

دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة نحو

قضاياها

"دراسة تطبيقية"

الباحثة/ رنا سامي محمد سليمان

لدرجة الماجستير في الآداب/ قسم الإعلام/ شعبة الإذاعة/ راديو وتلفزيون/ تخصص إنتاج  
المواد الإذاعية

إشراف

د. إيمان محمد أحمد حلمي

مدرس الإذاعة والتلفزيون

كلية الآداب- قسم الإعلام

جامعة المنصورة

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإذاعة والتلفزيون

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

#### مستخلص البحث:

تتحدد مشكلة الدراسة في "التعرف على البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية (هي وبس على قناة سي بي سي سفرة، الستات مايعرفوش يكذبوا على قناة سي بي سي، راجل واثنين ستات على قناه أون إي، ست الستات على قناة صدى البلد) وعلاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة وتم الاعتماد على نظريتين هما: الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الغرس الثقافي وذلك لرصد مدي علاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة، تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، فتم تطبيق استمارة الاستبيان إلكترونياً على (٤٠٠) مفردة من المرأة التي تتابع البرامج الحوارية النسائية.

١- جاءت خصائص عينة الدراسة: من حيث السن في المركز الأول من هن أعمارهن من ٢٠ لأقل من ٤٠ سنة بنسبة (٧٦.٣٪)، ومن حيث الحالة الاجتماعية جاءت متزوجة في المركز الأول بنسبة (٦٠.٨٪)، بينما من حيث محل الإقامة ارتفع الحضر عن الريف بنسبة (٧٩٪)، من حيث المستوى التعليمي جاء في المركز الأول المؤهل الجامعي بنسبة (٦٩.٣٪)، وأخيراً من حيث متوسط دخل الأسرة جاء ٥٠٠٠ فأكثر في المركز الأول بنسبة (٤٦.٣٪).

٢- جاء معدل تعرض المرأة للتلفزيون في المركز الأول "أحياناً" بنسبة (٤٥.٤٪).

٣- جاءت "البرامج الحوارية النسائية" في صدارة البرامج التي تحرص المرأة على متابعتها في القنوات الفضائية بنسبة (٣٣.٩٪).

٤- جاء معدل تعرض المرأة للبرامج الحوارية النسائية في المركز الأول "أحياناً" بنسبة (٤٩.٥٪).

**Abstract:**

The problem of the study is determined in “identifying women’s talk shows on satellite channels (heya wabs on the CBC Sofra Channel, Elsetat mayeirfush ykdibo on the CBC Channel, ragil w etnen setat on the ONE Channel, seit elsetat on the Sada El Balad Channel) and their relationship to shaping women’s attitudes.” Two theories were relied upon: reliance on the media and the theory of cultural implantation in order to monitor the extent of their relationship with shaping women’s attitudes. This study belongs to descriptive studies, relying on the survey method, both analytical and field, so the questionnaire form was applied electronically to (400) individual women who follow the programs. Women's dialogue.

**The most important results of the study:**

- 1 .The characteristics of the study sample: in terms of age, those aged 20 to less than 40 years came in first place with a rate of (76.3%), and in terms of marital status, married came in first place with a rate of (60.8%), while in terms of place of residence, high urban area For the countryside, with a percentage of (79%), in terms of educational level, the university qualification came in first place with a percentage of (69.3%), and finally, in terms of average family income of 5,000 or more, it came in first place with a percentage of (46.3%).
- 2 .The rate of women’s exposure to television came in first place, “sometimes,” at (45.4%).
- 3.Women’s talk shows” came at the top of the programs that women are keen to follow on satellite channels, at a rate of (33.9%).
- 4 .The rate of women’s exposure to women’s talk shows came in first place, “sometimes,” at (49.5%).

**Key Words:**

(satellite channels- Women's talk shows- Women's issues direction).

مع انتشار التكنولوجيا السريع في العالم والتي شملت تطور وسائل الاتصال والقنوات الفضائية والإنترنت فكان لذلك الفضل في التواصل بين الشعوب المختلفة كما زادت المنافسة بين القنوات الفضائية، ويقوم التلفزيون كأحد أهم وسائل الإعلام في تشكيل فهم واستيعاب المشاهدين تجاه الواقع الذي يعيشوا به كما إنه يقوم بتشكيل آراء المشاهدين وطريقة عرض أفكارهم ومواقفهم تجاه قضية ما، كما إنه يعمل على تعديل السلوك والقيم.

وفي الآونة الأخيرة أصبحت البرامج الحوارية بتعدد أشكالها من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشارا حيث شغلت حيزاً كبيراً على خريطة البث للفضائيات، فهذه البرامج تحظى باهتمام كبير وواضح في القنوات الفضائية المصرية والخاصة على حدٍ سواء، فمن خلال هذه البرامج يتم مناقشة وعرض وحل القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية التي تعمل على إثارة آراء الجمهور حيث جعلت الجمهور يسعي إلي معرفة آراء المتخصصين تجاه القضايا المختلفة المطروحة على الساحة، وتعتبر البرامج الحوارية من أكثر أشكال البرامج التي نالت اهتماماً كبيراً وواضحاً من الجمهور. وقد أصبحت برامج المرأة ذات حقيقة موضوعية شاملة ومتنوعة تتفاعل معها المرأة وجميع أفراد الأسرة بفئاتهم العمرية وطبيعتهم المختلفة، والجميع يتأثر بإيجابياتها وسلبياتها، حيث تغطي العديد من الموضوعات الخاصة بالمرأة، وتزداد أهمية برامج المرأة كوسيلة هامة لنقل المعلومات والترفيه الهادف للمرأة والأسرة، وتؤدي العديد من الرسائل التربوية والاتصالية الهامة.

#### الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما:

المحور الأول/ الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية النسائية

المحور الثاني/ الدراسات التي تناولت قضايا المرأة في الإعلام.

