

الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ لدى جمهور العاصمة بغداد

The Mental Image of Iraqi Women After 2003 Among the Audience of Baghdad

م.د. هناء كاظم كاصد

قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة الانبار

Dr. Hanaa Kadum Kassed

Department of Media,, College of Art , University of Anbar, Ramadi , Iraq

hanaa.kadum@uoanbar.edu.iq

المستخلص :

شاركت المرأة منذ القدم مع الرجل في جميع مراحل الحياة وفي شتى المجالات، وساعدت في خلق المجتمعات بالتالي اثبتت قدرتها كونها الفاعلة الاجتماعية ليس لكونها نصف المجتمع وحسب بل هي المدرسة الاولى للمجتمع باسره، ونظرا لان المرأة العراقية عانت الكثير حيث لعبت عوامل عديدة في تقليص حجم مشاركتها في الحياة لذلك ركز هذا البحث على دراستها. ويهدف هذا البحث الى الكشف عن دراسة جديدة علمية لصورة المرأة العراقية لدى الجمهور العراقي خصوصا بعد ٢٠٠٣، فضلا عن المساهمة في الكشف عن صورة المرأة العراقية كما ابرزتها وسائل الاعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي. اعتمد البحث على المنهج الوصفي واستعان باستمارة استبيان تم تطبيقها على عينة قصدية قوامها (١٦٠) وزعت على جمهور مدينة بغداد بقضاءي الكرخ والرصافة من الذكور والاناث من الذين أعمارهم (٢٠ عام فأكثر). وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج

اهمها: ان الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ كانت محايدة، فضلا عن وجود علاقة طردية بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ ومشاركتها في المجالات (الاجتماعية - الاقتصادية - السياسية).

الكلمات المفتاحية : الصورة الذهنية - المرأة العراقية - جمهور بغداد - وسائل الاعلام - مواقع التواصل الاجتماعي

Abstract:

Since ancient times, women have participated alongside men in all stages of life and across various fields, contributing to the creation of societies. Thus, they have proven their capabilities as active social agents—not only because they represent half of society but also because they serve as the first school for the entire community. Given that Iraqi women have endured significant hardships, with various factors limiting their participation in life, this research focuses on studying their role and representation.

The study aims to present a new scientific analysis of the image of Iraqi women as perceived by the Iraqi public, especially after 2003. Additionally, it seeks to explore how traditional media and social media platforms have portrayed Iraqi women. The research adopts a descriptive methodology and uses a questionnaire distributed to a purposive sample of 160 participants in Baghdad's Karkh and Rusafa districts, consisting of males and females aged 20 and above.

The study's findings include the following key results: the mental image of Iraqi women after 2003 was neutral, and there is a positive correlation between the mental image of Iraqi women after 2003 and their participation in social, economic, and political fields.

Keywords: Mental Image – Iraqi Women – Baghdad Audience – Media – Social Media

المبحث الاول : الاطار المنهجي :

اولا: مشكلة البحث:

يعد الاهتمام بصورة المرأة مجالا مهما حيث لم يعد ترفا بل اصبح من اساسيات التنمية في أي مجتمع، حيث تقاس تنمية المجتمع بمشاركة المرأة في جميع جوانب الحياة باعتبارها نصف المجتمع ومسؤولة عن تربية النشء وامكانية مشاركتها في النهوض بالمجتمع، وهناك العديد من المراكز والمؤسسات البحثية التي اصبحت مهتمة بصورة المرأة. ونظرا لان المرأة العراقية عانت الكثير حيث لعبت عوامل عديدة في تقليص حجم مشاركتها في الحياة منها الحروب التي خاضها العراق والحصار الاقتصادي وما تلاها من عوامل اخرى ادت الى تقليص دورها، ولم يظهر دور المرأة العراقية في جميع جوانب الحياة الا بعد احداث ٢٠٠٣. لذا شكل موضوع صورة المرأة العراقية ما بعد احداث ٢٠٠٣ بؤرة اهتمام كبيرة نظرا لمكانة المرأة في المجتمع كركيزة رئيسية من ركائزه بالتالي صورتها الايجابية تعزز موقعها ومكانتها ويجعلها تأخذ مكانها الصحيح في تطوير المجتمع. ومن هنا تحددت مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الاتي : ما الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ لدى جمهور العاصمة بغداد؟

ثانيا: اهمية البحث :

ويستمد البحث أهميته من:

- الاهمية العلمية : فتتمثل بالفائدة العلمية التي سيقدمها هذا البحث للمكتبات العلمية وللباحثين حول دراسة صورة المرأة في المجتمعات المتغيرة، خصوصا وان العراق شهد تغيرات ابرزها التحول الى النظام الديمقراطي. كما ان اهميته تأتي لاتساع دور المرأة بعد احداث ٢٠٠٣ وتأثير هذه الادوار على صورتها، مما يعني وضعه موضع الاهتمام في الابحاث العلمية في المدى القريب وتطوير دراسات اخرى عن المرأة العراقية .
- اما الاهمية المجتمعية : يعد بحث صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ من الضرورات البحثية، كونها لعبت دور كبير في المجتمع العراقي اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا، بالتالي فالبحث يسلط الضوء على دور المرأة العراقية في مجتمع عانى من تحولات جذرية، فضلا عن اسهامه في فهم تأثير هذه التحولات على وضع المرأة العراقية مما يساعد على تحسين دورها في بناء مجتمع مزدهر، وتحديد المجالات التي تحتاجها المرأة لتعزيز دورها في كافة المجالات.

ثالثاً: اهداف البحث :

انطلاقاً من المشكلة البحثية فإن البحث يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي :

- التعرف على مستويات مشاركة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ في المجال (الاجتماعي- الاقتصادي - السياسي) من وجهة نظر الجمهور.
- التعرف على دور وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣.
- التعرف على رأي الجمهور (الصورة الذهنية) للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣.
- التعرف على الفروق بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ والمعلومات الديموغرافية على وفق متغير (الجنس - العمر - الحالة الاجتماعية- القضاء - المستوى التعليمي).
- التعرف على مستويات العلاقة الارتباطية بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ ومشاركتها في المجتمع العراقي وفق المجالات (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية).
- التعرف على مستويات العلاقة الارتباطية بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق دور وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه :

اعتمد البحث على البحوث الوصفية التي يمكن من خلالها الاهتمام بالظروف والعلاقات ووجهات النظر والقيم والاتجاهات والتيارات عند الناس والتأثيرات التي يتوقعها الافراد فضلاً عن دراسة العلاقة بين ما هو كائن وبين الاحداث السابقة والتي قد تؤثر على الاحداث الراهنة. وللبحوث الوصفية انواع حسب الغرض واسلوب جمع البيانات او اختيار العينة او خطوات البحث ، واكثرها شيوعاً واستخداماً هو المنهج المسحي والذي يستخدم بصورة عامة في الاستبيان والمقابلات والملاحظات لجمع المعلومات بالتالي يقدم لنا معلومات ذات قيمة عالية جداً (النعمي واخرون، ٢٠١٥، الصفحات ٢٢٧ - ٢٣١) ، بالتالي فان هذا المنهج هو الافضل لمسح جمهور مدينة بغداد في محاولة التعرف على صورة المرأة العراقية في المجتمع العراقي سيما بعد ٢٠٠٣.

