايا المرأة؟
17.0	34	نعم
83.0	166	لا
100.0	200	المجموع

أداة الدراسة:

لأغراض جمع بيانات الدراسة، فإن الباحث لجأ إلى تطوير واستخدام أداة مناسبة لهذا الموضوع، وهي أداة (الاستبانة)، التي تمثل الطريقة المثلى في الإجابة على أسئلة الدراسة، وتكونت الاستبانة من عدد من المحاور والفقرات والأسئلة التي تغطي أهداف الدراسة، وتبدأ بجمع معلومات شخصية أو ديموغرافية. وقام الباحث في المرحلة بتصميم هذه الاستبانة بالاستعانة ببعض أدوات الدراسات السابقة مثل دراسة شمعون (2010) التي كانت مفيدة في تنظيم شكل الاستبانة ومحاورها، وتم الاستفادة من دراسة منظمة فريدم هاوس (2005) بتحديد بعض حقوق المرأة وحاجاتها التي شكلت بعض المحاور أو الخطوط العريضة، كذلك تم الاستفادة من دراسة حمايل (2011) في بعض فقرات الاستبانة.

وقد تكونت الاستبانة من جزئين كالآتي (ملحق رقم -2-):

الجزء الأول: يتضمن المعلومات الديموغرافية، والمكونة من: الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، ومعدل استماع الموظفة للإذاعات الأردنية.

الجزء الثاني: والذي يتضمن أسئلة الدراسة والمكونة من (25) فقرة، وجميعها يتعلق بدور الإذاعة الأردنية في توعية المرأة بقضاياها، وتم تصميم الأداة على غرار مقياس ليكرت الثلاثي حيث تم تناول الأبعاد التالية:

- البعد الأول ويتناول دور برامج الإذاعة (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية... الخ، ويتضمن الفقرات من (8-13).

- البعد الثاني والمتعلق بمدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة، ويتضمن الفقرات من (14-18) فقرة.

- البعد الثالث والمتعلق بدور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة، ويتضمن الفقرات من (19-22) فقرة.

- البعد الرابع والمتمثل في نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية، ويتضمن الفقرات من (25-29).

- البعد الخامس والمتعلق بدرجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية من قبل موظفات أمانة عمان الكبرى، ويتمثل بالفقرات من (30-33).

صدق الأداة:

تم عرض المقياس بعد إعداد الصورة الأولية على (سبعة محكمين) من أعضاء الهيئة التدريسية في كليات الإعلام في جامعتي الشرق الأوسط وبترا، ملحق (1)، وذلك لإبداء آرائهم في صدق

المضمون وانتماء العبارات للمقياس ومدى ملاءمتها لقياس ما وضعت لقياسه، ودرجة وضوحها، ومن ثم تم اقتراح التعديلات المناسبة، وقد تم اعتماد معيار (80%) لبيان صلاحية الفقرة، وبناء على آراء المحكمين تم تعديل بعض الفقرات من ناحية الصياغة لزيادة وضوحها، وتم حذف بعضها الآخر بسبب تشابهها وقرب مدلولها مع فقرات أخرى، وتم حذف البعض الآخر منها لعدم مناسبتها لأغراض الدراسة وعدم مناسبة بعضها للبعد الذي تنتمي إليه، وبالنتيجة أصبح المقياس يتألف من (25) فقرة موزعة على خمسة أبعاد رئيسية، كما في الملحق (2)، واعتبر الباحث آراء المحكمين وتعديلاتهم دلالة على صدق محتوى أداة الدراسة وملاءمة فقراتها وتنوعها، وبعد إجراء التعديلات المطلوبة، تحقق التوازن بين مضامين المقياس في فقراتها، وقد عبر المحكمين عن رغبتهم في التفاعل مع فقراتها، مما يشير للصدق الظاهري للأداة.

ثبات الأداة:

قام الباحث بالتحقق من ثبات الأداة من خلال معادلة (كرونباخ ألفا)، ويستعمل للتأكد من صلاحية المقياس، إذ يقيس مدى الاتساق الداخلي في إجابة المستجوب على كل الأسئلة الموجودة بالمقياس، ومدى قياس كل سؤال للمفهوم، ويدل ارتفاع معامل الارتباط في المقياس على ارتفاع درجة الثبات (النجار والنجار والزعبي، 2010، 142).

وقد تم استخدام حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في المقياس عن طريق استخدام معامل (ألفا كرونباخ) ويبين الجدول (3) نتائج الاختبار.

الجدول (3)

معاملات الثبات لفقرات أداة الدراسة باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

معامل الثبات باستخدام كرونباخ ألفا	متغيرات الدراسة
0.91	دور برامج الإذاعة (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية).
0.89	كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة
0.86	دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة
0.73	نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية
0.85	درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية من قبل موظفات أمانة عمان الكبرى
0.93	الأداة ككل

يتضح من الجدول (3) أن قيم معامل كرونباخ ألفا للأبعاد الفرعية للمقياس تراوحت بين

(0.73 - 0.91) وكما بلغت قيمة معامل الثبات باستخدام كرونباخ ألفا للدرجة الكلية للمقياس

(0.93)

مفتاح تصحيح المقياس

تم مراعاة أن يتدرج مقياس (ليكرت الثلاثي) المستخدم في الدراسة تبعاً لقواعد

وخصائص المقاييس كما في الجدول (4) الآتي:

الجدول رقم (4) مقياس التصحيح الثلاثي

مستوى الدول		
غير موافق	محايد	موافق
1	2	3

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة تم التعامل

معها على النحو الآتي وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي:

$$(1-3) = \frac{2}{3} = 0.66$$

وهذه القيمة تساوي طول الفئة.

وبذلك يكون المستوى المنخفض من $1.00 + 0.66 = 1.66$

ويكون المستوى المتوسط من $1.67 + 0.66 = 2.33$

ويكون المستوى المرتفع من $2.34 - 3.00$

متغيرات الدراسة:

1. المتغيرات المستقلة:

- الإذاعة الأردنية (البرنامج العام).

- المتغيرات الشخصية (الديموغرافية) من: العمر والمستوى التعليمي والتخصص وطبيعة

المهنة. ومدى التعرض لوسائل الإعلام.

2. المتغيرات التابعة: وتشمل قضايا المرأة المتمثلة في:

- تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية،

الترفيهية... الخ.

- تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة.

- توعية المرأة بحقوقها المختلفة.

- قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية.

- درجة الرضا من قبل موظفات أمانة عمان الكبرى.