١- داليا أحمد صبحي عبدالفتاح سلامة (٢٠٢٣): "اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو برامج المرأة بالقنوات العربية كما تعكسها تعليقاتهم في هذه المواقع"<sup>(١)</sup>:

اعتمدت الباحثة على البحث عن اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو برامج المرأة كما تعكسها تعليقاتهم بهذه المواقع، استخدمت نظرية التفاعلية الرمزية ومدخل الاتجاهات، كما اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت صحيفة تحليل المضمون ليتم تحليل عينة قدرها ١١.٨٦١ تعليقا وتوصل البحث لعدة نتائج من أهمها: بالنسبة لبرنامج سيدتي في موقع الفيس بوك فكان المكون المعرفي لاتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تختص أكثر لطرح وجهة نظر بنسبة ٧١.٢٢٪، بينما أقل الاتجاهات هي استخدام أرقام وإحصائيات، أما موقع تويتر فكان المكون المعرفي لاتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تختص أكثر لبيان الاستفادة من المحتوى المقدم بنسبة ٦٤.١٨٪، بينما أقل الاتجاهات هي استخدام أرقام وإحصائيات وبلغت نسبتها ٠.١١٪ بالنسبة لبرنامج سيدتي في مواقع الفيس بوك فكان الميل السلوكي لاتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تختص فيه النسبة الأكبر نحو التعبير عن الرأي بنسبة ٦٤.٥٨٪، أما النسبة الأقل تتجه إلي نحو اتخاذ القرارات بنسبة ٦.٢٥٪، أما موقع تويتر فكان الميل السلوكي لاتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تختص فيه النسبة الأكبر نحو الإطراء والتشجيع بنسبة ٦٠.٥٧٪، أما النسبة الأقل تتجه نحو اتخاذ القرارات بنسبة ١.٦٦٪.

٢- مروة مخيمر عبد الوهاب (٢٠٢٣): " دور البرامج الحوارية التلفزيونية الخاصة بالمرأة في رفع وعي النساء بالقضايا المجتمعية وإدراك الواقع الاجتماعي"<sup>(٢)</sup>، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام).

تستهدف الدراسة التعرف على دور البرامج الحوارية الخاصة بالمرأة في رفع وعي النساء بالقضايا المجتمعية وعلاقتها بإدراك الواقع الاجتماعي لها. وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية الخاصة بالمرأة التي تعرض على قناتي CBC، وصدي البلد، وقد تم تحليل برنامجين هما الستات مايعرفوش يكذبوا وست الستات باستخدام

استمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلي إجراء دراسة ميدانية على عينة متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من المرأة المصرية مما يشاهدون البرامج الحوارية الخاصة بالمرأة في كلاً من محافظتي القاهرة والمنيا وكان من أهم النتائج التي تم التواصل إليها:-

أولاً/ بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية: فقد توصلت الدراسة أن القالب البرمجي المستخدم في فقرات البرنامج الخاصة بالمرأة حيث جاء "الحوار" في المرتبة الأولى بنسبة ٩٧.١٪، كما أن اللغة المستخدمة في فقرات البرنامج عينة الدراسة "الجمع بين الأثنين جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٦٠.٤٪، وجاءت عناصر الإبراز المستخدمة في البرامج عينة الدراسة "التعليق الصوتي" جاء بالمرتبة الأولى بنسبة ٧٢.٢٪، وتوصلت إلي أن أساليب الإقناع العقلية والمنطقية المستخدمة في كلاً من برنامج الستات مايعرفوش يكذبوا و ست الستات" يقدموا معلومات وحجج" وجاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٨٨.٩٪، كما أن أساليب الإقناع العاطفي المستخدمة في كلاً من برنامج الستات مايعرفوش يكذبوا وست الستات" أثارة" حيث جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٨٧.٥٪، وجاء نوع الضيوف في كلاً من الستات مايعرفوش يكذبوا وست الستات حيث جاءت الأنثى بالمرتبة الثانية بنسبة ٥٥.٩٪، وتنوعت القضايا المجتمعية في كلاً من البرامج عينة الدراسة حيث جاءت الموضوعات الصحية بنسبه ٤١.٣٪ بالمرتبة الأولى، بينما جاءت في المرتبة الثانية "موضوعات خاصة بالمطبخ والمظهر والاهتمامات المنزلية" بنسبة ٣٨.٦٪، أما بالنسبة لنتائج الدراسة الميدانية فقد توصلت إلي أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة من الذين يشاهدون البرامج الخاصة بالمرأة (أحياناً) بنسبة ٤٨.٥٪. جاءت أكثر القنوات الفضائية التي تحرص المبحوثات على مشاهدة برامج المرأة عليها قناة سي بي سي بنسبة ٧٩.٤٪. وتوصلت الدراسة إلي أن الدوافع النفعية لمشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة جاءت بالمرتبة الأولى "فهم بعض المشكلات والقضايا التي تواجه المرأة وكيفية التعامل معها في المواقف الصعبة بوزن نسبي ٩٤.٦٦٪.

### دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية

٣- سمر حسن عبدالعزيز عمار (٢٠٢٢): "دور البرامج الحوارية الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أجندة الجمهور نحو قضايا المرأة"<sup>(٣)</sup>:

تحدد مشكلة البحث في تقييم أداء الفضائيات المصرية الخاصة ورصد العوامل المؤثرة في بناء هذه الأجندة ومدى اتفاقها مع أجندة الجمهور المصري والتعرف على كيفية تناول الفضائيات المصرية لأجندة قضايا المرأة وارتباط ذلك بترتيب أجندة الجمهور المصري تجاه هذه القضايا، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقية التحليلي والميداني، واستخدمت أدوات جمع البيانات الاستبيان وتحليل المضمون، وشملت عينة الدراسة التحليلية الأسبوع الصناعي لحلقات برنامجي (الستات مايعرفوش يكذبوا- السفيرة عزيزة) وذلك لمدة ٣ شهور في الفترة من يونيو ٢٠١٩ إلى ١ سبتمبر ٢٠١٩، كما تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري المشاهد للبرامج الحوارية الخاصة بالمرأة بالفضائيات المصرية الخاصة قوامها ٣٠٠ مفردة من محافظات القاهرة الكبرى والحيزة من سن ١٨ عاماً فأكثر.

أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

١- من أهم أسباب متابعة الجمهور للبرامج الحوارية هي ( متابعة القضايا والأحداث الجارية) حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٦٪ يليها سبب ( تكوين رأي عن القضايا والأحداث) بنسبة ٤٣٪.

٢- ارتفعت نسبة عدم مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية بنسبة ٧٤٪.

٣- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع ( ذكور-إناث) ومدى تأثير ثقهم في مصداقية البرامج الحوارية وجاءت (تؤثر بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول بنسبة ٣٢٪.