خامسا: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث "جميع مفردات او وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة او مجموعة من الافراد في منطقة ما" (النعمي واخرون، ٢٠١٥، صفحة ٧٧) ويتمثل مجتمع هذا البحث بجمهور مدينة بغداد بقضاء الكرخ وقضاء الرصافة من الذكور والاناث، لان مدينة بغداد من اكبر المدن العراقية من حيث اعداد السكان، فضلا عن تمتعها بتنوع وتشكل سكانها من حيث سماته ومستوياته وأطيافه وقومياته، واخيرا اغلب سكان مدينة بغداد ترجع اصولهم الى محافظات العراق جميعها. اما عينة البحث فتمثلت بالعينة القصدية

"وهنا يعتمد الباحث اختيار وحدات معينة يجمع منها البيانات ويستثنى غيرها" (الحمداني واخرون، ٢٠٠٦، صفحة ٢٠٦). وحددت العينة بشكل قصدي لجمهور الرصافة والكرخ من مدينة بغداد حيث كان المجموع الكلي لقضاء الكرخ (٧٥) اما قضاء الرصافة فكان (٨٥) ، بالتالي اجريت الدراسة على عينة بلغت (١٦٠) من كلتا القضاة، علما هناك شروطا علمية تحدد حجم كل عينة وفق طبيعة كل دراسة، فاذا كان حجم العينة صغير فمبدئيا يجب الا يقل عن ثلاثين مفردة، اما اذا كان حجم العينة كبير فيجب ان لا يقل عن مائة مفردة، وفي البحوث المسحية يجب الا يقل حجم العينة عن 100 فردا (التائب، ٢٠١٨، صفحة ١٧٣) .

سادسا: حدود البحث :

المجال المكاني: ويقصد به المنطقة الجغرافية التي يقع فيها البحث، وتمثلت ببحثنا مدينة بغداد.

المجال البشري : ونعني به عينة البحث وتمثلت بجمهور مدينة بغداد بقضاء الكرخ والرصافة من الذكور والاناث من الذين أعمارهم (٢٠ عام فأكثر).

المجال الزمني: تحدد المجال الزمني للبحث من ٢٠٢٤/٨/٣ الى ٢٠٢٤/٨/٢٣ وهي المدة التي قضاها الباحث في جمع البيانات من العينة، بدءا من توزيع استمارة الاستبيان الكترونيا ومن ثم يدويا بعد اسبوعين من ارسالها الكترونيا نتيجة لضعف الاستجابة، وقد تم استبعاد عدد من استمارات المبحوثين لنقص الاجابة عن كامل تساؤلاتها.

سابعاً: الصدق والثبات:

اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري "وهو الذي يعبر عن اتفاق المحكمين او المبحوثين على ان المقياس او الاداة صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي اعدت من اجله" (عبد الحميد، ٢٠٠٠، صفحة ٤٣٠) بالتالي تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من الخبراء والمتخصصين في مجال الاعلام والبالغ عددهم (٥)* والذين قرروا مجموعة من الملاحظات وقد قامت الباحثة بوضعها في الاعتبار وتعديلها والابقاء على الاسئلة التي حصلت على نسبة (٧٠%) بالتالي اعتمدت هذه النسبة معيارا لصلاحيتها. اما الثبات هو " الوصول الى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس الافراد في نفس المواقف او الظروف" (عبد الحميد، ٢٠٠٠، صفحة ٤١٩) . وفي البحث الحالي عمدت الباحثة الى استخراج الثبات بطريقتي الاتساق الداخلي (باستخدام الفا كرونباخ) وإعادة الاختبار (باستخدام معامل الارتباط بيرسون)، حيث كانت معاملات الثبات في الجدول ادناه جيدة ويمكن الركون اليها . كما في الجدول (١) .

جدول (١) يوضح معامل الثبات				
الاختبار	عدد الفقرات	قيمة الثبات كرونباخ	معادلة الارتباط بيرسون بين التطبيق الأول والثاني	
المجال الاجتماعي	7	0.59	0.74	
المجال الاقتصادي	7	0.72	0.84	
المجال السياسي	7	0.66	0.79	
المقياس كله	21	0.67	0.83	

* تم عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمتخصصين وهم كل من : أ.د حافظ ياسين الهيتي/ جامعة الانبار -كلية الاداب - قسم الاعلام. أ.د محمد جواد زين الدين/الجامعة العراقية- كلية الاعلام- قسم العلاقات العامة. أ.د محمد حامد عبد الجابري/جامعة الانبار -كلية الاداب - قسم الاعلام. أ.د مهدي محمد عبد الستار النعيمي -جامعة ديالى-كلية التربية الاساسية - قسم الارشاد النفسي والتوجيه التربوي . أ.م.د لانه صابر محمد سعيد/جامعة السليمانية /كلية العلوم الانسانية/ قسم العلاقات العامة .

ثامنا: مصطلحات البحث :

- الصورة الذهنية : " هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد أو الجماعات ازاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة" (عجوة، ٢٠٠٢، ص ٩).
- المرأة العراقية : وهي (الام -الابنة - الزوجة- الموظفة) تلك الفاعلة الاجتماعية ليس لكونها نصف المجتمع وحسب بل هي المدرسة الاولى للمجتمع باسره، والمساهمة الفاعلة في مختلف المجالات.
- احداث ٢٠٠٣: هو العام الذي احتل العراق فيه من قبل القوات الامريكية ، وجرت احداث كثيرة كان لها الوقع على المواطن العراقي، واهم هذه الاحداث هي الاسهام بالمشاركة السياسية وعملية صنع القرار للمواطن العراقي بشكل عام وللمرأة بشكل خاص (خليل، ٢٠١٨، صفحة ٤٢٣) .

تاسعا: دراسات سابقة :

- ١- دراسة Mekki Klaina (٢٠٢٤): وبحثه بعنوان (The Image of the Muslim Woman in Western Thought) الذي هدف الى الكشف عن صورة المرأة المسلمة في الفكر الغربي والذي ركز على ثلاث ادعاءات وهي : اللباس الاسلامي، العنف ضد المرأة واخيرا التمييز بين الجنسين. واستخدم الباحث المنهج التحليلي النقدي، واهم ما وصل اليه البحث تصوير الحجاب في الغرب كرمز للقمع، وان قضايا العنف المنزلي والتمييز بين الجنسين منتشرة عالمياً وليست مقتصرة على المجتمعات الإسلامية.
- ٢- دراسة Dr. Suhad Adnan Challoop (٢٠٢٢) : جاءت هذه الدراسة بعنوان (The Image Of Iraqi Women During Peaceful Demonstrations In Local Satellite Channels, A Study Of The Trends Of Academic And Cultural Elites) التي هدفت معرفة صورة المرأة العراقية وكيف عكستها القنوات الفضائية العراقية (دجلة، الشرقية، الرشيد) خلال التظاهرات السلمية من وجهة نظر النخب الأكاديمية والثقافية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي مستخدم استمارة الاستبيان والمقابلة على عينة بلغت (١٠٠) شخصية من هذه النخب وفق طريقة العينة المتوفرة، ما اهم ما توصل اليه البحث عكس الفضائيات العراقية الصورة الايجابية للمرأة العراقية خلال مشاركتها للمظاهرات السلمية، وابرز عناصر صورة المرأة كانت كمسغفة لجرحي التظاهرات ومحفزة لهم، كما ساهم طرق تنوع البث التلفزيوني في خلق صورة جديدة للمرأة العراقية.

