

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة الأردنية لدى النخبة الأكاديمية

(دراسة مسحية)

د/ بشار عبد الرحمن مطهر(*)

مقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين نمو حركة المؤسسات غير الحكومية وتطورها؛ الأمر الذي مهد لتصاعد موجات فكرية حول المجتمع المدني ودوره كشريك أساسي في التنمية، وأصبحت قضايا المجتمع المدني تمثل إحدى أهم القضايا المطروحة على جدول أعمال القرن الحادي والعشرين، ويأتي دور هذه المؤسسات باعتبارها ، قناة تنموية تعمل على توعية أفراد المجتمع بأهداف وبرامج التنمية المحلية، وكذلك دمج مصالح ورغبات الشرائح في المجتمع وتقديمها في شكل طلبات للسلطات المحلية أو الوطنية من أجل تحقيقها.(1)

وأولت الأردن في العقود الأخيرة اهتماماً متزايداً بقضايا المرأة وشكل وطبيعة مشاركتها في المجتمع، و انعكس هذا الاهتمام جلياً على المستويين الرسمي والأهلي، حيث حقق الأردن على المستوى المحلي إنجازات مهمة على صعيد السياسات وتفعيل المساواة فيما يتعلق بحقوق المرأة وتمكينها ورفع مستوياتها في المجتمع بما ينسجم وتطورات حياتها وانخراطها المتزايد في قطاعات العمل والتعليم والسياسة(2) ، وقد حثت الاستراتيجية الوطنية للمرأة الأردنية (2013-2017) بإدراج أحدث المستجدات المتصلة بتمكين المرأة اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً وقانونياً ومشاركتها في الحياة العامة في القطاع الحكومي الخاص، ومنظمات المجتمع المدني(3)، كما شهدت في السنوات الأخيرة تنامياً لمنظمات المجتمع المدني العاملة في مجال المرأة، والتي لا تزال تشهد تطوراً ملحوظاً في النشاطات والبرامج التي تنفذها بقصد عملية التغيير الاجتماعي الموجه للنهوض بمكانة المرأة الأردنية(4).

هذا الاهتمام انعكس على جميع وسائل الاتصال التقليدية والحديثة ، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، التي اتاحت فضائيات مفتوحة في تغطية

(*) استاذ مشارك بكلية الإعلام – جامعة اليرموك

وتبادل ومشاركة أنشطة منظمات المجتمع المدني وخاصة المهتمة بشؤون المرأة، وأتاحت لها فرصة حقيقية للتعبير عن قضايا المرأة، بلغتها والحشد من أجل التعاطي معها، بل امتد الأمر إلى أن تحدث أطروحات وسائل الاعلام التقليدية تجاهها وأصبحت مؤثرة وفعالة في ترتيب أولوياتها تجاه انشطتها وقضاياها. وفي الجانب الأخر أصبحت تلك الفضائيات من المصادر المهمة التي يستقي منها الافراد بمختلف فئاتهم ومعلوماتهم و انطباعاتهم عن تلك المنظمات والمرأة العاملة فيها، وعلى ضوء تعرضهم لهذه الوسائل يكونون صورهم الذهنية بخصوص ذلك. ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة لمعرفة علاقة مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات في تشكيل صورة المرأة الأردنية العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية.

أولاً: مشكلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة لمعرفة علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني الأردنية المهتمة بشؤون المرأة، وكذلك المرأة العاملة فيها لدى اساتذة الجامعات الأردنية، بالإضافة إلى معرفة درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك، فضلا عن معرفة المعوقات الاجتماعية والثقافية التي تحول دون وصول المرأة الأردنية لمراكز قيادية في إطار العمل المدني غير الحكومي المرتبط بقضايا المرأة من وجهة نظر المبحوثين، وكذلك معرفة تقييمهم لتناول أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى معرفة تأثير مجموعة من المتغيرات الديموغرافية التي تؤثر على تلك التصورات كالنوع، ونوع التخصص.

ثانياً: أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من الآتي :

- ندرة الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية عن المرأة بشكل عام ، وعن المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني بشكل خاص.
- قلة الدراسات التي تناولت تقييم أداء المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني الأردنية المهتمة بشؤون المرأة وطبيعة أدوارها والمعوقات التي تواجهها من خلال رؤية نخبة مهمة كالنخبة الأكاديمية.
- عدم وجود دراسات - حسب علم الباحث- تناولت أثر وسائل الاعلام الجديد

كمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصور الذهنية عن المرأة بشكل عام، أو عن المرأة الأردنية العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة بشكل خاص.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تحدد أهداف هذه الدراسة في معرفة:

- درجة استخدام النخبة الأكاديمية الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- درجة تفضيل النخبة الأكاديمية الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- درجة تعرض النخبة الأكاديمية الأردنية لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- درجة تفضيل النخبة الأكاديمية الأردنية للوسائل المفضلة التي يتابعون فيها أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- مدى مشاركة النخبة الأكاديمية الأردنية في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- القضايا التي تتابعها النخبة الأكاديمية الأردنية عن أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تقييم النخبة الأكاديمية الأردنية لطريقة عرض أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الشكل الاعلامي الذي تقدم فيه أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها النخبة الأكاديمية الأردنية في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- الآثار المترتبة جراء اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية.
- الصورة الذهنية عن المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة

لدى النخبة الأكاديمية الأردنية.

- المعوقات الاجتماعية التي تحول دون وصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية.

رابعاً: الإطار النظري المستخدم في الدراسة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

Media Dependency Theory

بدأ الاهتمام منذ بداية العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، وبدأت بعض الدراسات تؤكد على أن اختلاف مستوى المعرفة لدى الأفراد لا يرجع إلى اختلافات في سمات الجمهور وخصائصه فحسب وإنما يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات يرتبط بعضها بطبيعة وسائل الإعلام ويرتبط بعضها الآخر بالجمهور⁽⁵⁾.

وقد قدمت سندرا بول وروكتيش Sandra Ball Rokeach ورقة بحثية تمثل البداية الأولى لنظرية الاعتماد عام 1974م، بعنوان مفهوم المعلومات ، والذي يدعو للتحول من مفهوم الإقناع ، والنظر لوسائل الإعلام كنظام معلومات، حيث صورت قوة وسائل الإعلام كنظام مشتق من اعتمادات الآخرين (أنظمة، منظمات، مجموعات) على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام وقدرتها في معالجتها وتقديمها للجمهور⁽⁶⁾.

ويعني الاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة بعينها للأفراد كمصدر للمعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة ، وخاصة في حالة وقوع حادث أو كارثة أو أزمة على المجتمع أو النظام الاجتماعي، حيث إنه عندما يجد الأفراد أنفسهم محاطين بهالة من الغموض التي تمثل أساساً مشكلة نقص المعلومات نجدهم غير قادرين على خلق معايير ثابتة للأحداث وإيجاد التفسير المناسب لها ، مما يدفعهم للاعتماد على وسائل الإعلام، وتصيح هي نظام المعلومات الرئيس الذي لديه المصادر لخلق المعاني المطلوبة. ويعرفه بيرس وسامون Pierce & Sammon بأنه عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها في وسيلة معينة لاتخاذ قرار بشأن موضوع ما⁽⁷⁾ كما تعد علاقة اعتماد الجمهور ودرجته على وسائل الاتصال بمثابة مقياس لأهداف الفرد التي يسعى إلى تحقيقها . وتختلف درجة الاعتماد وفقاً لاختلاف الأفراد واختلاف الجماعات البيئية والاجتماعية والاتصالية التي يحيا بداخلها الجمهور ، وأيضا نتيجة اختلاف فئات هذا الجمهور واختلاف ثقافته⁽⁸⁾.

وبهذا تختلف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عن نموذج الاستخدامات والإشباع في أنها تقترح وجود تفاعلات تسير في اتجاهات ثلاثة بين وسائل

الإعلام والجمهور ثم النظام الاجتماعي⁽⁹⁾. بالإضافة إنها تفسر لماذا يكون لوسائل الإعلام تأثيرات قوية ومباشرة وأخرى خفيفة وغير مباشرة⁽¹⁰⁾.

أولاً : الركائز التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما: (11)

1- الأهداف:

لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية ، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح .

2- المصادر :

يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي :

(أ) المصدر الأول : هو جمع المعلومات، فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي تحتاج إلى معرفتها، ويقدم كاتب النص معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية .

(ب) المصدر الثاني : هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان ، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل صحيفة أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي .

(ج) المصدر الثالث : هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود.

ويؤكد ديفليد وروكتيش أن درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام تعتبر هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك، كما يعد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتاجاً لتحقيق أهدافه من خلال وسائل الإعلام⁽¹²⁾.

ثانياً : آثار الاعتماد على وسائل الإعلام.⁽¹³⁾

حدد ديفليد وبول وروكتيش الآثار التي تحدث من جراء الاعتماد على وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع هي: الآثار المعرفية والآثار العاطفية أو الوجدانية والآثار السلوكية .

أولاً: التأثيرات المعرفية Cognitive Effects

تشمل التأثيرات المعرفية إحساس الناس بالغموض، وتشكيل الاتجاه وترتيب الأولويات وتوسيع المعتقدات .

ثانياً : التأثيرات الوجدانية Affective Effects

تؤثر وسائل الإعلام على مشاعر الناس واستجاباتهم العاطفية ، وتتضمن التأثيرات الوجدانية التي يسببها الاعتماد على وسائل الإعلام الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي والاعتراب .

ثالثاً : التأثيرات السلوكية Behavioral Effects

وتشمل درجات التغيير الذي يحدث في سلوك الجمهور نتيجة التعرض للرسائل الإعلامية المختلفة، وتعد هذه الآثار المحصلة النهائية للآثار المعرفية والوجدانية.

الاستفادة من النظرية في هذه الدراسة

استفاد الباحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة تحديد مصادر المعلومات التي أسهمت في تشكيل الصورة الذهنية عن المرأة الأردنية العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية ودرجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية عليها ، فضلاً عن تحديد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك الاعتماد - وباعتبار هذه التأثيرات المحددة الأساسية المكونة للصورة الذهنية .

خامساً: الدراسات السابقة

تم تقسيم الدراسات السابقة في محورين :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت منظمات المجتمع المدني

دراسة علاء الرواشدة، واسماء ربحي (2016) (20)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم المعوقات التي تحد من مشاركة المرأة الأردنية في الحياة السياسية، في ضوء بعض المتغيرات الاجتماعية، وطبقت على عينة عمدية بلغ حجمها 80 امرأة ريادية. وتوصلت إلى أن المعوقات الاجتماعية والثقافية والسياسية والقانونية والاقتصادية والإعلامية من أهم المعوقات التي تحول دون مشاركة المرأة في الحياة السياسية.