٤- شذن عادل مجيد (٢٠٢٢): "البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وبناء الوعي المعرفي للمرأة العراقية"<sup>(٤)</sup>:

تعد البرامج الحوارية الصباحية من البرامج التلفزيونية المهمة، إذ تكون بمنزلة الواجهة الرئيسية لكل المحطات التلفزيونية الفضائية ومن أهم وسائل التعبير التي تتيح للمشاركين التناوب والنقاش وإبداء آرائهم وأفكارهم ووجهات النظر المتعددة تجاه الموضوع المتناول ضمن البرنامج الحوارية الصباحي، استخدمت الباحثة نظرية الاعتماد على وسائل

الإعلام وآثارها المعرفية والوجدانية والسلوكية، ويعد هذا البحث وحسب المنهج المتبع من البحوث الوصفية، واعتمدت في الجانب الميداني على المنهج المسحي، كما استخدمت الباحثة منهج دراسة العلاقات المتبادلة، وقامت الباحثة بتوزيع استمارة الاستبانة علي عينة عنقودية/ قصدية وبالطريقة العشوائية البسيطة، وتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي: ( أنفق، محايد، لا أنفق) لقياس الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، وتلخصت مشكلة البحث بتساؤل رئيسي هو: ما دور البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في زيادة الوعي المعرفي لدي المرأة العراقية؟.

وقد توصلت الدراسة إلي نتائج عدة يمكن إجمالها بالآتي:-

١. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وزيادة الوعي المعرفي بالقضايا التي تهم المرأة.

٢. تتابع النساء في مدينة بغداد البرامج الحوارية الصباحية التلفزيونية بشكل جيد.

٣. تعتمد المرأة بدرجة كبيرة على البرامج الحوارية الصباحية كمصدر موثوق للمعلومات.

المحور الثاني/ الدراسات التي تناولت قضايا المرأة في الإعلام.

١-أمل عاطف عبد العزيز أبو زيدة(٢٠٢٣):"دور مواقع المجالات النسائية في تشكيل معارف واتجاهات المرأة المصرية نحو قضاياها الاجتماعية"<sup>(٥)</sup>:

هدف البحث إلى التعرف على دور مواقع المجالات النسائية الإلكترونية في تشكيل معرفة المرأة المصرية واتجاهاتها نحو قضاياها الاجتماعية، وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية حيث استخدمه الباحثة منهج المسح الإعلامي، حيث استخدمت الباحثة أداة الاستبيان على عينة حجمها ٤٠٠ مفردة من النساء في (الريف والحضر) من محافظات (الغربية- القاهرة) المستخدمين لمواقع المجالات النسائية من خلال اختيار عينة عشوائية من خلال تطبيق استمارة استبيان. وتوصل البحث إلي وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد المرأة المصرية على مواقع المجالات النسائية وبين مستوى معرفتها بالقضايا الاجتماعية، وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد المرأة المصرية على مواقع المجالات النسائية وبين اتجاهاتها نحو القضايا الاجتماعية، وجود علاقة ارتباطية دالة



## دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية

إحصائياً بين دوافع متابعة المرأة المصرية للقضايا الاجتماعية في مواقع المجالات النسائية وبين اتجاهاتهن نحو هذه القضايا.

٢- أميرة محمد إبراهيم النمر (٢٠٢٢): تناول قضايا تمكين المرأة في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية وعلاقته بدعم خطط التنمية المستدامة<sup>(٦)</sup>: (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام)، عدد ٨٠، ص ٤٤١-٤٩٤.

تسعي هذه الدراسة إلي التعرف على أهم القضايا والموضوعات والطرق والأساليب والأفكار التي تتناول صور تمكين المرأة المصرية في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة ودور هذه البرامج في دعم خطط التنمية المُستدامة التي تدعمها الدولة في إطار رؤية ٢٠٣٠.

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي التحليلي بشقيه ماذا قيل وكيف قيل، ومن خلال استمارة تحليل المضمون للعينة من البرامج الحوارية المُقدمة على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

تم اختيار العينة بطريقة عمدية حيث تم المتابعة الأولية من خلال الدراسة الاستطلاعية لتحديد البرامج الحوارية الموجهة للمرأة في كل القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة، وتم من خلال هذه المتابعة تحديد البرامج الأكثر تناول لقضايا المرأة والموضوعات التي تهمها، ومن ثم تم تحديد عدد ٦ برامج نسائية موجهة للمرأة وتم تحليل مضمون عدد ٢٨ حلقة من كل برنامج بأسلوب الأسبوع الصناعي.

١- أكدت نتائج الدراسة استخدام "مقاطع الفيديو الوثائقية" جاء في المرتبة الأولى أساليب التشويق والجاذبية والإبراز المستخدمة عند عرض موضوعات وقضايا تمكين المرأة بنسبة ٢٦.١١٪، يليه التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبه ٢٥.٤٪.

٢- أظهرت نتائج الدراسة اعتماد فقرات تمكين المرأة على الاستعانة بنماذج نسائية ممثلة للمرأة المصرية بنسبة مرتفعة تصل إلي ٨٢٪ مقابل عدم تقديم نماذج نسائية ممثلة للمرأة بنسبة ١٨٪.

الباحثة/ رنا سامي محمد سليمان

٣- جاء أسلوب عرض الأسباب والحلول معاً في مقدمة الأساليب المستخدمة في عرض قضايا تمكين المرأة في البرامج عينة الدراسة بنسبة ٦١.٧٪ يليه أسلوب عرض المعلومات فقط بنسبة ٣٧.٥٪.

٣- محمد عبد اللطيف عبد المعطي محمد (٢٠٢٢): " معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠" (٧):

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية

المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠.

واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظريتي - تحليل الخطاب الإعلامي وبناء الأجندة وتدرج الدراسة تحت تصنيف الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقية الوصفي والتحليلي واستخدمت أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون عينة من (المواقع والصفحات النسائية الإلكترونية المصرية المعنية بقضايا المرأة المصرية وإجراء تحليلاً كمياً وكيفياً لها خلال الإطار الزمني للدراسة الممتد من ٢٥/٩/٢٠٢٠م إلي ٢٥/١٢/٢٠٢١م.

