

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: د/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مصدق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الثالث - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمود عبد العاطي (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ١١١٩ اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية
أ.م.د. ولاء إبراهيم عقاد
- ١١٨١ الاتجاهات الحديثة في بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة - دراسة تحليلية
أ.م.د. شيرين سلامة السعيد الدسوقي
- ١٢٢٩ اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية
د. بندر عويض الجعيد
د. يوسف عثمان يوسف
- ١٢٨٥ تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط
د. محمد عبد العزيز سيد طه عصيدة
- ١٣٣٧ تعرض المرأة لبرامجها التليفزيونية وعلاقته بإدراك نوعها الاجتماعي: في إطار نموذج التحليل الثقافي
د. محمود سلمي حسن
- ١٣٩٧ مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠) - دراسة استشرافية
د. أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور
- ١٤٥٩ سمات خطاب تعليقات القراء في صفحات الصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا «بالتطبيق على الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة فيسبوك»
د. نجوى إبراهيم سيد إبراهيم

■ معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل «دراسة تحليلية»
د. إيمان سيد علي عبد المطلب

١٥١٩

■ أثر برنامج قائم على استراتيجية التعلم الإلكتروني المدمج لإنتاج وتصميم مواد إعلامية مدرسية إذاعية على إكساب بعض المهارات الأدائية الإذاعية لدى طلاب المرحلة الإعدادية
د/ رشا محمد عاطف الشيخ

١٥٦٧

■ اتجاهات جمهور محافظة شمال سيناء نحو وسائل الإعلام التقليدية والرقمية المحلية في مواجهة الفكر المتطرف: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال والجمهور
داليا علاء محمد إبراهيم

١٦٢٣

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

الاتجاهات الحديثة في بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة - دراسة تحليلية

- The Recent trends of treatment researches on
women's affairs in the printed press
An analytical study

أ.م.د/ شيرين سلامة السعيد الدسوقي ●

أستاذ مساعد في قسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

Email: sheresa20022000@yahoo.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في البحوث العلمية التي تناولت معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة خلال الفترة من عام 2012 وحتى 2018، من خلال استخدام منهجية التحليل من المستوى الثاني Meta- Analysis. ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة: تنوع الاتجاهات البحثية الخاصة بدراسات معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة؛ حيث ظهرت بحوث تاريخ الصحافة، وبحوث الصورة والتمثيل الجندري، وبحوث تحليل معالجة وتغطية قضايا المرأة، وبحوث الجمهور. واستندت الدراسات إلى عدد من النظريات والمداخل والنماذج النظرية المهمة، التي تم توظيفها على المستويين التحليلي والتفسيري، ومن أهمها على المستوى التحليلي: (نظرية الأطر الإعلامية- نظرية ترتيب الأولويات- نظرية تحليل النظم- نظرية حارس البوابة- نظرية المقارنة الاجتماعية- نظرية المعرفة الاجتماعية)، أما على المستوى التفسيري؛ فظهرت نظريات (الخطاب- العولمة- النسوية- المسؤولية الاجتماعية- مدخل التحليل الثقافي)، كما استعانت الدراسات بالعديد من المناهج والأدوات التي تنوعت بين الكمية والكيفية، وذلك وفقاً لطبيعة وأهداف كل دراسة.

الكلمات المفتاحية: المرأة- الصحافة المطبوعة- الجندر- تحليل المستوى الثاني.

Abstract

The study aimed to monitor and analyze recent trends in scientific research related to the treatment of women's affairs in the printed press during the period from 2012 to 2018, using the second-level analysis methodology, Meta-Analysis. The most important results of the study were: the diversity of research trends in studies dealing with women's affairs in the printed press, where research on the history of journalism, research on the image and gender representation, research analyzing the treatment and coverage of women's issues, and audience research. The studies were based on several theories, approaches, and models, that were employed on the analytical and interpretation levels, the most important of which is at the analytical level (frame analysis theory- Agenda-setting theory- systems analysis theory- gatekeeper theory- social comparison theory- social epistemology), as for the explanatory level, theories emerged (discourse- globalization- Feminism- Social Responsibility- Introduction to Cultural Analysis). Also, studies have used many methods and tools that varied between quantity and quality, according to the nature and objectives of each study.

Key Words: Women- Printed press- Gender- Second Analysis.

يُعد مجال دراسات المرأة والإعلام واحدًا من المجالات البحثية التي حظيت باهتمام الباحثين من مختلف مدارس البحث الإعلامي محليًا وإقليميًا وعالميًا، ويرجع هذا الاهتمام إلى طبيعة الموضوع البحثي المتعلق بقضايا وأدوار المرأة داخل المجتمع، حيث تحتل قضايا المرأة موقعًا متقدمًا على قائمة أولويات القضايا المجتمعية في الكثير من الدول - خصوصًا - تلك الدول التي لا تزال تعاني فيها المرأة من تمييز مادي ومعنوي، وهو ما يفرض على وسائل الإعلام القيام بدور فاعل للإسهام في معالجة قضاياها، وتحسين أوضاعها، والعمل على تمكينها بشكل أكبر داخل المجتمع، فوسائل الإعلام بما تطرحه من صور ورؤى وتوجهات تؤثر في تطوير وتحسين أوضاع المرأة داخل المجتمع في حال قدمت طرحًا إيجابيًا موضوعيًا، أو على العكس من ذلك في حال كان طرحها سلبيًا متحيزًا، وهو ما ينعكس بالتبعية على عمليات التنمية بشكل خاص، والنضج الثقافي والفكري داخل المجتمع بشكل عام.

ويرجع الاهتمام ببحوث المرأة والإعلام على المستوى العالمي إلى سبعينات القرن الماضي عندما ظهرت الحركة النسائية كحركة عالمية، حيث أسهمت تلك الحركة في إعلان الأمم المتحدة للعقد العالمي للمرأة في الفترة من 1975-1985، وقد عبر الحاضرون الذين التقوا في أول ثلاثة مؤتمرات عقدتها الأمم المتحدة للمرأة عام 1975 في مدينة مكسيكو عن أول نقد نسوي لوسائل الإعلام، وتمثل هذا النقد في ثلاث نقاط أساسية، وهي "حذف النساء من الأخبار المهمة، وهو ما عرف فيما بعد بالإبادة الرمزية للمرأة في وسائل الإعلام، وأن النساء تم تحريف صورهن في وسائل الإعلام عندما ظهرن في الأخبار والإعلانات والترفيه، وهذا يشير بشكل خاص إلى مشكلة القوالب النمطية لدور الجنس، والتي أظهرت النساء في أدوار الأمومة والاعتناء بهن كضحايا لا حول لهن ولا قوة، أو تصويرهن في قوالب جنسية، مع إهمال أدوارهن المجتمعية، كما تمت الإشارة إلى وجود عدد قليل جدًا من النساء في المهن الإعلامية التي شكّلت هذه الرسائل

والصور، وكان الافتراض هنا متمثلاً في أنه مع وجود المزيد من النساء اللاتي يتمتعن بقدر أكبر من السيطرة على الإبداع وعمليات صنع القرار داخل الأخبار ووسائل الإعلام الأخرى؛ سينعكس ذلك بدوره على تمثيل أكثر دقة، وعرض أكبر لمشكلات المرأة وإسهاماتها الاجتماعية، وهو ما دعا الحضور إلى الإعلان عن برنامج دعت له الأمم المتحدة لدراسة تمثيل وتصوير المرأة في الأخبار والإعلان والتلفزيون⁽¹⁾.

وقد شكّل هذا الوعي الدولي بدور الإعلام في معالجة قضايا المرأة دافعاً للعديد من الجامعات والمؤسسات البحثية لوضع دراسات المرأة والإعلام على قائمة أولوياتها البحثية، وإدراج موضوع المرأة والإعلام كمقرر دراسي في كثير من الخطط الدراسية لبرامج البكالوريوس والدراسات العليا، كما شجع العديد من باحثي الإعلام على ارتياد هذا المجال المهم، بالإضافة إلى الاهتمام المتزايد بعقد المؤتمرات والندوات وإصدار الدوريات المتخصصة في هذا المجال، وهو ما انعكس بطبيعة الحال على الإنتاج العلمي في مجال دراسات المرأة والإعلام، والذي شهد تطوراً ملحوظاً كمّاً ونوعاً، ومن هذا المنطلق تبرز أهمية إشكالية تلك الدراسة العلمية، والتي تمثل تقييماً علمياً موضوعياً ممنهجاً لما وصلت إليه المدارس البحثية المتنوعة على مستوى العالم في مجال دراسات الإعلام والمرأة، وتحديدًا في مجال معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة.

أهداف الدراسة:

يمكن تحديد الهدف الرئيس من الدراسة فيما يلي:

رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة من مختلف المدارس الإعلامية على مستوى العالم، وذلك خلال الفترة من عام 2012 وحتى عام 2018م.

ويتفرع عن هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية، والمتمثلة فيما يلي:

- 1- رصد الدراسات التي تناولت معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة خلال الفترة الممتدة من عام 2012 وحتى نهاية عام 2018.
- 2- التعرف على الموضوعات البحثية التي عالجتها الدراسات (عينة التحليل)، وأهم ما توصلت له من نتائج.
- 3- الكشف عن الأطر النظرية التي استندت عليها تلك الدراسات، وما أسهمت به من إضافات على المستوى النظري.
- 4- رصد الأطر المنهجية والإجرائية التي استعانت بها الدراسات (عينة التحليل)، وما أسهمت به من إضافات على المستوى المنهجي والإجرائي.

5- صياغة رؤية مقارنة بين المدارس البحثية العربية والأجنبية، مع طرح أجندة بحثية مقترحة تسهم في تطوير مجال بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي تنتمي هذه الدراسة منهجياً إلى دراسات تحليل المستوى الثاني Second Analysis، والتي تستهدف مسح التراث العلمي بما يشمله من دراسات اهتمت بوصف وتحليل (معالجة شؤون المرأة في الصحافة الورقية التقليدية من (2012-2018)، وتحليل المستوى الثاني Second Analysis "يعتبر أحد الأساليب المنهجية التي تستخدم لوصف وربط نتائج عدد من الدراسات في مجال موضوعي معين بهدف إعادة قراءة وهيكلية النتائج التي خرجت بها هذه الدراسات في دائرة أكثر شمولاً وتكاملاً"⁽²⁾، ويعرف هذا النوع من التحليل أيضاً بالتحليل الثانوي Secondary data analysis ويعني "إعادة تحليل البيانات النوعية أو الكمية التي تم جمعها بالفعل في دراسة سابقة، من قبل باحث مختلف يرغب عادة في معالجة سؤال بحثي جديد"⁽³⁾، كما أطلق Rubin على تلك الدراسات مسمى الـ (Meta-analysis) والتي عرفها بأنها "تمثل اتجاهاً جديداً في دراسات الاتصال يعتمد على تحليل الدراسات المنشورة بهدف رصد وتحليل توجهات الدراسات السابقة، أو النتائج الخاصة بها"⁽⁴⁾، وهو ما يتفق مع الهدف الرئيس من الدراسة الحالية.

عينة التحليل:

الإطار الزمني لعينة الدراسة:

تهتم الدراسة بوصف وتحليل الدراسات التي تناولت معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة في الفترة من 2012-2018، وقد تم اختيار الفترة الزمنية عمدياً، وذلك بناء على دراسة استطلاعية شملت قواعد البيانات العربية والأجنبية خلال العشر سنوات الأخيرة من 2010-2020، وأظهرت نتائجها وجود عدد كبير ومتنوع من الدراسات في المجال البحثي المحدد خلال الفترة من عام 2012 وحتى عام 2018؛ مما يحقق هدف الدراسة الخاص برصد وتحليل أهم المستجدات البحثية في هذا المجال.

الإطار الموضوعي لعينة الدراسة:

من خلال مراجعة الدراسات العلمية التي أجريت حول موضوع معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة، تمكنت الباحثة من تحديد الاتجاهات الموضوعية التي تبنتها تلك الدراسات، حيث تم تصنيفها في إطار أربعة محاور أساسية، وهي:

1- الدراسات التي تناولت تاريخ وتطور معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة.

2- الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة السياسية.

3- الدراسات التي تناولت صورة وتمثيل المرأة في الصحافة المطبوعة.

4- الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة المطبوعة لقضايا المرأة.

ويبلغ عدد الدراسات الخاصة بالمحاور الأربعة السابقة (66) دراسة علمية، منها (15) دراسة عربية، بنسبة بلغت (23%)، و(51) دراسة أجنبية، بنسبة بلغت (77%)، ويوضح الجدول التالي عدد الدراسات العربية والأجنبية ونسبتها وفقاً لكل محور من محاور الدراسة.

جدول (1) يوضح عدد ونسبة الدراسات العربية والأجنبية وفقاً للمحاور الموضوعية للدراسة

المجموع	الدراسات الأجنبية		الدراسات العربية		المحور الموضوعي عدد الدراسات
	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
14	93%	13	7%	1	- الدراسات التي تناولت تاريخ وتطور معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة
18	78%	14	22%	4	- الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة السياسية
13	85%	11	15%	2	- الدراسات التي تناولت صورة وتمثيل المرأة في الصحافة
21	62%	13	38%	8	- الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة المطبوعة لقضايا المرأة
66	77%	51	23%	15	المجموع

مصادر جمع الدراسات والبحوث:

اعتمدت الباحثة على مجموعة من المصادر والأوعية المعلوماتية المتنوعة في جمع الدراسات التي تناولت موضوع "معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة"، وتمثلت فيما يلي:

1 - مكتبة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

2 - قواعد المعلومات العربية، وتمثلت في: قاعدة معلومات أسك زاد AskZad - قاعدة معلومات المنهل Almanhal - قاعدة رسائل دار "المنظومة" - قاعدة معلومات العلوم الإنسانية Humanindex - قاعدة معلومات Arab ebook collection.

3 - قواعد المعلومات الأجنبية، وتمثلت في: قاعدة معلومات EBSCO - قاعدة معلومات ProQuest - قاعدة معلومات Sage Journals - قاعدة معلومات Taylor and Francis Online

4 - شبكة الإنترنت من خلال استخدام محرك بحث جوجل.

وفي إطار هذه المصادر تم جمع المادة العلمية المنشورة في مجلات علمية محكمة، بالإضافة إلى رسائل الدكتوراة والماجستير، وتم الاعتماد في البحث على عدد من الكلمات المفتاحية المتمثلة في: المرأة والصحافة- الصحافة وقضايا المرأة- الصحافة والجنس- الصحافة وتمثيل المرأة.

تقسيم عرض النتائج:

تم عرض نتائج الدراسة التحليلية والاستخلاصات العامة في إطار ستة محاور، تتناول المحاور الأربعة الأولى بالوصف والتحليل الدراسات التي برزت في إطار كل محور من المحاور التي يتشكل منها المجال الموضوعي للدراسة، أما المحور الخامس فيتضمن تعليقاً عاماً يشمل أهم التوجهات البحثية على المستوى المعرفي والنظري والمنهجي والإجرائي، وفي إطار المحور السادس، تتناول الباحثة عرضاً للرؤية المستقبلية؛ والتي تركز على أجندة بحثية مقترحة تسهم في تطوير مجال بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة، انطلاقاً من رؤية نقدية مقارنة للدراسات موضع التحليل.