دراسة رقية البدارين وفريد القواسمة (2013م) (19)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به المرأة الأردنية في التغيير

بالإضافة إلى كشف عن الخصائص القيادية والمهارات التي تتمتع بها وأثرها على قدرتها في عملية التغيير في منظمات الأعمال الأردنية، وطبقت هذه الدراسة على عينة بلغ قوامها (254) من العاملين في منظمات المرأة العاملة في الأردن وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية للخصائص القيادية التي تتمتع بها المرأة الأردنية ودورها في قيادة التغيير التنظيمي.

دراسة محمد الشرعة ونيرمين غوانمة (2011م) (18)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة آراء وتوجهات المرأة الأردنية لنظام الكوتا، وطبقت على عينة قوامها (448) من النساء الأردنيات القياديات من مديريات المدارس والمؤهلات علميا وربات البيوت المثقفات في محافظات الشمال بالأردن، وكذلك آراء النائبات بمجلس النواب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- جاءت عبارة أن المرأة الأردنية تحصل على حقوقها إذا كانت ناشطة في المطالبة بها في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (4.52) في حين جاء تفصيل المرأة العاملة للانتساب إلى منظمات نسائية في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ (3.88) .

دراسة محمد العكش (2010م) (17)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين مؤسسات المجتمع المدني والتحول الديمقراطي بالأردن، واستهدفت منهج تحليل النظم، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن مؤسسات المجتمع المدني مع كل ما تحقق من نجاحات في تعزيز الوضع الديمقراطي في الأردن إلا أنها تعاني من نوع من التشتت وعدم المركزية، الأمر الذي يترك هامش للتدخل الحكومي بشؤون هذه المؤسسات.

دراسة المجلس الوطني لشؤون الأسرة (2009) (16)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع المرأة الأردنية العاملة في المدن الصناعية وكذلك معرفة مدى إلمامها بالحقوق المتعلقة بالمرأة العاملة وطبقت على 300 عاملة في مواقع مختلفة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ضعف إلمام المرأة الأردنية العاملة بحقوقها، بالإضافة إلى أن بعض النساء ما زلن بعيدات عن العمل القيادي وأن الغالبية منهن لم يقمن بالانضمام إلى التجمعات العمالية.

دراسة عادل الرشيد وجمال أبو دولة (2002م) (15)

استهدفت هذه الدراسة معرفة العوامل المؤثرة في اتجاهات المرأة نحو معوقات تقدمها وظيفيا واستراتيجيات وتمكينها في منظمات الأعمال الأردنية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (511) موظفة يعملن في (43) منظمة أعمال أردنية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- جاء المجال الاجتماعي في المرتبة الأولى كعائق يحول دون التقدم الوظيفي للمرأة يليه التأهيل المهني والمعرفي

دراسة بارعة النقشبندي (2000م) (14)

استهدفت هذه الدراسة معرفة مدى المشاركة السياسية داخل الجامعة وخارجها لطالبات العلوم السياسية بجامعة العلوم التطبيقية الأهلية والجامعة الأردنية، وطبقت على عينة قوامها (160) طالبة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن المشاركة السياسية للطالبات خارج الجامعة هي مشاركة محدودة، وتتسم بالتحفظ والحذر، على الرغم من توافر المناخ الديمقراطي والاستقرار السياسي في الأردن.

المحور الثاني : الدراسات الخاصة بالصورة الذهنية :

دراسة عماد الدين جابر (41) 2016

سعت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح صورة الاسلام على شبكة الانترنت في ظل ما يسمى في الادبيات الاعلامية بالصورة الاعلامية كمدخل نظري لهذه الدراسة واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي في جانبيه التحليلي والميداني حيث بلغت العينة التحليلية عشر مواقع خمسة باللغة الانجليزية وخمسة باللغة العربية وبلغت عينة الدراسة الميدانية 150 مفردة من الخبراء مستخدمي الانترنت والاكاديميين في الاعلام والشريعة وكذا الاعلاميين في الامارات ومصر.

وتوصلت الدراسة إلى أن صورة الاسلام على المواقع المعادية للإسلام هي صورة سلبية لا تخرج عن كون الاسلام دين ارهاب والتطرف والعنف وضد الحضارة والإنسانية.

وأكدت الدراسة الى ان الشبكات الاجتماعية يمكن ان تسهم في تصحيح هذه الصورة المشوهة عن الاسلام وان آليات تصحيح صورة الاسلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وبلغات غير اللغة العربية.

دراسة داليا عثمان ابراهيم (2016) (42)

هدفت الدراسة الى تحليل صورة العلاقات الزوجية في المسلسلات التلفزيونية المصرية والتركية التي يقبل عليها الجمهور المصري واستخدمت الدراسة المنهج المسحي حيث تم تحليل عينة من المسلسلات المصرية والتركية المقدمة، الحياة على القنوات (مسلسلات، نايل دراما mbc4, time turkey)

وتوصلت الدراسة إلى أن الدراما المصرية قدمت شخصيات الأزواج بشكل إيجابي بنسبة 48.3% كما قدمت شخصيات الأزواج بشكل إيجابي بنسبة 47.9%

واوضحت النتائج أن الدراما المصرية قدمت شخصيات الأزواج في مرحلة الشباب بينما انخفضت نسبة شخصيات الأزواج في مرحلة الشباب في الدراما التركية جاءت أهم المشكلات الاجتماعية التي واجهت الزوج في الدراما المصرية افتقاد الحب

دراسة غادة موسى ابراهيم 2016 (43)

سعت الدراسة الى معرفة مدى تأثير صحافة المواطن على الصورة المكونة لدى الجمهور المصري عن جهاز الشرطة بعد ثورة 30 يونيو 2013. واعتمدت الدراسة على استمارة استبيان لقياس اتجاهات المواطنين والتي طبقت على 400 مفردة من مختلف شرائح المجتمع المصري.

وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط دالة احصائيا بين الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الجمهور المصري وبين كثافة استخدامهم لصحافة المواطن لصالح كثيفي الاستخدام وان كثافة استخدام الجمهور لصحافة يؤثر في صورة الشرطة لدى الجمهور وأيضا مدى مصداقية المضمون لديهم تؤثر على الصورة المشكلة لديهم عن رجل الشرطة.

دراسة بلال خلف (2012م) (40)

استهدفت هذه الدراسة معرفة أخلاقيات العمل وأثرها في إدارة الصورة الذهنية في شركة الاتصالات الخلوية الأردنية، واستخدمت الحصر الشامل لجميع المواقع الإدارية في شركات زين وأمنية وأورانج وإكسبرس، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- إن التغيير في عناصر أخلاقيات العمل سيؤدي إلى التغيير في عناصر إدارة الصورة الذهنية وأن شركات محل الدراسة تحسن إدارة صورتها الذهنية .

دراسة خالد البراهيم (2011م) (39)

استهدفت هذه الدراسة معرفة الدور الاتصالي للدبلوماسية السعودية في تحسين الصورة الذهنية للمملكة بالخارج، وطبقت على عينة قوامها (150) مفردة من الموظفين الدبلوماسيين للمملكة، و(300) مفردة من الجمهور، وتوصلت إلى أن صورة المملكة جيدة في الخارج خصوصاً بعد أحداث 11 سبتمبر 2001.

دراسة محسوب حجاجي عبد الله (2007) (38)

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية عن الصعيد لدى الشباب المصري. وطبقت على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة وتوصلت إلى أن الاتصال الشخصي جاء بعد التلفزيون كمصدر يعتمد عليه في تكوين الصورة الذهنية للصعيد وأفراده لدى الشباب .

دراسة هبة الله صالح السيد (2006) (37)

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تمارسه الصحافة في مصر في تكوين صورة الأحزاب السياسية المصرية لدى الجمهور المصري ، للوصول إلى أوجه التشابه والاختلاف بين الصورة التي تتبناها الصحافة المصرية عن هذه الأحزاب والصورة الذهنية التي يكونها الجمهور المصري عنها .

وطبقت على عينة عشوائية طبقية قوامها (400) ، وتوصلت إلى أن نسبة (64%) من المبحوثين يحملون صورة ذهنية سلبية نحو الأحزاب السياسية المصرية .

دراسة هناء فاروق صالح (2005): (35)

هدفت الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية المتشكلة لدى الرأي العام المصري عن منظمتي جامعة الدول العربية والأمم المتحدة . وطبقت على عينة عمدية قوامها (600) مفردة ، وتوصلت إلى أن صورة المنظمات الإقليمية والعالمية لدى الرأي العام المصري جاءت محايدة وغير حاسمة باتجاه محدد إيجاباً أو سلباً كما تشوبها جوانب سلبية تزيد بالنسبة للأمم المتحدة وتقل بالنسبة للجامعة العربية.

دراسة سعود عبد العزيز الخراز (2005) (36)

هدفت الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية المدركة لمجلس الأمة الكويتي عند الناخبين الكويتيين ، وطبقت على عينة قوامها (930) مبحوثاً. وتوصلت إلى أن الناخبون الكويتيون عينة الدراسة يحملون صورة ذهنية إيجابية جداً عن مجلس الأمة وأعضائه وأنشطتهم .

دراسة سميلر أندرو Smiler Andrew (2003) (32)

سعت الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية المتكونة لدى الأفراد الذكور وأثرها في

سلوكهم، وعلاقتها مع الإطار المحيط بالأفراد وطبقت على عينة قوامها (660) مفردة وتوصلت إلى أن صور ومعتقدات أفراد العينة المدروسة ارتبطت بقوة بنماذج المعتقدات المدركة من وسائل الإعلام أكثر من تأثير المعتقدات الأسرية الواقعية.

دراسة سوزان القليني وفتحي الشرقاوي (2003) (33):

هدفت الدراسة إلى معرفة الصور الذهنية التي خلفتها الأزمة العراقية في ذهن عينة من المجتمع المصري. وطبقت الدراسة على عينة قوامها (1000) مفردة وتوصلت إلى أن الإدارة الأمريكية جاءت في مقدمة الأطراف التي احتلت أعلى نسبة من الخصائص السلبية.

دراسة وليمز كير Williams Karen (2003) (34):

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الصور النمطية على الطلاب السود في كندا في مدارس أونتاريو الثانوية ومعرفة العناصر التي أدت إلى ظهور الصور النمطية للسود، ومعرفة ما إذا كانت هذه الصور مرفوضة من الطلاب السود أم مقبولة منهم ، وهل يؤثر ذلك على تحصيلهم العلمي سلباً أو إيجاباً في المدارس الثانوية وتم جمع المعلومات من ملاحظات المدرسين قبل عملهم وبعد عملهم بالمدرسة ومن الطلاب في المدارس الثانوية بمنطقة تورنتو واستخدمت الدراسة أسلوب المقابلات المتعمقة مع الطلاب حديثي التخرج من مدارس منطقة تورنتو الثانوية . وتوصلت إلى أن الصور النمطية تلعب دوراً حيوياً في الطريقة التي يدرك بها الطلاب السود أنفسهم كطلاب .