توصلت نتائج الدراسة إلي:

١- كشفت نتائج الدراسة عن وجود اتفاق في أجندة اهتمامات المواقع والصفحات النسائية عينة الدراسة بقضايا المرأة وحقوقها العامة.

٢- أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز القضايا السياسية التي عالجتها المواقع والصفحات النسائية عينة الدراسة كان أبرزها - قضايا التوعية السياسية للمرأة - وحققها في التمثيل النيابي - تهيئة المرأة للمناصب القيادية..

٣- وكانت أبرز قضايا حماية المرأة وتوفير الأمن لها في الحماية من العنف الأسري - الحماية من التحرش الجنسي - الحد من الزواج المبكر - حماية المرأة المعيلة - حفظ حقها في الميراث.

٤- مني أبو الدهب محمد مناع (٢٠٢٢): "مشكلات المرأة ما بعد الطلاق في ضوء قانون الأحوال الشخصية"<sup>(٨)</sup>.

تسعي الدراسة إلي هدف عام وهو تشخيص المشكلات الواقعة على المرأة بعد الطلاق في ضوء قوانين الأحوال الشخصية بالتشريع المصري، وينبثق من هذا الهدف العام مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في التعرف على الخصائص الاجتماعية للمرأة المطلقة والتعرف على أسباب ودوافع الطلاق والتعرف على الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية الواقعة على المرأة المطلقة وأطفالها والتعرف على الرؤية المستقبلية لحل مشكلات المرأة المطلقة.

مجتمع الدراسة وعينة الدراسة/ تمثل مجتمع الدراسة في محافظة سوهاج، وتكونت عينة الدراسة المطبق عليها استمارات الاستبيان من (١٠٠) مفردة من السيدات المطلقات في الفئة العمرية من ١٨ إلى ٦٠ سنة، تم اختيارهم بالطريقة القصدية ممن توافرت بهم الصفات

والخصائص التالية: المطلقات بأحكام أو بدعاوي خلع أو معلقة ولم تحصل على حكم التطليق، المطلقات الحاضنات للأطفال اللاتي أستحقن النفقة من أجل تعليم أطفالهن، اللاتي يعانين من نفقات العلاج لابنائهن بعد الطلاق، اللاتي يعانين من مشكلة في السكن ولا يتوافر لديهم مسكن بمواصفات تحقق لهن حياة كريمة بعد الطلاق.

#### نتائج الدراسة:

١- أثبتت الدراسة أن من أهم أسباب الطلاق هي التدخلات العائلية ثم العنف من قبل الزوج ثم عدم الالتزام الأخلاقي والديني من قبل الزوج ثم عدم تكافؤ الزوجين من حيث المستوي الاجتماعي والاقتصادي للعائلة ثم الزواج تحت ضغط من الأسرة ثم نوعية الإنجاب .

٢- الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية الواقعة على المرأة المطلقة وأطفالها، وتمثلت الآثار الاجتماعية في سوء التوافق الاجتماعي للأطفال وتعرض المرأة المطلقة للقهر الاجتماعي وسوء المعاملة والتأثير السلبي على الأطفال دراسياً والتأثير السلبي على الأطفال مادياً وتعرض الأطفال من الأسر المطلقة لمشكلات التوافق مع المجتمع وتعرض

الأطفال لسوء التكيف الاجتماعي وتشوية سمعة المطلقات وزيادة نسبة أطفال الشوارع والتسول .

٣- أما الآثار النفسية للطلاق تتمثل في تعرض الأم المطلقة لضغوطات نفسية والاعتراب والوحدة وشعور الطفل بالوحدة والاعتراب النفسي وشعور الأسرة المطلقة بالقهر والضغط وصعوبة التأقلم أو التقبل للوضع الجديد بعد الطلاق .

#### مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في "التعرف على البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية" (هي وبس على قناة سي بي سي سفرة, الستات مايعرفوش يكذبوا على قناة سي بي سي, راجل وأثنين ستات على قناة اون إي , ست الستات على قناة صدي البلد) وعلاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة وتم الاعتماد على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام و نظريه الغرس الثقافي وذلك لرصد مدي علاقتها بتشكيل اتجاهات المرأة.

#### أهميه الدراسة:

١- أن البرامج الحوارية النسائية على القنوات الفضائية تتناول مضمون إعلامي مهم تتبع أهميته من شعبيته وأهميته من داخل المجتمع المصري وذلك بسبب ارتباطها بالحياة اليومية للمجتمع و لمعرفة أهميه البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات المشاهدين نحو قضايا بعينها.

٢- مساهمة البرامج الحوارية النسائية في نشر الوعي والثقافة الفكرية التي تساعد في خلق جيل متعلم قادر على احترام نفسه والمجتمع بأسرة ففي الظروف الراهنة لأبد من وجود الوعي الكافي لتعرف كل مواطنة كيفية احترام ذاتها والتعامل للقيام بعملية بناء صحيحة و تنمية سليمة.

٣- التعرف على الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية باعتباره أحد المصادر الأساسية التي تستمد المرأة منها معلوماتها والتي تساعد في تنمية ثقافتها ومعارفها السياسية وزيادة وعيها وقيمتها الفكرية وإدراكها لكل ما يتعلق بحقوقها وواجباتها الاجتماعية والسياسية.

## أهداف الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلي تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية في تشكيل اتجاهات المرأة كهدف رئيسي للدراسة وتبلورت منة عدة أهداف فرعية وأهمها:

- ١-الكشف عن كيفية معالجة هذه البرامج النسائية لقضايا المرأة.
- ٢-التعرف على حجم الاهتمام الذي تولية البرامج النسائية في ترسيخ مفاهيم اجتماعيه معينة في عقول النساء.
- ٣-رصد أبرز القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية النسائية.
- ٤-الكشف عن اهتمامات المرأة نحو الأحداث والقضايا المعاصرة.
- ٥-التعرف على الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية النسائية كأحد مصادر تشكيل و تنمية الوعي لدي المرأة.

**النظرية المستخدمة في الدراسة:** اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الغرس الثقافي

**نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:**

**مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:**

ويعود مفهوم النظرية إلي درجه الاعتماد على وسيلة معينة كمصدر للأحداث و القضايا المثارة. فقد يقضي الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر للمعلومات والاستخدام يعني معدل المتابعة أما الاعتماد ويعني درجة أهميه هذه الوسيلة للفرد كمصدر معلومات واختياره وتفضيله لها<sup>(٩)</sup>.