نتائج الدراسة التحليلية:

رصدت الباحثة (66) دراسة عربية وأجنبية، بواقع (15) دراسة عربية، بنسبة (23%)، و(51) دراسة أجنبية، بنسبة (77%)، تناولت معالجة الصحف المطبوعة (الجرائد والمجلات) لشؤون المرأة، وأمكن تقسيمها إلى أربعة محاور فرعية، يتناول الأول منها دراسات تاريخ وتطور معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة، أما الثاني فيركز على الدراسات الخاصة بمعالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة السياسية، بينما يهتم المحور الثالث بالدراسات المتعلقة بصورة وتمثيل المرأة في الصحافة المطبوعة، وأخيراً يستعرض المحور الرابع دراسات معالجة الصحافة المطبوعة لقضايا المرأة بشكل عام. وسيتم استعراض هذه المحاور على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تاريخ وتطور معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة:

في إطار معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة، برزت مجموعة من الدراسات التي ركزت على رصد وتحليل وتفسير تطور معالجة الخطاب الصحفي لشؤون المرأة عبر فترات تاريخية مختلفة، وفي العديد من الدول المختلفة ثقافياً وأيديولوجياً، واهتمت تلك الدراسات- بشكل أساسي- بالربط بين سمات وأبعاد معالجة الخطاب الصحفي لشؤون المرأة من ناحية، والسياق التاريخي بأبعاده السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والإعلامية (مؤسسية وفردية) من ناحية أخرى، مما أضاف بُعداً تفسيرياً على العديد منها، ومن ثم يمكن القول إن تلك المجموعة من الدراسات استطاعت- إلى حد كبير-

وصف وتحليل وتفسير العلاقات بين كل من الخطاب الصحفي الخاص بشؤون وقضايا المرأة والسياق المجتمعي مع اختلاف مراحلها التاريخية، واستحوذت الدراسات الأجنبية بشكل واضح على هذا التوجه البحثي؛ حيث لم تظهر سوى دراسة عربية واحدة فقط في إطار هذا المحور، ومن نماذج تلك الدراسات:

دراسة (Lee&Clark, 2014)⁽⁵⁾ حيث قام الباحثان بتحليل خطاب ثلاث مجلات نسائية أمريكية حظيت بانتشار واسع وهي 'Harper's Bazaar, Vogue, Ladies Home journal'، على امتداد ثلاثة عقود من 1960-1980، بهدف رصد وتحليل تطور دورها في نشر وتطبيع ثقافة جراحات التجميل لدى النساء، وقد أشارت النتائج إلى أن تلك المجلات استطاعت أن تؤسس لخطاب يؤكد على أمان وفعالية جراحات التجميل بصرف النظر عن العمر، وأن تحقيق معايير الجمال السائدة أمر ضروري لتحقيق النجاح الشخصي أو المالي أو العاطفي للمرأة، وقد ترافق صعود خطاب نشر ثقافة مستحضرات التجميل والجراحة مع صعود تيار المرأة المهنية بعد عام 1970، فقد ربط الخطاب بين نجاح المرأة وقدرتها التنافسية في سوق العمل وجراحات التجميل، ومن ثم فإن هذه الصور الخاصة بجراحة التجميل كان لديها القدرة- ليس فقط- في التأثير على قرار النساء لتغيير مظهرهن، ولكن أيضا التأثير على الطرق التي ستدرك بها القارئات مكانتهن في المجتمع.

وحول تصوير الجمال في مجلة "Cosmopolitan" الأمريكية أيضا، وهي واحدة من المجلات الخمس الأكثر توزيعاً في الولايات المتحدة الأمريكية، تتبع (Maslow, 2015)⁽⁶⁾ صور النساء على أغلفة المجلة في الفترة من 1959-2014 لرصد التطور الذي طرأ على معايير الجمال للمرأة الأمريكية، مع تحليل العلاقة بين تغير صورة المرأة على الأغلفة وتغير رئيس التحرير، وأشارت النتائج إلى أن المرأة القوقازية لم تتغير كمثال للجمال منذ الخمسينيات وحتى سنوات الألفية الثانية، حيث ظهرت غالبية النساء على غلاف المجلة ممثلات في هذا النموذج القوقازي، حتى وإن كن لا يتمتعن بأي شهرة، بينما يتم وضع صور لغيرهن عندما يكن من المشاهير فقط، كما لم يتغير نموذج المرأة الشابة النحيفة للدلالة على الجمال، وأكدت الدراسة على وجود علاقة بين تغير الصور وتغير رئيس التحرير، حيث ظهرت المرأة السمراء وألوان الشعر المختلفة عندما كانت هيلين غورلي براون السمراء رئيسة التحرير، بينما كانت غالبية النساء شقراوات في فترة تولي كيت وايت البيضاء.

وفي إطار دراسة (Lynn, 2012)⁽⁷⁾ قامت الباحثة بتحليل النصوص والصور الخاصة بالمرأة العصرية في مجموعة واسعة من المجلات الألمانية المصورة في الفترة من 1920-1945، وما تعكسه من تمثيل للحدثة النسوية في إطار التفاعل بين السياسة والإعلام والسوق، حيث أتاحت تلك المجلات مساحة للجماعات السياسية سواء على مستوى الصورة أو النص؛ للتعبير عن رؤيتهم للمرأة العصرية، وأكدت الدراسة على أن الصحافة مثلت الوسيط المثالي لتمكين الجماعات السياسية من الاختلاف خلالها والتعبير عن آرائها المتعلقة بالحدثة النسائية، حيث سمحت بإدراج صور معقدة، بل ومتناقضة للأنوثة، وارتبطت صور الحدثة النسائية بالعمل مدفوع الأجر، والمعيشة الرشيدة، والجسم الرياضي، والمرأة كأم وربة منزل، فعلى سبيل المثال، برزت صورة المرأة في مجلة الحزب الاشتراكي الرسمية Frau en wart (1932-1945) كداعمة نشطة للنظام الاشتراكي الوطني سواء قادة أو أعضاء، بينما وقفت مجلة BIZ التجارية (1918-1945) والتي تمثل الطبقة الوسطى على النقيض من سابقتها حيث قدمت المرأة الجديدة كمستهلك وسلعة، فقد باعت النسخة الجذابة بصرياً للمرأة الجديدة من خلال الإعلانات وما يرتبط بصور الموضوعات الخاصة بالموضة، وكان هذا مناسباً للجمهور الرئيس للمجلة من الطبقة الوسطى الذين تم تشجيعهم على شراء المنتجات من خلال الإعلانات، بينما انتقدت المنشورات الموجهة سياسياً لكل من اليمين واليسار مفهوم الطبقة الوسطى للمرأة الحديثة وظهورها في وسائل الإعلام، ولكن لأسباب مختلفة.

وتتقاطع نتائج دراسة (Constaninescu, 2017)⁽⁸⁾ مع نتائج الدراسة السابقة، فمن خلال دراسة حالة لمجلة "Femeia" استهدفت الكشف عن مدى انعكاس سياسات الحزب الاشتراكي الأساسية على المجلة، وكيف أن الدعاية الشيوعية اقترحت نماذج جديدة ومحسنة للنساء وفقاً لتغير الأجندة الحزبية في الفترة من 1965-1978، كشف تحليل المجلة عن هدفها الواضح كوسيلة دعائية تستهدف النساء تحديداً، وسيطرة الحزب الكاملة على المجلة؛ مما يجعلها تابعة لأهدافه وتخطيطه، وهو ما جعلها تلتزم بجميع خصائص الدعاية واستخدام الاستراتيجيات النموذجية لها، من خلال تأطير الدعاية الشيوعية في شكل يثير مواقف إيجابية من القراء، ويدمج الرسالة الدعائية مع محتوى تحريري آخر، ويدعم ذلك بالمعلومات.

كما قام كل من (Shaw, Ping & Tan, 2014)⁽⁹⁾ بتحليل محتوى صفحات المرأة في أربع صحف تايبوانية لاستكشاف التصوير الجندي (النوع الاجتماعي) بها بين عامي 1975-2009، حيث تم التركيز على الرسائل السياسية المتضمنة في الموضوعات

المنشورة، ومقارنتها بمؤشرات التنمية الاجتماعية واستطلاعات الرأي العام في سياق تطور السوق والحركة النسائية في تايوان. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن صفحات المرأة أدت دورًا أساسيًا في تشكيل الهوية الجماعية بين عامة النساء، بينما عالجت تلك الصفحات- في فترة ما بعد النسوية- المشكلات الاجتماعية المتأصلة في المجال الداخلي، كما وفرت نصائح للتنمية الذاتية، وعلى مدى العقود الأربعة، كان هناك اتجاه متزايد للرسائل السياسية وتحدي النظم الاجتماعية، واقتراح التعديلات الشخصية. وقد ازدهر (24%) من المقالات السياسية خلال الألفية الثانية، وهو ما يتفق مع التوجهات النسوية والتنمية الاجتماعية وتصور الجمهور لدور المرأة، ومقارنة بفترة التسعينات؛ فقد أظهر الجمهور من خلال رسائله موافقة أكبر على حقوق المرأة وتطوير حياتها المهنية، وانتهت الدراسة إلى أن المحتوى الإعلامي يسبق التغيير في الرأي العام، وهو ما قامت به صفحات المرأة في الصحف التايوانية لتحديد هوية للنساء، من خلال إعلامهم بأدوارهم البديلة ومشكلاتهم الاجتماعية والقضايا السياسية.

واستهدفت دراسة (Volz, 2015)⁽¹⁰⁾ تتبع معالجة الصحف لأربع رائدات سياسيات أمريكيات في الفترة 1870-2000؛ للتعرف على ما طرأ على الخطاب الإعلامي من تغير خلال أكثر من 150 عامًا، مع الأخذ في الاعتبار السياق التاريخي المرتبط بالجوانب الاجتماعية والسياسية والصحفية للحقبة التي برزت فيها كل منهن، وأظهرت الدراسة أن الصحافة استخدمت مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات الخطابية لنزع الشرعية عن ترشيح النساء السياسيات عبر التاريخ، من خلال الاعتماد على القوالب النمطية المرتبطة بالنوع، وإطارات الأخبار الجندرية، والربط المزدوج المستخدم في التغطية الإخبارية؛ لحماية الوضع الراهن الذي يسيطر عليه الذكور، وهو ما أسهم في مواقف الناخبين السلبية تجاه النساء في السياسة.

وفي دراسة امتدت حدودها الزمنية بين عامي 1880-2008 رصد Shor et al. (2014)⁽¹¹⁾ تاريخ وتطور تغطية موضوعات المرأة في ثلاث عشرة صحيفة يومية أمريكية، وأظهرت النتائج أن تمثيل النساء ظل منخفضًا نسبيًا طوال الفترة الزمنية وخلال التاريخ الحديث والمعاصر، كما أبرز التحليل عدم وجود صحيفة تقترب فيها المساواة بين أسماء الذكور والإناث، وتؤكد الدراسة أنه على الرغم من التطور المذهل الذي حققته النساء في العديد من المجالات، إلا أنه لم يقابله اهتمام بتمثيل المرأة في الصحف، وأرجعت الدراسة ذلك إلى الهيمنة الذكورية على إنتاج الأخبار، وأن العوامل الهيكلية مثل الاعتماد على الممارسات الصحفية المهيمنة وأنماط التغطية التقليدية قد

تؤدي دورًا مهمًا في اتجاهات التغطية، بينما يوجد تأثير معتدل للعوامل الفردية مثل جنس المراسل على التغطية الجندرية، وأن المرأة تمثل أقلية صغيرة بين أولئك الذين يقومون بصناعة الأخبار، ومن ثم فإن التقدم في تمثيل المرأة ليس حتميًا على الأقل في بعض المجالات لتحكم الأيديولوجية والقيود الثقافية المتجذرة بعمق وغير القابلة للاختراق.

وأكدت دراسة (Harp, Harlow & Loke, 2013)⁽¹²⁾ على ذات النتائج السابقة، ففي ضوء نظريتي النسوية والعودة تم إجراء تحليل كمي ونوعي لصحيفتي Time, News week من 1 يناير 1985 وحتى 1 يناير 2010 حول كيفية دمج النساء في خطاب العودة الذي غالبًا ما ينظر إليه على أنه مجال عام ذكوري، ومن خلال دراسة الصحيفتين لمدة (25) عامًا اتضح أن النساء غالبًا ما يغبن عن المناقشة؛ مما يعزز من المفهوم الذكوري العولي، وإقصاء النساء إلى المجال الخاص، ومن بين (1.082) مقالًا تم تحليلها ظهرت سبعة مقالات فقط تناقش على نطاق واسع قضايا النساء؛ مما يشير إلى أن المرأة ليست مرئية فقط في التغطية الإعلامية للعودة، ولكن لم يتم التعرف عليها كمشكلة تحتاج لتصحيح، وقد فشل تنظير العودة من منظور نسوي في التأثير على الاتجاه السائد في المجالات الإخبارية، كما أكدت الدراسة أن المحررات النساء أسهمن بفاعلية في استحضار أصوات النساء كمصادر ورموز لغوية (المرأة - الأنثى - الفتاة) مقارنة بزملائهن من الذكور، وهو ما يعزز الحجة الخاصة بمراكز الأخبار، والتي تؤكد على أنه بدون مزيد من التكامل في غرف الأخبار ستستمر النساء في التهميش إلى حد الاستبعاد.

واستهدفت دراسة (Cortez, 2013)⁽¹³⁾ تحليل الصور النمطية الأنثوية في مجلة "HOME" للسيدات خلال القرن التاسع عشر ومطلع القرن العشرين، لتحديد وتقييم وتصنيف الفتاة الأمريكية؛ باعتبارها تجسيدًا للمبادئ الأمريكية التي تم استخدامها خلال تلك الفترة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن صورة الفتاة الأمريكية في المجلة عكست هوية جماعية للشابات، وأسست علاقة بين النزعة الاستهلاكية والتمثيل السياسي، حيث قدمت المجلة صورة للفتاة الأمريكية كنظير تقدمي للمرأة الجديدة، وذلك في إطار معالجة القضايا العرقية والسياسية والاقتصادية.

وقدمت دراسة (Utiuzh, 2018)⁽¹⁴⁾ تحليلًا كميًا لواحدة من أقدم المجلات النسائية الروسية، وهي مجلة "Rabotnitsa" خلال فترتين زمنيتين من (1970-1990) خلال عصر الاتحاد السوفيتي، ومن (1990-2017) وهي فترة ما بعد الاتحاد السوفيتي،

وأسفرت الدراسة أن صور النساء في فترة ما بعد تفكك الاتحاد السوفيتي لم تتغير بشكل كبير عن الصور التي تم اكتشافها خلال العقود الثلاثة الأخيرة من الاتحاد السوفيتي، وأن الاختلاف الأساسي تمثل في تصوير النساء في فترة الاتحاد السوفيتي بأنهن أكثر استقلالية مقارنة بفترة ما بعد الاتحاد السوفيتي، وفسرت الدراسة ذلك في ضوء الدستور أو القانون الأساسي لاتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية 1977 الذي كفل حق المساواة في الحقوق بين النساء والرجال وذلك في مادته (35)، ومن ثم فقد تم تصوير النساء من خلال مشاركتهن الكاملة في المجال السياسي، كما حرصت المجلة على تصوير النساء في أماكن العمل وهن يؤديين وظائف الرجال.

وبهدف تحليل الخطاب حول حقوق المرأة الأناضولية في تركيا، قام كل من (Tepe&Bauhn, 2017)⁽¹⁵⁾ بتحليل سبعة وتسعين موضوعًا في صحيفة "Turk kadini" للتعرف على الخطاب الخاص بتحليل حجتين أساسيتين وهما "حصول المرأة على حقوقها" وأنه "على الرغم من تحرر المرأة إلا أنها غير محررة"، وقد أسفر تحليل الخطاب عن وجود عوائق في سبيل حصول المرأة على حقوقها تمثلت خلال فترة الستينات في الدولة التي لم توفر المدارس والمستشفيات، ودعت المجلة إلى تضامن النساء المتعلمات في المناطق الحضرية إلى التضامن مع شقيقاتهن الأناضوليات، أما في فترة السبعينات فتمثلت العوائق في فكر المجتمعات المحلية التقليدية والتفسيرات المحافظة للإسلام، والتي ركزت عليها الصحيفة بدلاً من التركيز على الدولة، ومن ثم ظهرت قضية أكثر راديكالية متوخاة من ضرورة تحديد سلطة المركز المهيمن للقواعد والقيم التقليدية، وبشكل عام نجحت المجلة في التركيز على تصوير نقص حقوق المرأة في تركيا.

وحول التلاعب في صور المرأة في الأعمال المترجمة التي نشرتها الصحف الصينية في السنوات الأولى من القرن العشرين أشار (Li, 2013)⁽¹⁶⁾ إلى أن صور النساء في الأعمال المترجمة من الإنجليزية إلى الصينية تعرضت للتلاعب من خلال المترجمين لدوافع تتعلق بالكونفوشيوسية كأيدولوجية مهيمنة، فقد كانت صور النساء التي تمت ترجمتها ذات دوافع أيديولوجية صريحة، فالسياق الاجتماعي يوفر معلمًا لتفسير ظاهرة الترجمة، بينما دراسة حالة محددة للترجمة تكفي لفهم العلاقة المتشابكة بشكل أفضل بين وسائل الإعلام المطبوعة والمرأة في المجتمع، وتؤكد الدراسة على أنه بالرغم من أن الترجمة تؤدي دورًا حاسمًا في نقل الثقافة من مجتمع لآخر، وأن الثقافة البريطانية يمكن أن تنتقل إلى المستعمرات من خلال الصحف، إلا أن هذا النقل لم يكن به اختلاف بسيط، بل ارتبط بتوجهات المترجمين الصينيين الذين استوعبوا التوقعات الثقافية الصينية.

ومثلت مجلة "Chatelaine" - إحدى المجلات الكندية النسائية الأكثر استمرارًا زمنيًا - هدفًا للباحث (McIntosh, 2014)⁽¹⁷⁾ لتحليل الموضوعات الصحية الخاصة بالمرأة بها، بهدف رصد وتحليل تطور مناقشة أجساد النساء، وتتبع وجهات النظر حول السلطة والجسد والجنس في المجال العام الكندي في الفترة من 1928-2010، وأسفرت النتائج عن نمو في المحتوى الصحي للمرأة، وتعقيد وتنوع المناقشات حول أجساد النساء والصحة؛ باعتبار أن تغطية صحة المرأة هي أداة أساسية وضرورية لتمكين الجسد والحكم الذاتي للمرأة، وأكدت الدراسة على أن تنامي الاهتمام بصحة المرأة توافق مع الدفع والمطالبة بحقوق المرأة داخل المجتمع، وهو ما يؤكد على أن خطاب المجلة تم تقييمه كنص إعلامي شارك في تمكين المرأة، وذلك على خلاف انتقاد المجلات التي تعرض صورًا مشوهة لجسد المرأة.