دراسة أماني عمر الحسيني (2002) (28):

استهدفت هذه الدراسة معرفة تأثير التلفزيون على صورة العرب الذاتية بعد أحداث (11 سبتمبر 2001م) من منطلق أن الإنسان لا يستطيع أن يحسن صورته أمام العالم إذا كانت فكرته عن نفسه سلبية في الأصل، وطبقت على عينة من الصفوة الأكاديمية في مصر قوامها (120) مبحوثاً وتوصلت إلى أنه كلما أدرك المبحوثون غياب المحاولات بالمحطات التلفزيونية العربية لتحسين صورة العرب والمسلمين أثر ذلك على صورتهم الذاتية عن أنفسهم .

دراسة سوزان القليني وفتحي الشرقاوي (2002) (29):

هدفت الدراسة إلى معرفة الصورة التي يدركها العرب عن أنفسهم وعن الآخر المتمثل في الشخصية الإسرائيلية سلباً وإيجاباً، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (1180) مبحوثاً من البلدان العربية الآسيوية والأفريقية من الدارسين في مصر

والعاملين في القنصليات ونوادي السفارات العربية في القاهرة. كانت أداة الدراسة استمارة استبيان احتوت على عدد من الخصائص السلبية والإيجابية. وتوصلت إلى ان العرب الأفارقة يرو أن أهم ما يميزهم من الخصائص الإيجابية مرتبة وفقاً لأهميتها النسبية (التسامح - الصبر - الود - الالتزام - الاحترام) وأن أهم الخصائص السلبية (التخلف- التواكل - الجهل - التشكك - البخل) .

دراسة عزة مصطفى الكحكي (2002) (30):

استهدفت الدراسة دور وسائل الإعلام (المصرية - الدولية) في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري فيما بعد (11 سبتمبر 2001) في إطار حدثين محددين هما : أحداث يوم الثلاثاء (11 سبتمبر 2001) بأمريكا ، وأحداث ضرب أفغانستان وطبقت على عينة قوامها (270) مفردة من طلاب الجامعات المصرية. وتوصلت إلى سلبية صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري وأن أمريكا تستغل أحداث (11 سبتمبر) لتشويه صورة العرب والمسلمين.

دراسة محمد رضا أحمد (2002) (31):

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية السلبية عن العرب والمسلمين في المجتمعات الغربية ، وطبقت على عينة قوامها (150) مبحوثاً وتوصلت إلى أن أكثر العوامل تأثيراً في تشكيل الصورة السلبية عن العرب والمسلمين هو العامل الإعلامي، حيث ذكر المبحوثون أن هيمنة وسائل الإعلام الصهيونية على المجتمعات الغربية هو السبب الأهم في تشكيل الصورة السلبية .

دراسة إيناس "أبو يوسف" (2001) (25):

هدف الدراسة التعرف على الصورة الذهنية التي تشكلت لدى النشء المصري عن أحداث الانتفاضة الفلسطينية - انتفاضة الأقصى - وأطرافها المختلفة ، وإلى أي مدى أثرت الصورة الإعلامية التي عُرضت في وسائل الإعلام ، على هذه الصورة وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (200 مفردة) من تلاميذ المرحلة الإعدادية بمدارس محافظة الجيزة. وتوصلت إلى أن (98%) من العينة وافق على أن إسرائيل دولة قوية وتمارس غطرستها على الشعب الفلسطيني وتضطهد العرب المسلمين والمسيحيين.

دراسة نرمين زكريا اسماعيل (2001) (26):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن صور الولايات المتحدة الأمريكية في وسائل

الإعلام المصرية ولدى الجمهور المصري باستخدام المنهج المسحي واجرت الباحثة دراسة تحليلية لمدة ثلاثة أشهر على عدد من الصحف والتلفزيون المصري ودراسة ميدانية على 400 مفردة من الجمهور المصري في مدينة القاهرة.

وتوصلت الدراسة الى وجود صورة سلبية عن الولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة المصرية رغم اختلاف توجهاتها السياسية نحو الولايات المتحدة الأمريكية وكشفت الدراسة عن وجود صورة سلبية لدى الجمهور المصري عن الولايات المتحدة الأمريكية بصفة عامة وسياستها الخارجية بصفة خاصة.

دراسة إيمان جمعة (2001) (27):

سعت هذه الدراسة إلى معرفة انعكاسات التغطية الإعلامية على المكونات المعرفية والوجدانية للصورة الذهنية لمجلس الشعب وأعضائه لدى الرأي العام المصري. وطبقت على عينة قوامها (600) مفردة وتوصلت إلى اتساع المساحة السلبية في الصورة الذهنية المدركة لأداء مجلس الشعب حيث يرى (65%) أن المجلس يسعى لتدعيم قرارات الحكومة على حساب مصالح المواطن العامة ووافق (61%) على تدني اهتمام أعضاء المجلس بدوائهم، وأن اهتمامهم ينحصر فقط في أوقات الانتخابات.

دراسة يوكي فيوجيكا Yuki Fujioka (1999) (24):

هدفت الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية للأمريكيين من أصل أفريقي عند عينة من الطلاب الجامعيين اليابانيين والأمريكيين البيض من خلال الصور التلفزيونية المقدمة عنهم ومن خلال الاتصال المباشر أو الاتصال من خلال شخص آخر وسيط، وطبقت على (83) طالباً جامعياً يابانياً و (166) طالباً أمريكياً من البيض. وتوصلت إلى وجود ارتباط إيجابي بين حجم البرامج التلفزيونية التي تعرضت للأفارقة الأمريكان وبين الصورة الإيجابية المتكونة لدى الطلاب اليابانيين عن تلك الفئة.

دراسة أليكس تان وآخرين Alex Tan and others (1997) (22)

استهدفت الدراسة اختبار الفروض التي وضعتها نظريات الصور الذهنية والتي تتوقع أن معدل الاتصال الشخصي بالأقليات أو الأفراد الذين ينتمون إلى أقلية يؤدي إلى زيادة المعرفة بهم وهو ما يؤدي بدوره إلى تكوين أحكام إيجابية عن هذه الجماعة، وطبقت على عينة قوامها (191) مفردة يمثلون جامعتين أمريكيتين من الطلاب البيض (39%) منهم ذكور و (61%) إناث لمعرفة الصورة الذهنية للأمريكيين الأوائل (الهنود). أشارت النتائج أن كلا من متغيري الاتصال الشخصي والانطباع المبدئي الذي يتكون من عملية التفاعل الأول يؤثر بشكل كبير على صورة

الأمريكيين الأوائل لدى الطلاب البيض كما أشارت النتائج أن معدل الاتصال بشكل مباشر يؤثر في تكوين صور ذهنية إيجابية.

دراسة ماكسويل وآخرين (1997) Maxell Mecombs and Others (23):

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير وسائل الإعلام على طريقة تفكير الجمهور في المرشحين للانتخابات الرئاسية والمحلية في أسبانيا عام (1995) واهتمت الدراسة برصد تأثير الصحف والتلفزيون من خلال نشر إعلانات وصور عن المرشحين على صورتهم لدى الجمهور الأسباني .

وطبقت على عينة قوامها (299) مفردة وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين ما قدمته وسائل الإعلام من صور للمرشحين وبين الصورة الذهنية التي تكونت لدى الجمهور عن هؤلاء المرشحين.

دراسة طه أحمد حسنين المستكاوي (1996) (21)

هدفت الدراسة إلى التعرف على صور الإسرائيليين كما يدركها المصريون في إطار مفهوم الأفكار النمطية "Stereotypes" وطبقت على عينة قوامها (800) مفردة في خمس محافظات مصرية وتوصلت الدراسة إلى أن صورة الإسرائيليين كما يدركها المصريون سلبية قائمة مما يشير إلى الثبات - النسبي - للأفكار النمطية عن الإسرائيليين في تصور المصريين .

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها

- ركزت معظم الأبحاث التي تناولت منظمات المجتمع المدني بالأردن على رؤية المرأة نحو معوقات تقدمها وظيفيا وكذلك معرفة مدى إلمامها بالحقوق المتعلقة بالمرأة العاملة - فضلا عن معرفة آراء وتوجهاتها لنظام الكوتا من خلال وجهة نظرها فقط، دون التطبيق على شرائح مجتمعية أخرى كالنخبة الأكاديمية وهو ما سعت هذه الدراسة لإيضاحه بالتطبيق على النخبة الأكاديمية الأردنية .
- ركزت معظم الدراسات السابقة على منظمات المجتمع المدني بشكل عام ولم تدرس منظمات المجتمع المهتمة بشئون المرأة وهو ما يؤكد ضرورة إجراء هذه الدراسة.
- احتلت دراسة الصور الذهنية للمنظمات والأفراد بالدراسات السابقة بشكل مستقل لكل منهما ، فضلا عن أنها لم تتناول الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المهتمة بشئون المرأة أو المرأة العاملة فيها ، في حين تسعى هذه الدراسة للكشف عنهما معا من خلال رؤية النخبة الأكاديمية الأردنية .

- ركزت معظم الدراسات السابقة على علاقة وسائل الاتصال بتشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور دون التطرق إلى أثر مواقع التواصل الاجتماعي في ذلك، وهو ما تسعى هذه الدراسة لإيضاحه بالإضافة إلى الوسائل الأخرى.
- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد قياس الصورة الذهنية و تحديد المتغيرات، وتصور العلاقات فيما بينها، وأساليب قياسها وصياغتها على شكل فروض، بالإضافة إلى مناقشة نتائج هذه الدراسة ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات، ومحاولة تفسيرها في ضوء خصوصية النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة).

سادساً: تساؤلات وفروض الدراسة

أولاً: أسئلة الدراسة

- 1) ما درجة استخدام النخبة الأكاديمية الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2) ما درجة تفضيل النخبة الأكاديمية الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3) ما درجة تعرض النخبة الأكاديمية الأردنية لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4) ما رؤية النخبة الأكاديمية الأردنية لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة؟
- 5) ما مدى مشاركة النخبة الأكاديمية الأردنية في أنشطة أو فعاليات منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة؟
- 6) ما القضايا التي يتابعها النخبة الأكاديمية الأردنية عن أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 7) ما تقييم النخبة الأكاديمية الأردنية لطريقة العرض عن أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 8) ما الشكل الإعلامي الذي تقدم فيه أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 9) ما مصادر المعلومات التي تعتمد عليها النخبة الأكاديمية الأردنية في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة؟
- 10) ما التأثيرات المترتبة جراء اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مواقع

- التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة؟
- (11) ما الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية؟
- (12) ما الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية؟
- (13) ما المعوقات الاجتماعية لوصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية؟
- (14) ما المعوقات الثقافية لوصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية؟

ثانياً: فروض الدراسة

- الفرض الأول:** توجد فروق دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:
- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (ب) درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ج) درجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (د) تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (هـ) مشاركتهم في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (و) رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (ز) درجة التأثيرات المترتبة لديهم جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.