٣- دراسة د. سلام نصرالدين محمد ود. لانه صابر محمد سعيد (٢٠٢٢) : درس هذا البحث عن صورة المرأة الكوردية التي تظهر في اعلانات القنوات الفضائية الكوردية، واعتمد البحث على المنهج الوصفي باستخدام اسلوب مسحي لتحليل محتوى الرسائل الاعلانية على شاشات القنوات التلفزيونية الفضائية لشهر واحد والبالغ عددها ٢٨ رسالة اعلانية وكانت ابرز النتائج التي توصل لها البحث هي: دور المرأة كربة بيت والاهتمام بالشؤون المنزلية، وقلة الاهتمام بالملابس الكوردية ويعود هذا الى عدم الاهتمام من قبل فئة الشباب الكوردي بارتداء الملابس الكوردية الا في المناسبات الخاصة والعامة.

٤- دراسة د. هالة الطلحاتي (٢٠١٢) : درست تحليل وتوصيف الصورة الذهنية للمرأة المصرية والتونسية في وسائل الاعلام العربية بعد ثورات الربيع العربي والواقع الفعلي لها، واستخدم البحث المنهج المسحي لجمع وتطبيق وتحليل المعلومات للتوصل الى نتائج تفسر الظاهرة المدروسة من خلال استمارة الاستبيان على عينة عشوائية موزعة على ١٠٠ مفردة من الجمهور المصري و ١٠٠ مفردة من الجمهور التونسي، وتوصل البحث لعدة نتائج اهمها: الصور السلبية المقدمة عن المرأة جاء بالترتيب الاول حالات التحرش والثاني المطالبة بزواج القاصرات والثالث الرغبة في تراجع دور المرأة لدى التيارات الاسلامية والرابع ربط قضية حقوق المرأة بالأنظمة السابقة واخيرا وضع المرأة لم يتحسن بالرغم من مشاركتها الفاعلة منذ بداية الثورة. اما الصور الايجابية المقدمة عن المرأة جاء بالترتيب الاول مطالبتها بكل حقوقها والثاني ضرورة وجودها في منظومة التطور كونها شريك اساسي في المجتمع والثالث التأكيد على تكوين احزاب نسوية لدعم قضايا المرأة.

علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية :

تبين من الدراسات السابقة الذي تناول الصورة الذهنية للمرأة ما يلي :

- ١- اهتمام العديد من الباحثين بدراسة وتكوين الصورة الذهنية للمرأة وهو ما يعزز اهمية البحث ومدى الحاجة اليه.
- ٢- استفاد البحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث واهدافه ومنهجه بما يحقق اهداف البحث عن طريق الاجابة عن تساؤلاتها.
- ٣- لم نجد في الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها بحث يتناول الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد احداث ٢٠٠٣.

٤- ركزت الدراسات السابقة على العلاقة بين صورة المرأة ووسائل الاعلام او صورة المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي، ولم تؤخذ الاثنيين معا (وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي) لدراسة صورة المرأة.

المبحث الثاني: فاعلية الوسائط الاتصالية بتشكيل الصورة الذهنية للمرأة

اولا: الصورة الذهنية :

تلعب الصورة الذهنية دورا مهم في تكوين وتشكيل الآراء والاتجاهات واتخاذ القرارات ومن بين هذه الصور صورة المرأة التي لا تعبر عن الدور الحقيقي عن واقع المرأة في المجتمع العربي والتحديات التي تواجهها، بالتالي اصبح مفهوم الصورة الذهنية يحظى باهتمام العديد من الباحثين في حقل الدراسات الإعلامية نظرا لدورها المهم الذي تقوم به الصورة الذهنية في التأثير على مختلف المجالات في عصرنا الحالي (مروى، ٢٠٢٣، صفحة ٢٦) (مروى، ٢٠٢٣، ص٢٦). فبالرغم من تعدد مجالات المرأة حيث شغلت وظائف حكومية ودخلت مجال الاعمال الحرة وغيرها من الامور فان هناك غموض واضح لصورتها في مجالات اخرى وهذا بدوره لا يعكس مكانتها الحقيقية في المجتمع (ريم، ٢٠١٤، صفحة ١٠٧) . تعد الصورة الذهنية "النواتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد أو الجماعات ازاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو مناشاة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة" (عجوة، ٢٠٠٢، صفحة ٩) . بهذا فالصورة الذهنية الانطباع الذي يتكون لدى الفرد عن الاشياء المحيطة به نتيجة تفاعل عناصر المعرفة والادراك (مروى، ٢٠٢٣، صفحة ٢٧) . من ذلك نستنتج ان الصورة الذهنية "مجموعة الاحكام والتصورات والانطباعات القديمة المتوارثة والجديدة المستحدثة الايجابية منها والسلبية ، التي يأخذها شخص او جماعة او مجتمع عن اخر ، ويستخدمها منطلقا واساسا لتقييمه، ولتحديد موقفه وسلوكه ازاء الصورة الذهنية شديدة الصلة بالموقف" (ريم، ٢٠١٤، صفحة ١٠٩) . ومن الامور التي يجب توضيحها ان لكل موقف نمر به صورة ذهنية محفوظة في العقل قد تكون مطابقة او غير مطابقة للواقع أي قد تكون حقيقة او مجحفة للواقع (ريم، ٢٠١٤، صفحة ١١١) . وتحدد سمات الصورة الذهنية : بقدرة الإنسان الحسية على استيعاب المثير أو التعرض له، تختلف من فرد الى اخر الا انها تتقارب في تكوين صورة ذهنية لجماعة او مجتمع ما وهذا يعود الى القدرات الحسية المختلفة للأفراد واخيرا الصورة الذهنية متغيرة وهذا التغيير نتيجة تفاعلها مع مثير جديد (مروى، ٢٠٢٣، صفحة ٢٩) .