وفي ذات إطار الدراسة السابقة، والخاص بمعالجة الصحافة للشؤون الصحية للمرأة، جاءت الدراسة العربية الوحيدة التي رصدت التطور التاريخي لمعالجة شؤون المرأة في الصحف العلمية الطبية الصادرة في مصر، حيث هدفت (الصابر، 2015)⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على مدى اهتمام، مجلات (الصحة والفوائد الصحية) كمجلات متخصصة موجهة للجمهور العام، ومجلات (يعسوب الطب والشفاء) كمجلات موجهة للجمهور المتخصص بالموضوعات الصحية الخاصة بالمرأة خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر، ومدى تأثير كتاب هذه الصحف بالأفكار العلمية التمييزية ضد المرأة، التي شغلت الأوساط العلمية في أوروبا خلال نفس الفترة، وتوصلت الدراسة أن المجلات الموجهة للجمهور العام لم تتأثر بالأفكار العنصرية ضد المرأة فيما يتعلق بأفكار الصحة العقلية، بينما ظهر تأثيرهم بالأفكار التمييزية ضد المرأة من خلال إلقاء اللوم على المرأة في نقل الأمراض التناسلية المعدية، كما هاجمت المجلات عمل القابلات، وشجعت فكرة تقديم الخدمة الطبية من خلال طبيبة، أما في إطار المجلات الموجهة للجمهور المتخصص فلم تتأثر مجلة يعسوب الطب بالأفكار التمييزية تجاه المرأة، بينما ظهر هذا التأثير في مجلة الشفاء التي ربطت بين إصابة المرأة بالجنون أو الأمراض العصبية عمومًا والتكوين البيولوجي للمرأة، والتعامل مع ذلك على أنه حقيقة علمية مطلقة، وخلصت الباحثة إلى تأثير الصحفيين العلميين في مصر خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر بالأفكار العلمية التمييزية ضد المرأة، وإن اختلف هذا التوجه بين الصحف الموجهة إلى جمهور عام والصحف الموجهة إلى جمهور متخصص، وتم ربط ذلك بأن هؤلاء الصحفيين العلميين هم أطباء شوام تلقوا تعليمهم في أوروبا، وعملوا على نقل الأفكار العلمية

الأوروبية إلى مصر، في حين لم يظهر ذلك في المجلة التي أصدرتها مدرسة الطب، وكان يحررها تلاميذ المدرسة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة المطبوعة لشؤون المرأة السياسية:

في إطار معالجة الصحافة لشؤون المرأة السياسية، رصدت الباحثة عددًا من الدراسات الأجنبية والعربية التي قامت بتحليل كمي وكيفي لتغطية الصحف المطبوعة للشؤون السياسية للمرأة، وبرز اتجاهان بحثيان أساسيان في إطار هذه الدراسات، تمثلا في كل من: (أ) الدراسات التي ركزت على تحليل معالجة الصحافة لشخصيات بعينها، أو فئات محددة من النساء في المجال السياسي. (ب) الدراسات التي تناولت تحليل معالجة الصحافة للحقوق السياسية للمرأة، أو دور المرأة بشكل عام في إطار الأحداث السياسية. (أ) الاتجاه الأول: الدراسات التي ركزت على تحليل معالجة الصحافة لشخصيات بعينها أو فئات محددة من النساء في المجال السياسي:

استهدفت هذه النوعية من الدراسات تحليل تصوير الصحف لفئات عديدة من النساء المشاركات في المجال السياسي، مثل: المرشحات في الانتخابات- الجنديات- الوزيرات- السيدات الأول- السيدات الأكثر نفوذًا- الإرهابيات)، وذلك بهدف التعرف على شكل ومضمون التغطية الخاصة بهن، وما قد تتأثر به تلك التغطية من عوامل اجتماعية وسياسية داخل المجتمع، وانفردت الدراسات الأجنبية بهذا الاتجاه البحثي، حيث لم تظهر أية دراسة عربية في هذا الصدد، ومن أهم تلك الدراسات ما يلي:

دراسة (Ghosh, 2012)⁽¹⁹⁾ والتي هدفت إلى تحليل التغطية الصحفية للانتخابات بولاية البنجال الغربية في الهند، وذلك بعد تعديل قانون (73) عام 1993 الذي ينص على حجز مقاعد بنسبة 33% في جميع المستويات للمرأة، وقد أكدت الدراسة أن حجز المقاعد لم يكن كافيًا لإشراك المرأة بشكل كبير في العملية السياسية والإدارة المحلية، وأن الصحف (عينة الدراسة) والمتمثلة في (Ananda Bazaar- Patrika- Aajkal- states man- Telegraph) لم تأخذ زمام المبادرة في تشجيع المرأة ومساعدتها على التمكين، واقتصر دورها على نشر المعلومات، ولم يتطور نحو التعبئة أو توعية المرأة الريفية بأهمية المشاركة كمرشحة أو عضو في وقت لاحق، أو حتى توضيح الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشاركتهم في العملية السياسية.

وفي ذات السياق حللت دراسة (Usman, 2013)⁽²⁰⁾ معالجة صحيفتي The Fiji Times و Fiji Sun الهنديتين خلال انتخابات عام 2006، وأكدت النتائج على أن النساء المرشحات للانتخابات والنساء بشكل عام لم تكن ظاهرات في الصحيفتين،

واتسمت المقالات القليلة التي نُشرت عن النساء أو تم اقتباسها منهن بالابتدال والنمطية، وافترقت للتحليل النقدي، وأعطت الصحيفتان أولوية للقضايا المتعلقة بالعرق، والانقلاب مع اقتراب موعد الانتخابات، وأغفلت قضايا مهمة؛ منها أن المرأة في جميع الانتخابات منذ الاستقلال تمكنت من الحصول على أقل من 12٪ من المقاعد البرلمانية على الرغم من أنهم يشكلون ما يقرب من نصف مجموع السكان، وخلصت الدراسة أن تلك النتائج ترسم صورة قاتمة لوضع المرأة كما تنعكس في وسائل الإعلام المطبوعة، وهو ما يعتبر خرقاً للمادة (23) من قانون الإعلام العام للمبادئ الأخلاقية والممارسة في الهند والذي ينص على أنه يجب أن تسعى وسائل الإعلام إلى إظهار النزاهة والحياد والتوازن عند تقديم الأخبار التي تتناول المسائل السياسية.

وفي دراسة حول تغطية الصحافة البريطانية لأربع جنديات قُتلن في العراق تساءل (Ette, 2013)⁽²¹⁾ هل يتم تأطير أعضاء الخدمة العسكرية في التقارير الإخبارية بشكل أساسي كجنود أم ببساطة كرجال ونساء؟ وتشير النتائج إلى أن التغطية الصحفية البريطانية جردت الجنديات من هويتهم المهنية كجنود، وقللت من إنجازتهن ومستوى مشاركتهن العسكرية، وأن الخطاب الإعلامي للحرب والممارسات العسكرية عزّزا من الافتراضات الثقافية وطبيعة النوع الاجتماعي للحرب المرتبطة بالذكر؛ مما زاد من الانقسام بين الأنوثة والذكورة المرتبطة بالجيش، حيث تم التركيز في تغطية النساء على حياتهن الشخصية، بينما تم التركيز على الحياة العامة للرجال، وبشكل عام فإن التقاعس عند وفاة النساء عزّز التهميش الراسخ للمرأة في سرد أحداث الحرب، وخدم غرضاً ثقافياً بتأكيد المفهوم العسكري للجيش كمجال ذكوري، وهو ما يؤكد على ديناميكيات النوع الاجتماعي في التغطية الصحفية للجنديات ودوره في عملية إنتاج الأخبار.

وفي إطار التمييز الجنسي من خلال العلامات اللغوية في وسائل الإعلام الإيطالية؛ هدفت دراسة (Formato, 2016)⁽²²⁾ إلى تحليل المقالات في ثلاث صحف إيطالية، وهي: Corriere della Sera- Resto del Carlino- La Stampa، وللتعرف على الطريقة التي تستخدم بها وسائل الإعلام الإيطالية اللغة عند الإشارة إلى الوزارات- علمًا بأن اللغة الإيطالية تحدد الوظائف وفقاً للذكر أو الأنثى سواء في المفرد أو الجمع- وأشارت النتائج إلى أن الصحف تستخدم صيغة المؤنث بشكل جزئي وتفضل استخدام الألقاب الذكورية لكل من الرجال والنساء الإيطاليين ممن تسمح اللغة الإيطالية بتمييزهم مثل (الوزير- الوزيرة)، وهي ممارسة يمكن أن تفسر على أنها مذهب جنسي، وهذا التحليل يشير إلى كيفية ترجمة القواعد اللغوية بطريقة ترسخ

إخفاء المرأة، وتؤكد الدراسة على أن التصوير اللغوي للمرأة والرجل يمكن أن يكون مفيداً للمساواة بين الجنسين، خصوصاً في أماكن العمل المرتبطة بالذكور.

وحول كيفية تأطير السياسيات وسيدات الأعمال في الصحافة الأمريكية؛ حلت دراسة (Kornfield, 2017)⁽²³⁾ التغطية الإخبارية لكل من ماريا ماير الرئيسة التنفيذية لياهو، وهيلاري كلينتون المرشحة الرئاسية كدراسة حالة، وكشفت الدراسة عن أن إطاري (وجود كل شئ) و(التوازن بين العمل والحياة الخاصة) يستخدمان كطريقة جاهزة يقوم من خلالها الصحفيون بتأطير حياة النساء، حتى لو كانت هذه الحياة لا علاقة لها بموضوع النقاش، فقد تم تأطير هيلاري كلينتون كونها ستصبح جدة وهو إطار فقير جداً لا يلائم وضعها، وهو ما يعني افتقار الروايات الصحفية والثقافية للنساء المهنيات بما يتجاوز إطار (التوازن بين العمل والحياة الخاصة)، كذلك تم تأطير ماير كامرأة حامل، ومن ثم، فإن هذا الخطاب يعيد تدوير إطار النقاش والهياكل والمحتوى في شكل غير واضح، ويركز إلى حد كبير على مجموعة من البيانات غير ذات الصلة.

وأكدت دراسة حول تصوير المرشحات في الانتخابات الهندية عام 2009 على نفس النتيجة السابقة، حيث هدفت دراسة (Golder, 2012)⁽²⁴⁾ إلى استكشاف صورة المرأة كناخبة ومرشحة؛ للتعرف على الفرق بين تغطية النساء وتغطية الرجال في انتخابات Lok Sabha، والتي ترشح بها (59) امرأة، وذلك بالتطبيق على ثلاث صحف هندية، وأسفرت نتائج الدراسة أن المرأة تحصل على تمثيل أقل في وسائل الإعلام، حيث تقوم التغطية على ربطهن بالأمر المحلية الخاصة (العائلة- الأطفال) حتى عندما يكن نشطاء في المجال العام، فوسائل الإعلام تصور النساء السياسيات بشكل قاسٍ وتمييزي، وهو ما يؤدي لتراجع أكبر لقدرات النساء في الدخول لعالم السياسة؛ لخوفهن من نظرة إعلامية غير مرغوبة في نهاية المطاف.

واختلفت نتائج دراسة (Everbach, 2014)⁽²⁵⁾ بعض الشئ عن نتائج الدراستين السابقتين، حيث حلت تغطية صحيفة New York Times لـ Geraldine Ferraro المرشحة لمنصب نائب الرئيس في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الانتخابات الرئاسية عام 1984، حيث كشفت الدراسة عن أن الصحيفة تعاملت مع فيرارو كمرشحة يمكن أن تحقق النجاح، وإن انحرفت بعض القصص إلى القوالب النمطية العرقية "الإيطالية الأمريكية" وخصوصاً عندما يتعلق الأمر بزوجها وتمويله لها، إلا أن التغطية كانت أكثر عدالة بين الجنسين مقارنة بالتغطية الإعلامية الحديثة للإناث المرشحات في القرن 21، حيث ركزت الصحيفة على كفاءة "فيرارو" وقدراتها كمرشحة في معالجة قضايا مثل

سباق التسليح والإجهاض، كما دافعت عنها وأدانت استخدام الهجمات القائمة على النوع الاجتماعي، وتجنب الحديث بشكل نمطي عن المرأة والنسوية.

وحول تصوير السيدة الأولى في الصين ليوان بينج، والسيدة الأولى في أمريكا ميشيل أوباما في الصحافة؛ قام كل من (Chao, Zhang&Li, 2018) ⁽²⁶⁾ بتحليل كمي للمقالات في الصحف البارزة المنشورة في الصين والولايات المتحدة الأمريكية (China) daily- Washington post، وذلك في الفترة من نوفمبر 2012- ديسمبر 2016، وكشفت الدراسة عن أن تصوير دور المرأة في مجتمعين وثقافتين مختلفتين قد يؤثر على نشر أو كسر القوالب النمطية للجنس لدى الجماهير المحلية والدولية، كما توصلت الدراسة إلى أنه- وكالعادة- رسمت الصحافة صورة إيجابية لكل من ميشيل وليوان، وأنها فاعلتان ومحبتان لبلديهما، فبالنسبة للصين فإن السيدات الأول أترن بشكل واضح على الجمهور المحلي لدعم النجاحات السياسية لأزواجهن، من خلال تقليل الفجوة بين القيادة والمواطنين، بالإضافة إلى لعب دور السيدة الأولى التقليدية، وبالتركيز على قضايا المرأة مثل (التعليم- الصحة- الأطفال- العائلة)، بينما تم تقديم ميشيل أوباما في المجال الدولي بطرق عديدة من خلال (الأزياء الأنيقة، والطرق الراقية في بناء العلاقات مع الدول الأخرى، ومشاركتها لزوجها في مختلف البرامج والأنشطة من خلال الزيارات الخارجية)، ومن ثم فقد أكدت الدراسة على أن التغطية الصحفية للسيدات الأول يمكن النظر لها كتوجهات اجتماعية تجاه النساء، ويتم دعمها من خلال تحيز وسائل الإعلام، إلا أن الموقف نفسه يعكس جنسانية الأدوار.

وفي محاولة بحثية- مختلفة نوعًا ما- للتعرف على الفروق في التغطية الصحفية بين الإرهابي الذكر والإرهابية الأنثى؛ قام كل من (Conway&McInerney, 2012) ⁽²⁷⁾ بمقارنة التغطية الصحفية الأمريكية لمتآمرة إرهابية مع اثنين من المتآمرين الذكور خلال عامي 2009-2010، ومن خلال تجميع تكرار الكلمات الواردة في (150) تقريرًا صحفيًا عن الموضوعات الثلاثة الخاصة بهم، ومن ثم مشتقات المصطلحات ذات الصلة بالأطر النسوية للإرهابيين، تبين أن النساء المشاركات في الإرهاب يحصلن على تغطية أكبر بكثير، ويتم تأطيرهن بشكل مختلف عن نظرائهن الذكور، حيث يتم تشويه صورة النساء اللواتي يشاركن في العنف الإرهابي أكثر من الإرهابيين الذكور، وتفترض التغطية أن يكن أكثر (اكتئابًا- أكثر جنونًا- أكثر انتحارًا- أكثر سيكوباتية) من الذكور، وهذه التغطية ترتبط بأن الإناث ببساطة لا يتوافقن مع توقعات المجتمع بأن الإرهابيين من الذكور، ومن ثم يتم تأطيرهن بشكل شديد الاختلاف.

واستهدفت دراسة (Lachover, 2013)⁽²⁸⁾ تحديد الأيديولوجية الاجتماعية والجنسانية المتضمنة في مجلة (Globels Lady) والتي تتبني مشروعًا سنويًا لاختيار أكثر خمسين امرأة نفوذًا في إسرائيل، وقد امتدت فترة التحليل من 2004-2010، حيث يتم الإعلان في شهر سبتمبر من كل عام عن أسماء النساء الأكثر نفوذًا، وأسفر التحليل عن أن مشروع المجلة يركز على مخطط العمل بدلاً عن مخطط العائلة؛ مما يعكس معايير الثقافة الرأسمالية، وبالتالي فإنه يتجاهل التوتر بين الالتزام بالعمل والالتزام تجاه الأسرة، ويكشف الخطاب السائد في المجلة الأهمية المركزية لقيم السلطة والتسلسل الهرمي، والمنافسة، والمال، والهيمنة الاجتماعية والثقافية، والفردية، إلا أنه لا يدعو إلى تغيير اجتماعي واسع.