المعالجات الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي للإجابة عن أسئلة الدراسة، كالآتي:

- استخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف أفراد عينة الدراسة.
- استخدام اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات الأداة.
- للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المتوسطات الحسابية للكشف عن مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والانحرافات المعيارية للتعرف عن مستوى تشتت الاستجابات.
- اختبار العينة الواحدة One Sample T-test، لتأكيد دور الإذاعة الأردنية في توعية المرأة بقضاياها المختلفة.
- استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، بالإضافة إلى استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffe test.

إجراءات الدراسة:

بعد أن تم تصميم الاستبانة وتحكيمها والتحقق من ثباتها حسب الإجراءات المشار إليها، باشر الباحث بالإجراءات الإدارية والمسحية لتطبيق الاستبيان على عينة الدراسة بعد أن جرى تحديد دقيق لمفردات هذه العينة من مجتمع الدراسة، بعد ذلك، قام الباحث بتحليل نتائج الاستبيان عن طريق التحليل الإحصائي وفق المعادلات الإحصائية، ثم تم عرض نتائج الدراسة في جداول مناسبة، وكتابة فصول الدراسة وعرض النتائج في الفصل الرابع ومناقشتها في الفصل الخامس، وأخيراً تم وضع المقترحات والتوصيات في نهاية الرسالة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل الإجابة عن أسئلة الدراسة، حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة: دراسة تطبيقية على العاملات في أمانة عمان الكبرى"، وفيما يلي الإجابة عن أسئلة الدراسة التالية:

1- نتائج السؤال الأول: ما دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية)؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية)، والجدول (5) يوضح ذلك:

الجدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور برامج

الإذاعة الأردنية (البرنامج العام) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
11	تنمية المعارف الصحية للمرأة وأسرتها.	2.44	0.70	1	مرتفع
12	تنمية مهارات التدبير المنزلي.	2.37	0.71	2	مرتفع
13	توفير برامج ترفيهية ملائمة للمرأة	2.35	0.69	3	مرتفع
10	تنمية المهارات الاجتماعية للمرأة وتعريفها على المجتمع المحيط.	2.33	0.76	4	متوسط
8	تعزيز الثقافة العامة للمرأة وتعميق من وعيها.	2.30	0.80	5	متوسط
9	تعزيز ثقافة المرأة المتصلة بحقوقها بشكل عام.	2.24	0.78	6	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.34	0.62		مرتفع

يتضح من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لـ (دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة

المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية،

الترفيهية)، تراوحت ما بين (2.44 و 2.24) ، حيث حاز الدور على متوسط حسابي إجمالي

(2.34)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (11) على أعلى متوسط حسابي

حيث بلغ (2.44)، وانحراف معياري (0.70)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت الفقرة

على (تنمية المعارف الصحية للمرأة وأسرتها)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (12)

بمتوسط حسابي بلغ (2.37) وانحراف معياري (0.71) وهو من المستوى المرتفع، حيث نصت

الفقرة على (تنمية مهارات التدبير المنزلي).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (9) بمتوسط حسابي (2.24) وبانحراف معياري (0.78)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (تعزيز ثقافة المرأة المتصلة بحقوقها بشكل عام).

وهذا يدل على أن دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية) مرتفعة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

2- نتائج السؤال الثاني: ما مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على

المشاركة في الحياة العامة؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة، والجدول (6) يوضح ذلك:

الجدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "مدى كفاءة

البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة" مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
16	تعزيز ثقة المرأة بنفسها للمشاركة في النشاطات المجتمعية.	2.44	0.70	1	مرتفع
15	تحفيز المرأة على المشاركة في الانتخابات والترشح.	2.38	0.76	2	مرتفع
17	تمكين المرأة للمساهمة في الأنشطة العامة.	2.37	0.71	3	مرتفع
14	تشجيع المرأة على المشاركة في النشاط السياسي.	2.17	0.73	4	متوسط
18	تكريس ثقافة العيب السلبية تجاه مشاركة المرأة في الأعمال العامة.	2.17	0.82	5	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.31	0.63		متوسط

يتضح من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لـ (مدى كفاءة البرامج الإذاعية في

تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة)، تراوحت ما بين (2.44 و 2.17)، حيث حاز

الدور على متوسط حسابي إجمالي (2.31)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة رقم

(16) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.44)، وبانحراف معياري (0.70)، وهو من

المستوى المرتفع، وقد نصت الفقرة على (تعزيز ثقة المرأة بنفسها المشاركة في النشاطات

المجتمعية)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (15) بمتوسط حسابي بلغ (2.38) وبانحراف

معياري (0.76) وهو من المستوى المرتفع، حيث نصت الفقرة على (تحفيز المرأة على المشاركة

في الانتخابات والترشيح).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (18) بمتوسط حسابي (2.17) وبانحراف معياري (0.82)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (تكريس ثقافة العيب السلبية تجاه مشاركة المرأة في الأعمال).

وهذا يدل على أن كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة متوسطة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

3- نتائج السؤال الثالث: ما دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة، والجدول (7) يوضح ذلك:

الجدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور برامج

الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة" مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
22	تعرف المرأة بحقوقها بصفتها زوجة وأم وربة بيت.	2.42	0.70	1	مرتفع
19	تسهم برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها القانونية والدستورية كالمساواة في الحقوق والواجبات.	2.30	0.72	2	متوسط
20	تعرف المرأة العاملة بحقوقها في العمل والوظائف حسب القوانين والأنظمة.	2.19	0.70	3	متوسط
21	تعرف المرأة بحقوقها من ناحية الميراث حسب الشرع والقوانين السارية.	2.18	0.73	4	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.27	0.60		متوسط

يتضح من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية لـ (دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة)، تراوحت ما بين (2.42 و 2.18) ، حيث حاز الدور على متوسط حسابي إجمالي (2.27)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة رقم (22) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.42)، وبانحراف معياري (0.70)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت الفقرة على (تعرف المرأة بحقوقها بصفقتها زوجة وأم وربة بيت)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (19) بمتوسط حسابي بلغ (2.30) وبانحراف معياري (0.72) وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (تسهم برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها القانونية والدستورية كالمساواة في الحقوق والواجبات).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (21) بمتوسط حسابي (2.18) وبانحراف معياري (0.73)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (تعرف المرأة بحقوقها من ناحية الميراث حسب الشرع والقوانين السارية).