- (ح) طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة لديهم.
- (ط) طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة لديهم.
- الفرض الثاني:** توجد فروق دالة إحصائياً بين تخصص المبحوثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:
- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (ب) درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ج) درجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
- (د) تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (هـ) مشاركتهم في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
- (و) رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
- (ز) درجة التأثيرات المترتبة لديهم جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
- (ح) طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة لديهم .
- (ط) طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة لديهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة والتأثيرات الناجمة جراء ذلك.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين درجة استخدام النخبة الأكاديمية

لمواقع التواصل الاجتماعي و الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة والمرأة العاملة فيها لدى النخبة الأكاديمية الأردنية.

سابعاً: الاجراءات المنهجية

*** نوع الدراسة ومنهجها**

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية والتي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع البيانات والمعلومات عنه وتحليلها وتفسيرها. حيث تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتشخيص علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني الأردنية المهمة بشؤون المرأة، و المرأة الأردنية العاملة فيها لدى اساتذة الجامعات الحكومية الأردنية ورؤيتهم لطبيعة دورها الحالي والمستقبلي.

كما استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الذي يسمح باختبار فروض الدراسة واختبار العلاقة بين متغيراتها، وباعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات وأوصاف الظاهرة والأساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة ومعرفة كامل جوانبها المختلفة.

وفي إطار منهج المسح قام الباحث بمسح عينة عمدية من اساتذة جامعتي اليرموك والأردنية الحكومية بالأردن.

*** مجتمع الدراسة:**

تمثل مجتمع الدراسة بأساتذة الجامعات بجامعتي اليرموك والأردنية الحكومية بالأردن .

*** عينة الدراسة:**

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية يبلغ قوامها (160) مبحوثة ومبحوث من اساتذة الجامعات بجامعتي اليرموك والأردنية الحكومية بالأردن من ذوي التخصصات العلمية والأدبية، وذوي الرتب الأكاديمية المختلفة.

ثامناً: أدوات جمع البيانات

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال استمارة الاستبيان عن طريق المقابلة الشخصية، وطبقت على اساتذة الجامعات بجامعتي اليرموك والأردنية الحكومية بالأردن، وذلك لقياس المتغيرات والأبعاد التي تحقق أهداف هذه الدراسة.

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات

* الصدق :

بعد وضع الأسئلة والمقاييس والعبارات التي تقيس متغيرات الدراسة المسحية للنخبة الأكاديمية (عينة الدراسة)، قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين* للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صدق استمارة المسح في قياس متغيرات الدراسة وأهدافها.

* الثبات والاختبار القبلي:

قام الباحث لتحقيق الثبات بتطبيق الاستمارة على 10% من عينة البحث من النخبة الأكاديمية بجامعة اليرموك بسبب القرب من إقامة الباحث و باعتبارها العينة التي يستطيع أن يعود إليها، ثم أعاد تطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين لمعرفة ثبات القياس وبلغ معامل الثبات 91%، كما أجرى الباحث اختباراً قبلياً للاستمارة للحد من الغموض والأخطاء التي توجد فيها.

عاشراً: جمع بيانات الدراسة المسحية للمبجوثين

تم جمع بيانات هذه الدراسة من النخبة الأكاديمية (عينة الدراسة)، كما تم ملء استمارة المبجوثين عن طريق المقابلة الشخصية.

إحدى عشر: المعاملات الإحصائية المستخدمة

بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) والمعروف باسم SPSS ، وذلك بالجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

* عرض الباحث الاستمارة على المحكمين التالية أسماؤهم :

- أ.د/ علي نجادات عميد كلية الاعلام – جامعة اليرموك
- د / محمد الفقيه أستاذ مشارك- قسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الاعلام- جامعة صنعاء
- د/ عبد الملك الدناني- أستاذ مشارك – قسم الإعلام – كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا.
- د/ عبد الباسط شاهين رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام- جامعة اليرموك.

2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

3- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة :

الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

4- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .

5- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال ، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبند السؤال كلها .

6- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30 – 0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.

إثنى عشر: التعريفات الإجرائية

- منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة: عبارة عن مجموعة المؤسسات غير الحكومية العاملة في الأردن والمهتمة بشؤون المرأة، وتكون منبثقة من صميم المجتمع، وغير خاضعة لهيمنة السلطة السياسية الرسمية.
- المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني: هي المرأة الأردنية العاملة بمؤسسات العمل الطوعي المدني غير الرسمية والمهتمة بشؤون المرأة.
- النخبة الأكاديمية: هم أعضاء هيئة التدريس بالكليات الانسانية والعلمية بجامعة اليرموك والأردنية الحكومية بالأردن .
- الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة: هي الصورة الذهنية المنطبعة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- الصورة الذهنية عن المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة: هي الصورة الذهنية المنطبعة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.

نتائج الدراسة

(أ) خصائص عينة النخبة الأكاديمية الأردنية:

(1) توزيع النخبة الأكاديمية الأردنية وفقاً لمتغيري النوع:

جدول رقم (1)

توزيع النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لمتغير النوع

النوع	التكرار والنسبة	ك	%
ذكور		44	27.5
إناث		116	72.5
الإجمالي		160	100

تشير بيانات جدولي رقم 1 إلى ارتفاع نسبة المبحوثين من الإناث ، حيث جاءت نسبتهن (72.5%) من إجمالي النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (27.5%) للذكور.

(2) توزيع النخبة الأكاديمية الأردنية وفقاً لمتغيري التخصص:

جدول رقم (2)

توزيع النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لمتغير التخصص

التخصص	التكرار والنسبة	ك	%
علمي		76	47.5
ادبي		84	52.5
الإجمالي		160	100

تشير بيانات جدول رقم 2 إلى ارتفاع نسبة المبحوثين ذوي التخصصات الأدبية، حيث جاءت بنسبة (52.5%) من إجمالي النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (47.5%) لذوي التخصصات العلمية.

(3) توزيع النخبة الأكاديمية الأردنية وفقاً لمتغيري الجامعة:

جدول رقم (3)

توزيع النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لمتغير للجامعة

الجامعة	التكرار والنسبة	ك	%
اليرموك		80	50
الأردنية الحكومية		80	50
الإجمالي		160	100

تشير بيانات جدولي رقم 3 إلى بلغت نسبة المبحوثين من جامعة اليرموك (50%) من إجمالي النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (50%)

من جامعة الأردنية الحكومية.

(ب) - النتائج العامة للدراسة

1) درجة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (4)

استخدام النخبة الأكاديمية الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي

درجة الاستخدام	التكرار والنسبة	ك	%
دائما		143	89.4
أحيانا		13	8.1
نادرا		4	2.5
الإجمالي		160	100

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي دائما بنسبة بلغت (89.4%) من إجمالي النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)، يليها الاستخدام أحيانا بنسبة (8.1%)، ثم الاستخدام نادرا بنسبة (2.5%). ويمكن تفسير ذلك في ظل التنامي الكبير لارتفاع معدل الاستخدام العام لجميع فئات المجتمع لهذه المواقع كما اشارت اليه العديد من الدراسات.

2) درجة التفضيل لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5)

درجة تفضيل النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)

لمواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب ب	الانحراف المعياري ف	المتوسط الحسابي ط	لا افضلها		درجة منخفضة		درجة متوسطة		بدرجة كبيرة		التكرار النسبة	درجة المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	557.	2.78	1.2	2	3.1	5	11.9	1	83.8	13	4	الفيسبوك ك
2	819.	2.36	5.6	9	5.0	8	37.5	6	51.9	83	9	الواتس اب
5	1.082	0.89	51.9	8	20.0	3	15.6	2	12.5	20	5	تويتر
3	879.	0.64	58.1	9	25.0	4	11.9	1	5.9	8	9	سكاي بي
4	1.023	0.83	53.1	8	19.4	3	18.8	3	8.8	14	0	الايمو

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول بمتوسط بلغ (2.78)، وذلك كوسيلة اتصالية مفضلة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وهذا ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي خلصت إلى تفوق موقع الفيس بوك في الاستحواذ على مختلف فئات الجمهور وقدرتها على جذبها من خلال الخصائص والمميزات المتعددة والمتنوعة التي تتوفر في هذا الموقع، وذلك مقارنة ببقية مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي الأخرى، يليها برنامج التواصل الاجتماعي (الواتس اب) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.36) يليه بقية برامج ومواقع التواصل الاجتماعي في مراتب متأخرة.

3) درجة التعرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (6)

درجة تعرض النخبة الأكاديمية الأردنية لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدرجة الاستخدام	التكرار والنسبة	ك	%
دائما		28	17.5
أحيانا		104	65
نادرا		28	17.5
الإجمالي		160	100

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام تعرض النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة بلغت (65%)، يليها الاستخدام دائما و أحيانا بنسبة (17.5%).

4) أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني

جدول رقم (7)

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		التكرار النسبة مواقع التواصل
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	2.449	2.96	0.6	1	3.8	6	13.1	21	82.5	132	الفيس بوك
2	0.981	1.81	11.2	18	25.6	41	34.4	55	28.8	46	تويتر

واتس اب	38	23.8	45	28.1	56	35.0	21	13.1	1.62	0.989	3
---------	----	------	----	------	----	------	----	------	------	-------	---

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول بمتوسط بلغ (2.96)، وذلك كوسيلة اتصالية مهمة تساهم في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)، يليها موقع تويتر في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (1.81)، ثم برنامج الواتس اب بمتوسط حسابي (1.62) .

(5) درجة المشاركة في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة

جدول رقم (8)

مدى مشاركة النخبة الأكاديمية في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة

المشاركة	التكرار والنسبة	ك	%
نعم		51	31.9
لا		109	68.1
الإجمالي		160	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى انخفاض مشاركة النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، حيث جاء بنسبة (68.1%) من إجمالي المبحوثين، مقابل نسبة (31.9%) شاركوا بأنشطتها.