تعد فكرة النموذج الذي أسسه (Ball Rokeach and Defleur) منذ السبعينات أن الأفراد يعتمدون بصورة متزايدة على المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام ومن المفترض أنه كلما زاد الأفراد زاد الاعتماد على تلك الوسائل وتأثروا بما تقدمه و زاد الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في حياة الأفراد وكلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية والاجتماعية التي تتطلب وصول إلي مصادر المعلومات من قبل وسائل الإعلام واعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تحقق الهدف<sup>(١٠)</sup>.

## فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هو قيام الأفراد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع الاحتياجات, فكلما أدت هذه الوسيلة دوراً مهماً ورئيساً في حياة الأفراد زاد تأثير وسائل الإعلام وأصبح لها دور فعال وزاد الاعتماد عليها ودرجه تأثيرهم بها<sup>(١١)</sup>.

الفروض الفرعية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>(١٢)</sup>:

١- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين الضعف والقوة تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.  
٢- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لإيجاد بديل للتفاعل الاجتماعي في وقت تكاد تنقطع فيه العلاقات الاجتماعية.

٣- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع, ولهذا النظام علاقه بالأفراد والجماعات و النظم الاجتماعية الأخرى وفي حالة عدم الاستقرار تزداد درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته وتقل درجه الاعتماد عند وجود قنوات بديلة للمعلومات

٤- يختلف اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

٥- إمكانية الوصول للمعلومات تؤثر على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام وذلك ضمن عوامل أخرى للتأثير, والاعتماد على مصادر متاحة أخرى للمعلومات يزداد عند غياب البدائل الأخرى ومنها مصادر الاتصال الشخصي. تزداد أهميه وسائل الإعلام للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليها في حالة عدم وجود بدائل أخرى للحصول على المعلومات<sup>(١٣)</sup>.

نظريه الغرس الثقافي:

مفهوم الغرس الثقافي:

تفاوت ترجمة مصطلح (Cultivation Theory) بتفاوت الدراسات والقائمين على الدراسة ووصفها البعض منهم "نظريه الغرس الثقافي" ومنهم من وصفها "نظرية الإنماء أو نظرية الرعاية أو نظرية التثقيف الإعلامي" وتعرف أحياناً باسم فرضية الغرس أو تحليل الغرس، فالثقافة هي الوسيط أو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية وتتعلم<sup>(١٤)</sup>.

ويمكن اختصار الفكرة الرئيسية لنظرية الغرس الثقافي في إنها "مشاهدة التلفزيون وتؤدي تدريجياً إلي تبني معتقدات عن العالم الاجتماعي و تواطأ مع الرؤية النمطية والمشوهة والانتقائية لهذا العالم كما يتم تصويرها بانتظام في التلفزيون سواء في برامجه الخيالية أو في الأخبار أو الدراما. وأن متعددي المشاهدة وقليلي المشاهدة ويقدموا إجابات أقرب إلي الطريقة التي يتم بها تصوير العالم في التلفزيون وأن التعدادات بين كثيري المشاهدة وقليلي المشاهدة تظل موجوده رغم تأثير عدد من المتغيرات الأخرى كالعمر والنوع ومستوي التعليم والاطلاع على المعلومات, ويفترض تحليل الغرس بالدراسة الآتية أن المشاهدة الكثيفة للتلفزيون تغرس إدراكات عن الواقع تتفق مع وجهة النظر التي يقدمها التلفزيون عن العالم الخارجي .

متغيرات نظرية الغرس:-

تتنوع المتغيرات في عملية الغرس :

**المتغير المستقل Independent Variable**

وهو التعرض للتلفزيون والتفرقة بين قليلي وكثيفي المشاهدة, حيث تفترض نظرية الغرس أن المشاهدين المقبلين أكثر تنوعاً واختلافاً في مصدر معلوماتهم سواء عن طريق وسيلة أو وسائل اتصال جماهيرية, أو عن طريق الاتصال الشخصي, في حين المشاهدون المكثرون أكثر ثقة في التلفزيون وأكثر اعتماداً عليه وحجم المشاهدة وكثافتها تعني متوسط الزمن الذي يقضيه الفرد أمام التلفزيون<sup>(١٥)</sup>.

### المتغير التابع Dependent Variable

ويعادل استجابات المبحوثين التي تصور معتقداتهم وتصوراتهم وأفكارهم واتجاهاتهم خلال موضوع الدراسة الذي يدور حول البحث.

### المتغير الوسيط Mediated Variables

هناك عدد من المتغيرات التي قد تتدخل في العلاقة بين التعرض للتلفزيون وحدوث تأثيرات الغرس، مما قد يزيد من قوة هذه العلاقة ومن أهم هذه المتغيرات: المتغيرات الديموغرافية: وتشمل ( السن، المستوى الاجتماعي، المستوى الاقتصادي، النوع)، بالإضافة إلى المتغيرات النفسية والاجتماعية مثل دوافع المشاهدة والخبرة المباشرة وهذه العوامل والمتغيرات الوسيطة تؤثر على درجة الغرس الذي يحدث نتيجة التعرض لوسائل الاعلام.

### تساؤلات الدراسة :

١. ما مدى متابعة المرأة للبرامج الحوارية النسائية؟
٢. ما أسباب مشاهدة المرأة للبرامج الحوارية النسائية؟
٣. ما البرامج الحوارية النسائية التي تفضل المرأة مشاهدتها؟
٤. ما مدي اهتمام المرأة بقضايا المرأة التي تعرض في البرامج الحوارية نسائية؟

### فروض الدراسة:

- ١-توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات على البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد
- ٢-توجد علاقته ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مدي متابعه المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها



### الإجراءات المنهجية:

#### نوع الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على (الدراسات الوصفية) حيث تستهدف رصد المواقف والظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها ووصف دور البرامج الحوارية النسائية في رفع درجة وعي المرأة بالقضايا الخاصة وما تتضمنه هذه البرامج النسائية في كيفية معالجه قضايا المرأة.