وهذا يدل على أن دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة متوسطة المستوى في الإذاعة الأردنية من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

4- نتائج السؤال الرابع: ما نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في

برامج الإذاعة الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية، والجدول (8) يوضح ذلك:

الجدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "توعية التوعية

الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية" مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
28	التمثيلات والدراما الإذاعية.	2.38	0.63	1	مرتفع
27	البرامج الترفيهية.	2.31	0.65	2	متوسط
26	برامج توعية خاصة بالمرأة.	2.09	0.71	3	متوسط
25	برامج حوارية مع المختصين والمسؤولين بقضايا المرأة.	2.04	0.74	4	متوسط
29	لا يوجد برامج خاصة بتوعية المرأة وقضاياها.	1.88	0.70	5	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.14	0.48		متوسط

يتضح من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لـ (نوعية التوعية الإعلامية تجاه

قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية)، تراوحت ما بين (2.38 و 1.88) ، حيث حاز

البعد على متوسط حسابي إجمالي (2.14)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة رقم

(28) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.38)، وانحراف معياري (0.63)، وهو من

المستوى المرتفع، وقد نصت الفقرة على (التمثيلات والدراما الإذاعية)، وفي المرتبة الثانية جاءت

الفقرة رقم (27) بمتوسط حسابي بلغ (2.31) وانحراف معياري (0.65) وهو من المستوى

المتوسط، حيث نصت الفقرة على (البرامج الترفيهية).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (29) بمتوسط حسابي (1.88) وانحراف معياري

(0.70)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (لا يوجد برامج خاصة بتوعية

المرأة وقضاياها).

وهذا يفسر أن نوعية التوعية الإعلامية بقضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية متوسطة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

5- نتائج السؤال الخامس: ما درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية، والجدول (9) يوضح ذلك:

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية" مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
33	برامج الإذاعة الترفيهية والموسيقية.	2.21	0.63	1	متوسط
30	دعم قضايا المرأة.	1.95	0.56	2	متوسط
32	الموضوعات التي تعالجها ذات الصلة بقضايا المرأة.	1.94	0.58	3	متوسط
31	الوقت المخصص لقضايا المرأة.	1.81	0.58	4	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	1.97	0.49		متوسط

يتضح من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لـ (درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية)، تراوحت ما بين (2.21 و 1.81)، حيث حاز البعد على متوسط حسابي إجمالي (1.97)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة رقم (33) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.21)، وانحراف معياري (0.63)، وهو من المستوى المتوسط، وقد نصت الفقرة على (برامج الإذاعة الترفيهية والموسيقية)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (30) بمتوسط

حسابي بلغ (1.95) وبانحراف معياري (0.56) وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (دعم قضايا المرأة).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (31) بمتوسط حسابي (1.81) وبانحراف معياري (0.58)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت الفقرة على (الوقت المخصص لقضايا المرأة).

وهذا يفسر أن درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية المختصة بقضايا المرأة متوسطة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

السؤال السادس: هل يوجد دور للإذاعة الأردنية في توعية المرأة بقضاياها؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار One Sample T-test للتعرف إلى دور الإذاعة في توعية المرأة بقضاياها، والجدول (10) يوضح ذلك:

الجدول (10)

اختبار One Sample T-test للتعرف إلى دور الإذاعة في توعية المرأة بقضاياها

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة (T) الجدولية	قيمة (T) المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المصدر
*0.000	199	1.96	15.926	0.62	2.34	دور برامج الإذاعة (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية).
*0.000	199	1.96	15.180	0.63	2.31	كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة
*0.000	199	1.96	15.169	0.60	2.27	دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة
*0.000	199	1.96	15.864	0.48	2.14	نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية
*0.000	199	1.96	11.463	0.49	1.97	درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية من قبل موظفات أمانة عمان الكبرى
*0.000	199	1.96	18.994	0.44	2.21	القياس الكلي

*دالة عند مستوى (0.05) قيمة t الافتراضية = 1.50، إذا كانت قيمة t المحسوبة أعلى من t الجدولية فإن للإذاعة دور في توعية المرأة بقضاياها

يتضح من الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية للأبعاد والقياس الكلي (2.34، 2.31، 2.27، 2.14، 1.97، 2.21) وانحراف معياري (0.62، 0.63، 0.60، 0.48، 0.49، 0.44)، على التوالي، وتظهر النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية ما بين المتوسطات الحسابية للأبعاد والمتوسط الحسابي الافتراضي (1.50)، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة للأبعاد والقياس الكلي (15.926، 15.180، 15.169، 15.864، 11.463، 18.994) على التوالي، وهي قيم أعلى من قيمتها الجدولية (1.96) وبناء عليه يتبين أن للإذاعة الأردنية دوراً إيجابياً في توعية المرأة بقضاياها.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

1- نتائج الفرضية الأولى: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة (0.05) في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة تبعا ل (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، المؤهل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية).

لاختبار هذه الفرضية، والتعرف إلى الفروق في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى ل (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)، فقد تم استخدام اختبار التباين المتعدد المشترك غير المتفاعل، والجدول (11) يوضح ذلك:

الجدول (11)

اختبار التباين المتعدد المشترك غير المتفاعل للتعرف إلى الفروق في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى لـ (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)

الدالة الإحصائية Sig.	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	المصدر
.073	1.835	.410	8	3.283a	Corrected Model
.000	677.606	151.519	1	151.519	Intercept
.151	1.906	.426	2	.852	العمر
.037	4.390	.982	1	.982	الحالة الاجتماعية
.675	.511	.114	3	.343	التأهيل الدراسي
.069	2.714	.607	2	1.214	معدل الاستماع للإذاعات الأردنية
		.224	191	42.709	الخطأ
			200	791.938	المجموع
			199	45.992	المجموع المصحح

يتضح من الجدول (11) الذي يتضمن نتائج اختبار هذه الفرضية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة تبعاً لاختلاف فئات أعمارهن، وتأهيلهن الدراسي، ومعدل استماعهن للإذاعات الأردنية، ومن خلال المتوسطات الحسابية الظاهرة في التحليل الوصفي، تبين أن مستوى الرضا لدى النساء عن الإذاعات الأردنية كانت متوسطة المستوى.

ويتضح من الجدول (11) أن بلغت قيمة الإحصائي (F) (1.906، 0.511، 2.714) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)، وهذا يدل على أن النساء العاملات في أمانة عمان الكبرى لديهم مستوى رضا متساوٍ عن برامج

الإذاعة الأردنية باختلاف فئات أعمارهن، وتأهيلهن الدراسي، ومعدل استماعهن للإذاعات الأردنية، ومن خلال المتوسطات الحسابية الظاهرة في التحليل الوصفي، تبين أن مستوى الرضا لدى النساء عن الإذاعات الأردنية كانت متوسطة المستوى.