(ب) الاتجاه الثاني: (الدراسات التي تناولت تحليل معالجة الصحافة للحقوق السياسية للمرأة أو دور المرأة بشكل عام في إطار الأحداث السياسية):

في إطار هذا الاتجاه ظهرت عدة دراسات تتعلق بمعالجة الصحافة للحقوق السياسية للمرأة ودورها في الأحداث السياسية، واستحوذت الدراسات العربية على هذا التوجه البحثي، وإن كانت محدودة العدد، حيث تمثلت في أربع دراسات فقط، تمثلت فيما يلي: دراسة (عبد الله، 2016)⁽²⁹⁾ حول سمات تقديم الأدوار السياسية والاجتماعية للمرأة الليبية في خطاب الصحف الليبية متمثلة في كل من (الوطن وفبراير) في الفترة من 1-6-2013 وحتى 31-5-2014، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة: أن الخبر برز كأهم شكل صحفي على مستوى صحيفتي الدراسة في إطار معالجة سمات أدوار المرأة، كما جاءت الأدوار السلبية للمرأة الليبية بنسبة عالية، حيث بلغت في صحيفة الوطن 75٪، بينما بلغت نسبتها في صحيفة فبراير 45.5٪، وهو ما يشير إلى إهمال المرأة الليبية في خطاب صحيفتي الدراسة، ومن أبرز القضايا التي ظهرت في إطار معالجة الصحيفتين (التوعية السياسية للمرأة- المشاركة السياسية- العنف ضد المرأة- الطلاق).

وحول خطاب المجالات النسائية المصرية تجاه الحقوق السياسية للمرأة المصرية بعد ثورة 30 يونيو، قامت (علام، 2014)⁽³⁰⁾ بتحليل خطاب مجلتي حواء ونصف الدنيا عبر الفنون التحريرية المختلفة من يونيو 2013 وحتى فبراير 2014، وأظهرت نتائج الدراسة غلبة المعالجة الإخبارية لمجلة "نصف الدنيا" في مقابل معالجة "حواء" التي تميزت بمقالات الرأي، واعتمدت مجلة حواء بشكل أساسي على أسلوب طرح المشكلة ومظاهرها كتكنيك رئيس في إطار خطابها الخاص بالحقوق السياسية للمرأة، في حين

اعتمدت نصف الدنيا على توظيف الأسلوب المتكامل الذي يقوم على التركيز على أكثر من زاوية (عرض الأسباب والمظاهر والحلول)، وركز خطاب المجلتيين على قضية نزع الحقوق السياسية للمرأة المصرية، وإهدار كرامتها على يد جماعة الإخوان المسلمين، كما تناول خطاب المجلتيين دور المرأة في ثورة 30 يونيو والبدء في بناء مجتمع ديمقراطي مدني يقوم على المساواة الكاملة بين المواطنين، وضرورة إفادة الحكومة الانتقالية من خبرات وكفاءات النساء المصريات في مختلف المجالات دون تهميش أو تمييز، واستتدت مجلتا الدراسة إلى أطر مرجعية سياسية وقانونية وعلمية وتاريخية؛ كالدساتير العالمية والتقارير الصادرة عن المنظمات الحقوقية والرقابية، والدراسات المتخصصة، والاستشهاد بدور المرأة في ثورة 1919.

وامتدادًا لتلك الدراسة قامت (علام، 2016)⁽³¹⁾ أيضًا برصد وتحليل وتفسير خطاب الصحافة النسائية العربية تجاه الحقوق السياسية للمرأة العربية عبر آليات تحليل الخطاب، وذلك بالتطبيق على عدد من المجلات النسائية المصرية واللبنانية والتونسية والإماراتية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة المصرية النسائية ركزت على المبادرات المؤيدة لحقوق المرأة كمبادرة مناهضة العنف السياسي ضد المرأة، والتوعية السياسية للمرأة ومواكبة التغيير السياسي، بينما ركزت الصحافة اللبنانية النسائية على الدور التكميلي للمرأة بمشاركتها السياسية، كما تناولت إشكالية تهميش المرأة في سلطة اتخاذ القرار، في حين أن الصحافة الإماراتية النسائية اتجهت للبحث عن الموضوعات المشتركة بين نساء الخليج، وركزت على الحقوق السياسية للمرأة الخليجية، وربطت الصحافة التونسية النسائية بين تقدم المجتمع وتحرير المرأة وغرس قيم المدنية والمساواة، مع الالتزام بأن لا يتعارض هذا التحرر مع مبادئ الشريعة الإسلامية، كما حذرت مما قد يواجه الحقوق السياسية للمرأة التونسية بعد الثورة، وتوعدت الأطر المرجعية بشكل عام في خطاب الصحافة العربية النسائية ما بين الأطر القانونية والسياسية.

أما دراسة (صلاح الدين، 2017)⁽³²⁾ فهدفت إلى تحليل الأطر المصورة للمرأة المصرية خلال ثورة 25 يناير، وذلك من خلال تحليل (118) صورة في صحيفة الشروق، و(72) صورة في صحيفة المصري اليوم المصريتين، لتحديد مكانة المرأة في الصور ومعرفة الاختلاف بينهما، وأبرزت نتائج الدراسة أن صور النساء ارتبطت بشكل أكبر بالحوادث، حيث شملتهم القصص الإخبارية، وقد أعطت الصحف المرأة مركز الصدارة في الصور مانحين لها كل الانتباه والتركيز عليها كشخصية قيادية، وكانت في مقدمة أولئك الذين تم استهدافهم في الصفوف الأولى من الاحتجاجات، وتفوقت الشروق في

عرض مثل هذه الصور مقارنة بالمصري اليوم التي بالرغم من عرضها العديد من القصص الإخبارية عن دور المرأة في ثورة 25 يناير، إلا أن ذلك لم ينعكس في الصور المصاحبة لها، وقد أطرت كلتا الصحيفتين المرأة المصرية صورًا كمشارك نشط في الثورة، وبشكل عام فقد تم تأطير النساء بشكل متساوٍ مع الرجال في حدث مهم مثل الثورة، دون تمييز للمرأة على أساس العمر أو الطبقة.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت صورة وتمثيل المرأة في الصحافة:

يشتمل هذا المحور على عدد من الدراسات التي تناولت كيفية تصوير وتمثيل المرأة في الصحافة، أو مقارنة صورتها بصورة الرجل، وقد سعت تلك الدراسات إلى الكشف عن مدى توافق تصوير وتمثيل المرأة في الصحف مع ما حققته من إنجازات في الدول المختلفة، كما تكشف مقارنة صورتها بصورة الرجل عن مدى عدالة التمثيل الجندري فيها، وقد أمكن تقسيم هذا المحور إلى اتجاهين، وهما: (أ) دراسات صورة المرأة المسلمة والعربية في الصحافة، (ب) دراسات التمثيل الجندري للمرأة في الصحافة.

(أ) الاتجاه الأول: دراسات صورة المرأة المسلمة والعربية في الصحافة:

ومن نماذج الدراسات في إطار هذا الاتجاه ما يلي:

دراسة (khan&Zahra, 2015)⁽³³⁾ التي هدفت إلى تحليل تصوير النساء المسلمات في وسائل الإعلام المطبوعة الغربية، تطبيقًا على صحفيتي Time و Newsweek وأبرزت النتائج أن النساء المسلمات تم تصويرهن كنساء متقدمات، وحظي وضعهن الاجتماعي وعملهن وإنجازاتهم وصراعهن ومواجهتهن بأهمية كبيرة، إلا أن الدراسة أشارت إلى أن كلتا المجلتين استخدمتا نغمة سلبية عند الإشارة لدينهن الإسلامي، ومن ثم فإنه يمكن تسليط الضوء عليهن بشكل رئيس دون أي اعتراف بدينهن وجنسيتهن، واهتمت الصحيفتان برصد نماذج نسائية عديدة، وهو الأمر الذي يشير إلى اهتمام الصحافة بالتغطية الإيجابية للنساء الشهيرات وذوات النفوذ، ومن خلال تقييم عام للمجلتين أمكن القول إنهما أنجزتا عملاً رائعًا لتوضيح أن وسائل الإعلام الغربية غيرت من ممارستها العنصرية، ولكنها في الواقع تتبع العنصرية الجديدة من خلال المعاني الخفية في النص.

وفي دراسة هدفت للتعرف على الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية في كاريكاتير الصحافة المحلية قامت (العتيبي، 2015)⁽³⁴⁾ بتحليل (300) رسم كاريكاتيري في الفترة من 2011-2013، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 48% من الصور كانت صورًا سلبية عن المرأة، في مقابل 38% تقريبًا تناولت صورًا إيجابية، ومن أبرز الصور السلبية

التي ارتبطت بالمرأة السعودية (المرأة السمينة- السطحية- الحمقاء- الغيورة)، أما الإيجابية فكانت (المرأة المحتشمة- المتعلمة- الطموحة)، وجاءت قضايا البطالة، ثم الطلاق ثم قيادة المرأة للسيارة من أهم القضايا التي برزت من خلال الكاريكاتير، أما المشكلات فتمثلت في: الحرمان من الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والسياسية، ثم مشكلات عمل المرأة، ثم الحياة الزوجية، ثم التعليم، ثم سيطرة الرجل، أما اهتماماتها فتمثلت في: التسوق، ثم مشاهدة التلفزيون، ثم متابعة وسائل التواصل الاجتماعي، وتمثلت أدوارها في المرأة الزوجة ثم المرأة العاملة.

وعلى مستوى صورة المرأة العربية في الصحافة الغربية قامت (عبد المنعم، 2015)⁽³⁵⁾ بتحليل عينة من الصحف الأمريكية والبريطانية تمثلت في صحيفتي (نيويورك تايمز وواشنطن بوست) اليومييتين ومجلة (تايم) الأسبوعية على مستوى الصحافة الأمريكية، بينما تشكلت عينة الصحافة البريطانية من صحيفتي (جارديان ودبلي ميل) اليومييتين ومجلة (إيكونومست) الأسبوعية، وقد أسفرت الدراسة التحليلية عن أن هناك تحسناً ملحوظاً في مكونات الصورة التي تقدمها الصحافة الأمريكية والبريطانية لجماهير قرائها عن المرأة العربية واتجاهاتها نحوها، حيث وصفتها كل منهما بأنها امرأة مثقفة وشجاعة ومتحدية لكافة المشكلات التي تواجهها، وأبرزت أدوارها المتعددة في المجتمع، كما قدّمت نماذج لشخصيات نسائية ناجحة في مجالات السياسة والاقتصاد وإدارة الأعمال والفن والرياضة على المستويين المحلي والدولي.

ب) الاتجاه الثاني: دراسات التمثيل الجندي في الصحافة:

ومن نماذج الدراسات في إطار هذا المحور ما يلي:

من خلال تحليل محتوى المجلات النسائية في سنغافورة المتمثلة في كل من (Her world- Cleo) من سبتمبر- يوليو 2008؛ للتعرف على تمثيل الأنوثة فيها مقابل الذكورة، أشار كل من (Basnyat&Chang, 2014)⁽³⁶⁾ إلى أن طرح الأنوثة يتضاءل مقابل طرح الذكورة، كما تتم معالجة صورة المرأة ضمن إطارات ثنائية التقسيم تقارن الصور التقليدية بالصور الحديثة للأنوثة، وتستمر الصور المؤطرة في إنشاء رؤية لتفسير المعاني الاجتماعية لما يجب أن تبدو عليها المرأة، وبالتالي الدور المطلوب منها، مما يخلق باستمرار توقعات النساء لتلبية الصورة المثالية، مع التركيز على موضوعات مثل (نمط الجمال- الصحة- نمط الحياة)، ووصف النساء بأنهن (عاطفيات- نحيفات- لطيفات)، بينما تم وصف الرجال بـ (التسامح- الثبات- الثقة)، وفي القصص التي تجمع بين الاثنين

يتوقع من المرأة أن تكون معطاءة وتحافظ على العلاقة، على العكس من الصفات الذكورية.

وفي إطار المقارنة بين صورة المرأة والرجل في مجلات الموضة اليابانية في الفترة من 2007-2012 حاولت دراسة (Luther&Smith, 2014)⁽³⁷⁾ تحليل ما إذا كانت صور الذكور والإناث الموجودة في المجلات تعكس التحولات التي شهدتها المجتمع الياباني والمتمثلة في تمكين المرأة اليابانية اجتماعيًا، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن النساء في مجلات الرجل اليابانية ظهرن سلبيات وخاضعات للذكور، وغالبًا ما يتم وضع نماذج للرجال في موضع أعلى من النماذج النسائية، أما بالنسبة لمجلات الإناث، فعلى الرغم من وجود تمثيل سلبي لهن في المجلات النسائية، كانت هناك صور للنساء القويات، كما تم تصوير تمكين النساء- خصوصًا- عندما ظهرن بصحبة النماذج الذكورية، حيث غالبًا ما يتم وضع النماذج الذكورية في الخلفية أو التشويش عليها لنقل رسالة مفادها أن الرجال كانوا هناك فقط لإرضاء النساء، وبذلك كانت المجلات النسائية أكثر ميلاً لتزويد النساء بإحساس التمكين والقوة، وهو ما يشير إلى أن تلك المجلات عكست المكاسب الاجتماعية التي حققتها المرأة اليابانية، كما ظهرت نماذج المرأة الآسيوية بطريقة جنسية في مجلات الموضة اليابانية وهو أمر جديد، وتفسر بعض النسويات ذلك بأنه علامة على تمكين المرأة، حيث يؤكدن على أن النساء يسيطرن على أجسادهن، وأنهن على اتصال مع حياتهن الجنسية الخاصة.

وحول صورة المرأة الرياضية استهدفت دراسة (O'Neil&Mulready, 2015)⁽³⁸⁾ تغطية الرياضة النسائية في الصحف البريطانية الوطنية قبل وبعد الألعاب الأولمبية 2012، وأسفرت الدراسة عن أن التغطية اليومية للرياضة النسائية بعد الأولمبيات شهدت تغيرًا محدودًا، واستمر تمثيل الرياضيات بشكل غير كامل، وأن الرياضيات من النساء لم يكن لهن ظهور في الصحف البريطانية الأكثر قراءة، وهو ما يشير إلى استمرار الإبادة الرمزية للمرأة في وسائل الإعلام، وبشكل عام تقل تغطية الصحف لرياضة النساء عن 5%؛ وهي نسبة لا تعكس حجم إنجازات الرياضيات من النساء، وانتهت الدراسة إلى أن تضخيم أهمية مجموعات معينة والدفع بالآخرين للهوامش لم يعد مقبولًا في عالم تقارير الصحف الرياضية.

وفي ذات الإطار السابق، هدفت دراسة (French, 2013)⁽³⁹⁾ إلى مقارنة التكافؤ في الظهور بين الرياضيين والرياضيات في الصحف النيوزيلندية خلال عام 2007، ومن خلال تحليل (562) تقريرًا إخباريًا في صحيفتي New Zealand Herald &

Dominion Post تبين حصول الرياضيين من الإناث على نسبة 26.4% من التغطية مقارنة بالرياضيين الذكور الذين حصلوا على 73.6%، كما احتلت موضوعات الذكور الصفحات الأولى، وهو ما لا تحظى به مقالات الرياضيات النساء مع وجود مناسبات رياضية لكل منهما، كما ظهرت الصور الخاصة بالإناث في سياق رياضي بشكل محدود للغاية مقارنة بصور الذكور.

وتتبعاً لدراسات تحليل تمثيل النساء الرياضيات في الصحافة، قامت دراسة (Laine, 2016)⁽⁴⁰⁾ بتحليل كمي ونوعي للتمثيل الجندي في التغطية الرياضية لصحف التابلويد الفنلندية والسويدية أثناء أولمبياد أثينا 2004، وتورين 2006، وأشارت النتائج إلى أن الرياضيين الذكور حظوا بتغطية أكبر من من الإناث، إلا أنه لم يتم تهميش الرياضيات عندما تعلق الأمر بالمشاركين المحليين ومستوى نجاحهم، ومن خلال التحليل النوعي الذي قام به الباحث أشار إلى أن الصور النمطية والجنسية للرياضيات من النساء غير صحيحة، باستثناء تمثيل الرياضيات الفنلديات المشاركات في الألعاب الرياضية على أنهم ذكور، أو الإشارة لهم بصيغة المذكر.

كما قام (Chattopadhyay, 2017)⁽⁴¹⁾ بتحليل محتوى اثنين من كبار الصحف الإنجليزية في الهند وتغطيتها لألعاب إنتشون الآسيوية 2014، وكشفت الدراسة عن أن النساء يتم تطيرهن كمواطنيين من الدرجة الثانية، حيث يحظين بتغطية أقل من نظرائهن الذكور، وغالباً ما تتم التغطية بصورة أنثوية سافرة بدلاً من الإشارة إلى النساء الرياضيات الأقوياء، كما جاءت تغطية الرياضيات في إطار غير رياضي؛ حيث تم التركيز على حياتهن الشخصية ومآثرهن خارج الملعب، على خلاف الرياضيين الذكور الذين كانوا تقريباً وبدون استثناء على أرض الملعب، كما ركزت العناوين على الرياضيين الذكور بالرغم أن الخبر كان يشير لفوز الرياضيات من النساء، إلا أنهم لم يظهرن في العناوين الرئيسية أو العناوين الفرعية، وفي ثلاث مناسبات فقط وصلت النساء للعنوان الرئيس عندما فزن بالميدالية الذهبية.