#### منهج الدراسة:

تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقية الميداني والتحليلي فيعتبر منهج المسح من أكثر المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

ينقسم مجتمع وعينة الدراسة إلي:

#### أولاً: مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

يتمثل في بعض القنوات الفضائية التي تعرض عليها البرامج الحوارية الخاصة بالمرأة والتي يتم من خلالها عرض بعض القضايا المجتمعية الخاصة بالمرأة المقدمة على القنوات الفضائية (سي بي سي - سي بي سي - سي بي سي - سفرة - صدى البلد).

قامت الباحثة بتحليل ثلاث برامج للمرأة في القنوات الفضائية المصرية وهما: هي وبس على قناة cbc سفرة - الستات مابيعرفوش يكذبوا على قناة cbc - برنامج ست الستات على قناة صدى البلد على مدار دورة برامجه.

#### ثانياً: مجتمع الدراسة الميدانية:

سوف يتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة، وتم تطبيق الاستمارة إلكترونياً. ويتكون مجتمع الدراسة من جمهور النساء المصريات من مختلف الشرائح في المجتمع المصري من عمر ١٨ سنة إلي عمر ٦٠ سنة فأكثر من الذين يشاهدون هذه البرامج التي تعرض على الفضائيات المصرية.

---

الباحثة/ رنا سامي محمد سليمان

المفاهيم الاجرائية:

البرامج الحوارية:

بأنها أحد القوالب البرمجية التي تؤثر في حرية التعبير وإبراز الرأي والرأي الآخر، وتعتمد على الحوار المباشر والتلقائي الذي يتم بالتفاعل بين المتخصصين وقادة الرأي من جانب، والجماهير من جانب آخر، بما يحق تناول جميع جوانب المشكلة أو القضية أو الظاهرة المطروحة، والتي تواجه المجتمع خلال فترة زمنية معين<sup>(16)</sup>.

البرامج الحوارية النسائية :

هي تلك البرامج التي تستهدف جمهور المرأة بصفه أساسية وهي أحد اشكال البرامج الحوارية الجديدة، تقدم موضوعات وقضايا تهتم المرأة بصفه خاصه في كل مجالات الحياة بمختلف المراحل العمرية، ويعمل على طرح قضايا ومشكلات والعمل على إيجاد حلول لها فتهدف هذه البرامج إلي تهيئة بيئة اجتماعيه لأعداد امرأة متمكنة وقادرة على القيام بدورها وأعمالها المتعددة.

قضايا المرأة:

وتُعرفها الباحثة إجرائياً هي تلك المواضيع والمسائل التي تحتاج إلى الطرح والنقاش. يقصد بقضايا المرأة: هي المحتويات الفكرية أو الرؤى التي تحوي داخلها جوانب الخلاف والتضاد والتباين في وجهات النظر، وتحتاج في الوقت نفسه إلي مناقشتها بهدف استجلاء جوانبها، وعرض مختلف أركانها، وحجج المؤيدين لها، والمعارضين، وحتى المحايدين<sup>(17)</sup>.

الدراسة التحليلية الكيفية:

تم عرض عدد من القضايا في هذه البرامج الحوارية النسائية وكانت هذه القضايا قضايا معاصرة لوقتنا الحالي، وهذه القضايا خاصة بالمرأة ولكنها تناشد كل الفئات ذكور وإناث وتم عرض القضايا من وجهة نظر نسائية وليست وجهة نظر متحيزة لنوع ما للضرر.

ومن البرامج التي تم تحليلها:

**برنامج هي وبس:**

هو برنامج أسبوعي يضم فقرات متعددة الأشكال فيوجد فقرات خاصه باستضافة الخبراء في قضايا ومشكلات المرأة والطبخ والموضة والجمال والصحة وفقرات دينيه, كما يستضيف البرنامج مجموعة من الخبراء والمتخصصين كما إنه يعرض مشاكل المرأة و يعطي لها حلول ويقدم دليلاً كاملاً للمرأة المعاصرة, **مقدمه البرنامج** : رضوي الشربيني ,يتم عرض البرنامج لمدة ساعتين على قناه سي بي سي سفرة يومي الخميس والجمعة والسبت من كل أسبوع في تمام الساعة ٦ مساءً.

**برنامج " الستات مايعرفوش يكذبوا" :**

هو برنامج نسائي يومي, يضم فقرات متعددة الالوان ويهتم البرنامج بالأمور التي تتعلق بالمرأة من طبخ وموضة و يهتم ايضا بالقضايا السياسية والاجتماعية من عين المرأة, **مقدمات البرنامج** :

-اميرة بهي الدين ( مقدمه سابقه للبرنامج )

-مفيدة شичه (انسحبت مؤخرا من البرنامج )

-مني عبد الغنى

-هبة الأباصيري

-ايمان عز الدين

يتم عرض البرنامج بشكل يومي الساعة الثالثة مساء من يومي السبت الى الاربعاء على قناه سي بي سي, ويتم عمل مداخلات عن طريق رسائل البرنامج او مداخلات هاتفية او استضافه لضيوف يعانون من مشكله مطروحة.

**- برنامج ست الستات :**

برنامج اجتماعي نسائي يومي يضم مجموعه من الفقرات والموضوعات المتنوعة فهو يخترق مشاكل الاسرة المصرية ويقدم الحلول العصرية التي تساهم في بناء المجتمع , **مقدمه البرنامج** : دينا رامز

من السبت إلى الأربعاء، في تمام الرابعة عصرًا، على قناه صدي البلد.

الباحثة/ رنا سامي محمد سليمان

ومن أهم القضايا التي تم مناقشتها في هذه البرامج:

(العنف ضد المرأة" حملة ال ٦ يوم لمناهضة العنف ضد المرأة"- ختان الإناث- التحرش- الطلاق)

وتم عرض هذه القضايا بالحلقات وكانت الحلقات متضمنة متخصصون وخبراء في تلك القضايا لحل المشكلات, وتم عمل مداخلات تليفونية واستقبال رسائل على صفحة البرنامج الخاصة و ايضا عن طريق الجمهور الحاضر المشارك في بعض البرامج للاستماع للرأي والرأي الآخر وللمساعدة في ايجاد الحلول.

نتائج الدراسة الميدانية:-

جدول رقم (٦): ما مدي متابعة المبحوثات عينة الدراسة للبرامج الحوارية؟

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	مدي المتابعة
٠.٦٨٤٢١	٢.١٩٥٠	%١٥.٥	٦٢	نادراً.
		%٤٩.٥	١٩٨	أحياناً.
		%٣٥.٠	١٤٠	دائماً.
		%١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي.