ثانيا : دور وسائل الاعلام في تشكيل صورة المرأة العربية:

تحظى دراسة الاتجاهات والصور التي تشكلها وسائل الاعلام لدى الجمهور اهتمام الباحثين لمعرفة ابعادها وتأثيراتها سلبا وايجابا، فما تتناوله وسائل الاعلام في تغطيتها للأحداث وما تتضمنه من تأييد او معارضة يشكل صورا ذهنية ومواقف لدى الراي العام. من هذا المنطلق شهدت العقود الاخيرة من القرن العشرين انتشار لمفهوم الصورة الذهنية في اطار الدراسات الاجتماعية والسياسية وعلى وجه الخصوص دراسات الاتصال والدور الذي تؤديه الصورة في صياغة وتوجيه العلاقة بين افراد المجتمع الواحد او حتى ما بين الامم والشعوب (صبليات، ٢٠١٥، صفحة ١٥١) . كما تعد وسائل الاعلام مصدر مهم لتشكيل وعي الناس وتسهم في صياغة تصورات ومفاهيم عامة لتثبيتها في مجتمع معين بالتالي لا يخفى على أحد ما لهذه الوسائل من قوة التأثير على أفكار واتجاهات الناس حيث تبرع في نقل رسالتها لهم ومن بين هذه الصور التي ينقلها الإعلام صورة المرأة العربية (مروى، ٢٠٢٣، صفحة ٤٢) . هذا وتشير بعض الدراسات ان تناول قضايا المرأة في وسائل الاعلام ما زال يعاني من مشكلات حيث يركز على ابراز دور المرأة التقليدي ولا يرتقي الى مستوى التحولات التي شهدتها الساحة من انجازات خلال اواخر القرن العشرين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة الثقافية والابداعية والاجتماعية (ورقلة، ٢٠١٨، صفحة ١٣٢) . عند النظر بتمعن في وسائل الاعلام العربية نرى صورتين متناقضتين عن المرأة، فالأولى ترسمها بشكل من التخلف والتهميش تماشيا مع الصورة التي ترسمها العولمة، والثانية ترسمها بشكل من التسبب والانفلات تماشيا مع العصرنة والادعاء بان هذا هو حرية المرأة وحقوقها (ريم، ٢٠١٤، صفحة ١٠٦) . ومن المؤسف ما زلنا الى يومنا هذا نرى بان صورة المرأة في وسائل الاعلام لا تعبر عما وصلت اليه المرأة في مسيرتها على مستوى المجتمع العربي، كما تميل في بعض المواقف الى التركيز على النماذج السلبية ، بالتالي يجب مراعاة اعطاء صورة متوازنة عن المرأة في الاعلام وابراز دورها في المجتمع من خلال عرض نماذج مشرفة لها في المجالات كافة للتأكد من ان صوت المرأة يجد من يسمعه (ورقلة، ٢٠١٨، الصفحات ١٣١ - ١٣٣) .

ثالثا : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة العربية:

مع الألفية الثالثة تمكنت شبكة الانترنت من خلال تطبيقات الويب الحديثة 0.2 من ظهور الإعلام الجديد والذي كانت مواقع التواصل الاجتماعي من اهم مظاهره، ساعدت هذه المواقع الأفراد عبر مختلف بقاع العالم من التواصل مع بعضهم البعض، لذلك لم يعد الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الثورة الرقمية عن الصلة بين الناس فقط بل اصبح المثار حول قدرتها في تسويق مجموعة من الافكار والموضوعات والصور (خلة، ٢٠٢٢، صفحة ٦٠٥) . وبما ان الاعلام ابرز المصادر الرئيسية على اختلاف وسائله لتوجيه المجتمع وتكوين

مواقفهم الاجتماعية والفكرية والسياسية، فضلا عن توجيهه نحو سلوكيات تسهم في تطوير المجتمع، بالتالي لم يقتصر هذا الدور على هذه الوسائل التقليدية بل امتد ليشمل الاعلام الجديد حيث كونت شبكة الانترنت في ايجاد شكل جديد من الاعلام تعددت مسمياته لدى الاعلاميين الذي اطلقوا عليه (الاعلام الجديد، الاعلام البديل الذي يشمل الشبكات الاجتماعية، المدونات... الخ) بالتالي زاد هذا التأثير الاعلامي لشبكة الانترنت خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والتي اصبح لها دور كبير في تشكيل اتجاهات ووعي المجتمع نحو مختلف القضايا (شاهين، ٢٠١٥، صفحة ٤١١). تهتم وسائل الاعلام بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص بموضوعات المرأة وقضاياها وتعمل بجد الى دعمها وحمايتها في المجتمع من اجل حياة افضل، كما ان الاعلان العالمي لحقوق الانسان ركز على حقوق المرأة ودورها في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وحققها في اتخاذ القرارات وعليه تحققت علاقة وثيقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمرأة ودورها في بناء المجتمع (عبود، ٢٠٢٢، صفحة ٧٠١).

المبحث الثالث : التحليل الاحصائي لإجابات المبحوثين :

بعد جمع عينة البحث تم تفرغ البيانات ومعالجتها بواسطة برنامج الحقيبة الاحصائية SPSS من اجل تحقيق الهدف وهو التعرف على صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ .

المحور الأول: خصائص عينة البحث :

أولاً: النوع الاجتماعي: يوضح جدول (٢) التكرارات على وفق متغير النوع لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات الملاحظة والتكرارات المتوقعة وقيمة اختبار كاي. حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥، مما يشير الى وجود فروق دالة احصائية بين تكرارات الذكور والاناث ولصالح الاناث. علماً ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ .

جدول (٢) التوزيع التكراري لمتغير النوع						
النوع	التكرار	النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	التكرار المتوقع	قيمة اختبار كاي	مستوى الدلالة
	Frequency	Percent	Observed N	Expected N	Chi-Square	
الذكور	55	34.4	55	80.0	15.625 ^a	دالة عند

مستوى ٠,٠٥		80.0	105	65.6	105	الاناث
			160	100.0	160	Total

ثانيا: الفئات العمرية: يوضح جدول (٣) التكرارات على وفق متغير العمر لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات الملاحظة والتكرارات المتوقعة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي غير دالة عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى عدم وجود فروق على وفق متغير العمر بين افراد العينة . علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٧,٨١.

جدول (٣) التوزيع التكراري لمتغير العمر						
مستوى الدلالة	قيمة اختبار كاي Chi- Square	التكرار المتوقع Expected N	التكرار الملاحظ Observed N	النسبة المئوية Percent	التكرار Frequency	العمر
غير دالة عند مستوى ٠,٠٥	1.050 ^a	40.0	39	24.4	39	من ٢٩-٢٠ سنة
		40.0	40	25.0	40	من ٣٩-٣٠ سنة
		40.0	45	28.1	45	من ٤٩-٤٠ سنة
		40.0	36	22.5	36	50 سنة فما فوق
			160	100.0	160	Total

ثالثا: الحالة الاجتماعية: يوضح جدول (٤) التكرارات على وفق متغير الحالة الاجتماعية لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات الملاحظة والتكرارات المتوقعة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي دالة عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى وجود فروق على وفق متغير الحالة الاجتماعية بين افراد العينة

ولصالح المتزوجين والمتزوجات. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٧,٨١

جدول (٤) التوزيع التكراري لمتغير الحالة الاجتماعية						
مستوى الدلالة	اختبار قيمة كاي Chi- Square	التكرار المتوقع Expected N	التكرار الملاحظ Observed N	النسبة المئوية Percent	التكرار Frequency	الحالة الاجتماعية
دالة عند مستوى ٠,٠٥	152.950 ^a	40.0	45	28.1	45	غير متزوج/ة
		40.0	102	63.7	102	متزوج/ة
		40.0	8	5.0	8	ارمل/ة
		40.0	5	3.1	5	مطلق/ة
			160	100.0	160	Total

رابعا: القضاء: يوضح جدول (٥) التكرارات على وفق متغير القضاء لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات الملاحظة والتكرارات المتوقعة وقيمة اختبار كاي. حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي غير دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى عدم وجود فروق دالة احصائية بين تكرارات القضاء (الكرخ- الرصافة). علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ .

جدول (٥) التوزيع التكراري لمتغير القضاء						
مستوى الدلالة	اختبار قيمة كاي Chi- Square	التكرار المتوقع Expected N	التكرار الملاحظ Observed N	النسبة المئوية Percent	التكرار Frequency	القضاء (الكرخ- الرصافة)
غير دالة عند مستوى ٠,٠٥	0.625 ^a	80.0	75	46.9	75	الكرخ
		80.0	85	53.1	85	الرصافة
			160	100.0	160	Total

خامسا: المستوى التعليمي: يوضح جدول (٦) التكرارات على وفق متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات والملاحظة والتكرارات المتوقعة وقيمة اختبار كاي. حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي دالة عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى وجود فروق على وفق متغير المستوى التعليمي بين افراد العينة ولصالح مستوى البكالوريوس. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٧,٨١.

جدول (٦) التوزيع التكراري لمتغير المستوى التعليمي						
المستوى التعليمي	التكرار Frequency	النسبة المئوية Percent	التكرار الملاحظ Observed N	التكرار المتوقع Expected N	قيمة اختبار كاي Chi-Square	مستوى الدلالة
ابتدائية	1	.6	1	20.0	131.700 ^a	دالة عند مستوى ٠,٠٥
متوسطة	9	5.6	9	20.0		
اعدادية	19	11.9	19	20.0		
دبلوم	17	10.6	17	20.0		
بكالوريوس	64	40.0	64	20.0		
دبلوم عالي	6	3.8	6	20.0		
ماجستير	21	13.1	21	20.0		
دكتوراه	23	14.4	23	20.0		
Total	160	100.0	160			

المحور الثاني: المحور الاجتماعي: وفي خطوة تحليلية أخرى قدمت الباحثة جدولاً وضح فيه تكرارات إجابات افراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس وتكراراتها والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي لكل منها علما ان الوسط الفرضي للفقرة هو 2 وكل فقرة متوسطها اكبر من 2 يدل على الفقرة ذات مشاركة عالية، والجدول (٧) يوضح ان فقرة (عمل المرأة يساعد على حل المشكلات المادية في الاسرة) جاءت أولا بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٦ فيما جاءت الفقرة (المرأة لا تصلح الاربعة بيت) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٢٣ .

جدول (٧) المحور الاجتماعي							
الوسط الحسابي	لا اتفق		محايد		اتفق		ت مشاركة المرأة العراقية في المجال الاجتماعي
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
2.30625	٢٠,٦	٣٣	٢٦,٩	٤٣	٥٢,٥	٨٤	١ يضمن المجتمع العراقي تحقيق الاحترام وتقدير الاخرين للمرأة
2.66875	٧,٥	١٢	١٨,١	٢٩	٧٤,٤	١١٩	٢ تأمين تكافؤ الفرص التعليمية للمرأة .
2.45625	١٦,٩	٢٧	٢٠,٦	٣٣	٦٢,٥	١٠٠	٣ تأمين تكافؤ الفرص في العمل للمرأة .
2.74375	٦,٩	١١	١١,٩	١٩	٨١,٢	١٣٠	٤ تعتقد أن هناك حاجة لتحسين حقوق المرأة في مجتمعك
2.3625	١٩,٤	٣١	٢٥,٠	٤٠	٥٥,٦	٨٩	٥ حرية التعبير عن الراي
2.7625	٤,٤	٧	١٥,٠	٢٤	٨٠,٦	١٢٩	٦ عمل المرأة يساعد على حل المشكلات المادية في الاسرة
1.2375	٨٤,٤	١٣٥	٧,٥	١٢	٨,١	١٣	٧ المرأة لا تصلح الاربعة بيت

المحور الثالث: المحور الاقتصادي : الجدول (٨) يوضح تكرارات إجابات افراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس وتكراراتها والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي لكل منها علما ان الوسط الفرضي للفقرة هو 2 وكل فقرة متوسطها اكبر من 2 يدل على الفقرة ذات مشاركة عالية. بالتالي ظهرت ان فقرة (تيسير وصول المرأة الى الموارد المالية والقروض كالقروض بدون فوائد او القروض بدون ضمانات وتبسيط الإجراءات الخاصة بالمرأة) جاءت أولا بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٦ فيما جاءت الفقرة (تدني وضعف المبادرة لدى المرأة العراقية من اهم اسباب ضعفها في المجال الاقتصادي) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٢٣.

جدول (٨) المحور الاقتصادي							
الوسط الحسابي	لا اتفق		محايد		اتفق		ت مشاركة المرأة العراقية في المجال الاقتصادي
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
2.30625	١٠,٦	١٧	٢٨,٨	٤٦	٦٠,٦	٩٧	١ تزايد المشاريع الاقتصادية التي تمتلكها المرأة
2.66875	١٧,٥	٢٨	٤٠,٦	٦٥	٤١,٩	٦٧	٢ محدودية الأنشطة الاقتصادية للمرأة مما

							يؤدي الى احباطها	
2.45625	١٨,٨	٣٠	٢١,٨	٣٥	٥٩,٤	٩٥	كثرة مسؤوليات المرأة تشكل عائقا امام مشاركتها في الحياة الاقتصادية	٣
2.74375	٣,١	٥	١١,٣	١٨	٨٥,٦	١٣٧	التكنولوجيا توفر فرصا جديدة للنساء لتمكينها اقتصاديا في مجال التسويق وتسهيل عملها عن بعد	٤
2.3625	١٩,٤	٣١	٢٥,٠	٤٠	٥٥,٦	٨٩	دعم دخول المرأة في القطاع الخاص	٥
2.7625	٤,٤	٧	١٥,٠	٢٤	٨٠,٦	١٢٩	تيسير وصول المرأة الى الموارد المالية والقروض (كالقروض بدون فوائد او القروض بدون ضمانات وتبسيط الإجراءات الخاصة بالمرأة)	٦
1.2375	٨٤,٤	١٣٥	٧,٥	١٢	٨,١	١٣	تدني وضعف المبادرة لدى المرأة العراقية من اهم اسباب ضعفها في المجال الاقتصادي	٧

المحور الرابع: المحور السياسي : جدول (٩) يوضح تكرارات إجابات افراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس وتكراراتها والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي لكل منها علما ان الوسط الفرضي للفقرة هو 2 وكل فقرة متوسطها اكبر من 2 يدل على الفقرة ذات مشاركة عالية. بالتالي ظهرت ان الفقرتان (للمرأة العراقية دور سياسي في البرلمان العراقي) و(للمرأة العراقية دور سياسي في مجالس المحافظات) جاءت أولا بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٦ فيما جاءت الفقرة (المرأة لا تصلح الا للعمل بالتدريس والتمريض) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٤٠.