وقام (Grandy, 2013)⁽⁴²⁾ بتحليل صورة المرأة مقارنة بالرجل في مجلات الأعمال الأمريكية والكندية متمثلة في ثلاث مجلات أمريكية وثلاث كندية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هذه المجلات رسخت من الرسائل التي تؤكد على أن النساء أقل جدارة من الظهور في الأخبار مقارنة بالرجال، وأن المرأة أقل خبرة وأقل حرفية وأهمية، وأقل قدرة على جذب مستهلكي مجلات الأعمال، بالإضافة إلى ذلك فقد ركزت التغطية المحدودة للنساء على القضايا النسوية للتأكيد على أن سيدات الأعمال الناجحات أمر غير معتاد

ومختلف مقارنة بنظرائهن من الرجال، وأوصت الدراسة بنشر المزيد من القصص حول سيدات الأعمال والمديرات التنفيذيات، ووضع المزيد من صور النساء الناجحات والقويات على أغلفة المجلات.

المحور الرابع: الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة المطبوعة لقضايا المرأة:

برزت مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت معالجة الصحافة لقضايا المرأة، وقد أمكن رصد اتجاهين أساسيين في إطار هذه الدراسات، وهما: الاتجاه الأول الذي يتناول معالجة الصحافة لقضايا المرأة ككل على اختلاف أنواعها، أما الاتجاه الثاني فيركز على معالجة الصحافة لقضايا محددة تخص المرأة، والجدير بالذكر هنا أن الدراسات العربية جاءت جميعها تحت النوع الأول، بينما ظهرت أغلب الدراسات الأجنبية تحت النوع الثاني، وعليه، يمكن تقسيم تلك الدراسات إلى اتجاهين، وهما: أ) الدراسات الخاصة بمعالجة الصحافة لقضايا المرأة بشكل عام، ب) الدراسات الخاصة بمعالجة الصحافة لقضايا محددة تخص المرأة.

أ) الاتجاه الأول: الدراسات الخاصة بمعالجة الصحافة لقضايا المرأة بشكل عام:

تتوعد دراسات هذا المحور بين الدراسات التحليلية والميدانية، كما أن هناك بعض الدراسات التي جمعت بين الجانبين، ومن نماذج تلك الدراسات ما يلي:
دراسة (مزيد، 2017)⁽⁴³⁾ حول موقف الخطاب الصحفي من قضايا المرأة بعد ثورة 25 يناير، بالتطبيق على صحف (الأهرام- الوفد- المصري اليوم- الحرية والعدالة) خلال عامي 2012- 2013، وكشفت الدراسة عن أن قضايا العنف ضد المرأة المتمثلة في التحرش الجنسي وختان الإناث جاء في الترتيب الأول، بينما جاءت القضايا السياسية في الترتيب الثاني، وفي مقدمتها المشاركة السياسية، كما أوضحت الدراسة أن الصحف ركزت على الخطاب الاجتماعي في تناولها لقضايا المرأة؛ حيث جاء في الترتيب الأول في صحف الأهرام والمصري اليوم والحرية والعدالة، بينما ظهر الخطاب المختلط في الترتيب الأول في صحيفة الوفد.

وحول خطاب الصحافة المصرية تجاه قضايا المرأة وعلاقته بالأجندة الدولية والمحلية في الفترة من 2000-2005، قامت (رسلان، 2013)⁽⁴⁴⁾ بتحليل خطاب صحف (الأسبوع- الأهالي- ملحق حريتي) للتعرف على مدى توافقه مع ما تطرحه الهيئات والمنظمات الدولية من خلال عقد المؤتمرات وصياغة الاتفاقيات، وخلصت الدراسة إلى وجود تشابه كبير بين ملامح الأجندة الدولية والمحلية فيما يتعلق بقضايا المرأة.

أما دراسة (بيراودي، 2016)⁽⁴⁵⁾ فاستهدفت الكشف عن معالجة صحيفتي (الخبر والشروق) الجزائريتين لقضايا المرأة ومدى علاقتها بالمشكلات والقضايا الواقعية التي تعيشها المرأة الجزائرية، وذلك في الفترة من أول أبريل إلى 31 مايو 2015، وكشفت الدراسة عن انعدام المساحة الثابتة والمتخصصة لمعالجة قضايا المرأة، وتركيز المضامين على الدور التقليدي لها، والاهتمام بالمشكلات التي ارتبطت بالعنف والاعتداءات والطلاق، كما أنها ركزت على فئات محددة وتجاهلت فئات أخرى كالمرأة المعيلة والريفية، مع وجود استثناءات تمثلت في حملات التوعية الصحية، أو الجهود التي ارتبطت ببعض المؤسسات لحل مشكلات المرأة في العمل والصحة والقوانين، وبشكل عام فإن التغطية كانت عبارة عن مضمون كمي يدور حول الأدوار التقليدية للمرأة بعيداً عن دمجها في قضية التنمية الشاملة أو قضية المشاركة السياسية أو العمل الاقتصادي، كما اتسمت المعالجة بالسطحية دون البحث عن أسباب وحلول القضايا.

وفي دراسة استهدفت التعرف على دور الصحافة النسائية العراقية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية، قامت الباحثة (السراج، 2014)⁽⁴⁶⁾ بتحليل الملحق الشهري في جريدة (الصباح) الحكومية، ومجلة (نرجس) النسائية الخاصة خلال عام 2012، وأظهرت النتائج أن العلاقات الزوجية والأسرية احتلت المرتبة الأولى في أجندة القضايا الاجتماعية للمرأة في ملحق الأسرة، وقابلتها قضايا العنف ضد المرأة في مجلة نرجس، وأن التقرير والتحقيق الصحفي برزا كأهم الفنون الصحفية المعتمدة في تغطية قضايا المرأة في الصحف النسائية، كما ظهر المندوب على رأس قائمة مصادر الصحيفتين في استقاء المعلومات التي تنشر حول قضايا المرأة، وأظهرت الدراسة الميدانية أن الصحافة من أهم الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات لدى جمهور المرأة في مدينة بغداد، كما أنها تحظى بمتابعة منتظمة منهن، وأن هناك علاقة ارتباطية بين عمر المبحوثات وبين قراءة الصحف.

وحول قضايا المرأة في الصحافة الأردنية، استهدفت دراسة (العزب، 2014)⁽⁴⁷⁾ تحليل معالجة واحدة من القضايا التي شهدت جدلاً في المجتمع الأردني والمتمثلة في "اتفاقية القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة سيداو" ومصادقة الأردن عليه، وذلك من خلال عينة من الصحف الأردنية المتمثلة في (الغد- الرأي- الدستور- العرب اليوم) على امتداد الفترة من 2006-2013، وكشفت الدراسة عن أن اتفاقية "سيداو" حظيت بحيز مهم في الصحف الأردنية من ناحية مساحة المادة المنشورة، وتركيز الصحف على التغطية الإخبارية، وأن النصيب الأكبر من التغطية جاء لحساب موضوع اتفاقية

القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، مع تناول متواضع لبعض الموضوعات الجزئية التفصيلية المتعلقة بحقوق المرأة في الأردن، مثل قضية أحقية المرأة في تجنيس أبنائها، وظهرت مواقف الكتاب الأردنيين متساوية من حيث التأييد والمعارضة، وذلك تبعاً لمرجعياتهم المختلفة.

وفي إطار تحليل تغطية صحيفتي (القدس والأيام) اليومييتين الفلسطينيتين لحقوق المرأة خلال الفترة 2008-2010، كشفت دراسة (أبو حنك، 2012)⁽⁴⁸⁾ عن أن الخبر الصحفي كان أكثر الفنون الصحفية استخداماً في تغطية قضايا حقوق المرأة، وعالجت الصحيفتان (الحقوق الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والتعليمية) على اختلاف ترتيبها في الصحيفتين، وفي ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية التزمت الصحيفتان بالمعايير المهنية للإعلام فيما قدمته من موضوعات كالصدق، والموضوعية، والتوازن، والدقة.

وحول معالجة قضايا المرأة في اثنتين من الصحف الهندية Danik Amar Ujala و Jagran، خلال عام 2006 أوضحت دراسة (Nautiyal&Dabral, 2012)⁽⁴⁹⁾ أن الصحيفتين أعطتا مساحة محدودة لا تتجاوز 1% لموضوعات المرأة، وتقدم معظمها صورة برّاقة للمرأة في القصص الإخبارية والإعلانات، وحظيت قضية التحرش الجنسي بتغطية أكبر حجماً مقارنة بغيرها من القضايا مثل الصحة والتعليم والمساواة والعنف والجريمة والفضائح التي ترتكبها الشرطة، وتحظى المرأة بتغطية في المواد الإخبارية بشكل أكبر مقارنة بالتغطية في التحليلات والافتتاحيات والأعمدة، وهو ما يعني أن الحوادث اليومية المتعلقة بالمرأة هي ما تحظى بتغطية الصحف، بينما لا تحصل قضايا المرأة على مساحة كافية من النقاش والتحليل، وانتهت الدراسة إلى أن عينة الصحف لا تقدم صورة متوازنة عن حياة النساء المتنوعة والإسهامات التي تقوم بها في عالم متغير.

وتتفق دراسة (Nwodu& Ezoke, 2013)⁽⁵⁰⁾ مع نتائج الدراسة السابقة فمن خلال تقييم التغطية الصحفية لحقوق الأطفال والمرأة في نيجيريا، بينت النتائج أن الأخبار كانت أكثر الفنون الصحفية المستخدمة في تغطية حقوق المرأة والطفل في الصحف النيجيرية (عينة الدراسة)، كما ظهرت التغطية في الصفحات الداخلية؛ مما يقلل من أهميتها، وكانت المنظمات الدولية، والمنظمات غير الحكومية، ومنظمات المجتمع المدني، والمرأة الأكثر تكراراً في قائمة القوى الفاعلة فيما يتعلق بالأخبار والمواد المتعلقة بحقوق المرأة والطفل.

وفي إطار دراسة أجراها (Genel, 2014) ⁽⁵¹⁾ احتلت قضية العنف ضد المرأة المرتبة الأولى في التغطية الصحفية لعدد من الصحف اليومية التركية التي تنشر في أوروبا خلال سبتمبر 2012، كما برزت الأخبار الخاصة بالنساء الشهداء اللاتي وقعن ضحايا الحوادث الإرهابية والتي احتلت موقعًا مهمًا بين موضوعات الصحف التركية.

وفي دراسة (Kejanlioglu, kubilay & Ova, 2012) ⁽⁵²⁾ حول الأعمدة الإسلامية الخاصة بالمرأة في المجال العام، تم تحليل خطاب الصحافة التركية من خلال مئات الأعمدة الصحفية في خمس صحف مؤيدة للإسلاميين. يمثل كل منها فصيلًا مختلفًا، وتكشف الدراسة عن أطروحات الخطاب الإسلامي في مقابل خطاب الكماليين حول أزمة حظر الحجاب في الحياة العامة، وتشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود صراع مستمر للهيمنة بين الإسلاميين من كتاب الأعمدة ضد الكماليين، ويظهر مفهوم التمييز كنقطة محورية في الخطاب الخاص بكل من الرجال والنساء الإسلاميين، حيث يحاولون تحطيم شرعية حظر الحجاب عن طريق التأكيد على أن النظام ينشر سياسة تمييز ضد النساء المحجبات، كما ظهر الصراع أيضًا من خلال النساء الإسلاميات ضد الرجال الإسلاميين، ومن ثم أصبح التمييز هو النقطة العقدية الأبرز في الخطاب، ولأن المرأة أصبحت قضية ثقافية، وليست سياسية، فقد ظهر موضوع التحديث من منظور مستتير، ولم يعد موضوعًا سياسيًا يتم التحدث فيه بالنيابة عن النساء.

واستهدفت دراسة (Hill, 2016) ⁽⁵³⁾ التعرف على تأثير تغير ملكية المجلة الأمريكية Essence Post- بعد شرائها من خلال مجموعة تايم وارنر عام 2005- على خطابها الإعلامي الموجه بالأساس إلى جمهورها من النساء الأفريقيات، حيث اتسمت المجلة قبل بيعها باستقلالها وملكيته من خلال السود، وتشير النتائج المقارنة إلى أن المجلة قبل شرائها التزمت بالمهمة الأساسية لها والخاصة بتمكين النساء السود، وتوافقت اللغة المستخدمة مع الفكر النسوي للنساء السوداوات، أما بعد شرائها عام 2005 انخفضت المقالات ذات التوجه الخاص بمعتقدات الفكر النسوي الأسود، وزادت موضوعات الموضة، والتي كانت مرتبطة سابقًا بمبادئ الفكر النسوي للنساء السوداوات كشكل من أشكال المقاومة ضد العنصرية، والتحيز الجنسي، إلا أن صوت الرجل الأسود كان موجودًا قبل وبعد شراء المجلة، وتفسر الدراسة ذلك في ضوء أن الرجال السود قد يشرحون تجاربهم التي لا تتوافق مع النساء السود، كما شجعت المجلة على النزعة الاستهلاكية والترفيه، في محاولة لزيادة أرباحها، وتوسيع قاعدة قرائها على حساب الوعي النسوي للمرأة السوداء، وهو ما أدى إلى تهميش القارئات من النساء السود.

(ب) الاتجاه الثاني: الدراسات الخاصة بمعالجة الصحافة لقضايا محددة تخص المرأة:

ومن نماذج تلك الدراسات ما يلي:

من خلال تحليل نقدي لـ (100) مقالة مطبوعة في الصحف الغربية الناطقة باللغة الإنجليزية تتناول حوادث الاغتصاب في الهند؛ حاول كل من (Bradley, Sahariah & Siddiqui, 2017)⁽⁵⁴⁾ و⁽⁵⁵⁾ تسليط الضوء على معالجة الغرب للقضايا الداخلية في الهند من خلال المنظور الاستعماري، تطبيقاً على معالجة حوادث الاغتصاب، وقد كشفت الدراسة عن سيطرة الخطاب الاستعماري على الخطاب الخاص بحوادث الاغتصاب في الهند، حيث تم تأسيس هذا الخطاب على اتهام الهند بالبربرية والتخلف، واستخدم الخطاب كلمة (غير حضاري) في العديد من المقالات لتوصيف الهند، وتؤكد الدراسة أنه لم يتم إنكار واقع العنف ضد المرأة في الهند في أي وقت، ولكن بدلاً من ذلك تم عرض الصور المشوهة والسلبية للعنف القائم على النوع الاجتماعي، وهو الأمر الذي لا يدعم عمل النشطاء من النساء اللاتي يعملن لإنهاء العنف ضدهن، كما يتجاهل محنة الكثيرات من اللاتي يواجهن يوميًا فظائع العنف الجنسي والبدني والنفسي والاقتصادي، ومن ثم فإن الصحافة ترتكب فعل العنف من خلال تركيزها على موضوع فرعي للمرأة والتمثيل الكاذب لفئة واحدة، ولا تقترب من الكشف عن شبكة الجنس التي تدعم العديد من أشكال سوء المعاملة والظلم ضد النساء.

كما قام (Das, 2012)⁽⁵⁶⁾ بتحليل الخطاب الإخباري الخاص بالعنف ضد المرأة في الصحف الهندية، من خلال الكشف عن الأطر المهيمنة على الخطاب، والمقارنة بين تحليل وسائل الإعلام الصحفية المحلية والوطنية، وبالتركيز- تحديداً- على الاحتجاج السلمي الذي ظهر كاعتراض على أعمال العنف التي هاجم فيها مجموعة من نشطاء SRS المتشددين مجموعة من النساء الشابات والرجال؛ مدعين أن النساء ينتهكن القيم الهندية التقليدية، وعرف هذا الاحتجاج (بالحملة التشادية الوردية) عام 2009، وأسفرت الدراسة عن أن بعض الصحف حاولت التقليل من شأن العنف ضد المرأة، وبرز الإطار السياسي كإطار فرعي منبثق من إطار الحكومة، حيث أبرزت الصحف الوطنية لعبة اللوم السياسي وتفاصيل أخرى لا ترتبط مباشرة بأفعال العنف، وتشابهت الأطر في كافة الصحف موضع الدراسة؛ حيث تم التركيز على الحادثة وما أعقبها من أحداث يوم الفالنتين، كما صورت وسائل الإعلام دور الحكومة وسلطات الشرطة في تقديم الجناة للعدالة، بينما لم تركز على جماعة SRS ومؤسسها.