بينما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى للحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (4.390) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، وللتعرف إلى مصدر الفروق، تم استخدام اختبار Independent Sample T-test والتي تظهر نتائجها في الجدول (12) الآتي.

الجدول (12)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى مصدر الفروق في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى باختلاف الحالة الاجتماعية

المصدر	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة الإحصائية
درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية	متزوجة	123	1.99	0.51	198	2.277	0.024
	عزباء	77	1.83	0.41			

*دالة عند مستوى (0.05) فأقل

يتضح من الجدول (12) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى باختلاف الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (t) (2.277)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، وتبين أن مصدر الفروق في درجة الرضا لصالح النساء المتزوجات، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بهن (1.99)، فيما بلغ المتوسط الحسابي للنساء المتزوجات

(1.83)، ويلاحظ ارتفاع المتوسط الحسابي لدى النساء المتزوجات عن المتوسط الحسابي للنساء العازبات.

2- نتائج الفرضية الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تبعاً (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية).

للتعرف إلى الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تبعاً لـ (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)، تم استخدام اختبار التباين المتعدد المشترك غير المتفاعل، والجدول (13) يوضح ذلك:

الجدول (13)

اختبار التباين المتعدد المشترك غير المتفاعل للتعرف إلى الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تبعاً لـ (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية)

الدلالة الإحصائية Sig.	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	المصدر
.008	2.754	.977	8	7.817a	Corrected Model
.000	407.985	144.769	1	144.769	Intercept
.107	2.276	.808	2	1.615	العمر
*.009	6.979	2.476	1	2.476	الحالة الاجتماعية
.503	.787	.279	3	.838	التأهيل الدراسي

*.020	4.031	1.430	2	2.860	معدل الاستماع للإذاعات الأردنية
		.241	191	46.129	الخطأ
			200	792.480	المجموع
			199	53.946	المجموع المصحح

*دالة عند مستوى (0.05) فأقل

يتضح من الجدول (13) أن بلغت قيمة الإحصائي (F) (6.979، 4.031)، وهي قيم

دالة إحصائياً في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز

المرأة على المشاركة في الحياة العامة تعزى لمتغيري (الحالة الاجتماعية، ومعدل الاستماع

للإذاعات الأردنية)، وتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) في

اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة

في الحياة العامة تعزى لمتغيري (العمل والتأهيل الدراسي)، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F)

(2.276، و 0.787)، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

وللتعرف إلى مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج

الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة باختلاف الحالة الاجتماعية، تم

استخدام اختبار Independent Sample T-test، والتي تظهر نتائجه في الجدول (14)

الآتي:

الجدول (14)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى مصدر الفروق في اتجاهات أفراد

عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة

باختلاف الحالة الاجتماعية

الدالة الإحصائية	قيمة (ت)	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الحالة الاجتماعية	المصدر
*0.014	2.487	198	0.66	2.21	123	متزوجة	اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة
			0.51	2.48	77	عزباء	

*دالة عند مستوى (0.05) فأقل

يتضح من الجدول (14) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة يعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (t)(2.487)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، وتبين أن مصدر الفروق في الاتجاهات كان لصالح النساء العازبات، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بهن (2.48)، فيما بلغ المتوسط الحسابي للنساء المتزوجات (2.21)، ويلاحظ ارتفاع المتوسط الحسابي لدى النساء العازبات عن المتوسط الحسابي للنساء المتزوجات.

وللتعرف أيضاً إلى مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة باختلاف معدل الاستماع للإذاعات الأردنية، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffe test، والتي تظهر نتائجه في الجدول (15) الآتي:

الجدول (15)

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffe test للتعرف إلى مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تعزى لمعدل الاستماع

الدالة الإحصائية Sig.	الفرق بين المتوسطات (I-J)	(J) معدل الاستماع	(I) معدل الاستماع
.102	-.3438-	ساعة إلى ساعتين	ساعة واحدة
.049	-.7563*	ساعتين إلى ثلاث ساعات	ساعة واحدة
.102	.3438	ساعة واحدة	ساعة إلى ساعتين

.470	-.4125-	ساعتين إلى ثلاث ساعات	
.049	.7563*	ساعة واحدة	ساعتين إلى ثلاث ساعات
.470	.4125	ساعة إلى ساعتين	

*دالة عند مستوى (0.05) فأقل

يظهر الجدول (15) أن مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة

البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة باختلاف معدل الاستماع كان

لصالح معدل الاستماع ساعتين إلى ثلاث ساعات.

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة

مناقشة نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل مناقشة لأهم نتائج الدراسة، والتعليق عليها ومقارنتها مع مثيلاتها من

الدراسات السابقة وكالاتي:

1- مناقشة نتائج السؤال الأول: ما دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في

تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية،

الترفيهية)؟

يتعلق هذا المحور بنتائج (دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات

المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية) وهي حاجات

تنموية شاملة كما هو واضح لأنه يتناول مختلف جوانب حياة المرأة.

وقد تراوحت متوسطات هذا المحور ما بين (2.44 و 2.24) ، حيث حاز الدور على

متوسط حسابي إجمالي (2.34)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حصلت على الرتبة الأولى

الفقرة على (تنمية المعارف الصحية للمرأة وأسرتها)، وفي الرتبة الثانية جاءت لفقرة التي تنصّ

على (تنمية مهارات التدبير المنزلي).

أما الرتبة الأخيرة فجاءت للفقرة التي نصت على (تعزيز ثقافة المرأة المتصلة بحقوقها

بشكل عام).

والحقيقة أن مثل هذه البرامج تسهم في تنمية المرأة ودعم قضاياها، وقد ظهر ذلك في المستوى

المرتفع لإجابات أفراد العينة من النساء، وتعزز نتائج دراسة رويس (2010) نتائج الدراسة، إذ

أظهرت نتائجها أن (80%) من النساء أفراد عينتها أن راديو البلد أسهم في تغيير سلوكياتهن ما

يعني أن البرامج المختلفة كان لها تأثير إيجابي على المرأة. وقد تم تعريف عملية التنمية الاجتماعية باعتبارها "عملية تغيير حضاري تتناول آفاقاً واسعة من المشروعات التي تهدف إلى خدمة الإنسان، وتوفير الحاجات المتصلة بعمله ونشاطه، ورفع مستواه الثقافي والصحي، والفكري، والروحي، وهذه التنمية تعمل بصورة عامة على استخدام الطاقات البشرية من أجل رفع مستوى المعيشة، ومن أجل خدمة أهداف التنمية" (حسن، 2005، 175).