(6) اسباب المشاركة في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة

جدول رقم (9)

اسباب مشاركة النخبة الأكاديمية في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة

اسباب المشاركة*	التكرار والنسبة	ك	%
لقتاعتي بأهدافها وبرامجها		26	51
لقتاعتي بإخلاص قيادتها النسائية		13	25.5
لأنها منظمات تعمل من أجل المصلحة العامة		22	43.1
ن		51	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن سبب مشاركة النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة يرجع إلى قناعتهم بأهدافها وبرامجها، حيث جاء بنسبة (51%) من إجمالي المبحوثين

* (اختيار أكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود اسباب المشاركة من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

المشاركين بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة، يليه سبب قناعتهم بإخلاص قيادتها النسائية، ثم قناعتهم بأنها تعمل من أجل المصلحة العامة.

7) اسباب عدم المشاركة في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة

جدول رقم (10)

اسباب عدم مشاركة النخبة الأكاديمية في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة

الترتيب	النسبة والنسبة	ك	%
	اسباب عدم المشاركة**		
98	لقناعتهم بعدم جدوى عمل منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة	97	98
66.1	لأنها لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمرأة في المجتمع الاردني	72	66.1
54.1	لأنها مجرد وسيلة للكسب والارتهان	59	54.1
24.8	لا أهتم بأنشطتها	27	24.8
26.6	لم تسمح لي الفرصة ولم ادع للمشاركة	29	26.6
109	ن		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن سبب عدم مشاركة النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة يرجع إلى قناعتهم بعدم جدوى عمل منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة، حيث جاء بنسبة (98%) من إجمالي المبحوثين غير المشاركين بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة، يليه سبب قناعتهم بأنها لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمرأة في المجتمع الأردني، ثم قناعتهم بأنها مجرد وسيلة للكسب والارتهان يليها سبب عدم دعوتهم من قبل المنظمات للمشاركة في أنشطتها.

8) القضايا التي يتابعها النخبة الأكاديمية الأردنية

جدول رقم (11)

القضايا التي تابعتها النخبة الأكاديمية الأردنية عن أنشطة

منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		الترتيب	النسبة والنسبة	القضايا
			%	ك	%	ك	%	ك			
5	0.682	2.22	14.4	23	48.8	78	36.9	59			رفع مستوى حياتهم
4	0.709	2.25	15.6	25	43.8	70	40.6	65			ادماجهم في العملية التنموية (محو أميهم)
3	0.749	2.29	17.5	28	35.6	57	46.9	75			التدريب على بعض المهارات المدرة للدخل
6	0.765	2.19	21.2	34	38.1	61	40.6	65			توفير الحضانات للأطفال المرأة العاملة

** (اختيار أكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود اسباب المشاركة من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

1	0.623	2.54	6.9	11	32.5	52	60.6	97	تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة في الفرص المتاحة	البحوث
2	0.687	2.42	53.1	85	35.6	57	53.1	85	اشراك المرأة في صنع القرار	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر متابعة النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) للقضايا الحقوقية المتعلقة بالمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت متابعة قضية تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة في الفرص المتاحة في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.54)، يليها قضية اشراك المرأة الأردنية في صنع القرار في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.42)، في حين جاءت متابعة قضايا المرأة المتعلقة بالخدمات في مراحل تالية كما توضحها بيانات الجدول السابق .

(9) التقييم لطريقة العرض للأنشطة

جدول رقم (12)

تقييم النخبة الأكاديمية الأردنية لطريقة العرض عن أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		التكرار والنسبة	طريقة العرض
			%	ك	%	ك	%	ك		
2	0.625	2.18	11.9	19	57.5	92	30.6	49	تقديم معلومات سطحية حول قضايا المرأة الأردنية	
1	0.618	2.23	10.0	16	56.2	90	33.7	54	تقديم معلومات واقعية معبرة عن قضايا حقيقية مرتبطة بالمرأة الأردنية	
3	0.688	1.91	28.1	45	51.9	51.9	20	32	تقديم معلومات سلبية مبالغ فيها عن المرأة الأردنية	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر رؤية النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) الايجابية تجاه طريقة عرض أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب المبحوثون أنه يتم تقديم معلومات واقعية معبرة عن قضايا حقيقية مرتبطة بالمرأة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي بلغ (2.18)، يليها رؤيتهم المبحوثين السلبية والمتمثلة في أنه يتم عرض المعلومات المتعلقة بالمرأة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة سطحية ومبالغ فيها.

(10) الشكل الاعلامي الذي تقدم فيه أنشطة منظمات المجتمع المدني كما يفضلها المبحوثون

جدول رقم (13)

الشكل الاعلامي الذي تقدم فيه أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يفضلها المبحوثون.

الشكل*	التكرار والنسبة	ك	%
مواد اخبارية		90	56.2
اعلانات ممولة		79	49.4
تغطية بث مباشر		37	23.1
ن		160	

توضح بيانات الجدول السابق رؤية المبحوثين للشكل الاعلامي الذي تقدم فيه أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يفضلها المبحوثون، حيث جاءت المواد الاخبارية في الترتيب الأول بنسبة بلغت (56.2%)، يليها الاعلانات الممولة في الترتيب الثاني بنسبة (49.4) ثم تغطية البث المباشر بنسبة (23.1).

11) درجة الاعتماد على مصادر المعلومات

جدول رقم (14)

درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مصادر المعلومات في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أعتمد		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		التكرار والنسبة درجة الاعتماد
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3	0.838	2.14	4.4	7	15.6	25	41.2	66	38.8	62	القنوات الفضائية
6	0.899	1.69	11.9	19	25.0	40	45.6	73	17.5	28	الإذاعات
7	0.895	1.38	18.1	29	36.2	58	35.6	57	10.0	16	الصحف
2	0.769	2.51	4.4	7	3.8	6	28.8	46	63.1	101	المواقع الالكترونية
1	0.618	2.68	1.2	2	4.4	7	19.4	31	75.0	120	مواقع التواصل الاجتماعي
4	0.870	2.13	6.2	10	13.1	21	41.9	67	38.8	62	الأصدقاء
5	0.988	1.89	10.6	17	22.5	36	33.8	54	33.1	53	الأقارب

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول

* (اختيار أكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود الشكل من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

بمتوسط بلغ (2.68)، وذلك كوسيلة اتصالية تعتمد عليها النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة، وهذه النتيجة تتفق مع ما جاء في نتائج الجدول رقم (9)، يليها المواقع الالكترونية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.51)، ثم جاءت القنوات الفضائية في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.14)، يليها مصدر الاتصال الشخصي عن طريق الأصدقاء والأقارب في الترتيب الرابع والخامس على التوالي، في حين جاءت الإذاعة والصحف في مراحل متأخرة كما تشير بيانات الجدول السابق.

12) التأثيرات المترتبة جراء الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (15)

التأثيرات المترتبة جراء اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		التكرار والنسبة	مواقع التواصل
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	0.700	2.49	2.5	4	4.4	7	34.4	55	58.8	94	تزيد من معلوماتي عن القضايا المتعلقة بالمرأة الأردنية	
2	0.728	2.31	1.9	3	10.0	16	43.1	69	45.0	72	تعرفني بطبيعة أنشطة منظمات المجتمع المدني المتعلقة بالمرأة	
4	0.748	2.19	1.9	3	10.0	16	43.1	69	45.0	72	معرفة منظمات المجتمع المدني النسائية الفاعلة في المجتمع	
3	0.670	2.22	2.5	4	6.2	10	58.1	93	33.1	53	عرفتني بطبيعة الخدمات التي تقدمها منظمة المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	
6	0.744	2.00	2.5	4	20.0	32	52.5	84	25.0	40	القلق من عدم وضوح عمل منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	
5	0.892	2.06	5.6	9	20.0	32	37.5	60	36.9	59	زادت من رغبتني في متابعة الأنشطة التي تقدمها منظمة المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	
7	0.938	1.92	8.1	13	23.8	38	36.2	58	31.9	51	تجعلني اشارك في انشطتها عندما يطلب مني	
8	0.954	1.91	9.4	15	21.9	35	36.9	59	31.9	51	أقوم بالمساهمة في التعرف بأشطتها ومناقشتها	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر التأثيرات المعرفية لدى النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) الناجمة جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة حيث جاءت عبارة أنها تزيد من معلوماتي عن القضايا المتعلقة بالمرأة الأردنية، وعبارة عرفتني بطبيعة أنشطة منظمات المجتمع المدني المتعلقة بالمرأة، وكذلك عبارة أنها عرفتني بطبيعة الخدمات التي تقدمها منظمة المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة، بالإضافة أنها عرفتني بمنظمات المجتمع المدني النسائية الفاعلة في المجتمع، في الترتيب الأول والثاني والثالث والرابع على التوالي. ثم جاءت التأثيرات الوجدانية والمتمثلة في عبارة أنها زادت من رغبتني في متابعة الأنشطة التي تقدمها منظمة المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة، ثم عبارة شعور المبحوثين بالقلق من عدم وضوح عمل منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة، واحتلت الترتيب الخامس والسادس، في حين جاءت التأثيرات السلوكية في الترتيب الأخير، والمتمثلة في عبارتي أنها جعلني اشارك في انشطتها عندما يطلب مني ذلك و أقوم بالمساهمة في التعريف بأنشطتها ومناقشتها، واحتلت الترتيب السابع والثامن .

(13) الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية

جدول رقم (16)

الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السمات السلبية	الدرجة					السمات الإيجابية	
				1	2	3	4	5	ت	%
4	1.171	2.72	مجرد اقامة أنشطة وفعاليات	16	17	62	37	28	ت	ادائها حقيقي
				10	10.6	38.8	23.1	17.5	%	
2	1.199	2.77	اصلاحاتها ضئيلة	14	33	40	48	25	ت	جادة في معالجة القضايا
				8.8	20.6	25.0	30.0	15.6	%	
3	1.254	2.75	اصلاحاتها ضئيلة	15	33	41	39	32	ت	تقوم بإصلاحات مهمة في المجتمع
				9.4	20.6	25.6	24.4	20	%	
1	1.121	2.92	انشطتها تابعة	14	31	64	30	21	ت	انشطتها مستقلة
				8.8	19.4	40.0	18.8	13.1	%	
5	1.125	2.71	اعمالها متخلفة	14	19	56	48	23	ت	اعمالها متطورة
				8.8	11.9	35.0	30.0	14.4	%	
7	1.214	2.28	لا تهتم بالارتقاء بالمرأة	12	15	29	54	50	ت	تسعى للنهوض بالمرأة
				7.5	9.4	18.1	33.8	31.2	%	

6	1.249	2.53	تسعى لتحقيق مصلحة شخصية	16	18	39	49	38	ت	تسعى لتحقيق مصلحة عامة
				10.0	11.2	24.4	30.6	23.8	%	
2.67				المتوسط الكلي						

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية صورة محايدة وتتجه قليلاً نحو الإيجاب، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لسمات الصورة (2.67)، ويتركز الإيجاب في أن المبحوثين يرون أن انشطتها مستقلة حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ (2.92)، يليها أنها جادة في معالجة قضايا المرأة بمتوسط حسابي بلغ (2.77)، ثم أنها تقوم بإصلاحات مهمة في المجتمع وأدائها حقيقي بمتوسطين حسابيين بلغا (2.77)، (2.72) على التوالي.