وفي إطار معالجة الصحافة للقضايا الصحية الخاصة بالمرأة برزت عدة دراسات، منها دراسة (Turanci&Esiyok, 2018)⁽⁵⁷⁾ والتي استهدفت تحليل مقارن بين المجلات الخاصة بصحة المرأة والمجلات الخاصة بصحة الرجل، وأشارت النتائج أن الرسائل الخاصة بصحة المرأة ارتبطت بالشكل الخارجي، بينما ركزت الرسائل الخاصة بالرجال على بناء العضلات، كما ظهرت المقالات الخاصة بزيادة الوزن للرجال، والخاصة بفقدان الوزن للنساء، وارتبطت أغلب المقالات الخاصة بالرجال بالإشارة إلى المنتج وسعره، بينما ارتبطت أغلب المقالات الخاصة بالنساء بالأطعمة الصحية، وبشكل عام فإن كلا المجلتين تم استخدامهما كمصدر ودليل للاستهلاك من خلال العيادات الخاصة والمستشفيات في محاولة للوصول للجمهور.

وفي دراسة (Jenkins&Johson, 2017)⁽⁵⁸⁾ تم تناول تغطية الشؤون الصحية في ثلاث مجلات نسائية أمريكية واسعة الانتشار من خلال تحليل (85) مقالة في مجلات (Bust- Bitch- Ms.)، وتشير نتائج الدراسة إلى أن المجلات النسائية اعتمدت على مناهج واضحة تشبه تلك السائدة في المجلات عند تغطية موضوعات الصحة، مثل تحديد أولويات قضايا الصحة الشخصية والاستجابات الفردية، فقد هدفت مجلة "Bust" إلى تثقيف القراء حول الأمراض المنقولة جنسيًا، والصحة الجنسية، والإخصاب واليوجا، والنشاط البدني، وكانت أكثر تعددية بسبب منهجها الحوارية، وفي المقابل عرضت مجلة "MS." منهجًا نقديًا للمخاوف الصحية التي تؤثر على نطاق واسع من السكان من خلال استخدام الاستراتيجيات الخطابية الواضحة في شكل أخبار في صحافة الصحة العامة، وهذه الاستراتيجية قدمت للقراء السياق والقدرة على اتخاذ أفعال محددة؛ وهو ما يتناقض مع تيار المجلات النسائية الذي يهمل المعلومات الخاصة بالسياسات الصحية لصالح التركيز على المظهر، وانحرفت مجلة "Bifh" بشكل ملحوظ عن مقاربات التغطية الصحية في غيرها من وسائل الإعلام، وذلك من خلال التشكيك في المثل العليا الغربية حول العلم والطب، ومع ذلك أكدت المجلة على الاستجابات الفردية للنواحي الصحية والتي تعكس الخطابات النيوليبرالية.

وفي دراسة استهدفت تحليل المقالات الخاصة بإنقاص الوزن وتشكيل الجسد في مجلات الصحة واللياقة الأمريكية الخاصة بالنساء خلال عام 2010، وجد كل من (Willis&Westerwick, 2014)⁽⁵⁹⁾ أن تشكيل الجسم وفقدان الوزن مثلًا موضوعًا رئيسًا في هذه المجلات، لذلك تعكس النتائج التركيز المفرط على الصحة، وعلى السلوكيات المتعلقة بالتدريب للحد من السعرات الحرارية والتي تتعارض مع توصيات

الصحة العامة، وقد تمت الإشارة إلى السلوكيات المتعلقة بالمظهر في عناوين الأخبار أكثر من السلوكيات المتعلقة بالصحة العامة، مع التأكيد على معيار ممارسة الرياضة (حتى تكوني لائقة)، وبالنسبة للمجلتين كانت اعتبارات المعلنين أكثر أهمية، فالتمارين الرياضية تعني زيادة الاستهلاك بما في ذلك الملابس الرياضية ومنتجات الحميات الغذائية، وفي إطار نظريتي المعرفة الاجتماعية والمقارنة الاجتماعية فإن الأمر سيرتبط بالتشابه المتصور مع نموذج السلوك ونماذج الأجسام المعروضة، والتي كانت أكثرها لنساء بيض، وبالنظر للبعد الخاص بالتشابه، فإن المقارنة ستكون على الأرجح للقراء من النساء البيض؛ حيث سيؤثر عليهن هذا النموذج بشكل أكبر.

وفي ضوء نظرية المقارنة الاجتماعية أيضاً قام (Hopper, 2014)⁽⁶⁰⁾ من خلال مجموعات النقاش المركزة بالتعرف على آراء السيدات الحوامل فيما تعرضه مجلات النميمة حول المشاهير الحوامل، وما إذا كن يقارن أنفسهن بهن، وأشارت النتائج إلى أن النساء الحوامل يقمن بالمقارنة، وربط الرسائل التي يقرأنها في المجلات بأجسادهن، ومع ذلك لم يشعرن أن تغطية المجلات لحمل المشاهير تسبب لهن شعوراً سلبياً على المدى الطويل أثناء الحمل، كما كان لديهن إدراك للنفقة النقدية الكبيرة، وكذلك مقدار الوقت الذي استغرقه المشاهير حتى يظهرن بشكل جيد، وأكدت الدراسة في ضوء هذه النتائج على أن النساء ناشطات أكثر من المستهلكين السلبيين لوسائل الإعلام، حيث انتقدن الرسائل التي كانت تشير إلى العودة إلى شكلهن وأوزانهن الطبيعية سريعاً بعد الحمل، وأشرن إلى أنها رسائل غير واقعية للمرأة العادية، وأنهن أكثر قلقاً على صحة أطفالهن الذين لم يُولدوا بعد، وفسرت الدراسة تلك الآراء بأن المرأة الحامل أكثر حماية من الآثار الضارة للمقارنة الاجتماعية خلال الحمل بسبب القلق على المولود، وكذلك الامتناع عن التقييد الغذائي، أو الكم المفرط من التمارين خوفاً من التأثير السلبي على أطفالهن.

المحور الخامس: التعليق على دراسات (معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة) موضوعياً ومنهجياً ونظرياً.

1- تتوعد الاتجاهات البحثية الخاصة بدراسات معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة؛ حيث ظهرت بحوث تاريخ الصحافة، وبحوث الصورة والتمثيل الجندري، وبحوث تحليل معالجة وتغطية قضايا المرأة، وبحوث الجمهور، وهو ما أضاف أبعاداً معرفية واسعة من خلال نتائج تلك الدراسات، والتي أكدت في مجملها على الأدوار المحورية التي أدتها الصحافة المطبوعة في معالجة شؤون المرأة عبر الفترات التاريخية المختلفة وخلال المرحلة الحالية، وإن اختلفت طبيعة تلك الأدوار وفقاً للعديد من العوامل

التاريخية والأيدولوجية والمجتمعية والثقافية والمؤسسية، وبالرغم من أن أغلب الدراسات أشارت إلى سلبية صورة المرأة والمعالجة السطحية والمتحيزة لموضوعاتها في كثير من الأحيان، إلا أنها أكدت في ذات الوقت على وجود عدد من المعالجات الصحفية الإيجابية التي أسهمت في تمكين المرأة ومعالجة قضاياها- وخصوصاً- في مجلات وصفحات المرأة المتخصصة، وحذرت الدراسات من العنف الذي قد تمارسه الصحف ضد المرأة من خلال استبعادها وتهميشها، كما حذرت من العنصرية الجديدة والتي تتم من خلال استخدام المعاني الخفية في النصوص الإعلامية، واستمرارية الإبادة الرمزية للنساء في كثير من المجالات.

2- استتدت الدراسات إلى عدد من النظريات والمداخل والنماذج النظرية المهمة والتي مكنت الباحثين من التعمق في الظواهر المدروسة وتحليلها وتفسيرها بشكل أكثر وضوحاً، وتم استخدام تلك النظريات على المستويين التحليلي والتفسيري، ومن أهمها على المستوى التحليلي (نظرية الأطر الإعلامية- نظرية ترتيب الأولويات- نظرية تحليل النظم- نظرية حارس البوابة- نظرية المقارنة الاجتماعية- نظرية المعرفة الاجتماعية)، أما على المستوى التفسيري فظهرت نظريات (الخطاب- العولمة- النسوية- المسؤولية الاجتماعية- مدخل التحليل الثقافي).

3- استعانت الدراسات بالعديد من المناهج والأدوات التي تنوعت بين الكمية والكيفية، فعلى مستوى المناهج: برز كل من المنهج التاريخي والأسلوب المقارن والمنهج المسحي، أما الأدوات البحثية: فتوزعت بين الأدوات الكمية مثل (تحليل المضمون- الاستبانة)، والأدوات الكيفية مثل (أدوات تحليل الخطاب- تحليل الوثائق التاريخية- التحليل الثقافي- التحليل السيميولوجي- التحليل اللغوي- مجموعات النقاش المركزة) وذلك وفقاً لطبيعة وأهداف كل دراسة، ويوضح الجدول التالي عدد ونسبة الدراسات العربية والأجنبية وفقاً للمنهجية البحثية المستخدمة (تحليل كفي- تحليل كمي- تحليل كفي وكمي معاً).

جدول (2) يوضح الجدول عدد ونسبة الدراسات العربية والأجنبية وفقاً للمنهجية البحثية المستخدمة

المجموع	الدراسات الأجنبية		الدراسات العربية		المنهجية البحثية
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
34	57%	29	33%	5	تحليل كيمي
24	29%	15	60%	9	تحليل كمي
8	14%	7	7%	1	تحليل كمي وكيمي
66	100%	51	100%	15	المجموع

المحور السادس: رؤية مقارنة بين المدارس البحثية العربية والأجنبية، مع طرح أجندة بحثية مقترحة تسهم في تطوير مجال بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة.

أولاً: على مستوى الاتجاهات الخاصة بالموضوعات البحثية:

1- في ضوء المؤشرات الكمية الخاصة بالمحاور الموضوعية التي تبنتها الدراسات- موضع التحليل- تبين وجود فجوة كمية واضحة بين البحوث الأجنبية والعربية، حيث بلغ عدد الدراسات الأجنبية على مستوى كافة المحاور (51) دراسة بنسبة بلغت (77%)، بينما بلغ عدد الدراسات العربية (15) دراسة بنسبة بلغت (23%)، وهو ما يشير إلى ضرورة تعزيز الدراسات الإعلامية الخاصة بمعالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة على مستوى المؤسسات الأكاديمية في الدول العربية، وتتزايد أهمية تلك التوصية في ضوء بُعدين أساسيين يتمثلان فيما يلي:

أ- الأوضاع الشائكة التي تعانيها المرأة في كثير من الدول العربية، ولا يقتصر الأمر هنا على الحديث عن التشريعات والقوانين، أو الاتفاقيات الخاصة بأوضاع المرأة فقط، بل يتصل بشكل أكبر بمدى تمكين المرأة داخل المجتمع بشكل فعلي، ومدى الوعي بدورها، وقدرتها على مواجهة المشكلات اليومية التي قد تعوق مسيرة عملها، ومن ثم تتزايد الحاجة إلى بحوث إعلامية رصينة حول دور الوسائل الإعلامية- وفي مقدمتها الصحافة المطبوعة- في معالجة القضايا والمشكلات والأحداث الخاصة بالمرأة، لتقييم هذا الدور بشكل موضوعي، ومن ثم وضع الخطط لتطويره أو تعزيزه إن لزم الأمر.

ب- يعكس اهتمام المدارس البحثية الإعلامية في دول كبرى مثل (أمريكا- بريطانيا- كندا) ببحوث المرأة والصحافة المطبوعة، أهمية استمرارية العمل على متابعة أداء وسائل الإعلام على اختلافها، وتقييم مدى قدرتها على ترجمة الواقع الفعلي للمرأة سواء في إطار ما شهدته هذا الواقع من تغير وتطور، أو الإجحاف الذي لا تزال تعانيه في بعض المجالات، بالرغم مما شهدته أوضاع المرأة في هذه الدول من تقدم ملحوظ في كثير من

المجالات، وفي المقابل نجد أن تلك النوعية من الدراسات اختفت تمامًا على مستوى عدة دول عربية خلال الفترة المحددة للدراسة سواء على مستوى اهتمام باحثيها بتلك الدراسات، أو ظهورها كمجتمع بحثي، وهو الأمر الذي يلقي بالمسئولية على الباحثين العرب، ويلزمهم بضرورة إعادة النظر في أجندتهم البحثية.

2- في إطار التوجهات البحثية الخاصة بدراسات معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة، برز تيار بحثي أساسي على مستوى الدراسات الأجنبية تمثل في (تيار الدراسات التاريخية)، وهو أحد أهم التيارات البحثية التي أضافت أبعادًا تحليلية وتفسيرية أكثر عمقًا لدراسات معالجة شؤون المرأة في الصحف المطبوعة، بينما لم يحظ هذا التيار باهتمام الدراسات العربية، فلم تظهر سوى دراسة تاريخية واحدة فقط في إطار بحوث الصحافة المطبوعة تنتمي للمدرسة المصرية، وهو ما يطرح تساؤلًا محوريًا حول السبب في ندرة الدراسات التاريخية على مستوى المدرسة العربية، وترى الباحثة- من خلال ما تراكم لديها من ملاحظات في المجال الأكاديمي والبحثي- أن ذلك قد يرجع لعدة أسباب، وهي:

أ- الرؤية القاصرة للدراسات التاريخية في مجال الإعلام، حيث يعتبرها البعض أبحاثًا نظرية لا فائدة منها، أو على الأقل لا توازي في أهميتها الأنواع الأخرى من البحوث؛ مما يجعل الباحثين يعزفون عن التصدي لدراسة الظواهر الإعلامية في إطارها.

ب- صعوبات البحث التاريخي الإعلامي، ففي ظل ما تعاني منه الكثير من الدول العربية من نقص في مصادر المعلومات، وعدم توفر الوثائق أو إتاحتها للباحثين ممثلة في (الصحف، أو أشرطة التسجيل، أو الفيديو)، يصبح اختيار مجال البحث التاريخي مغامرة بحثية لا يضمن الباحث اجتيازها.

ج- الجهد الفكري والمادي الذي تحتاجه تلك النوعية من الدراسات، فعلى المستوى الفكري تحتاج الدراسات التاريخية إلمامًا منهجيًا معممًا بخطوات المنهج التاريخي، وكيفية تطبيقه، بالإضافة إلى الحاجة لخلفيات معرفية واسعة للفترات التاريخية المدروسة، وعلى المستوى المادي قد يكون الحصول على نسخ من الوثائق أو إمكانية الاطلاع عليها مكلفًا ماديًا، وهو الأمر الذي يمثل صعوبة لدى الباحثين الشباب على وجه الخصوص.

وبناء على ما سبق، ترى الباحثة ما يلي:

- أهمية إدراج الدراسات التاريخية على قائمة أولويات الأنماط البحثية المستهدفة في مجال دراسات المرأة والإعلام؛ في محاولة لاستجلاء ملامح تطور معالجات قضايا المرأة، ورصد تطور الحركة النسوية العربية من منظور وسائل الإعلام عبر المراحل التاريخية

المختلفة، والكشف عن إرهاصات وأسباب الصور النمطية للمرأة التي تعكسها تلك الوسائل، وذلك انطلاقاً من قاعدة أساسية تؤكد على أن دراسة التاريخ تسهم في فهم الحاضر، وتُمكن من التنبؤ بالمستقبل، وهو ما تحتاجه دراسات المرأة والإعلام.

- محاولة تدليل الصعوبات التي يواجهها البحث التاريخي على مستوى الدراسات العربية، تلك المحاولة التي لا بد وأن تبدأ بإدراك ووعي قيمة البحوث التاريخية في مجال دراسات المرأة والإعلام بشكل خاص وعلى مستوى الدراسات الإعلامية بشكل عام، وتوجيه شباب الباحثين إلى التصدي لتلك النوعية من الدراسات.

- التنسيق مع الهيئات المسؤولة للعمل على إتاحة وتوفير الوثائق التاريخية على اختلاف أنواعها دون أعباء مالية إضافية، وذلك من خلال عقد الشراكات والاتفاقيات التي من شأنها أن تضع معايير تمكن الباحث العلمي من أداء الدور المنوط به في هذا المجال.

3- مثلت دراسات الصورة والتمثيل الجندري توجهاً بحثياً مهماً على مستوى الدراسات- موضع التحليل- بشكل عام، وإن حظيت دراسات التمثيل الجندري تحديداً باهتمام أكبر على مستوى الدراسات الأجنبية؛ التي حرصت على رصد وتحليل تمثيل المرأة مقابل الرجل في الصحف المطبوعة، وترى الباحثة أن هذه الدراسات تستمد أهميتها من منظور التحليل الموضوعي لصورة المرأة، فبينما تتناول بحوث الصورة رصد وتحليل ملامح ومكونات صورة المرأة في وسائل الإعلام، تستهدف دراسات التمثيل الجندري بشكل أساسي التعرف على تمثيل المرأة مقابل تمثيل الرجل في المجالات المختلفة من خلال منظور الوسيلة الإعلامية، وهو ما يطرح رؤية واضحة عن مدى عدالة الصورة الإعلامية المقدمة، مع الأخذ في الاعتبار التمثيل الواقعي لكل من المرأة والرجل في المجالات المختلفة.