والخلاصة فإن دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية) متوسطة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

2- مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة

على المشاركة في الحياة العامة؟

يتعلق هذا المحور بنتائج (مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة)، وعملية التحفيز هي عملية مهمة لأنها تتوجه إلى الأفراد، وقد تناول الاتجاه السيكولوجي في التنمية هذه المسألة، وهو اتجاه يقوم هذا الاتجاه على أساس أن الرغبة والدافعية الفردية، أو الحاجة للإنجاز، هي الدعامات الأساسية للتنمية الاقتصادية، وإن تغير الاتجاهات والقيم والسلوكيات يعتبر شرطاً أساسياً من أجل إيجاد المجتمع الحديث، ومن رواد هذا الاتجاه المفكرين: دافيد ماكيلاند"، و"دانييل ليرنر"، "إفرت هيجن"، "شومبيتر". (التابعي، 1991، 206).

وقد تراوحت ما بين (2.44 و 2.17) ، حيث حاز الدور على متوسط حسابي إجمالي (2.31)، وهو من المستوى المتوسط، وحازت الرتبة الأولى الفقرة التي نصت على (تعزيز ثقة المرأة بنفسها المشاركة في النشاطات المجتمعية)، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة التي نصت على (تحفيز المرأة على المشاركة في الانتخابات والترشيح). وجاءت الرتبة الأخيرة الفقرة التي نصت على (تكريس ثقافة العيب السلبية تجاه مشاركة المرأة في الأعمال).

وتدل نتائج هذا المحور على أن كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة متوسطة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

وكانت دراسة (CIANED, 2009) في استراليا قد أشارت إلى أن الإذاعات المجتمعية بحاجة إلى المزيد من التدريب والتأهيل لكوادرها لرفع كفاءة برامجها ، ومن أجل الوصول إلى إنتاج إعلامي مجتمعي كمي ونوعي بالمستوى المطلوب.

3- مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها

المختلفة؟

يتعلق هذا المحور بنتائج (دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة)، تراوحت ما بين (2.42 و 2.18) ، حيث حاز الدور على متوسط حسابي إجمالي (2.27)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الرتبة الأولى الفقرة التي نصت على (تعرف المرأة بحقوقها بصفاتها زوجة وأم وربة بيت)، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة التي نصت على (تسهم برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها القانونية والدستورية كالمساواة في الحقوق والواجبات).

بينما جاءت الرتبة الأخيرة للفقرة التي نصت على (تعرف المرأة بحقوقها من ناحية الميراث حسب الشرع والقوانين السارية).

ويدل هذا على أن دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة متوسطة المستوى في الإذاعة الأردنية من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

وكانت دراسة منظمة فريدم هاوس (2005) قد أشارت إلى وجود عجز كبير في حقوق المرأة في عدد من الدول العربية، وأن المرأة تعاني بشدة في جميع مؤسسات المجتمع. وبالتالي فإن ذلك يتوجب أن لا تتوجه البرامج للنساء فقط، بل يجب أن تتوجه إلى الجهات المعنية الأخرى في المجتمع أو الدولة، وفي مقدمة ذلك المشرعين الذين يقع على عاتقهم تكريس حقوق المرأة التي أقرها الدستور مثل المساواة في حقوق تجنيس الأولاد مثلاً، أو المساواة في حقوق العمل والوظائف وغيرها، وكذلك تكريس الحقوق التي تقرها الشريعة الإسلامية مثل حق المرأة في الميراث الذي غالباً ما يتم الاعتداء عليه خلافاً للشرع نفسه وتماشياً مع الأعراف والتقاليد.

4- مناقشة نتائج السؤال الرابع: ما نوعية التوعية الإعلامية بقضايا المرأة الأردنية

في برامج الإذاعة الأردنية؟

يتعلق هذا المحور بنتائج (نوعية التوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية)، تراوحت ما بين (2.38 و 1.88) ، حيث حاز البعد على متوسط حسابي إجمالي (2.14)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الرتبة الأولى الفقرة التي نصت على (التمثيلات والدراما الإذاعية)، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة التي نصت على (البرامج الترفيهية).

أما الرتبة الأخيرة فقد جاءت للفقرة التي نصت على (لا يوجد برامج خاصة بتوعية المرأة وقضاياها).

وتبين نتائج هذا السؤال أن برامج الإذاعة لا تتضمن برامج مخصصة للمرأة، وهذا أحد نقاط الضعف التي يكشف عنها هذا السؤال، لأن التمثيليات والدراما الإذاعية، وكذلك البرامج الترفيهية الأخرى هي موجهة لعموم المستمعين وليس للنساء فحسب.

وقد أظهرت نتائج دراسة صبري وعبدو (2008) ظهر أن عينة الدراسة من النساء تفضل الاستماع للإذاعات التي تقدم مضمونا خفيفا وعصريا ومسليا يغلب عليه طابع الترفيه والتسلية وتقديم البرامج التفاعلية. ويبدو أن الإذاعة الأردنية لا تهتم بالتفاعلية في برامجها خصوصا مع النساء، مع أن هذه الخاصية أصبحت مهمة في عصرنا هذا، وتقوم به العديد من الإذاعات خصوصا في برامجها الصباحية أو المسائية.

5- مناقشة نتائج السؤال الخامس: ما درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية؟

يتعلق هذا المحور بنتائج (درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية)، تراوحت ما بين (1.81 و 2.21)، حيث حاز البعد على متوسط حسابي إجمالي (1.97)، وهو من المستوى المتوسط، وحازت على الرتبة الأولى الفقرة التي نصت على (برامج الإذاعة الترفيهية والموسيقية)، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة التي نصت على (دعم قضايا المرأة).

وفي الرتبة الأخيرة جاءت الفقرة التي نصت على (الوقت المخصص لقضايا المرأة).

ويدل هذا على أن درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية المختصة بقضايا المرأة

متوسطة المستوى من وجهة نظر موظفات أمانة عمان الكبرى.

وتتشابه هذه النتيجة في بعض الأجزاء مع نتائج دراسة صبري وعبدو (2008) المشار إليها سابقا والتي أظهرت أن عينة الدراسة تفضل الاستماع للإذاعات التي تقدم مضمونا خفيفا وعصريا ومسليا يغلب عليه طابع الترفيه والتسلية، وأظهرت دراسة (الناظر، 2016) (76,3%) من العينة غير راضون عن دور الإذاعات المسموعة في تعزيز ريادة الأعمال النسائية ودعم رائدات الأعمال.