يشير الجدول السابق رقم(٦) إلي مدي متابعة المبحوثات للبرامج الحوارية حيث:

١. جاءت (أحياناً) في المركز الأول بنسبة (%٤٩.٥).
٢. وجاءت (دائماً) في المركز الثاني بنسبة (%٣٥.٠).
٣. وجاءت (نادراً) في المركز الثالث بنسبة (%١٥.٥), وذلك عند المتوسط الحسابي (٢.١٩٥٠), بانحراف معياري قدرة (٠.٦٨٤٢١).

المقارنة مع الدراسات السابقة:

٤. انتقلت مع دراسة سمر حسن عبدالعزيز (٢٠٢٢)<sup>(١٨)</sup> حيث أشارت نتائج الجدول إلي أن جاءت المتابعة " إلي حد ما" في الترتيب الأول بنسبة ٦٠.٨٤%, بينما جاء اختيارهم

### دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية

"دائماً" في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩.٥٢٪، ثم "لا أتابعها" في الترتيب الثالث بنسبة ٩.٦٤٪ من إجمالي عينة الدراسة.

٥. واتفقت أيضاً إلى حدٍ ما مع دراسة زينب أشرف جويلي (٢٠٢٠)<sup>(١٩)</sup> حيث جاءت المتابعة ب(أحياناً) ما يشاهدون البرامج الحوارية بنسبة ٤٠.١٪، بينما ارتفعت نسبة من أجابوا من المبحوثين ب(دائماً) حيث بلغت نسبتهم ٣٦.١٪ في مقابل أن من أجابوا ب (نادراً) بلغت نسبتهم ٢٣.٨٪ من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (١١): ما مدي اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بمشاهدة البرامج التي تتناول قضايا المرأة؟

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	مدى المشاهدة
٠.٦٨٦٧٨	٢.٢٧٧٥	١٣.٥٪	٥٤	نادراً.
		٤٥.٢٪	١٨١	أحياناً.
		٤١.٣٪	١٦٥	دائماً.
		١٠٠.٠٪	٤٠٠	الإجمالي.

يشير الجدول السابق رقم (١١) إلى مدي اهتمام المبحوثات بمشاهدة البرامج التي تتناول قضاياها حيث:

١. جاءت (أحياناً) في المركز الأول بنسبة (٤٥.٢٪).
٢. وجاءت (دائماً) في المركز الثاني بنسبة (٤١.٣٪).
٣. ثم جاءت (نادراً) في المركز الثالث بنسبة (١٣.٥٪)، وذلك عند المتوسط الحسابي (٢.٢٧٧٥)، بانحراف معياري قدرة (٠.٦٨٦٧٨).

جدول (١٨): ما مدي اعتماد المبحوثات علي البرامج الحوارية النسائية للحصول علي الأخبار والأحداث الخاصة بقضايا المرأة في مصر؟

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	مدى الاعتماد
٠.٦٤٣٨٠	٢.٣٩٢٥	٨.٨	٣٥	نادراً.
		٤٣.٢	١٧٣	أحياناً.
		٤٨.٠	١٩٢	دائماً.
		%١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي.

يشير الجدول السابق رقم (١٨) إلي مدي اعتماد المبحوثات علي البرامج الحوارية النسائية للحصول علي الأخبار والأحداث الخاصة بقضايا المرأة في مصر حيث:

٤. جاءت (دائماً) في المركز الأول بنسبة (٤٨.٠%).
٥. وجاءت (أحياناً) في المركز الثاني بنسبة (٤٣.٢%).
٦. بينما جاءت (نادراً) في المركز الثالث بنسبة (٨.٨%). عند المتوسط الحسابي بنسبة (٢.٣٩٢٥), بانحراف معياري قدرة (٠.٦٤٣٨٠).

جدول رقم (٣١): إلي أي مدي تعكس تلك البرامج الحوارية النسائية واقع المرأة المصرية؟

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
٠.٥٤٢٢٠	٢.٢٧٢٥	٤.٧	١٩	لا تعكس واقعها.
		٦٣.٣	٢٥٣	إلي حد ما.
		٣٢.٠	١٢٨	إلي حد كبير.
		%١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي.

يشير الجدول السابق رقم (٣١) إلي :

١. جاء في المركز الأول "إلي حد ما" بنسبة (٦٣.٣%).

**دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية**

٢. بينما جاء في المركز الثاني "إلي حد كبير" بنسبة (٣٢.٠٪).
٣. بينما جاء في المركز الثالث "لا تعكس واقعها" بنسبة (٤.٧٪)، وذلك عند المتوسط الحسابي (٢.٢٧٢٥)، وذلك بانحراف معياري قدرة (٠.٥٤٢٢٠).
- جدول رقم (٣٤):** نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's لبيان العلاقة بين مدي متابعة المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها.

تشكيل اتجاهات المرأة نحو قضاياها		مدي متابعة المرأة للبرامج الحوارية النسائية
٠,٤١٥	معامل الارتباط Spearman's rho	
٠,٠٠٠	مستوي المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
٤٠٠	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي:

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي متابعة المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (٠.٤١٥)، عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠٠)، وهي علاقة ارتباطيه دالة مما يشير إلى أنه كلما زادت متابعة المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها.

**جدول رقم (٣٥):** نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's لبيان العلاقة بين دوافع مشاهدة المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها.

تشكيل اتجاهات المرأة نحو قضاياها		دوافع مشاهدة المرأة للبرامج الحوارية
٣٢٥.٠	معامل الارتباط Spearman's rho	
٠,٠٠٢	مستوي المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
٤٠٠	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي:

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (٠.٣٢٥)، عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠٢)، وهي علاقة ارتباطيه

الباحثة/ رنا سامي محمد سليمان

دالة مما يشير إلى أنه كلما زادت دوافع مشاهدة المرأة للبرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية وتشكيل اتجاهاتها نحو قضاياها.

