



Jordan Media Institute • معهد الإعلام الأردني

رصد حضور المرأة في وسائل الإعلام المحلية

2017





معهد الإعلام الأردني • Jordan Media Institute

رصد حضور المرأة في وسائل الإعلام المحلية

2017

المقدمة :

عينة الدراسة

- ✓ الصحافة المطبوعة : الرأي، والغد، والدستور، والسبيل.
- ✓ المواقع الإلكترونية : عمون، وسرايا، وخبرني، والوكيل.
- ✓ التلفزيون : التلفزيون الأردني، ورويا.
- ✓ الإذاعة : الإذاعة الأردنية، وهلا إف إم، وJBC .

زمن الدراسة

جميع المواد المنشورة والصادرة عن وسائل الإعلام عينة الدراسة يوم الأحد 26 / 2 / 2017

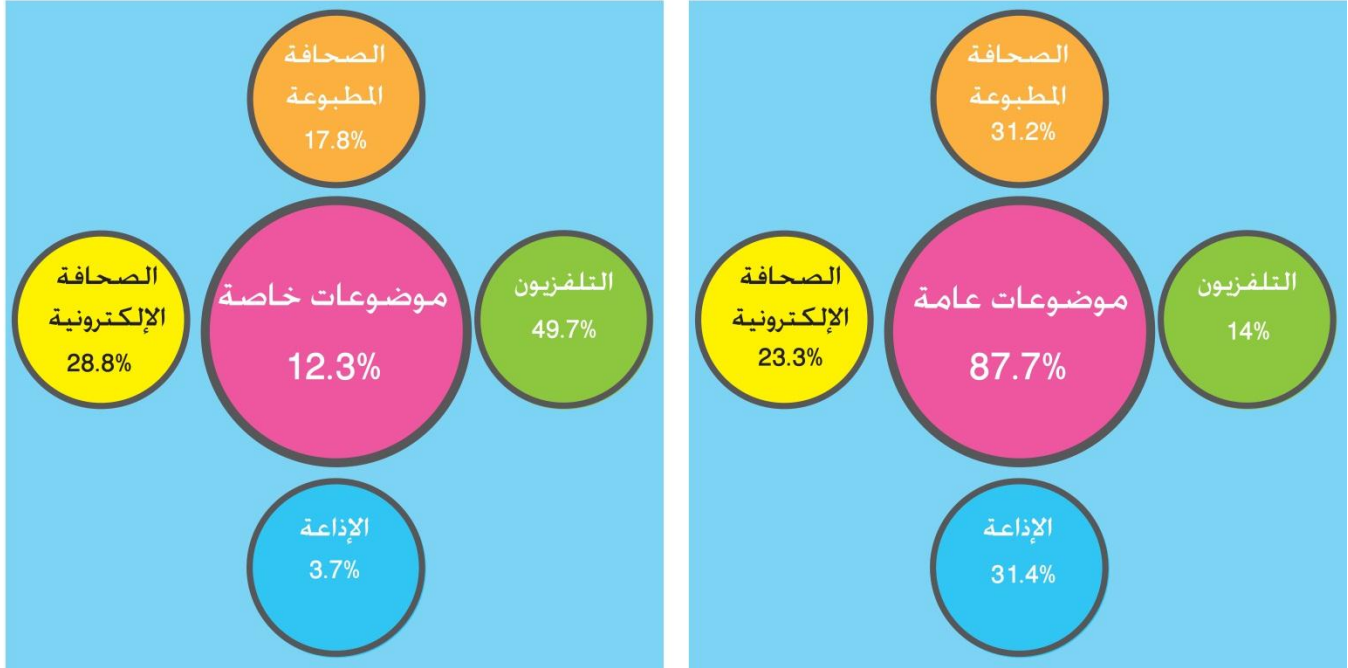
أهداف الدراسة

تهدف عملية الرصد حضور المرأة في وسائل الإعلام المحلية إلى :

1. التعرف على حجم التغطية الإعلامية الخاصة بشؤون المرأة، والموضوعات الخاصة بذلك وحسب الوسائل الإعلامية.
2. التعرف على حجم حضور المرأة كمصدر للمعلومات في وسائل الإعلام عينة الدراسة.
3. معرفة نوع حضور المرأة كمصدر للمعلومات.
4. معرفة الموضوعات التي كانت المرأة فيها حاضرة كمصدر للمعلومات أو قائم بالاتصال.