14 الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية

جدول رقم (17)

الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السمات السلبية	الدرجة					السمات الايجابية	
				1	2	3	4	5	ت	%
6	1.098	2.16	فائشة	10	8	27	68	47	ت	ناجحة في اداء مهامها
				6.2	5	16.9	42.5	29.4	%	
2	1.090	2.36	غير مستوعبة طبيعة النشاط المدني	9	10	50	52	39	ت	مستوعبة طبيعة النشاط المدني
				5.6	6.2	31.2	32.5	24.4	%	
3	1.138	2.34	غير مؤهلة علمياً وضعيفة الافق	9	16	37	56	42	ت	مؤهلة علمياً
				5.6	10	23.1	35	26.2	%	
1	1.150	2.40	خبراتها ضعيفة	8	20	42	48	42	ت	متعددة الخبرات
				5	12.5	26.2	30	26.2	%	
4	1.175	2.33	حضورها ضعيف	8	22	31	53	46	ت	حضورها قوي
				5	13.8	19.4	33.1	28.8	%	
5	1.176	2.25	شخصية عادية	8	18	33	48	53	ت	شخصية قيادية
				5	11.2	20.6	30.0	33.1	%	
5	1.144	2.25	شخصية غير مؤثرة	9	14	33	56	48	ت	شخصية مؤثرة
				5.6	8.8	20.6	35	30	%	
2.30				المتوسط العام						

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية

الأردنية صورة سلبية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لسمات الصورة (2.30)، ويتركز السلب في أن المبحوثين يرون أنها امرأة فاشلة، وغير مستوعبة طبيعة النشاط المدني، وغير مؤهلة علمياً وضعيفة الأفق، خبراتها وحضورها ضعيف، فضلاً عن أنها شخصية عادية وغير مؤثرة.

15) المعوقات الثقافية لوصول المرأة لمراكز قيادية

جدول رقم (18)

المعوقات الثقافية لوصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		التكرار والنسبة المئوية الاجتماعية*
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	734.	2.62	4.4	7	1.9	3	21.2	34	72.5	116	الصورة النمطية عن المرأة أنها لا تصلح إلا للمنزل
2	669.	2.57	1.9	3	4.4	7	28.8	46	65.0	104	طغيان الثقافة التقليدية الذكورية
3	727.	2.52	3.1	5	4.4	7	30.0	48	62.5	100	الانطباع السائد بأن العمل المدني من أعمال الرجال
4	709.	2.49	1.9	3	6.9	11	31.9	51	59.4	95	القيود الاجتماعية على حرية المرأة في الحركة
5	942.	1.89	10.6	17	18.1	29	42.5	68	28.8	46	قلة الخبرة وانخفاض مستوى التعليم لدى المرأة

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر رؤية الأكاديميين الأردنيين (عينة الدراسة) بوجود قناعات ثقافية راسخة في الوعي الجمعي عن المرأة تؤثر في وصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني، حيث رأوا أن المرأة لا تصلح إلا للمنزل، وجاءت

* اعتمد الباحث على مقياس المعوقات الاجتماعية على دراستي علاء الرواشدة، أسماء العرب (2016)، و عبد الرحيم حمدي القطب (2012).

كأبرز المعوقات الثقافية لوصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة من وجهة نظرهم بمتوسط حسابي بلغ (2.62). يليها في الترتيب الثاني رؤيتهم بطغيان الثقافة التقليدية الذكورية، حيث جاءت بمتوسط حسابي (2.57)، ثم الانطباع السائد بأن العمل المدني من أعمال الرجال بمتوسط حسابي (2.52)، فالقيود الاجتماعية على حرية المرأة في الحركة بمتوسط حسابي (2.49). في حين جاءت رؤيتهم بأن قلة الخبرة وانخفاض مستوى التعليم لدى المرأة في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (1.89).

16 المعوقات الاجتماعية لوصول المرأة لمراكز قيادية

جدول رقم (19)

المعوقات الاجتماعية لوصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		التكرار والنسبة المعوقات الاجتماعية
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	724.	2.37	1.2	2	10.6	17	38.1	61	50.0	80	قمع طموح المرأة في التنشئة الاجتماعية
2	847.	2.25	5.6	9	9.4	15	39.4	63	45.6	73	احساس المرأة ان الرجل اكثر قدرة منها على القيادة
3	987.	1.98	11.2	18	15.6	25	36.9	59	36.2	58	خوف النساء من الاختلاط بالرجال
4	1.007	1.92	13.1	21	15.0	24	38.1	61	33.8	54	خوف النساء من تحمل المسؤولية القيادية
5	990.	1.86	13.1	21	15.0	24	38.1	61	33.8	54	احساس النساء بالدونية مقابل الرجال
6	1.060	1.71	11.9	19	21.2	34	36.2	58	30.6	49	عدم وجود رغبة لدى المرأة بالعمل الطوعي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر رؤية الأكاديميين الأردنيين (عينة الدراسة) أنقمع طموح المرأة في التنشئة الاجتماعية، جاءت كأبرز المعوقات

الاجتماعية لوصول المرأة لمراكز قيادية بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة من وجهة نظرهم بمتوسط حسابي (2.37), يليها في الترتيب الثاني رؤيتهم بإحساس المرأة أن الرجل أكثر قدرة منها على القيادة، حيث جاءت بمتوسط حسابي (2.25)، ثم خوف النساء من الاختلاط بالرجال بمتوسط حسابي (1.98)، وكذلك خوف النساء من تحمل المسؤولية القيادية بمتوسط حسابي (1.92). في حين جاءت رؤيتهم بإحساس النساء بالدونية مقابل الرجال، وعدم وجود رغبة لدى المرأة بالعمل الطوعي في مراتب متأخرة كما توضح بيانات الجدول السابق.

(ج) نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد فروق دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (ب) درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ج) درجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (د) تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (هـ) مشاركتهم في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (و) رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (ز) درجة التأثيرات المترتبة لديهم جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.
- (ح) طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لديهم.

(ط) طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني
المهتمة بشؤون المرأة لديهم.

جدول رقم (20)

يوضح الفروق بين نوع المبحوثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)
وفقاً للعديد من المتغيرات.

المتغيرات	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	ذكور	2.82	446.	969.-	158	334.
	إناث	2.89	391.			
درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	ذكور	2.00	647.	000.	158	1.000
	إناث	2.00	575.			
القنوات الفضائية	ذكور	2.00	835.	-	158	182.
	إناث	2.20	836.			
الإذاعات	ذكور	1.45	999.	-	158	043.
	إناث	1.78	845.			
الصحف	ذكور	1.14	905.	-	158	037.
	إناث	1.47	879.			
المواقع الإلكترونية	ذكور	2.43	818.	753.-	158	452.
	إناث	2.53	751.			
مواقع التواصل الاجتماعي	ذكور	2.57	759.	-	158	155.
	إناث	2.72	553.			
الأصدقاء	ذكور	1.98	952.	-	158	169.
	إناث	2.19	833.			
الأقارب	ذكور	1.80	1.025	774.-	158	440.
	إناث	1.93	976.			
تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ذكور	268.	448.	-	158	574.
	إناث	321.	537.			
مشاركتهم في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	ذكور	41.	497.	1.512	158	133.
	إناث	28.	453.			
رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	ذكور	2.75	488.	675.-	158	501.
	إناث	3.04	2.860			
تويتر	ذكور	2.05	987.	1.916	158	057.
	إناث	1.72	967.			
واتس اب	ذكور	1.70	1.025	625.	158	533.
	إناث	1.59	978.			
المعرفية	ذكور	3.45	1.557	811.-	158	419.
	إناث	3.81	2.766			
الوجدانية	ذكور	3.72	3.429	2.096	158	038.
	إناث	3.00	845.			
السلوكية	ذكور	2.73	1.278	751.-	158	454.
	إناث	2.91	1.321			
طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني	ذكور	18.7674	10.18044	735.	158	464.
	إناث	17.6541	7.73278			

174.	158	1.367	6.33887	16.4058	ذكور	طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني
			7.94681	14.5752	إناث	

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

(أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05). وهذا يعني أن الباحثين من الذكور والإناث يتقاربون في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (أ).

(ب) درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05). وهذا يعني أن الباحثين من الذكور والإناث يتقاربون في درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ب).

(ج) درجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث مصادر معلوماتهم عن أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة، فيما يتعلق بالقنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والأصدقاء والأقارب، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05)، في حين وجدت فروق بينهم فيما يتعلق بالصحف والإذاعة وجاءت لصالح الإناث عند مستوى معنوية (0.037) و(0.043) على التوالي. وهذا يعني أن الباحثين من الإناث تعتمد على الصحف والإذاعات في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشئون المرأة بدرجة أكبر من الذكور. وعلى ذلك نقبل الفرض جزئياً فقرة (ج) فيما يتعلق بالصحف والإذاعات.

(د) تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05) وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (د) .

(هـ) مشاركتهم في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05) وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (هـ) .

(و) رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05)، وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والإناث يتقاربون في درجة رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (و) .

(ز) درجة التأثيرات المترتبة لدى المبحوثين جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث من حيث درجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة لديهم جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05)، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ز) .

(ح) طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة المتكونة لديهم، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05)، وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والإناث يتقاربون في طبيعة الصورة الذهنية المحايدة والتي تتجه قليلاً نحو الإيجاب المتكونة لديهم عن منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ح).

(ط) طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الأكاديميين الأردنيين من الذكور والإناث طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة المتكونة لديهم، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05)، وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والإناث يتقاربون في طبيعة الصورة الذهنية السلبية المتكونة لديهم عن المرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة، وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ط).

الفرض الثاني:

- توجد فروق دالة إحصائياً بين تخصص المبحوثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:
- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - (ب) درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - (ج) درجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
 - (د) تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - (هـ) مشاركتهم في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
 - (و) رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة بشؤون المرأة.
 - (ز) درجة التأثيرات المترتبة لديهم جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهمة

بشؤون المرأة.

- (ح) طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لديهم.
 (ط) طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لديهم.