6- مناقشة نتائج السؤال السادس: هل يوجد دور للإذاعة الأردنية في توعية

المرأة بقضاياها؟

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية ما بين المتوسطات الحسابية للأبعاد والمتوسط الحسابي الافتراضي (1.50)، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة للأبعاد والقياس الكلي (15.926، 15.180، 15.169، 15.864، 11.463، 18.994) على التوالي، وهي قيم أعلى من قيمتها الجدولية (1.96).

وبناء عليه يتبين أن للإذاعة الأردنية دوراً إيجابياً في توعية المرأة بقضاياها.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة (0.05) في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة تبعا ل (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية).

أظهرت نتائج اختبار هذه الفرضية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة تبعا لاختلاف فئات أعمارهن، وتأهيلهن الدراسي،

ومعدل استماعهن للإذاعات الأردنية، ومن خلال المتوسطات الحسابية الظاهرة في التحليل الوصفي، تبين أن مستوى الرضا لدى النساء عن الإذاعات الأردنية كانت متوسطة المستوى. بينما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) في درجة رضا النساء من أفراد عينة الدراسة عن برامج الإذاعة الأردنية يعزى لاختلاف الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (t) (2.277)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، ومن خلال اختبار شيفيه فقد تبين أن مصدر الفروق في درجة الرضا لصالح النساء المتزوجات، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بهن (1.99)، فيما بلغ المتوسط الحسابي للنساء المتزوجات (1.83)، ويلاحظ ارتفاع المتوسط الحسابي لدى النساء المتزوجات عن المتوسط الحسابي للنساء العازبات.

الفرضية الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تبعا (الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، التأهيل الدراسي، معدل الاستماع للإذاعات الأردنية).

أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة تعزى لمتغيري (العمل والتأهيل الدراسي)، ومتغير معدل الاستماع للإذاعة.

أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة يعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (t) (2.487)، وهي قيمة

دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، وتبين أن مصدر الفروق في الاتجاهات كان لصالح النساء العازبات، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بهن (2.48)، فيما بلغ المتوسط الحسابي للنساء المتزوجات (2.21)، ويلاحظ ارتفاع المتوسط الحسابي لدى النساء العازبات عن المتوسط الحسابي للنساء المتزوجات.

وللتعرف إلى مصدر الفروق فقد تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffe test، التي بينت أن مصدر الفروق في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة باختلاف معدل الاستماع كان لصالح معدل الاستماع ساعتين إلى ثلاث ساعات.

وقد يفسر هذا بأن النساء الأكثر استماعاً للإذاعة يؤمن بأهمية الاستماع ويحققن من وراء ذلك بعض الفوائد والحاجات مثل الترفيه والتنقيف والأخبار والتسلية.

وكانت دراسة صبري وعبدو (2008) أظهرت إن الراديو ما يزال متواجداً بقوة على الساحة الإعلامية على الرغم من الثورة الهائلة في مجال الاتصال وظهور الوسائل التفاعلية الحديثة. وهذا يؤكد على أهمية دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية بمختلف أشكالها، ومن هذا المنطلق دعت دراسة جاكاهو وموكوهونجو (2007) (Gakahu & Mukhongo) إلى تشجيع النساء على قراءة الصحف.

ولقد بينت نتائج الدراسة أن دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) هو دور إيجابي على العموم، وأن الإذاعة يمكن أن تؤدي دوراً في غاية الأهمية في نطاق عملية التنمية الشاملة، والتوعية بقضايا المرأة وتلبية احتياجاتها، إذ تبين أن النساء من أفراد عينة الدراسة يقدرن دور الإذاعة، ويقمنها تقييماً موضوعياً بعيداً عن المبالغة، إذ اتضح أن تقييم ذلك الدور يقع في مستوى متوسط من وجهة نظر النساء المستجيبات.

وقد أظهرت النتائج أهمية أن تكون هناك برامج مخصصة للنساء، وأن تتصف البرامج الإذاعية بالكفاءة الكافية من أجل تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة، فقد تبين أن هذه الكفاءة متوسطة المستوى من وجهة نظر النساء المستجيبات من أفراد العينة. ومن الملاحظات المهمة التي عكستها نتائج الدراسة هو افتقار الإذاعة لبرامج مخصصة للنساء بشكل عام، وأن مستوى رضا النساء غير المتزوجات أقل من النساء المتزوجات، مما قد يعني أن برامج الإذاعة لا تعطي اهتماما كافيا بالنسبة للشباب عموما، ومن النساء على وجه الخصوص.

توصيات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

- 1- أهمية قيام الإذاعة الأردنية بزيادة نسبة البرامج التي تلبي الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية، القانونية، الترفيهية).
- 2- ضرورة أن تعمل الإذاعة من خلال برامج مخصصة على توعية المرأة بحقوقها المختلفة.
- 3- أن تولي الإذاعة المزيد من الاهتمام للبرامج النسائية الموجهة لصالح النساء العازبات أي الشابات لأن مستوى الرضا لديهن عن برامج الإذاعة كان أقل من مستوى رضا المتزوجات.
- 4- أهمية أن تقوم الإذاعة بتحفيز المرأة عموما على المشاركة في الحياة العامة مثل الانتخابات والترشح والعمل العام وغيره.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- ابن منظور، لسان العرب، الجزء الأول، القاهرة، دار المعارف.
- إبراهيم، مروان عبد المجيد (2005) أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- إبراهيم، كفاح. (2013). "الاستخدامات والإشباع المتحققة عند سائقي سيارات المكاتب (التكسي) في عمان لإذاعة أم FM". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.
- أبو حسن، ريم (2010) حقوق المرأة في التشريعات الأردنية، على الرابط:
http://www1.ju.edu.jo/centers/WSC/files/Jordan_a.pdf
- أبو الحمام، عزام (2011) الإعلام والمجتمع، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- أحمد، نيرمين إبراهيم. (2007) "دور إذاعة وادي النيل في تلبية الاحتياجات الاتصالية للسودانيين المقيمين في مصر (رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة)
- آدم، إيمان أحمد (2003) دور الإذاعة في تعزيز الوعي الثقافي (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان، السودان)
- إمام، إبراهيم. (1985). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني. ط2، القاهرة، دار الفكر العربي.
- أمانة عمان الكبرى، إدارة القوى البشرية والعاملية، مقابلة بتاريخ 2017/4/23.
- أمين، حمدة. (2013). " الإذاعة ودورها في التنمية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على خدمة راديو المجتمع- ولاية غرب كردفان للفترة 2009 - 2010". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، الخرطوم.