- حجم الموضوعات الإعلامية في وسائل الإعلام المحلية عينة الدراسة

حجم تغطية شؤون المرأة



حيث قام فريق الرصد التابع لوحدة البحوث في المعهد برصد تغطية وسائل الإعلام الأردنية عينة الدراسة لشؤون المرأة يوم السادس والعشرين من شهر شباط الماضي، وتوصل الفريق إلى أن عدد المواد الإعلامية المنشورة بشكل عام بلغ 1552 مادة إعلامية، منها 1361 مادة تناولت موضوعات عامة أي بنسبة 87.7% من إجمالي المواد التي نشرت في وسائل الإعلام، و191 مادة إعلامية فقط تحدثت عن شؤون المرأة وبنسبة 12.3% من إجمالي المواد المرصودة.

ووفقاً لنتائج الرصد تصدر التلفزيون باقي وسائل الإعلام الأخرى في التغطية الخاصة بشؤون المرأة وبعدها 95 مادة من أصل 191 مادة وبنسبة 47.7%، وحلت المواقع الإلكترونية في المرتبة الثانية وبعدها 55 مادة وبنسبة 28.8%، تلتها لصحافة المطبوعة بنسبة 17.8% 34 مادة من إجمالي المواد، وأخيراً الإذاعة بـ 7 مواد فقط، وبنسبة 5.7% من إجمالي المواد الإعلامية التي تناولت التغطية الخاصة بشؤون المرأة وعددها 191 مادة.

موضوعات تغطية شؤون المرأة

موضوعات خاصة * نوع وسيلة الاعلام								موضوعات خاصة
نوع وسيلة الاعلام								
الإذاعة		التلفزيون		المواقع الإلكترونية		الصحافة المطبوعة		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.0%	0	3.2%	3	9.1%	5	2.9%	1	المرأة والقوانين والتشريعات
0.0%	0	7.4%	7	7.3%	4	8.8%	3	حقوق المرأة
42.9%	3	35.8%	34	21.8%	12	17.6%	6	المرأة والحياة والعمل
0.0%	0	2.1%	2	5.5%	3	5.9%	2	المرأة ومنظمات المجتمع المدني
42.9%	3	7.4%	7	5.5%	3	35.3%	12	المرأة والرياضة والصحة
14.3%	1	27.4%	26	21.8%	12	11.8%	4	شؤون اللباس والموضة والنجوم والمهنوعات
0.0%	0	10.5%	10	23.6%	13	11.8%	4	العنف ضد المرأة (الجنس والجرائم)
0.0%	0	6.3%	6	5.5%	3	5.9%	2	المشاركة السياسية والحقوق السياسية
100.0%	7	100.0%	95	100.0%	55	100.0%	34	Total

أولاً: الصحافة المطبوعة

وصل عدد المواد التي نشرتها الصحافة المطبوعة عينة الدراسة والتي تناولت شؤون المرأة 34 مادة من أصل 191 مادة إعلامية في جميع وسائل الإعلام المحلية، وكشفت نتائج الرصد اهتمام الصحافة المطبوعة بالمرأة والرياضة والصحة وبنسبة 35.3% في الدرجة الأولى ثم جاء موضوع العنف ضد المرأة (الجنس والجرائم) و شؤون اللباس والموضة والنجوم والمهنوعات وبنسبة 11.8% لكل موضوع منهما في الترتيب الثاني، فيما جاء موضوع المرأة والحياة والعمل بنسبة 17.6% في الترتيب الثالث من مجموع المواد المنشورة عن شؤون المرأة .