جدول رقم (21)

الفروق بين تخصص المبحوثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) وفقاً للعديد من المتغيرات

المتغيرات	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	علمي	2.88	0.399	0.379	158	0.705
	ادبي	2.86	0.415			
درجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	علمي	1.99	0.577	-	158	0.791
	ادبي	2.01	0.611			
القنوات الفضائية	علمي	2.11	0.888	158	158	0.582
	ادبي	2.18	0.794			
الاذاعات	علمي	1.72	0.918	158	158	0.630
	ادبي	1.65	0.885			
الصحف	علمي	1.32	0.912	158	158	0.428
	ادبي	1.43	0.882			
المواقع الإلكترونية	علمي	2.49	0.774	-	158	0.762
	ادبي	2.52	0.768			
مواقع التواصل الاجتماعي	علمي	2.61	0.634	-	158	0.140
	ادبي	2.75	0.599			
الأصدقاء	علمي	2.14	0.875	0.186	158	0.853
	ادبي	2.12	0.870			
الأقارب	علمي	1.89	1.014	0.012	158	0.990
	ادبي	1.89	0.970			
تقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	علمي	0.347	0.564	0.892	158	0.374
	ادبي	0.273	0.468			
مشاركتهم في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	علمي	0.37	0.486	1.281	158	0.202
	ادبي	0.27	0.449			
رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة	علمي	3.18	3.50	1.090	158	0.277
	ادبي	2.76	573.			
تويتر	علمي	1.91	996.	1.249	158	0.214
	ادبي	1.71	964.			
واتس اب	علمي	1.75	968.	1.527	158	0.129
	ادبي	1.51	1.000			
المعرفية	علمي	3.51	1.84	-	158	0.339
	ادبي	3.89	2.95			
الوجدانية	علمي	3.02	914.	-	158	0.272
	ادبي	3.36	2.54			
السلوكية	علمي	2.90	1.41	0.381	158	0.704
	ادبي	2.82	1.21			
طبيعة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني	علمي	18.35	8.784	0.550	158	0.583
	ادبي	17.60	8.185			

0.431	158	-	7.381	14.57	علمي	طبيعة الصورة الذهنية للمرأة العاملة بمنظمات المجتمع المدني
			0.789	7.721	ادبي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق غير دالة إحصائياً بين تخصص الباحثين من النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة)، ودرجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تعرضهم لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة، وتقييمهم لطريقة العرض لأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة مشاركتهم في أنشطة أو فعالية منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة و رؤيتهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة ودرجة التأثيرات الناجمة لديهم جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة الصور الذهنية المتكونة لديهم عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة، والمرأة العاملة بها. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.05)، وهذا يعني أن متغير التخصص لم يؤثر في علاقة الأكاديميين الأردنيين (عينة الدراسة) بمواقع التواصل الاجتماعي وجميع المتغيرات المتعلقة بمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة .

الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباط ايجابية بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مصادر المعلومات المختلفة في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة والتأثيرات الناجمة جراء ذلك.

جدول رقم (22)

الارتباطات بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مصادر المعلومات في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة والتأثيرات الناجمة جراء ذلك

التأثيرات السلوكية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات المعرفية		التأثيرات مصادر المعلومات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.858	0.014	0.099	0.131	0.948	0.005-	القنوات الفضائية
0.037	*0.165	0.008	**0.210	0.129	0.121	الإذاعات
0.020	*0.184	0.041	*0.162	0.039	*0.164	الصحف
0.028	*0.175	0.014	*0.195	0.060	0.150	المواقع الالكترونية
0.236	0.095	0.035	*0.168	0.244	0.093	مواقع التواصل الاجتماعي
0.009	**0.207	0.015	*0.192	0.376	0.071	الأصدقاء
0.000	**0.302	0.005	**0.222	0.462	0.059	الأقارب
159						ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

- وجود ارتباط غير دال احصائياً بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك .

- وجود ارتباط ايجابي ضعيف بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على الاذاعات في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات الوجدانية (0.210) عند مستوى معنوية (0.008) وبلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات السلوكية (0.165) عند مستوى معنوية (0.037). وهذا يعني انه كلما زاد اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على الاذاعات في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، زادت التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة عليهم جراء ذلك.

- وجود ارتباط إيجابي ضعيف بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على الصحف في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات المعرفية (0.164) عند مستوى معنوية (0.039) وجاءت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات الوجدانية (0.162) عند مستوى معنوية (0.041) وبلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات السلوكية (0.184) عند مستوى معنوية (0.020). وهذا يعني انه كلما زاد اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على الصحف في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عليهم جراء ذلك.

- وجود ارتباط ايجابي ضعيف بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على المواقع الالكترونية في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك، حيث بلغت قيمة معامل

بيرسون للتأثيرات الوجدانية (0.195) عند مستوى معنوية (0.014) وبلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات السلوكية (0.175) عند مستوى معنوية (0.028). وهذا يعني انه كلما زاد اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على المواقع الالكترونية في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، زادت التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة عليهم جراء ذلك.

- وجود ارتباط إيجابي ضعيف بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات الوجدانية (0.195) عند مستوى معنوية (0.014) وبلغت قيمة معامل بيرسون للتأثيرات السلوكية (0.175) عند مستوى معنوية (0.028). وهذا يعني أنه كلما زاد اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على المواقع الالكترونية في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، زادت التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة لديهم جراء ذلك.

- وجود ارتباط إيجابي ضعيف بين درجة اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على الاتصال الشخصي -التمثل في الأصدقاء والأقارب - في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والتأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة جراء ذلك، وهذا يعني أنه كلما زاد اعتماد النخبة الأكاديمية الأردنية على الاتصال الشخصي في الحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، زادت التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناجمة لديهم جراء ذلك.

الفرض الرابع

توجد علاقة ارتباط ايجابية بين درجة استخدام النخبة الأكاديمية لمواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والمرأة العاملة فيها لدى النخبة الأكاديمية الأردنية.

جدول رقم (23)

الارتباطات بين درجة استخدام النخبة الأكاديمية لمواقع التواصل الاجتماعي و الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والمرأة العاملة فيها لدى النخبة الأكاديمية الأردنية.

الصورة الذهنية للمرأة العاملة فيها		الصورة الذهنية للمنظمة		التأثيرات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.757	0.025	0.747	0.026	مصادر المعلومات
159				مواقع التواصل الاجتماعي
				ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

وجود ارتباط غير دال احصائياً بين درجة استخدام النخبة الأكاديمية لمواقع التواصل الاجتماعي و الصورة الذهنية عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة والمرأة العاملة فيها لدى النخبة الأكاديمية الأردنية .

خلاصة النتائج ومناقشتها

تشير نتائج الدراسة الى الآتي:

- تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول ، وذلك كوسيلة اتصالية مفضلة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) ويمكن تفسير ذلك في سياق ما أكدت عليه نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي خلصت إلى تفوق موقع الفيس بوك في الاستحواذ على مختلف فئات الجمهور وقدرتها على جذبها من خلال الخصائص والمميزات المتعددة والمتنوعة التي تتوافر في هذا الموقع، وذلك مقارنه ببقية مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي الأخرى. وفي نفس السياق تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول، وذلك كوسيلة اتصالية مهمة تساهم في نشر أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الأردنية .
- انخفاض مشاركة النخبة الأكاديمية الأردنية(عينة الدراسة) في أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، حيث جاء بنسبة (68.1 %) من إجمالي الباحثين، مقابل نسبة (31.9 %) شاركوا بأنشطتها. ويرجع ذلك إلى قناعة الباحثين بعدم جدوى عمل منظمات المجتمع المدني المهتمة بشئون المرأة، وكذلك بأنها لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمرأة في المجتمع الاردني، ثم قناعتهم بأنها مجرد وسيلة للكسب والارتهان. يليها سبب عدم دعوتهم من قبل المنظمات للمشاركة في انشطتها .
- تصدر متابعة النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) للقضايا الحقوقية المتعلقة بالمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاءت متابعة قضية تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة في الفرص المتاحة في الترتيب الأول ،

يلبها قضية اشراك المرأة الأردنية في صنع القرار في الترتيب الثاني ، في حين جاءت متابعة قضايا المرأة المتعلقة بالخدمات في مراحل تالية كالتدريب على بعض المهارات المدرة للدخل، و ادماجهن في العملية التنموية(محو اميتهن)،و رفع مستوى حياتهن. وهذا يشير الى اهتمام المبحوثين بأهم القضايا الحقوقية الراهنة المتصلة بالمرأة والتي تركز على إزالة الفروق النوعية (الجندرية) بين الرجل والمرأة من حيث الدور الاجتماعي، حيث تمنح المرأة قوةً سياسية واجتماعية واقتصادية تساوي القوة الممنوحة للرجل في جميع المستويات حتى في الأسرة، وقد برز اهتمام منظمات المجتمع المدني في الآونة الاخيرة بخصوص ذلك من خلال برامج تنموية محاولة احداث تغيير قيمي وبنوي داخل المجتمع، يكفل إزالة هذه الفروق.

- تصدر رؤية النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) الإيجابية تجاه طريقة عرض أنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب المبحوثون أنه يتم تقديم معلومات واقعية معبرة عن قضايا حقيقية مرتبطة بالمرأة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها رؤيتهم المبحوثين السلبية والمتمثلة في انه يتم عرض المعلومات المتعلقة بالمرأة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة سطحية ومبالغ فيها. وهذا يشير إلى تنامي مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لعرض الاخبار المتعلقة بالقضايا الاجتماعية . وفي سياق متصل تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول ، وذلك كوسيلة اتصالية يعتمد عليها المبحوثين في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة.

- تصدر التأثيرات المعرفية لدى النخبة الأكاديمية الأردنية (عينة الدراسة) الناجمة جراء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بأنشطة منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة ، التأثيرات الوجدانية، ثم السلوكية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء بروز وتنامي قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي.

- بروز صورة ذهنية محايدة و تتجه قليلا نحو الإيجاب عن منظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة لدى النخبة الأكاديمية الأردنية، حيث رأى المبحوثون أن أنشطتها مستقلة، وأنها جادة في معالجة قضايا المرأة ، ثم أنها تقوم بإصلاحات مهمة في المجتمع وأدائها حقيقي. وفي المقابل وجد أن الصورة الذهنية لدى المبحوثين عن المرأة العاملة بها سلبية حيث رأى أنها

امرأة فاشلة ، وغير مستوعبة طبيعة النشاط المدني، وغير مؤهلة علميا وضعيفة الأفق، و خبراتها وحضورها ضعيف، فضلا عن أنها شخصية عادية وغير مؤثرة. وهنا نشير إلى أن النخبة الأكاديمية ثقفتها ضعيفة بأداء المرأة وغير مؤهلة أن تكون قيادية على رأس العمل المدني.