- بويد، دوغلاس " (2007) إذاعة الشرق الأدنى - صوت بريطانيا محطة الإذاعة العربية
البريطانية "السرية" وكارثة دعاية حرب السويس". حوليات القدس، (5).
- بزادوغ، منال (2013) دور الإعلامية الأردنية في القطاع الرياضي / المشكلات والحلول
(رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن).
- التابعي، كمال (1995) تغريب العالم الثالث، ط2، القاهرة، دار النصر للتوزيع والنشر.
- الترك، ميس فريد صالح (2009) "صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليوميّة" (رسالة
ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك) الأردن.
- جريدة الرأي (2017) "النقد الدولي): ربع النساء فقط في الأردن عاملات"، 2017/4/9
على الرابط: <http://alrai.com/article/10385234>
- جريسات، آمال جريس، (2006)، دور الإعلام في التخطيط والتنمية في الأردن، (رسالة
ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن).
- الحسن، إحسان محمد (2005) **مناهج البحث الاجتماعي**، ط1، عمان، دار وائل للنشر
والتوزيع.
- الحسيني وآخرون، السيد محمد (1984) دراسات في التنمية الاجتماعية ، ط 5، دار
المعارف، القاهرة.
- حمائل، عبد أحمد (2011) دور إذاعة أمن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة
الجامعيين " جامعة الشرق الأوسط " أنموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق
الأوسط، الأردن).
- الدسوقي، عبده ابراهيم. (1988). التلفزيون والتنمية. الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة.

- الرويس، عبلة. (2010). "تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي، دراسة حالة : نادي مستمعي راديو البلد". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، عمان.
- زعموم، خالد وبو عميرة، السعيد (2007) "التفاعلية في الإذاعة أشكالها و وسائلها". مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، (61)
- الشاري، طارق. (2010). الإعلام الإذاعي. عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- شكيب، شعلة، "المرأة العربية والإعلام"، <http://www.balagh.com/woman/trbiah>
- شلبي، محمد (2009) "مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو". مجلة اتحاد الإذاعات العربية.
- شمعون، هداية (2010) صورة المرأة في وسائل الإعلام الفلسطيني قطاع غزة- دراسة حالة، غزة، مركز شؤون المرأة- غزة برنامج الأبحاث والمعلومات.
- صابات، خليل (2001) وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- صبري، أمينة وعبدو، جمال". (2008) . مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة". مجلة اتحاد الإذاعات العربية.
- الصقور، صالح (2012) الإعلام والتنشئة الاجتماعية. ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صلوي، عبد الحافظ عواجي، والمحيا، اسامة بن مساعد (1433هـ) "النظريات الإعلامية"، مجموعة محاضرات جامعية، متوفر بصيغة بي دي إف على الرابط:
<http://cutt.us/KR9xr>
- طلعت، شاهيناز محمد (1986). وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية.

- العبد الله، مي وشين، عبد الكريم (2014) المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت، دار النهضة العربية.

- العلاوين، لبنى (2009). "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية أنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، عمان.

- عمر، محمد (2016) "الإعلام المجتمعي في الأردن: صوت من لا صوت لهم"، موقع حبر الإلكتروني، بتاريخ (الأحد 03 كانون الثاني 2016)، على الرابط:

[/https://www.7iber.com/politics-economics/community-media-in-jo](https://www.7iber.com/politics-economics/community-media-in-jo)

- غيث، محمد عاطف (1997) قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

- المحمود، جمال (2004) دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية- المجلد ٢٠ - العدد الثاني 2004، كلية العلوم السياسية - جامعة دمشق.

- مراد، كامل خورشيد (2012) الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- مرصد الحريات الإعلامية، "دور الإعلام في توعية المرأة"، بتاريخ (2017/3/4) على الرابط:

<http://cutt.us/NiLah>

- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي (2016) الإعلام الإنمائي على أجندة العالم للتنمية المستدامة، اليوم العالمي للإعلام الإنمائي، القاهرة .

- مرصد الحريات الإعلامية، "دور الإعلام في توعية المرأة"، بتاريخ (2017/3/4) على الرابط:

<http://cutt.us/NiLah>

- ماهرة، منال هلال (2012) نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة.

- مكاوي، حسن عماد، وعبد الغفار (2008)، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

- منظمة فريدم هاوس (2005) بعنوان "تقييم حرية المرأة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا" دراسة مقارنة مقارنـــــة. متاحـــــة على الرابط:

www.freedomhouse.org/research/menasurvey

- الموسوي، محمد جاسم فلهي، نظريات الاتصال والإعلام، بتاريخ (2017/4/3) على الرابط:
<http://cutt.us/O8UVk>

- الموسى، عصام سليمان (2003) الإعلام والمجتمع: دراسات في الإعلام الأردني والعربي والدولي. وزارة الثقافة، عمان.

- الموسى، عصام سليمان (2012) المدخل في الاتصال الجماهيري ط7، عمان، إثراء للنشر والتوزيع.

- موقع اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة (2017)، على الرابط:

<http://www.women.jo/Pages/viewpage.aspx?pageID=144>

- موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، (2017/4/4) على الرابط:

http://www.jrtv.jo/page.aspx?page_key=key_about&lang=ar

- نابي، عبد الحكيم عمار. (2014). "اتجاهات التنمية ونظريتها ومدى ملاءمتها للتطبيق على دول العالم الثالث". المجلة الجامعة (6)، المجلد الأول.

- الناظر، حسين (2016) "دور وسائل الإعلام في تعزيز ريادة الأعمال النسائية: دراسة مسحية"، ورقة عمل ضمن الجلسات الحوارية للملتقى العربي الأول لرائدات الأعمال الذي نظمته لجنة شابات الأعمال بغرفة تجارة وصناعة ظفار بمدينة صلالة بسلطنة عمان.

على الرابط: <http://cutt.us/qLOCJ>

- النجار، فايز، النجار، نبيل، الزعبي، ماجد (2010) أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع.

- نصار، تركي (2007). تاريخ الإعلام الأردني. ط 2، إريد، عالم الكتب الحديث.

دراسات أجنبية:

- 1- Bartlett, J., Kotrlik, J., & Higgins, C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size survey research. Information Technology Learning and Performance Journal, 19, 43-51.
- 2- (CIANED, 2009) Center for International Media Assistance and National Endowment for Democracy Study(209) "Community Radio: Its Impact and Challenges to its Development."
- 3- Hawker, Mark. D, (August 25, 2010), Developer's Guide to Social Programming: Building Social Context Using Face book, Google Friend Connect, and the Twitter API, Canada: Addison-Wesley Professional; 1 edition.
- 4- Gakahu,N& Mukhongo, Women's pages in Kenya's newspapers: implications for the country development, Gender and Development Journal ,2007.
- 5- Maryilan , G, The portrayal of women in newspapers: meta analysis, paper present at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, 2004.
- 6- Patil (2010)-The role of Community –Radio in The development of the rural poor.