وتوزعت أقل الموضوعات اهتماماً من حيث التغطية على حقوق المرأة، والمرأة ومنظمات المجتمع المدني، و المشاركة السياسية والحقوق السياسية، والمرأة والقوانين والتشريعات وفقاً للترتيب من التنزلي .

ثانياً : المواقع الإلكترونية

وصل عدد المواد التي نشرتها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة والتي تناولت شؤون المرأة 55 مادة من أصل 191 مادة إعلامية في جميع وسائل الإعلام المحلية، حيث كشفت نتائج الرصد اهتمام المواقع الإلكترونية بالعنف ضد المرأة (الجنس والجرائم) وبالترتيب الأول بنسبة 23.6% ، فيما جاء في الترتيب الثاني موضوع المرأة والحياة والعمل شؤون اللباس والموضة والنجوم والمهنوعات وبنسبة 21.8% لكل موضوع منهما، والمرأة والقوانين

والتشريعات في الترتيب الثالث بنسبة 9.1% ، فيما توزع أقل اهتمام على حقوق المرأة، والمرأة ومنظمات المجتمع المدني، و المشاركة السياسية والحقوق السياسية، بالمرأة والرياضة والصحة وفق الترتيب التنازلي.

ثالثاً: التلفزيون

وصل عدد المواد التي بثها التلفزيون عينة الدراسة والتي تناولت شؤون المرأة 95 مادة من أصل 191 مادة إعلامية في جميع وسائل الإعلام المحلية، وزعت على موضوعات تغطية شؤون المرأة حيث جاء في الترتيب الأول موضوع المرأة والحياة والعمل بنسبة 35.8%، وفي الترتيب الثاني شؤون اللباس والموضة والنجوم والمنوعات بنسبة 27.0%، فيما جاء موضوع بالعنف ضد المرأة (الجنس والجرائم) في الترتيب الثالث وبنسبة 10.5% من إجمالي المواد ال 95 مادة.

وتركز أقل اهتمام في حقوق المرأة، والمرأة والرياضة والصحة، والمشاركة السياسية والحقوق السياسية، والمرأة والقوانين والتشريعات، والمرأة ومنظمات المجتمع المدني وفقاً للترتيب التنازلي.

رابعاً: الإذاعة

وصل عدد المواد التي بثتها الإذاعات عينة الدراسة، والتي تناولت شؤون المرأة 34 مادة من أصل 191 مادة إعلامية في جميع وسائل الإعلام المحلية، وكشفت نتائج الرصد اهتمام الإذاعة بالدرجة الأولى في موضوع المرأة والحياة والعمل إلى جانب اهتمامها بموضوع المرأة والرياضة والصحة بنفس الترتيب وبنسبة 42.9%، ثم جاء موضوع شؤون اللباس والموضة والنجوم والمنوعات في الترتيب الثاني بنسبة 14.3%، فيما لم تعطي الإذاعات عينة الدراسة أي اهتمام لباقي الموضوعات.

حضور المرأة باعتبارها مصدر للمعلومات



11.8% الإذاعة 22.7% التلفزيون 5.1% الصحافة الإلكترونية 9.4% الصحافة المطبوعة



51.5% الإذاعة 51% التلفزيون 11.6% الصحافة الإلكترونية 12.9% الصحافة المطبوعة



36.4% الإذاعة 23.5% التلفزيون 54.3% الصحافة الإلكترونية 63.8% الصحافة المطبوعة



0.3% الإذاعة 2.8% التلفزيون 29% الصحافة الإلكترونية 13.9% الصحافة المطبوعة

ظل الرجل هو الأكثر حضوراً في تغطية وسائل الإعلام عينة الدراسة مقابل حضور المرأة باعتبارها مصدر للمعلومات وقائم بالاتصال في المحتوى الإعلامي لوسائل الاعلام المحلية حيث حصل الرجل على نسبة 47.3% وبعده 695 مادة من أصل جميع المواد المنشورة في وسائل الإعلام وعددها 1552 مادة، بينما جاء حضور المرأة والرجل معا في 429 مادة من أصل 1552 مادة وبنسبة 29.2%، ولا يوجد رجل أو امرأة حصل على 12.3% بواقع 180 مادة من إجمالي المواد الإعلامية بالكامل، فيما جاء حضور المرأة لوحدها على اعتبارها مصدر