- تصدر رؤية الاكاديميين الاردنيين (عينة الدراسة) بوجود قناعات ثقافية واجتماعية راسخة في الوعي الجمعي عن المرأة، وتؤثر في وصول المرأة لمراكز قيادية، حيث رأوا أن المرأة لا تصلح إلا للأعمال المنزلية ، ثم رؤيتهم بطغيان الثقافة التقليدية الذكورية، فالانطباع السائد بأن العمل المدني من اعمال الرجال ، ثم القيود الاجتماعية التي تحد من حرية المرأة في الحركة، فضلا عن رؤيتهم بقلّة خبراتها وانخفاض مستوى تعليمها . في حين جاءت المعوقات الاجتماعية في قمع طموح المرأة في التنشئة الاجتماعية، و رؤيتهم بإحساس المرأة أن الرجل أكثر قدرة منها على القيادة، وكذلك خوف النساء من الاختلاط بالرجال، وخوفهن ايضا من تحمل المسؤولية القيادية، فضلا عن رؤيتهم بإحساس النساء بالدونية مقابل الرجال، و عدم وجود رغبة لديهن بالعمل الطوعي. ويمكن الإشارة هنا أن المرأة الأردنية لازالت تعاني من العديد من المعوقات الثقافية والاجتماعية، كأخواتها في المجتمعات العربية الاخرى، رغم وجود حركة قوية من قبل منظمات المجتمع المدني والحركات النسوية بالأردن لتحسين واقعها.

هوامش الدراسة:

* هذا البحث بدعم من مجلس البحث العلمي

- (1) عبدالرحمن صوفي عثمان، محمود محمود عرفان، "دور منظمات المجتمع المدني في دعم خدات الرعاية الاجتماعية في المجتمع العماني (الضرورات والمستلزمات)"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية،
<https://www.squ.edu.om/Portals/50/jass/5/jass5A4.pdf?ver=2016-10-23-101532-247>
- (2) تقرير المملكة الأردنية الهاشمية حول تنفيذ منهاج عمل بيجين (1995)
<http://www.un.org/womenwatch/daw/Review/responses/JORDAN-Arabic.pdf>
- (3) التعريف بالاستراتيجية الوطنية للمرأة الأردنية (2013-2017)،
<http://alrai.com/article/572290.html>
- (4) نبيلة السيوف، "دراسة مدى فاعلية برامج تمكين المرأة الأردنية (1989-2000)"، رسالة دكتوراه، الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، (2007)، ص4
- (5) بشار مطهر، المدخل إلى الإعلام اليمني (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، 2004م) ص 46
- (6) August E. Graut, K. kendall Guthrie & Sandra J. Ball-Rokeach, "Television shopping a media system dependency perspective". Communication Research, 18(6), (1991). P775.
- (7) حنان محمد يوسف، "المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي السني إن CNN الأمريكية واليونيوز EURONEWS الأوروبية"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، (2001م).
- (8) سوزان يوسف القليني، "مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (1998م).
- (9) Stephen W. Little John : **Theories of Human Communication** , (California : Wadsworth publishing Company, 1983) P.291.
- (10) Sandra J. Ball Rokeach: "The origins of individual media-system dependency a sociological framework". Communication research, 12(4), (1985). P.445
- وليد فتح الله، "اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثامن عشر، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، (2003م). ص 82.
- (11) حسن مكايي وليلى السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة" (القاهرة: الدار اللبنانية المصرية، 1998م).
- (12) وائل العشري ، " تأثير نشر أخبار جرائم المال العام على صورة رجال الأعمال عند قراء

- الصحف في مصر"، رسالة ماجستير ، غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، (2005م).ص 56.
- (13) محمد الفقيه و "العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة على الموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني"، رسالة دكتوراه، غير منشورة ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام (2002م).
- عربي المصري ،" الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني " ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، (2000م).
- Malvin L. Defleur & Sandra J. Ball : Teories of Mass Communication, 4ed (New York: Longman, 1992)
- محمد شومان، "إشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث " ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الثالث، المجلد الثاني، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، (2001م).
- علاء الشامي. "دور الاتصال المباشر والراديو والتلفزيون في نشر المعلومات الصحية العامة بين الشباب المصري" ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، (2001م).
- (14) بارعة النقشبندي، المشاركة السياسية للمرأة في الأردن وبعض الدول العربية، ط1 (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، 2001م).
- (15) عادل الرشيد وجمال أبو دولة، " اتجاهات المرأة نحو معوقات تقدمها وظيفيا واستراتيجيات تمكينها في منظمات الأعمال الأردنية"، دراسات: العلوم الإدارية، المجلد 29، العدد1، (2002م)، ص 48- 72.
- (16) المجلس الوطني لشؤون الأسرة، واقع حقوق المرأة الأردنية العاملة (الأردن: 2009م)
- (17) محمد العكش، "مؤسسات المجتمع المدني والتحول الديمقراطي : الأردن نموذجا،(1999-2005م)، ط1 (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010م)
- (18) محمد الشرعة ونيرمين غوانمة، " الكوتا النسائية في النظم الانتخابي الأردني"، أبحاث اليرموك: سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 15، العدد1 (2011م) .
- (19) رقية البدارين وفريد القواسمة، "دور المرأة في قيادة التغيير: دراسة تطبيقية على منظمات المرأة العاملة في الأردن"، البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 16، العدد 1، (2013م).
- (20) علاء الرواشدة واسماء العرب، "المعوقات التي تحد من مشاركة المرأة الأردنية في الحياة السياسية في ضوء بعض المتغيرات الاجتماعية -دراسة ميدانية على عينة من النساء الرائدات في إقليم الشمال"دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية المجلد 43 ، (2016م).
- (21) طه أحمد حسانين المستكاوي، "صورة الإسرائيليين كما يدركها المصريون : دراسة نفسية " . رسالة دكتوراه، غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية الآداب (1996م).
- (22) Alex Tan, Yuki Fujoka, and Nancy Lucht.." Native American stereotypes, TV portrayals, and personal contact". Journalism & Mass Communication Quarterly, 74(2), (1997)., pp 265 -284
- (23) Maxell Mecombs and Others. "Candidate images in Spanish elections:

Second-level agenda-setting effects". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), (1997). pp. 703-717.

(24) Yuki Fujioka. "Television portrayals and African-American stereotypes: Examination of television effects when direct contact is lacking. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(1), (1999)pp. 52-75

(25) إيناس أبو يوسف، " الصورة الذهنية للانتفاضة الفلسطينية لدى النشء : دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الجيزة" ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني، العدد الرابع : أكتوبر / ديسمبر ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام (2001م).

(26) نرمين زكريا اسماعيل، "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الجمهور المصري : دراسة ميدانية على سكان من محافظة القاهرة". رسالة ماجستير، غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام (2001)

(27) إيمان نعمان جمعة ، " حدود تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2000 " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني ، العدد الأول ، يناير مارس، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام (2001) .

(28) أماني عمر الحسيني ، " إدراك المصريين لصورته الذاتية بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 من خلال تعرضهم للتلفزيون : دراسة ميدانية على عينة من النخبة الأكاديمية المصرية" . ، المؤتمر العلمي السنوي الثامن للإعلام وصورة العرب والمسلمين، الجزء الثاني ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، (2002) .

(29) سوزان القليني وفتحي الشرفاوي، " صورة الذات العربية والإسرائيلية كما يدركها العرب دراسة في القوالب النمطية الذهنية"، مجلة شؤون الشرق الأوسط، العدد الثالث ، يوليو، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، (2002) .

(30) عزة مصطفى الكحكي ، "دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر "2001" ، المؤتمر العلمي السنوي الثامن للإعلام وصورة العرب والمسلمين. الجزء الأول، جامعة القاهرة ،كلية الإعلام، (2002).

(31) محمد رضا، "أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدركها الصفوة المصرية" . المؤتمر العلمي السنوي الثامن للإعلام وصورة العرب والمسلمين. الجزء الثاني، جامعة القاهرة ،كلية الإعلام، (2002).

(32) Smiler Andrew Paul. Living the Stereotype : connections between male behavior and male images. (PHD thesis, University of new Hampshire, 2003) of **dissertation abstracts international**. Volume 64-02A, p. 676.

(33) سوزان القليني وفتحي الشرفاوي، " الصورة الذهنية التي شكلتها الأزمة العراقية لدى عينة من المجتمع المصري" مجلة شؤون الشرق الأوسط ، العدد الثامن ، أكتوبر ، جامعة عين شمس ، مركز بحوث الشرق الأوسط، (2003م).

(34) Williams Karen Loren. Mirrored images: The impact of stereotypes on

black learners in Ontario high schools. (MA thesis, university of Toronto, Canada 2003) of **Dissertation abstracts international**. Volume 41-06,p. 1579.

- (35) هناء فاروق صالح، " دور الإعلام في تشكيل الصور الذهنية للمنظمات السياسية الإقليمية والدولية لدى الرأي العام المصري "، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (2005) ..
- (36) Saud Abdulaziz Alkharaz, "Image of Kuwaiti People about the Parliament (Maglis El Umma)". Unpublished P.H.D Thesis. ,University of Cairo, faculty of Mass communication, (2005)
- (37) هبة الله صالح السيد، " دور الصحف المصرية في تشكيل صورة الأحزاب السياسية المصرية وانعكاسات على المشاركة السياسية "، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، (2006م).
- (38) محسوب حاجي عبد الله، " دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية عن الصعيدي لدى الشباب المصري : دراسة تحليلية – ميدانية " رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (2007م) .
- (39) خالد البراهيم، " الدور الاتصالي للدبلوماسية السعودية في تحسين الصورة الذهنية للمملكة بالخارج"، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، (2011م).
- (40) بلال خلف، "أخلاقيات العمل وأثرها في إدارة الصورة الذهنية في منظمات الأعمال" ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 33، (2012م) .
- (41) عماد الدين جابر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح صورة الاسلام على شبكة الانترنت دراسة تحليلية وميدانية " المجلة المصرية لبحوث الاعلام جامعة القاهرة كلية الاعلام العدد 55 ، ابريل – يونيو 2016 ص ص 241-316.
- (42) داليا عثمان ابراهيم، "صورة العلاقات الزوجية في المسلسلات التلفزيونية المصرية والتركيبة دراسة مقارنة " المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة كلية الاعلام قسم الاذاعة والتلفزيون، العدد 7، يوليو – سبتمبر 2016، ص ص 575-626.
- (43) غادة موسى ابراهيم، "صورة الشرطة كما تعكسها صحافة المواطن واتجاهات الجمهور نحوها بعد ثورة 30 يونيو" المجلة المصرية لبحوث الاعلام جامعة القاهرة كلية الاعلام العدد 56 ، يوليو – سبتمبر 2016، ص ص 683-740.