جدول (٩) المحور السياسي								
الوسط الحسابي	لا اتفق		محايد		اتفق		مشاركة المرأة العراقية في المجال السياسي	ت
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.875	٤٠,٦	٦٥	٣١,٣	٥٠	٢٨,١	٤٥	تتولى المرأة رئاسة الجمهورية	١
1.81875	٤٢,٥	٦٨	٣٣,١	٥٣	٢٤,٤	٣٩	تتولى المرأة رئاسة الوزراء	٢

2.075	٣٢,٥	٥٢	٢٧,٥	٤٤	٤٠,٠	٦٤	٣	تتولى المرأة الوزارات السيادية
1.9875	٣٥,٠	٥٦	٣١,٣	٥٠	٣٣,٨	٥٤	٤	تتولى المرأة قيادة حركات المعارضة مستقبلا
2.26875	٢٤,٤	٣٩	٢٤,٤	٣٩	٥١,٢	٨٢	٥	للمرأة العراقية دور سياسي في البرلمان العراقي
2.2625	٢٣,١	٣٧	٢٧,٥	٤٤	٤٩,٤	٧٩	٦	للمرأة العراقية دور سياسي في مجالس المحافظات
1.4000	٧٣,٨	١١٨	١٢,٥	٢٠	١٣,٧	٢٢	٧	المرأة لا تصلح الا للعمل بالتدريس والتمريض

المحور الخامس: ويتكون من :

اولا: محور دور وسائل الاعلام في تشكيل صورة المرأة العراقية :

الجدول (١٠) يوضح دور وسائل الاعلام في تشكيل صورة المرأة العراقية ويتضمن تكرارات إجابات افراد العينة على كل فقرة من فقرات الاستبانة تكراراتها والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي لكل منها علما ان الوسط الفرضي للفقرة هو 2 وكل فقرة متوسطها اكبر من 2 يدل على الفقرة ذات دور كبير. بالتالي ظهرت ان الفقرتان (أسهمت في تغيير تصورات وانطباعات سابقة تجاه المرأة العراقية) و (رفع الوعي في تمكين المرأة في المجتمع للقضاء على الافكار والمعتقدات القديمة التي ساهمت في التقليل من شأن المرأة العراقية) جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ٢,٤٠ فيما جاءت الفقرة (تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة ترفيحية) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٤ .

جدول (١٠) دور وسائل الاعلام في تشكيل صورة المرأة العراقية								
الوسط الحسابي	لا اتفق		محايد		اتفق		الفقرة	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
2.25	١١,٢	١٨	٥٢,٥	٨٤	٣٦,٣	٥٨	١	يعزز دور المرأة العراقية في المجتمع
2.26875	١٧,٥	٢٨	٣٨,١	٦١	٤٤,٤	٧١	٢	توعية المرأة العراقية بدورها الريادي في

							المجتمع	
2.3625	١٠,٦	١٧	٤٢,٥	٦٨	٤٦,٩	٧٥	أسهمت في تكوين تصورات وانطباعات جديدة ازاء المرأة العراقية	٣
2.4	٧,٥	١٢	٤٥,٦	٧٣	٤٦,٩	٧٥	أسهمت في تغيير تصورات وانطباعات سابقة تجاه المرأة العراقية	٤
2.4	١١,٢	١٨	٤٣,٨	٧٠	٤٥,٠	٧٢	رفع الوعي في تمكين المرأة في المجتمع للقضاء على الافكار والمعتقدات القديمة التي ساهمت في التقليل من شان المرأة العراقية	٥
2.3375	٧,٥	١٢	٥١,٢	٨٢	٤١,٣	٦٦	تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة دعائية	٦
٠.2.3	١١,٢	١٨	٧٤,٥	٧٦	٤١,٣	٦٦	تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة جادة	٧
2.24375	١٣,٨	٢٢	٤٨,١	٧٧	٣٨,١	٦١	تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة ترفيهية	٨
2.35625	٧,٥	١٢	٤٩,٤	٧٩	٤٣,١	٦٩	تسهم في الحصول على الآراء والمعلومات فيما يخص قضايا المرأة العراقية	٩
2.30625	١٣,١	٢١	٤٣,١	٦٩	٤٣,٨	٧٠	ساهمت في ظهور شخصيات نسائية اساءت للمرأة العراقية	١٠

ثانيا: محور دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة العراقية :

الجدول (١١) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة العراقية ويتضمن تكرارات إجابات افراد العينة على كل فقرة من فقرات الاستبانة تكراراتها والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي لكل منها علما ان الوسط الفرضي للفقرة هو 2 وكل فقرة متوسطها اكبر من 2 يدل على الفقرة ذات دور كبير. بالتالي ظهرت ان الفقرة (ساهمت في ظهور شخصيات نسائية اساءت للمرأة العراقية) جاءت أولا بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣٨ فيما جاءت الفقرة (تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة جادة) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ٢,١٠.

جدول (١١) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة العراقية							
الوسط الحسابي	لا اتفق		محايد		اتفق		الفقرة
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
2.19375	14.4	23	51.9	83	33.8	54	١ يعزز دور المرأة العراقية في المجتمع
2.15	18.8	30	47.5	76	33.8	54	٢ توعية المرأة العراقية بدورها الريادي في المجتمع
2.30625	10.6	17	48.1	77	41.3	66	٣ أسهمت في تكوين تصورات وانطباعات جديدة ازاء المرأة العراقية
2.2875	11.9	19	47.5	76	40.6	65	٤ أسهمت في تغيير تصو رات وانطباعات سابقة تجاه المرأة العراقية
2.25625	16.3	26	41.9	67	41.9	67	٥ رفع الوعي في تمكين المرأة في المجتمع للقضاء على الافكار والمعتقدات القديمة التي ساهمت في التقليل من شان المرأة العراقية
2.35	8.1	13	48.8	78	43.1	69	٦ تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة دعائية
2.10625	17.5	28	54.4	87	28.1	45	٧ تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة جادة
2.3375	7.5	12	51.2	82	41.3	66	٨ تسهم في تصوير المرأة العراقية بصورة ترفيهية
2.275	11.3	18	50.0	80	38.8	62	٩ تسهم في الحصول على الآراء والمعلومات فيما يخص قضايا المرأة العراقية
2.3875	13.1	21	35.0	56	51.9	83	١٠ ساهمت في ظهور شخصيات نسائية اساءت للمرأة العراقية

المحور السادس: رأي الجمهور في صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣

الجدول (١٢) يوضح رأي الجمهور في صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ ويتضمن تكرارات إجابات افراد العينة على والتكرار والنسبة المئوية وقيمة اختبار كاي التي بلغت ١٠,٩٦٢ وهي اكبر من قيمة كاي الجدولية البالغة ٥,٩٩ عند مستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى وجود فروق في رأي الجمهور في صورة المرأة العراقية ولصالح الاختيار (محايد) أي ان الجمهور لديه صورة محايدة تجاه المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ .

جدول (١٢) راي الجمهور في صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣								
صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣	إيجابية		محايدة		سلبية		قيمة اختبار كاي	مستوى الدلالة
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	دالة عند مستوى ٠,٠٥	
٢٠٠٣	45	28.1	73	45.6	42	26.3	10.962 ^a	

المحور السابع: الفروق بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ والمعلومات الديموغرافية على وفق:

اولاً: النوع الاجتماعي : لتحقيق هذا الهدف تم استعمال الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين درجات قياس مستوى الصورة الذهنية للمرأة العراقية بحسب متغير الجنس وتقييم دلالاته. حيث كانت القيم التائية المحسوبة اصغر من القيمة التائية الجدولية البالغة ١,٩٨٠ عند درجة حرية ١٥٨ ومستوى دلالة ٠,٠٥. وهذا يعني انه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣، بمعنى ان الذكور والاناث لا يختلفون في تقييم الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير النوع ، والجدول (١٣) يوضح ذلك.

جدول (١٣) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين متوسط درجة الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير النوع						
المتغير	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	مستوى الدلالة
الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣	ذكر	55	2.0182	0.80487٠	0.007	غير دالة عند مستوى 0.05
	انثى	105	2.0190	0.70685٠		

ثانياً: الفئات العمرية: ولتحقيق هذا الهدف فقد تم معالجة البيانات احصائياً باستعمال تحليل التباين من الدرجة الاولى للعينات غير المتساوية (One Way ANOVA unequal sample). حيث كانت القيم الفائية

المحسوبة اصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة ٢,٦٧ عند درجتى حرية ٣ - ١٥٦ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى انه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية في قياس الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير العمر، والجدول (١٤) يوضح ذلك .

جدول (١٤) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين متوسط درجة الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير العمر					
المتغير	مصادرالتباين	مجموع التريبعات	درجات الحرية	متوسط مجموع التريبعات	قيمة اختبار F المحسوبة
	Source Of Variance	Sum of Squares	Df	Mean Square	
الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣	بين المجموعات	2.779	3	0.926	1.717
	ضمن المجموعات	84.165	156	٠.540	
	المجموع الكلي	86.944	159		
	Total				

ثالثاً: الحالة الاجتماعية: ولتحقيق هذا الهدف فقد تم معالجة البيانات احصائياً باستعمال تحليل التباين من الدرجة الاولى للعينات غير المتساوية (One Way ANOVA unequal sample). حيث كانت القيم الفائية المحسوبة اصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة ٢,٦٧ عند درجتى حرية ٣ - ١٥٦ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى انه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية في قياس الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير الحالة الاجتماعية والجدول (١٥) يوضح ذلك .

جدول (١٥) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين متوسط درجة الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير الحالة الاجتماعية					
المتغير	مصادرالتباين	مجموع التربيغات	درجات الحرية	متوسط مجموع التربيغات	قيمة اختبار F المحسوبة
	Source Of Variance	Sum of Squares	Df	Mean Square	
الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣	بين المجموعات	.979	3	.326	.592٠
	Between Groups				
	ضمن المجموعات	85.965	156	.551	
	Within Groups				
	المجموع الكلي	86.944	159		
	Total				

رابعاً: القضاء : لتحقيق هذا الهدف تم استعمال الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين درجات قياس مستوى الصورة الذهنية للمرأة العراقية بحسب متغير القضاء وتقويم دلالاته. حيث كانت القيم التائية المحسوبة اصغر من القيمة التائية الجدولية البالغة ١,٩٨٠ عند درجة حرية ١٥٨ ومستوى دلالة ٠,٠٥. وهذا يعني انه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير القضاء ، والجدول (١٦) يوضح ذلك .

جدول (١٦) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين متوسط درجة الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير القضاء						
المتغير	القضاء	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	مستوى الدلالة
الصورة الذهنية	الكرخ	75	2.0933	0.75647	1.200	غير دالة عند

مستوى 0.05		0.72220	1.9529	85	الرصافة	للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣
------------	--	---------	--------	----	---------	-----------------------------

خامساً: المستوى التعليمي: ولتحقيق هذا الهدف فقد تم معالجة البيانات احصائياً باستعمال تحليل التباين من الدرجة الاولى للعينات غير المتساوية (One Way ANOVA unequal sample). حيث كانت القيم الفائية المحسوبة اصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة ٢,٦٧ عند درجتي حرية ٣- ١٥٦ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى انه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية في قياس الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير المستوى التعليمي والجدول (١٧) يوضح ذلك .

جدول (١٧) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين متوسط درجة الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ على وفق متغير المستوى التعليمي					
المتغير	مصادرالتباين Source Of Variance	مجموع التربيغات Sum of Squares	درجات الحرية Df	متوسط مجموع التربيغات Mean Square	قيمة اختبار F المحسوبة
الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣	بين المجموعات Between Groups	6.712	7	.959٠	1.817
	ضمن المجموعات Within Groups	80.232	152	٠.528	
	المجموع الكلي Total	86.944	159		

المحور الثامن : العلاقة الارتباطية بين الصورة الذهنية وبين بقية المحاور :

ولتحقيق هذا الهدف تم استعمال معادلة معامل ارتباط بيرسون Person لقياس العلاقة الخطية بينها. وقد كانت كل قيم معاملات الارتباط دالة احصائيا وتشير الى وجود علاقة ارتباطية طردية عالية بين المتغيرات ، وعند اختبار قوة تلك العلاقات باستعمال الاختبار التائي. تبين انها دالة احصائيا عند درجة حرية ١٥٨ ومستوى دلالة ٠,٠٥ مما يشير الى ان العلاقة بينها كانت حقيقية وغير خاضعة للصدفة، والجدول (١٨) يوضح ذلك .

جدول (١٨) الاختبار التائي للعلاقة بين الصورة الذهنية وبين بقية المحاور				
المتغير الأول	المتغير الثاني	قيمة معامل الارتباط	القيمة التائية المحسوبة	مستوى الدلالة
الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣	مشاركة المرأة العراقية في المجال الاجتماعي	0.243**	3.14	دالة عند مستوى ٠,٠٥
	مشاركة المرأة العراقية في المجال الاقتصادي	0.153	1.98	دالة عند مستوى ٠,٠٥
	مشاركة المرأة في المجال السياسي	0.212**	2.72	دالة عند مستوى ٠,٠٥
	دور وسائل الاعلام في تشكيل صورة المرأة العراقية	0.266**	3.47	دالة عند مستوى ٠,٠٥
	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة العراقي	0.269**	3.51	دالة عند مستوى ٠,٠٥
** القيمة التائية الجدولية عند درجة حرية ١٥٨ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ١,٩٨٠				

النتائج:

١. وجود فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات الذكور والاناث ولصالح الاناث .
٢. عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية وفق متغير العمر بين افراد العينة .
٣. وجود فروق ذات دلالة احصائية في الحالة الاجتماعية بين افراد العينة ولصالح (المتزوجين والمتزوجات).