للمعلومات في 164 مادة وبنسبة 11.2% فقط من إجمالي عدد المواد الأصلية والبالغة 1552 مادة في وسائل الإعلام المحلية.

وتوزع حضور المرأة على وسائل الإعلام باعتبارها مصدر للمعلومات كما يلي : جاء في الترتيب الأول التلفزيون بنسبة 22.7% من إجمالي المواد التي ظهرت فيها المرأة وعددها 164 مادة، فيما جاء في الترتيب الثاني الإذاعة وبنسبة 11.8% ، بينما جاء اهتمام الصحافة المطبوعة في الترتيب الثالث بنسبة 9.4% وأخيرا المواقع الإلكترونية بنسبة 5.1% من جميع المواد المنشورة في وسائل الإعلام عينة الدراسة والتي ظهرت فيها المرأة وعددها 164 مادة فقط.

وتوزع حضور المرأة والرجل معا باعتبارهما مصدر للمعلومات على وسائل الإعلام كما يلي : جاء في الترتيب الأول الإذاعة بنسبة 51.5% من إجمالي المواد التي ظهرت فيها المرأة والرجل معا وعددها 429 مادة، فيما جاء في الترتيب الثاني التلفزيون وبنسبة 51% ، بينما جاء اهتمام الصحافة المطبوعة في الترتيب الثالث بنسبة 12.9% وأخيرا المواقع الإلكترونية بنسبة 11.6% من جميع المواد المنشورة في وسائل الإعلام عينة الدراسة والتي ظهر فيها المرأة والرجل معا وعددها 429 مادة من أصل 1552 مادة .

موضوعات حضور المرأة في الإعلام المحلي

موضوعات حضور المرأة * نوع وسيلة الاعلام								موضوعات حضور المرأة
نوع وسيلة الاعلام								
الإذاعة		التلفزيون		المواقع الإلكترونية		الصحافة المطبوعة		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.2%	3	4.4%	8	0.0%	0	5.9%	6	السياسة الخارجية والعلاقات الدولية
3.2%	8	5.5%	10	6.6%	4	8.8%	9	الشؤون السياسية والقانونية والبرلمانية المحلية
8.9%	22	4.9%	9	8.2%	5	16.7%	17	الخدمات العامة
1.6%	4	4.9%	9	8.2%	5	8.8%	9	الاقتصاد والشؤون المالية والتنمية
4.5%	11	13.7%	25	3.3%	2	5.9%	6	القضايا والشؤون الاجتماعية
1.6%	4	3.3%	6	6.6%	4	11.8%	12	التعليم
1.2%	3	4.4%	8	3.3%	2	5.9%	6	الرياضة
0.8%	2	6.0%	11	14.8%	9	5.9%	6	شؤون المرأة
1.2%	3	5.5%	10	14.8%	9	9.8%	10	شؤون حقوق الإنسان والمجتمع المدني
75.7%	187	40.1%	73	21.3%	13	19.6%	20	التربية ونمط الحياة
0.0%	0	7.1%	13	13.1%	8	1.0%	1	اخرى
100.0%	247	100.0%	182	100.0%	61	100.0%	102	Total

تصدر موضوع الترفية ونمط الحياة الموضوعات التي كانت حاضرة فيها المرأة في وسائل الإعلام كافة وفي جميع المواد الإعلامية التي رصدت سواء كانت المرأة حاضرها لوحدها أو مع الرجل باعتبارها مصدر للمعلومات وبعدها