4- ظهر عدد محدود من الدراسات الأجنبية والعربية التي اهتمت بلغة الخطاب الإعلامي الخاص بمعالجة قضايا المرأة، حيث ظهرت دراسات اهتمت بالاختيارات اللغوية الخاصة بمعالجة شؤون المرأة ودلالاتها، وكيف أن تلك الاختيارات تؤثر على إدراك المتلقي، ومن ثم تعكس صوراً إيجابية أو سلبية، كما يمكن أن تمارس وسائل الإعلام التحيز والعنف ضد المرأة من خلال لغة الخطاب، وهو ما طرح أهمية اللغة الإعلامية كوعاء لمناقشة شؤون وقضايا المرأة، ومن ثم ضرورة الاهتمام بالدراسات اللغوية في مجال الإعلام والمرأة، لما يمكن أن تكشف عنه تلك الدراسات من مكونات وخفايا الخطاب الإعلامي سواء على مستوى الدراسات العربية أو الأجنبية.

ثانياً: على مستوى الاتجاهات الخاصة بالأطر النظرية:

1- استخدمت دراسات معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة العديد من النظريات على المستويين التحليلي والتفسيري، فعلى المستوى التحليلي برزت نظريات مثل: (الأطر الإعلامية- ترتيب الأولويات- الغرس الثقافى- الخطاب- حارس البوابة- الاعتماد على وسائل الإعلام- تحليل النظم- تناظر الدور الجندري)، أما على المستوى التفسيري، فبرزت نظريات مثل: (النسوية- العولمة- المسئولية الاجتماعية- الجندر)، وأفادت فروض تلك النظريات في إثراء الدراسات بشكل كبير، كما حرصت بعض الدراسات على استخدام أكثر من نظرية على مستوى الدراسة الواحدة فيما يعرف بتعاقد الأطر النظرية، وهو ما تميزت به الدراسات الأجنبية بشكل واضح مقارنة بالدراسات العربية؛ مما يوجب الاهتمام بهذا الجانب في الدراسات العربية، وتدعيمه وتعزيزه بشكل أكبر على مستوى بحوث الإعلام والمرأة.

2- برزت ظاهرة "الاستعارات النظرية" من العلوم الأخرى، وذلك من خلال إفادة البحوث الإعلامية بنظريات نشأت في كنف العلوم الأخرى، مثل نظريات علم الاجتماع (نظرية المعرفة الاجتماعية- المقارنة الاجتماعية)، وعلم النفس (التحليل النفسي)، وعلم السياسية (المجال العام- الأيديولوجية المهيمنة)، وهو ما يطرح فكرة التداخل والتكامل بين العلوم الإنسانية، وأهمية الدراسات البينية، والتي تمثل أحد أهم التوجهات البحثية التي تهدف وتوسع لها الكثير من المؤسسات البحثية والعلمية؛ لما تحققة هذه الدراسات من تكامل معرفي حول الظاهرة المدروسة، وتزايد أهمية هذه الدراسات عندما يرتبط الأمر بقضايا المرأة التي تختلف باختلاف الثقافات، والفترات التاريخية والأيديولوجيات المهيمنة، وقد تميزت الدراسات الأجنبية بتلك الاستعارات النظرية- بشكل كبير- مما أسهم في طرح رؤى جديدة ومعقدة حول الظواهر المدروسة، وهو ما يجب أن تسترشد به الدراسات العربية في مجال المرأة والإعلام بشكل عام.

ثالثاً: على مستوى الاتجاهات البحثية الكمية والكيفية:

1- سيطر الاتجاه الكمي الأمبيريقى على الدراسات العربية الخاصة بمعالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة بشكل واضح، بينما برز الاتجاه الكيفي بشكل واضح على مستوى الدراسات الأجنبية (جدول رقم 2)، وهو ما يشير إلى وجود اهتمام بحثي عالمي بالدراسات الكيفية إلى جانب الدراسات الكمية، بل إن عدداً كبيراً من هذه الدراسات ظهر في إطار المدرسة الأمريكية التي تبنت على مدى العقود الماضية التوجه الكمي، وتأثرت بها المدرسة العربية الإعلامية بشكل كبير، مما يعطي مؤشراً لتزايد الاهتمام

بالدراسات الكيفية سواء على مستوى الدراسات الأمريكية والأجنبية بشكل عام، وهو ما يفرض ضرورة مراجعة وتقييم ما تسهم به البحوث الكمية على مستوى دراسات المرأة والإعلام في العالم العربي، وهل تقدم بالفعل إضافات علمية حقيقية؟ أم أن ما ينتج عنها مجرد تكرارات عديدة وبيانات إحصائية دون تعمق على مستوى التحليل والتفسير؟ ومن ثم ضرورة السعي لأن تحظى البحوث الكيفية بأولوية لدى الباحث العربي في مجال دراسات المرأة والإعلام.

2- وترتيباً على ما سبق، فإن الاتجاه الكيفي أثرى البحوث الإعلامية في مجال معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة، حيث طرح العديد من النتائج العميقة والمهمة التي ساعدت على تفسير الظواهر، وانعكس ذلك بشكل واضح على القيمة العلمية للبحوث الأجنبية التي تبنت هذا الاتجاه، في مقابل البحوث العربية الكمية التي ظهرت نتائجها سطحية لحد كبير، وتقف عند حدود الوصف في كثير من الأحيان، مثل دراسات الجمهور التي اعتمدت على استبانات لتقييم أداء وسائل الإعلام في معالجة شؤون المرأة، والتي ترى الباحثة أن نتائجها جاءت عامة، وغير محددة، ولم تعرض الدور الفعلي للوسيلة- خصوصاً- في تلك الدراسات التي استهدفت عينات من الجمهور العام، ذلك الجمهور الذي يقيم الظواهر- في معظم الأحيان- بشكل عشوائي دون معرفة أو وعي حقيقي بها، وهو ما يؤثر في النهاية على دقة النتائج.

رابعاً: على مستوى الاتجاهات البحثية المنهجية والإجرائية:

1- تنوعت المناهج البحثية المستخدمة في الدراسات- موضع التحليل- فعلى مستوى المناهج، برزت ثلاثة مناهج أساسية، وهي: (المنهج المسحي- المنهج التاريخي- المنهج المقارن)، بينما لم يبرز المنهج التجريبي إلا في دراسة واحدة، وهو ما يعطي مؤشراً لضرورة الاهتمام بالبحوث التجريبية؛ للتعرف على أثر محتوى الصحف المطبوعة على اتجاهات الجمهور في إطار القضايا المختلفة، سواء على مستوى الدراسات العربية أو الأجنبية وتنوعت بين الكمية والكيفية، ومن أهم أدوات البحوث الكمية (تحليل المضمون- الاستبانة)، أما أدوات البحوث الكيفية فتمثلت في: (أدوات تحليل الخطاب- أساليب التحليل السيميائي- أساليب التحليل اللغوي- أدوات التحليل التاريخي- التحليل الثقافي- المقابلات المعمقة- مجموعات النقاش المركزة- الملاحظة)، واتسمت الدراسات الأجنبية باستخدام أكثر من أداة، كما اهتمت باستخدام الأدوات الكيفية: نظراً لتوجهاتها البحثية الكيفية التي أشارت لها الباحثة سابقاً، وهو ما كشف عن مكنونات الخطاب الإعلامي

الخاص بقضايا وشؤون المرأة، وأضاف أبعادًا معرفية واسعة على طبيعة المعالجة الإعلامية، وهو ما ترى الباحثة أهمية تنبيه في الدراسات العربية.

وفي ضوء ما سبق طرحه، تقدم الباحثة قائمة بأهم الموضوعات البحثية المقترحة في مجال دراسات معالجة شؤون المرأة في وسائل الإعلام، وذلك كالتالي:

1- دراسات تاريخية تتناول تطور صورة المرأة في المهن والمجالات المجتمعية المختلفة في وسائل الإعلام التقليدية، ومنها الصحافة المطبوعة في ضوء السياقات المجتمعية.

2- دراسات لغوية تتناول تحليل لغة الخطاب، سواء الموجه للمرأة أو الخاص بها في الصحف المطبوعة.

3- دراسات تجريبية تتناول أثر استخدام الصحف على اتجاهات المرأة نحو القضايا المختلفة.

4- دراسات مقارنة بين معالجة قضايا المرأة في الصحف المطبوعة العربية والأجنبية.

6- دراسات بينية تتناول العلاقات المتشابكة بين كل من معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة من جهة، والنظم السياسية، أو الاقتصادية، أو الاجتماعية، وغيرها من المجالات من جهة أخرى.

7- دراسات السلاسل الزمنية التي تهدف إلى إعادة اختبار فروض دراسات سابقة في مجال الصحافة المطبوعة وقضايا المرأة، والتعرف هل لا زالت تلك الفروض قائمة، أم أن هناك تحولاً قد حدث، مع ضرورة رصد ذلك في إطار التحولات التي شهدتها المجتمعات المختلفة.

مراجع الدراسة:

- 1-Byerly, C. M. (2016). *Gender and communication studies Stasis and shifts in feminist media scholarship*. in Cerqueira, C., Cabecinhas, R., & Magalhães, S. I., (Eds). *Gender in focus: (new) trends in media*. CECS – Centro de Estudos de Comunicação Sociedade. Universidade do Minho, 15–28 https://www.academia.edu/24186368/EBook_Gender_in_focus_new_trends_in_media
- 2- Jackson , Sally .(1992) . *Message Effects Research*. New York: The Guilford, p.114.
- 3- Payne, G., & Payne, J. (2004). *Sage key Concepts: Key concepts in social research*, London, SAGE Publications.
- 4-Rubin, R. B., Rubin, A. M. & Haridakis,P. M. (2010) *Communication Research: Strategies and Sources.*, USA, Wadsworth cengage learning, p.214.
- 5-Lee, S. & Clark, N. (2014) The Normalization of Cosmetic Surgery in Women's Magazines from 1960 to 1989. *Journal of Magazine & New Media Research*, 15 (1), 1–22.
- 6-Maslow, A. Z. (2015). Depictions of Beauty on Cosmopolitan Magazine: Content Analysis of Covers (1959–2014). *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones*. 2381.<https://digitalscholarship.unlv.edu/thesedissertations/2381>.
- 7-Lynn, J. M. (2012). CONTESTED FEMININITIES: REPRESENTATIONS OF MODERN WOMEN IN THE GERMAN ILLUSTRATED PRESS, 1920 – 1945. *Ph .D Dissertation*. University of North Carolina.
- 8-Constaninescu, S. (2017). How Women Made the News.A Case–Study of Femeia Magazine in Communist Romania under Ceaușescu. *Journal of Media Research*, 10, 1(27): 32–41.
- 9-Shaw, Ping & Tan, Y. (2014). Original Article Feminism and social change: women's place in Taiwanese newspapers and public opinion. *Asian Journal of Communication*, 24 (4): 351–369.
- 10-Volz, Y. (2015). From Lunatic Woodhull to Polarizing Palin: a historical diachronic media discourse analysis of women political pioneers. *Ph. D. Dissertation*. University of Missouri—Columbia.
- 11-Shor, E., de Rijt, A. van, Ward, C., Gomel, A. Blank & Skiena, S. (2014). TIME TRENDS IN PRINTED NEWS COVERAGE OF FEMALE SUBJECTS. 18802008. *journalism Studies*, 15 (6): 759– 773.

12-Harp, D., Harlow, S. & Loke, J. (2013). The Symbolic Annihilation of Women in Globalization Discourse: The Same Old Story in U.S. Newsmagazines. *Atlantic Journal of Communication*, (21), 263-277.

13-Cortez, C. M. (2012). The American Girl: Delineating an Age Through the Ladies' Home Journal . MA thesis. San Jose State University.

14-Utiuzh, A. (2018). The Portrayal of Women in the Oldest Russian Women's Magazine "Rabotnitsa" From 1970-2017". Graduate *Theses and Dissertations*, University of south florida, @<http://scholarcommons.usf.edu/etd/7237>.

15-Tepe F. F., & Bauhn P., (2017). Two Arguments About Women's Rights in the Türk Kadını Magazine 1966-1974. *İletişim, Galatasaray University Journal of Communication*, (27), 135-152.

Li, Bo. (2013) THE MANIPULATION OF IMAGES OF WOMEN IN 16-TRANSLATION IN EARLY TWENTIETH CENTURY HONGKONG CHINESE NEWSPAPERS. *Media History*, 19 (3), 270-283.

17-McIntosh, H. (2014). Empowerment through Education: Learning about Women's Health in Chatelaine. *Media Journal - Canadian Edition*, 7 (2), 5-21.

18- الصابر، نيرمين عبد الغفار (2015). تطور الاهتمام بقضايا المرأة الصحية في الصحافة المصرية المتخصصة في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (1)، 335-352.

19-Ghosh, J. (2012). WOMEN EMPOWERMENT AND THE ROLE OF PRESS: AN ANALYSIS OF NEWSPAPER COVERAGES OF 1993 WEST BENGAL PANCHAYAT ELECTIONS. *Global Media Journal - Indian Edition*, 3 (1), 1-10.

20-Usman, S. (2013). Where are the women candidates during elections? A Fiji media case study. *PACIFIC JOURNALISM REVIEW*, 19 (1), 148-166.

21-Ette, Mercy. (2013) Gendered frontlines: British press coverage of women soldiers killed in Iraq. *Media War & Conflict*, 6(3), 249 -262.

22-Formato, F. (2017). Linguistic markers of sexism in the Italian media: a case study of ministra and ministro. *Corpora*, 11 (3), 371-399.

23-Kornfield, S. (2017). FIXATING ON THE STASIS OFFACT: DEBATING "HAVING IT ALL" IN U.S. *MEDIA Rhetoric & Public Affairs*, 20 (2), 253-290.

24-Golder, S. (2012). PRINT MEDIA PORTRAYAL OF WOMEN CANDIDATES IN 2009 INDIAN ELECTIONS. *Global Media Journal - Indian Edition*, 3 (1), 1-13.

25-Everbach, T. (2014). "American women never again will be second-class citizens": Analyzing New York Times coverage of Geraldine Ferraro's 1984 vice-presidential bid. *Ph. D Dissertation*. University of North Texas.

26-Chao, C., Zhang, Y. & Li, J. (2018). The “First” First Lady of China and the “First Black” First Lady of America: The Role of Liyuan Peng and Michelle Obama in the Media’s Portrayal. *China Media Research*, 14(1), 53–61.

27-Conway, M. & McInerney, L. (2014). What’s love got to do with it? Framing ‘JihadJane’ in the US press *Media, War & Conflict*, 5(1), 6 –21.

28-Lachover, E. (2013). Influential Women: Feminist Discourse in Women’s Business Magazines—The Case of Israel. *Communication, Culture & Critique*, (6), 121–141.

29- عبد الله، زينب احنيش (2016). سمات تقديم الأدوار السياسية والاجتماعية للمرأة الليبية في خطاب الصحافة الليبية. رسالة ماجستير، جامعة القاهرة.

30 - علام، أسماء أحمد أبو زيد. (2014). خطاب المجلات النسائية المصرية تجاه الحقوق السياسية للمرأة المصرية بعد ثورة 30 يونيو: دراسة تحليلية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (4)، 326–341.

31 - علام، أسماء أحمد أبو زيد (2016). خطاب الصحافة النسائية العربية تجاه الحقوق السياسية للمرأة العربية: دراسة تحليلية مقارنة. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*. (6)، 390–357.

32 - صلاح الدين، منة الله إيهاب. (2017). الأظر المصورة للمرأة المصرية في ثورة 25 يناير: دراسة مقارنة بين تغطية صحيفتي المصري اليوم والشروق. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (19)، 2–16.

33-Khan, M. Ashraf & Zahra, S. (2015). Presentation of Muslim Women in Western Print Media: A Content Analysis of 'Time' and 'Newsweek'. *Global Media Journal: Pakistan*, 8 (2).

34 - العتيبي، سها منيف صلف. (2015). الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية في كاريكاتير الصحافة المحلية: تحليل مضمون. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، (12)، 474–461.

35 - عبد المنعم، ياسمين أسامة (2015). صورة المرأة العربية في الصحافة الأمريكية والبريطانية خلال الفترة من 2011–2013. رسالة ماجستير، جامعة القاهرة.

36-Basnyat, I. & Chang, L. (2014). Are You a “Woman”? Representation of Femininity in Two Women’s Magazines in Singapore, Cleo and Her Worl. *Communication Research Reports*, 31(1), 82–91.

37-Luther, C. A. & Smith, R. (2014). Reinforcing Traditional Gender Norms in Japan? An Analysis of Images in Japanese Men’s and Women’s Fashion Magazines. *Journal of Magazine & New Media Research*, 15 (2), 1–22.

38-O’Neill, D. & Mulready, M. (2015). THE INVISIBLE WOMAN? A comparative study of women’s sports coverage in the UK national press before and after the 2012 Olympic Games. *Journalism Practice*, 9 (5), 651– 668.

39-French, S. (2013). Still not there: the continued invisibility of Female Athletes and Sports in the new Zealand print media. *Media International Australia*, 148): 39–50.