جدول رقم ( ٤٥ ): نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's لبيان العلاقة بين

الاعتماد والتأثيرات الوجدانية

التأثيرات الوجدانية		الاعتماد علي البرامج الحوارية
٠.٣٦٥	معامل الارتباط Spearman's rho	
٠.٠٠٢	مستوي المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
٤٠٠	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي:

وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين اعتماد علي البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية والتأثيرات الوجدانية، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (٠.٣٦٥)، عند مستوي معنوية (٠.٠٠٢)، وهي علاقة ارتباطيه دالة مما يشير إلي أنه كلما زادت اعتماد المبحوثات علي البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية والتأثيرات الوجدانية.

التوصيات:

- ١-زيادة الاهتمام ببرامج المرأة لما لها من اهميه لديهن, وبما لها من اهمية كبيره من خلال ما تقدمه من معلومات واتجاهات وسلوكيات لم تكن تعرفها من قبل.
- ٢-ضرورة ملائمة ما يتم تقديمه داخل البرنامج الخاص بالواقع الفعلي لإمكانيات المرأة التي تشاهد هذا البرنامج.
- ٣-اهتمام البرامج النسائية الخاصة بالمرأة بتقديم موضوعات تهتم كافئته الفئات العمرية للمرأة لانهم العنصر المهم في المجتمع.
- ٤-توعية المرأة بأهمية البرامج الحوارية التي تهتم بقضايا المرأة وتوعيتهم بأهمية متابعتها.



## دور البرامج الحوارية النسائية بالقنوات الفضائية

٥- اجراء العديد من الدراسات التي تهتم بمعرفه راي المرأة في برامجها والموضوعات التي تقدم لها والوقوف على القصور ومعالجتها.

### المقترحات:

١. اعاده النظر في مدى اهمية قضايا المرأة وتلبيه احتياجاتها وتقديم يد العون والمساعدة

لها

٢. زياده المساحة المخصصة لمناقشه قضايا المرأة

٣. تعزيز الثقافة والمعرفة بقضايا المرأة حيث يؤثر هذه على قوة ونوعيه التغطيات

الإعلامية

٤. انشاء موقع خاص بالمرأة لمعرفه حقوقها القانونية و الاجراءات التي يجب اتخاذها في

أي موقف تتعرض له و الارقام التي تستطيع الاتصال عليها لطلب المساعدة

- ١) داليا أحمد صبحي عبدالفتاح سلامة (٢٠٢٣): "اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو برامج المرأة بالقنوات العربية كما تعكسها تعليقاتهم في هذه المواقع"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- ٢) مروة مخيمر عبد الوهاب (٢٠٢٣): " دور البرامج الحوارية التليفزيونية الخاصة بالمرأة في رفع وعي النساء بالقضايا المجتمعية وإدراك الواقع الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام).
- ٣) سمر حسن عبدالعزيز عمار (٢٠٢٢): "دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أجندة الجمهور نحو قضايا المرأة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الإعلام والاتصال).
- ٤) شدن عادل مجيد (٢٠٢٢): " البرامج الحوارية التليفزيونية الصباحية وبناء الوعي المعرفي للمرأة العراقية"، ( الجامعة العراقية: مجلة الجامعة العراقية، مركز البحوث والدراسات الإسلامية)، عدد ٥٤، مجلد ٣، ص ٥٠٤-٥١٣.
- ٥) أمل عاطف عبد العزيز أبو زيد (٢٠٢٣): "دور مواقع المجالات النسائية في تشكيل معارف واتجاهات المرأة المصرية نحو قضاياها الاجتماعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة طنطا، كلية تربية نوعية، قسم الإعلام التربوي).
- ٦) أميرة محمد إبراهيم النمر (٢٠٢٢): "تناول قضايا تمكين المرأة في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية وعلاقته بدعم خطط التنمية المستدامة"<sup>(٦)</sup>: (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام)، عدد ٨٠، ص ٤٤١-٤٩٤.
- ٧) محمد عبد اللطيف عبد المعطي محمد (٢٠٢٢): "معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠"، (جامعة القاهرة، كلية الآداب، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون)، عدد ٢٤، مجلد ٢٠٢٢، ص ٤٣٥-٥١٣.
- ٨) منى أبو الذهب محمد مناع (٢٠٢٢): "مشكلات المرأة ما بعد الطلاق في ضوء قانون الأحوال الشخصية"<sup>(٨)</sup>: رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم علم اجتماع).

٩) هويدا مصطفى (٢٠٠٨): " دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي"، (سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس)، ص ٣٢.

Melvin de fleur &sandr ball rokeach"model of mass effects<sup>(10)</sup>  
"communication.

(11)Stanly J. Baran Dennis K. Davis(2003). Mass communication theory. Third Edition, United states , p.320.

<sup>(١٢)</sup> حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها وموقع التواصل الاجتماعي(مصر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٤م) ص ١٧٨-١٧٩.

(<sup>13</sup>)Little John S. W. (1999), **Theories of human communication**, 6<sup>th</sup>ed., Albuquerque, NM: Wassworth Pub., pp. 351-354.

- (<sup>14</sup>) حسن عماد مكاوي, ليلي حسين. نظريات الاتصال المعاصر, ط ١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية, ١٩٩٨), ص ٣٠١.
- (<sup>15</sup>) مروة عبد الغني عبد الفتاح الصيفي (٢٠١٩): "معالجة موضوعات الطلاق في المسلسلات والأفلام واتجاهات الجمهور نحو المرأة المطلقة", رساله دكتوراه غير منشورة (جامعه القاهرة, كلية الآداب, قسم الإذاعة والتلفزيون, ص ٤٤).
- (<sup>16</sup>) منير طبي (٢٠١٥). دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات النخبة الجزائرية نحو القضايا السياسية, مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية, جامعة العربي التبسي تبسة, ١٠٤, ص ٢٤٤.
- (<sup>17</sup>) علياء شكري (٢٠٠٣). قضايا المرأة المصرية بين التراث والواقع, دراسة للثبات والتغير الاجتماعي والثقافي, ط ١, القاهرة: مركز البحوث والدراسات الاجتماعية بجامعة القاهرة, ص ٩٢.
- (<sup>18</sup>) سمر حسن عبد العزيز عمار (٢٠٢٢), مرجع سابق.
- (<sup>19</sup>) زينب اشرف جويلي (٢٠٢٠) "إنجازات ومكتسبات المرأة كما تعكسها الفضائيات المصرية والعربية واتجاهات المرأة الريفية نحوها", رساله ماجستير, غير منشورة, كلية الآداب, قسم الإعلام, جامعة المنصورة.