293 مادة من أصل 592 مادة وبنسبة 49.5% من أصل المواد التي ظهرت فيها المرأة أو المرأة والرجل معا، وتصدرت الإذاعات عينة الدراسة الترتيب الأول بنسبة 75.7% فيما بينت نتائج الرصد أن التلفزيون احتل الترتيب الثاني بنسبة 40.1%، والمواقع الإلكترونية جاءت في الترتيب الثالث بنسبة 21.3%، وأخيرا الصحافة المطبوعة في الترتيب الرابع بنسبة 19.6% من إجمالي المواد التي ظهرت فيها المرأة أو المرأة والرجل معا وعددها 293 مادة من أصل 592 مادة .

فيما جاء موضوع الخدمات العامة في الترتيب الثاني في جميع وسائل الإعلام وبعده مواد 53 مادة من أصل 592 مادة ظهرت فيها المرأة أو المرأة والرجل معا، حصلت الصحافة المطبوعة على نسبة 16.7% منها ثم الإذاعات بنسبة 8.9% والترتيب الثالث للمواقع الإلكترونية بنسبة 8.2% وأخيرا التلفزيون بنسبة 4.9% فقط.

فيما جاء موضوع القضايا والشؤون الاجتماعية في الترتيب الثالث في جميع وسائل الإعلام وبعده 44 مادة من أصل 592 مادة ظهرت فيها المرأة أو المرأة والرجل معا، حيث أظهر الرصد تصدر التلفزيون الترتيب الأول بنسبة 13.7% ، تلاه الصحافة المطبوعة بنسبة 5.9%، والترتيب الثالث للإذاعة بنسبة 4.5%، وأخيرا المواقع الإلكترونية بنسبة 3.3% من 44 مادة ظهرت فيها المرأة أو المرأة والرجل معا.

نوع حضور المرأة في وسائل الإعلام



أظهر نتائج الرصد أن نوع حضور المرأة في وسائل الإعلام المحلية في المواد التي ظهرت فيها المرأة أو المرأة والرجل معا وعددها 592 مادة، وتركز في الترتيب الأول على حضورها على أساس أنها قائم بالاتصال (المراسل، المحرر، المذيع) في جميع وسائل الإعلام المحلية عينة الدراسة بواقع 415 مادة من أصل جميع المواد التي حضرت فيها المرأة أو المرأة والرجل، حيث جاء في الترتيب الأول الإذاعة وبنسبة 97.2%، وفي الترتيب الثاني التلفزيون بنسبة 70.3%، فيما حلت الصحافة المطبوعة في الترتيب الثالث بنسبة 36.3% والرابع حصلت عليه المواقع الإلكترونية وبنسبة 16.1%.

فيما جاء حضور المرأة كخبيرة أو متخصصة في الترتيب الثاني من المواد الإعلامية المنشورة بواقع 70 مادة وبنسبة 11.8%، وحصل نوع الحضور كمسؤولة في الترتيب الثالث بواقع 44 مادة بنسبة 7.4%، فيما جاءت المرأة كمواطنة في الترتيب الرابع وبعدها مواد 31 مادة بنسبة 5.2%، تلتها المرأة الضحية في 22 مادة بنسبة 3.7%، وجانبة في 6 مواد بنسبة 1%، وأخيرا حضور المرأة كناشطة في 5 مواد بنسبة 0.8%.

اتجاهات التغطية لجميع المواد المرصودة في وسائل الإعلام المحلية



جاءت التغطية المحايدة في المواد المرصودة في وسائل الإعلام المحلية الأعلى وبنسبة 51.5% في الترتيب الأول، وحلت التغطية الإيجابية في الترتيب الثاني بنسبة 30.1%، بينما حلت التغطية السلبية في الترتيب الثالث وبنسبة 14.9%، وأخيرا احتل اتجاه التغطية غير الواضح في الترتيب الأخير وبنسبة 3.5%.