- 40-Laine, A. (2016). Gender Representation of Athletes in Finnish and Swedish Tabloids A quantitative and qualitative content analysis of Athens 2004 and Turin 2006. Olympics coverage. *Nordicom Review*, 37(2), 83-98.
- 41-Chattothyay, D. (2017). Gender Bias in india's newspaper coverage of male amd feemale athletes at the 2014 incheon asian games. *Global Media Journal – Indian Edition*, 8(1), 1-18.
- 42-Grandy, K. (2013). The Glossy Ceiling: Coverage of Women in Canadian and American Business Magazines. *Journal of Magazine & New Media Research*. 14 (1), 1-20
- 43- مزيد، ولاء محمد (2017). موقف خطاب الصحف من قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير. رسالة ماجستير. جامعة سوهاج.
- 44 - رسلان، رشا عبد الفتاح (2013). خطاب الصحافة المصرية تجاه قضايا المرأة وعلاقته بالأجندة الدولية والمحلية في الفترة من 2000-2005. رسالة ماجستير، جامعة القاهرة.
- 45 - بيراردي، نعيمة. (2016). معالجة قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية: دراسة تحليلية لصحيفتي الخبر والشروق. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (7)، 81-90.
- 46 - السراج، شكريه كوكز. (2014). دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، الباحث الإعلامي. (26)، 77-107.
- 47 - العزب، ميادة سيف الدين. (2014). اتجاهات تناول الإعلام العربي لاتفاقية سيداو: دراسة تطبيقية لعينة من الصحف الأردنية في الفترة من 2006- 2013. رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية.
- 48 - أبو حنك، عزة (2012). تغطية صحيفتي القدس والأيام الیومینین لحقوق المرأة الفلسطينية في الفترة ما بین 2008- 2010. رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط.
- 49-Nautiyal, V., Dabral, J. (2012). WOMEN ISSUES IN NEWSPAPERS OF UTTARAKHAND. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3 (1), 1-10
- 50-Nwodu, L. C. & Ezeoke, C. B. (2013). AN EVALUATION OF PRESS COVERAGE OF CHILDREN'S AND WOMEN'S RIGHTS IN NIGERIA, *Higher Education of Social Science*, 4(2), 41-51.
- 51-Genel, M. G. (2014). Narrative Structure of News and the Discourse on Women: The Case of the Turkish Press in Europe. *Global Media Journal: TR Edition*, 5 (9), 148-179.
- 52-Kejanlioğlu, B., Kubilay, Ç. & Ova, N. (2012). Islamist Columnists Discussing 'Women in the Public Sphere': A Discourse Analysis of the Turkish Press. *Middle East Journal of Culture and Communication*, (5), 282-301.
- Hill, M. A. (2016). Do black women still come first: Examining essence magazine post time Warner. *CRITICAL STUDIES IN MEDIA COMMUNICATION*, 33(4), 366-380.

54 Bradley, T., Sahariah, S. & Siddiqui, O. (2017). A critical reading of western newspaper narratives of rape in India and their implications for feminist activism. *Journal of media & Cultural Studies*, 31, (1), 126–137.

Das, R. (2012). REPRESENTATION OF VIOLENCE AGAINST WOMEN IN 55-INDIAN PRINT MEDIA: A COMARATIVE ANALYSIS. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3 (1), 1–24 .

56-Turancı E. and Eşiyok E., (2018). Magazine as a Source for Promoting Health Consumption: A Comparison of “Women’s Health” and “Men’s Health” Magazine. *İletişim, Galatasaray University Journal of Communication*, (28), 239–255.

57-Jenkins, J. M. & Johnson, E. K. (2017). Body Politics: Coverage of Health Topics and Policy in U.S. Feminist Magazines. *Mass Communication and Society*, (20), 2 60–280.

58-Willis, L. E. & Westerwick, S. K. (2014). Weighing Women Down: Messages on Weight Loss and Body Shaping in Editorial Content in Popular Women’s Health and Fitness Magazines. *Health Communication*, (29), 323–331.

59-Hopper, K. M. (2014). Looking Beyond the Baby Bump: The Role of Magazine Portrayals of Pregnant and Post-Partum Celebrity Bodies in Social Comparison Processes in Pregnant Women. *Ohio Communication Journal*, (52), 36–54.

References

- Alam, A. (2016). khitaab alsahafat alnisaiyyat alearabiat tujuh alhuquq alsiyasiat lilmar'at alearabiati: dirasat tahliliat muqaranati. almajalat aleilmiat libuhuth Alsahafa. (6), 357-390.
- Basnyat, I. & Chang, L. (2014). Are You a "Woman"? Representation of Femininity in Two Women's Magazines in Singapore, Cleo and Her Worl. *Communication Research Reports*, 31(1), 82–91.
- Chattopadhyay, D. (2017). Gender Bias in india's newspaper coverage of male amd feemale athletes at the 2014 incheon asian games. *Global Media Journal – Indian Edition*, 8(1), 1-18.
- Conway, M. & McInerney, L. (2014). What's love got to do with it? Framing 'JihadJane' in the US press *Media, War & Conflict*, 5(1), 6 –21.
- Cortez, C. M. (2012). The American Girl: Delineating an Age Through the Ladies' Home Journal . MA thesis. San Jose State University.
- French, S. (2013). Still not there: the continued inviSibility of Female AthleteS and Sports in the new ZeAlAnd print media. *Media International Australia*, 148): 39-50.
- Genel, M. G. (2014). Narrative Structure of News and the Discourse on Women: The Case of the Turkish Press in Europe. *Global Media Journal: TR Edition*, 5 (9), 148-179.
- ⁵⁹-Ghosh, J. (2012). WOMEN EMPOWERMENT AND THE ROLE OF PRESS: AN ANALYSIS OF NEWSPAPER COVERAGES OF 1993 WEST BENGAL PANCHAYAT ELECTIONS. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3 (1), 1-10.
- Grandy, K. (2013). The Glossy Ceiling: Coverage of Women in Canadian and American Business Magazines. *Journal of Magazine & New Media Research*. 14 (1), 1-20
- Hopper, K. M. (2014). Looking Beyond the Baby Bump: The Role of Magazine Portrayals of Pregnant and Post-Partum Celebrity Bodies in Social Comparison Processes in Pregnant Women. *Ohio Communication Journal*, (52), 36-54.
- Jenkins, J. M. & Johnson, E. K. (2017). Body Politics: Coverage of Health Topics and Policy in U.S. Feminist Magazines. *Mass Communication and Society*, (20), 2 60–280.

- Kejanlıoğlu, B., Kubilay, Ç. & Ova, N. (2012). Islamist Columnists Discussing 'Women in the Public Sphere': A Discourse Analysis of the Turkish Press. *Middle East Journal of Culture and Communication*, (5), 282–301.
- Khan, M. Ashraf & Zahra, S. (2015). Presentation of Muslim Women in Western Print Media: A Content Analysis of 'Time' and 'Newsweek'. *Global Media Journal: Pakistan*, 8 (2).
- Kornfield, S. (2017). FIXATING ON THE STASIS OFFACT: DEBATING "HAVING IT ALL" IN U.S. MEDIA Rhetoric & Public Affairs, 20 (2), 253–290.
- Laine, A. (2016). Gender Representation of Athletes in Finnish and Swedish Tabloids A quantitative and qualitative content analysis of Athens 2004 and Turin 2006. Olympics coverage. *Nordicom Review*, 37(2), 83-98.
- Lee, S. & Clark, N. (2014) The Normalization of Cosmetic Surgery in Women's Magazines from 1960 to 1989. *Journal of Magazine & New Media Research*, 15 (1), 1-22.
- Luther, C. A. & Smith, R. (2014). Reinforcing Traditional Gender Norms in Japan? An Analysis of Images in Japanese Men's and Women's Fashion Magazines. *Journal of Magazine & New Media Research*, 15 (2), 1-22.
- Nautiyal, V., Dabral, J. (2012). WOMEN ISSUES IN NEWSPAPERS OF UTTARAKHAND. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3 (1), 1-10
- Nwodu, L. C. & Ezeoke, C. B. (2013). AN EVALUATION OF PRESS COVERAGE OF CHILDREN'S AND WOMEN'S RIGHTS IN NIGERIA, *Higher Education of Social Science*, 4(2), 41-51.
- Shaw, Ping & Tan, Y. (2014). Original Article Feminism and social change: women's place in Taiwanese newspapers and public opinion. *Asian Journal of Communication*, 24 (4): 351–369.
- Tepe F. F., & Bauhn P., (2017). Two Arguments About Women's Rights in the Türk Kadını Magazine 1966-1974. *İleti-ş-im, Galatasaray University Journal of Communication*, (27), 135-152.
- Usman, S. (2013). Where are the women candidates during elections? A Fiji media case study. *PACIFIC JOURNALISM REVIEW*, 19 (1), 148-166.
- Willis, L. E. & Westerwick, S. K. (2014). Weighing Women Down: Messages on Weight Loss and Body Shaping in Editorial Content in Popular Women's Health and Fitness Magazines. *Health Communication*, (29), 323–331.

- Abd Allah, Z. (2016). simat taqdim al'adwar alsiyasiat walaijtimaeiat lilmar'at alliybiati fi khitab alsahafat alliybiati. risalat majistir, jamieat Alqahira.
- Abdel Moneim, Y. (2015). surat almar'at alearabiat fi alsahafat al'amrikiat walbritaniat khilal alfatrat min 2011- 2013. risalat majistir, jamieat Alqahira.
- Abu Hanak, A. (2012). taghtiat sahfataq alquduw wal'ayaam alyawmayatayn lihuquq almar'at alfilastiniat fi alfatrat ma bayn 2008- 2010. risalat majistir. jamieat Alsharq Al'awsat.
- Alam, A. (2014). khitab almajalaat alnisayiyat almisriat tujah alhuquq alsiyasiat lilmar'at almisriat baed thawrat 30yunyu: dirasat tahliliat muqaranatan bayn majalatay hawaa' wanisf Aldunya, almajalat Alearabiat libuhuth Al'ielam walaitisali, (4), 326-341.
- Al-Azab, M. (2014). aitijahat tanawul al'ielam alearabii liaitifaqiat sidaw: dirasatan tatbiqiatan lieayinatan min alsuhuf al'urduniyat fi alfatrat min 2006-2013. risalat dukturah, jamieat Om Dirman Al'iislamia.
- Al-Otaibi, S. (2015). alsuwrat alaijtimaeiat lilmar'at alsaeudiat fi karikatir alsahafat almahaliyati: tahlil madmuni. almajalat alearabiat lil'ielam walaitisal, (12), 461-474.
- Alsaabir, N. (2015). tatawur alahtimam biqadaya almar'at alsihiyat fi alsahafat almisriat almutakhasisat fi alnisf althaani min alqarn altaasie eashra, almajalat Aleilmiat libuhuth Alsahafa, (1),335 -352.
- Al-Sarraj, S. (2014). dawr alsahafat alnasawiat fi tartib 'awlawaiaat almar'at aleiraqiat nahw alqadaya aleamati, albahith Al'ielami. (26), 77-107
- Berardi, N. (2016). muealajat qadaya almar'at fi alsahafat aljazayiriati: dirasat tahliliat lisahifatay alkhabar walshuruqa. majalat albahith fi aleulum Al'iinsaniat walaijtimaeiati, (7), 81-90.
- Bradley, T., Sahariah, S. & Siddiqui, O. (2017). A critical reading of western newspaper narratives of rape in India and their implications for feminist activism. *Journal of media & Cultural Studies*, 31, (1), 126–137.
- Byerly, C. M. (2016). *Gender and communication studies Stasis and shifts in feminist media scholarship*. in Cerqueira, C., Cabecinhas, R., & Magalhães, S. I., (Eds). *Gender in focus: (new) trends in media*. CECS - Centro de Estudos de Comunicação Sociedade. Universidade do Minho, 15-28 https://www.academia.edu/24186368/EBook_Gender_in_focus_new_trends_in_media

- Chao, C., Zhang, Y.& Li, J. (2018). The “First” First Lady of China and the “First Black” First Lady of America: The Role of Liyuan Peng and Michelle Obama in the Media’s Portrayal. *China Media Research*, 14(1), 53-61.
- Constaninescu, S. (2017). How Women Made the News.A Case-Study of Femeia Magazine in Communist Romania under Ceaușescu. *Journal of Media Research*, 10, 1(27): 32-41.
- Das, R. (2012). REPRESENTATION OF VIOLENCE AGAINST WOMEN IN INDIAN PRINT MEDIA: A COMARATIVE ANALYSIS. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3 (1), 1-24 .
- Ette, Mercy. (2013) Gendered frontlines: British press coverage of women soldiers killed in Iraq. *Media War & Conflic*, 6(3), 249 –262.
- Everbach, T. (2014). “American women never again will be second-class citizens”: Analyzing New York Times coverage of Geraldine Ferraro’s 1984 vice-presidential bid. *Ph. D Dissertation*. University of North Texas.
- Formato, F. (2017). Linguistic markers of sexism in the Italian media: a case study of ministra and ministro. *Corpora*, 11 (3), 371–399.
- Golder, S. (2012). PRINT MEDIA PORTRAYAL OF WOMEN CANDIDATES IN 2009 INDIAN ELECTIONS. *Global Media Journal – Indian Edition*, 3 (1), 1-13.
- Harp, D., Harlow, S. & Loke, J. (2013). The Symbolic Annihilation of Women in Globalization Discourse: The Same Old Story in U.S. Newsmagazines. *Atlantic Journal of Communication*, (21), 263–277.
- Hill, M. A. (2016). Do black women still come first: Examining essence magazine post time Warner. *CRITICAL STUDIES IN MEDIA COMMUNICATION*, 33(4), 366–380.
- Jackson , Sally .(1992) . *Message Effects Research*. New York: The Guilford, p.114.
- Lachover, E. (2013). Influential Women: Feminist Discourse in Women’s Business Magazines—The Case of Israel. *Communication, Culture & Critique*, (6), 121–141.
- Li, Bo. (2013) THE MANIPULATION OF IMAGES OF WOMEN IN TRANSLATION INEARL TWENTIETH CENTURY HONGKONG CHINESE NEWSPAPERS. *Media History*, 19 (3), 270-283.

- Lynn, J. M. (2012). CONTESTED FEMININITIES: REPRESENTATIONS OF MODERN WOMEN IN THE GERMAN ILLUSTRATED PRESS, 1920 – 1945. *Ph .D Dissertation*. University of North Carolina.
- Maslow, A. Z. (2015). Depictions of Beauty on Cosmopolitan Magazine: Content Analysis of Covers (1959-2014). *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones*. 2381.<https://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/2381>.
- Mazyad, W. (2017). mawqif khitab alsuhuf min qadaya almar'at almisriat baed thawrat 25 yanayir. risalat majistir. jamieat Suhaj.
- McIntosh, H. (2014). Empowerment through Education: Learning about Women's Health in Chatelaine. *Media Journal - Canadian Edition*, 7 (2), 5-21.
- O'Neill, D. & Mulready, M. (2015). THE INVISIBLE WOMAN? A comparative study of women's sports coverage in the UK national press before and after the 2012 Olympic Games. *Journalism Practice*, 9 (5), 651– 668.
- Payne, G., & Payne, J. (2004). *Sage key Concepts: Key concepts in social research*, London, SAGE Publications.
- Raslan, R. (2013). khitab alsahafat almisriat tujuh qadaya almar'at waealaqatih bial'ajandat alduwliat walmahaliyat fi alfatrat min 2000-2005. risalat majistir, jamieat Alqahira.
- Rubin, R. B., Rubin, A. M. & Haridakis, P. M. (2010) *Communication Research: Strategies and Sources.*, USA, Wadsworth cengage learning, p.214.
- Salah Aldiyn, M. (2017). al'utur almusawarat lilmar'at almisriat fi thawrat 25 yanayir: dirasat muqaranat yusnu taghtiat sahifatay almisrii alyawm walshuruqa. almajalat alearabiya libuhuth al'ielam walaitisali, (19), 2- 16.
- Shor, E., de Rijt, A. van, Ward, C., Gomel, A. Blank & Skiena, S. (2014). TIME TRENDS IN PRINTED NEWS COVERAGE OF FEMALE SUBJECTS. 18802008. *journalism Studies*, 15 (6): 759- 773.
- Turancı E. and Eşiyok E., (2018). Magazine as a Source for Promoting Health Consumption: A Comparison of “Women's Health” and “Men's Health” Magazine. *İleti-ş-im, Galatasaray University Journal of Communication*, (28), 239-255.
- Utuzh, A. (2018). The Portrayal of Women in the Oldest Russian Women's Magazine “R abotnitsa” From 1970-2017”. *Graduate Theses and Dissertations*, University of south florida, [@http://scholarcommons.usf.edu/etd/7237](http://scholarcommons.usf.edu/etd/7237).

-Volz, Y. (2015). From Lunatic Woodhull to Polarizing Palin: a historical-diachronic media discourse analysis of women political pioneers. *Ph. D. Dissertation*. University of Missouri—Columbia.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Dr. Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 58 July 2021 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.