٤. عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية وفق متغير القضاء (الكرخ - الرصافة) .
٥. وجود فروق ذات دلالة احصائية في المستوى التعليمي بين افراد العينة ولصالح (البكالوريوس) .
٦. وجود مشاركة عالية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ في المجال الاجتماعي وخاصة في فقرة (عمل المرأة يساعد على حل المشكلات المادية في الاسرة) .
٧. وجود مشاركة عالية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ في المجال الاقتصادي وخاصة في فقرة (تيسير وصول المرأة الى الموارد المالية والقروض كالقروض بدون فوائد او القروض بدون ضمانات وتبسيط الإجراءات الخاصة بالمرأة)
٨. وجود مشاركة عالية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ في المجال السياسي وخاصة في فقرتي (للمرأة العراقية دور سياسي في البرلمان العراقي) و(للمرأة العراقية دور سياسي في مجالس المحافظات).
٩. وجود دور لوسائل الاعلام في تشكيل صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ من حيث (أسهمت في تغيير تصورات وانطباعات سابقة تجاه المرأة العراقية) و (رفع الوعي في تمكين المرأة في المجتمع للقضاء على الافكار والمعتقدات القديمة التي ساهمت في التقليل من شان المرأة العراقية).
١٠. وجود دور لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ من حيث (ساهمت في ظهور شخصيات نسائية اساءت للمرأة العراقية).
١١. وجود فروق ذات دلالة احصائية في راي الجمهور عن الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ ولصالح الاختيار (محايد) .
١٢. عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الصورة الذهنية والمعلومات الديموغرافية .
١٣. وجود علاقة طردية ودالة احصائيا بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ ومشاركتها في المجالات (الاجتماعية - الاقتصادية- السياسية) .
١٤. وجود علاقة طردية ودالة احصائيا بين الصورة الذهنية للمرأة العراقية بعد ٢٠٠٣ ودور وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة .

التوصيات :

- ١- تفعيل الاعلام التقليدي والرقمي لعكس صورة ايجابية عن المرأة العراقية من خلال التركيز على النماذج النسائية البارزة في المجتمع العراقي .
- ٢- ان تتحلى المعالجات الاعلامية التقليدية والرقمية بالمصداقية والجدية عند عرض قضايا المرأة .

- ٣- ان يعمل الاعلام التقليدي والرقمي بإظهار الفوائد التي تعود للمجتمع العراقي من خلال تمكين المرأة في المجتمع مع التوعية بسلبيات عكس ذلك .
- ٤- تأييد المجتمع لدعم المرأة العراقية من خلال منحها المزيد من الحقوق والفرص خصوصا وان العراق في مرحلة التحول الديمقراطي.
- ٥- اجراء المزيد من البحوث العلمية عن المرأة العراقية في مختلف المجالات لتسليط الضوء على التحديات التي تواجهها واقتراح حلول مناسبة لها.

المصادر والمراجع

1. Challoop .s.A .(٢٠٢٢). The Image Of Iraqi Women During Peaceful Demonstrations In Local Satellite Channels, A Study Of The Trends Of Academic And Cultural Elites . *Ilkogretim Online*, 21(4.٤٩-٣١)، الصفحات ٣١-٤٩.
2. Klaina M .(٢٠٢٤). The Image of the Muslim Woman in Western Thought. LECTURES .: *Journal of Islamic and Education Studies*.
٣. الحمداني واخرون. (٢٠٠٦). *مناهج البحث العلمي : الكتاب الاول : اساسيات البحث العلمي*. عمان: جامعة عمان للدراسات العليا.
٤. انور اسماعيل خليل. (٢٠١٨). الوضع السياسي للمرأة العراقية في اطار الكوتا بعد عام ٢٠٠٣. *مجلة العلوم السياسية العدد ٥٥، الصفحات ٤٢١ - ٤٣٨*.
٥. بوش ريم. (٢٠١٤). الصورة الذهنية للمرأة العربية في الاعلام العرب. *المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية العدد ٢٣، الصفحات ١٠٤ - ١٣٢*.
٦. سارة ورقية بوسنان خلة. (٢٠٢٢). صورة المرأة الجزائرية عبر وسيلة التواصل الاجتماعي فيس بوك : دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الكاريكاتيرية لصفحات الفيس بوك. *مجلة المعيار، (٧) ٢٦، الصفحات ٦٠٤ - ٦١٨*.
٧. سلام نصرالدين ولأنه صابر محمد سعيد محمد. (٢٠٢٢). صورة المرأة الكوردية في الاعلانات التجارية في القنوات الفضائية دراسة تحليلية. *مجلة سر من رأى للدراسات الانسانية، (٧٤)، ١٨، الصفحات ١١٨١-١٢٠٨*.
٨. سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين. (٢٠١٥). دور الشبكات الاجتماعية في توعية المرأة بالقضايا الاجتماعية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة (٤)، الصفحات ٤١١ - ٤٤٧*.

٩. علي عوجة. (٢٠٠٢). العلاقات العامة والصورة الذهنية (المجلد ط٢). القاهرة: عالم الكتب.
١٠. محمد احمد عبود. (٢٠٢٢). اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا تمكين المرأة الخليجية في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الصورة الذهنية لديهم. *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية* ٩(٢٩)، الصفحات ٦٩٩ - ٨١٤.
١١. محمد عبد الحميد. (٢٠٠٠). *البحث العلمي في الدراسات الاعلامية*. القاهرة: عالم الكتب.
١٢. محمد عبد العال النعيمي واخرون. (٢٠١٥). *طرق ومناهج البحث العلمي*. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
١٣. مسعود حسين التائب. (٢٠١٨). *البحث العلمي: قواعده- اجراءاته - مناهجه*. القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
١٤. منصر مروى. (٢٠٢٣). *صورة المرأة العربية في الصحافة الإلكترونية العربية دراسة تحليلية سمائية على صحيفتي (الشعب و الشرق)*. الجزائر: طروحة دكتوراه، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.
١٥. نادية ابن ورقلة. (٢٠١٨). دور وسائل الاعلام الحديثة في ابراز دور المرأة في مجتمع متغير. *مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والانسانية المعمقة*، (٢) ١، الصفحات ١٢٧ - ١٤١.
١٦. نصيرة صبيات. (٢٠١٥). دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية. *المجلة الجزائرية للاتصال العدد ٢٤-١٧*، الصفحات ١٥١ - ١٨٣.
١٧. هالة الطلحاتي. (٢٠١٢). *صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية بعد ثورات الربيع العربي، دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في مصر وتونس*. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٣٨ (٣٨)، الصفحات ٢٤١-٢٨٦.