7- Shah, Hemant. (2011)." The Production of Modernization: Daniel Lerner, Mass Media, and the Passing of Traditional Society". Philadelphia: Temple University Press.

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (1) محكمي أداة الدراسة:

الاسم	الرتبة	التخصص	الجامعة
1	أ.د. عزت حجاب	أستاذ	سياسات إعلامية جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د. تيسير أبو عرجة	أستاذ	صحافة جامعة البترا
3	أ.د. عبد الرزاق الدليمي	أستاذ	دعاية إعلامية جامعة البترا
4	د. محمد المناصير	أستاذ مساعد	تاريخ جامعة الشرق الأوسط
5	د. أحمد حسين محمد	أستاذ مشارك	صحافة جامعة البترا
6	د. عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	صحافة جامعة البترا
7	د. محمد صاحب سلطان	أستاذ مساعد	علاقات عامة جامعة البترا

ملحق رقم (2) استبانة الدراسة



الأخوات الفاضلات من موظفات أمانة عمان الكبرى
تحية طيبة

الاستبانة المرفقة هي أداة دراسة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط، وعنوانها " دور الإذاعة الأردنية "البرنامج العام" في توعية المرأة بقضاياها المختلفة: دراسة تطبيقية على العاملات في أمانة عمان الكبرى".

يرجى تعبئة الاستبانة بالخيار الذي ترونه مناسباً أو أقرب لقتاعتكم.

علماً أن بيانات الاستبيان لن تستخدم إلا لأغراض هذه الدراسة، وعلماً أن الاسم والبيانات الشخصية غير مطلوبة.

وتفضلوا بقبول الاحترام

الطالب: عصام زعل المناصير

هاتف رقم: 0799000991

المحور: البيانات الديموغرافية:
يرجى وضع إشارة (√) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك، أو الأقرب لها:

1- الفئة العمرية:

- أقل من عشرين سنة من 20 - 25 سنة 26 - 31 سنة
- 32 - 37 سنة 38 فأكثر

2- الحالة الاجتماعية: متزوجة عزباء أرملة مفصلة

3- المؤهل الدراسي:

- ثانوية عامة فأقل دبلوم سنتان بعد الثانوية العامة
- بكالوريوس دراسات عليا (دبلوم عال، ماجستير)
- دكتوراه

4- التخصص العلمي:

5- طبيعة العمل:

6- معدل استماعك للإذاعات الأردنية يوميا:

- ساعة واحدة
- من ساعة - ساعتين
- من ساعتين - ثلاث ساعات
- من ثلاث - أربع ساعات
- أكثر من أربع ساعات

7- مستوى استماعك للإذاعة الأردنية يوميا:

- ساعة واحدة
- من ساعة - ساعتين
- من ساعتين - ثلاث ساعات
- من ثلاث - أربع ساعات
- أكثر من أربع ساعات

القسم الثاني: أسئلة الاستبانة:

يرجى وضع إشارة (√) في المربع المتوافق مع خيارك المناسب، ويرجى إلقاء نظرة على الخيارات قبل الإجابة.

1- دور برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في تلبية الحاجات المختلفة للمرأة (الثقافية، الاجتماعية، الصحية، الإرشادية..القانونية، الترفيهية الخ).

الرقم	الفقرة	موافق	محايد	غير موافق
	تسهم برامج الإذاعة الأردنية (إذاعة المملكة) في:			
8	تعزيز الثقافة العامة للمرأة وتعميق من وعيها			
9	تعزيز ثقافة المرأة المتصلة بحقوقها بشكل عام			
10	تتمية المهارات الاجتماعية للمرأة وتعريفها على المجتمع المحيط			
11	تتمية المعارف الصحية للمرأة وأسرتها			
12	تتمية مهارات التدبير المنزلي			
13	توفير برامج ترفيهية ملائمة للمرأة			

2- مدى كفاءة البرامج الإذاعية في تحفيز المرأة على المشاركة في الحياة العامة.

الرقم	الفقرة	موافق	محايد	غير موافق
	تسهم برامج الإذاعة الأردنية في:			
14	تشجيع المرأة على المشاركة في النشاط السياسي			
15	تحفيز المرأة على المشاركة في الانتخابات والترشح			
16	تعزيز ثقة المرأة بنفسها للمشاركة في النشاطات المجتمعية			
17	تمكين المرأة للمساهمة في الأنشطة العامة			
18	تكريس ثقافة العيب السلبية تجاه مشاركة المرأة في الأعمال العامة			

3- دور برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها المختلفة.

الرقم	الفقرة	موافق	محايد	غير موافق
	دور برامج الإذاعة الأردنية في توعية المرأة بحقوقها المختلفة:			
19	تسهم برامج الإذاعة في توعية المرأة بحقوقها القانونية والدستورية كالمساواة في الحقوق والواجبات			
20	تعرف المرأة العاملة بحقوقها في العمل والوظائف حسب القوانين والأنظمة			
21	تعرف المرأة بحقوقها من ناحية الميراث حسب الشرع والقوانين السارية			
22	تعرف المرأة بحقوقها بصفقتها زوجة وأم وربة بيت			

23- هل هناك برامج متخصصة بالتوعية الإعلامية تجاه قضايا المرأة؟

لا نعم

24- إذا كانت الإجابة بنعم فما هي طبيعة هذه البرامج؟

.....-1

.....-2

.....-3

5- نوعية التوعية الإعلامية بقضايا المرأة الأردنية في برامج الإذاعة الأردنية.

الرقم	الفقرة	موافق	محايد	غير موافق
	نوعية البرامج التوعوية بقضايا المرأة في برامج الإذاعة:			
25	برامج حوارية مع المختصين والمسؤولين بقضايا المرأة			
26	برامج توعوية خاصة بالمرأة			
27	البرامج الترفيهية			
28	التمثيلات والدراما الإذاعية			
29	لا يوجد برامج خاصة بتوعية المرأة وقضاياها			

6- درجة الرضا عن برامج الإذاعة الأردنية.

الرقم	الفقرة	راض جدا	متوسط	غير راضٍ
	مدى الرضا عن برامج الإذاعة:			
30	دعم قضايا المرأة			
31	الوقت المخصص لقضايا المرأة			
32	الموضوعات التي تعالجها ذات الصلة بقضايا المرأة			
33	برامج الإذاعة الترفيهية والموسيقية			

انتهت الأسئلة مع الشكر