

## تعرض الرجال المصريين لوسائل الإعلام النسائي وعلاقته باتجاهاتهم نحو حقوق المرأة

د. أسماء أحمد أبو زيد علام\*

### مقدمة:

تتعمق وسائل الإعلام النسائي الرجل المصري بأنه متناقض يعتمد معايير مزدوجة بحيث يبيح لنفسه ما يريد، ولكنه يحرمه على غيره، ويتجلى هذا التناقض في علاقته بالمرأة، كما انه يطال كل تفصيل من تفاصيل الحياة، وتبدأ التناقضات من أصغر الأمور ولا تنتهي عند أكبرها.

وعلى الجانب الآخر وضعت العديد من وسائل الإعلام النسائي المرأة المصرية في إطار الصراع مع الرجل الذي يعتقد بعدم قدرة المرأة على تولي المناصب القيادية، ورسم السياسات العامة، وركزت العديد من هذه الوسائل على الأدوار التقليدية للمرأة بصورة أكبر من الاهتمام بدور المرأة العام في المجتمع.<sup>1</sup>

إلا انه من المفترض ان تقوم وسائل الإعلام بدورها في بناء مجتمع متماسك ومتوازن، من خلال حشد الطاقات البشرية دون تمييز بين الرجل والمرأة، فالاهتمام بحقوق المرأة وأدوارها جزءاً أساسياً في عملية التنمية؛ ولكي يتحقق ذلك لا بد من إصلاح البنية المجتمعية على النحو الذي يجعل النساء فاعلات، من خلال ضمان تمتع كافة النساء بالإعمال الفعلي لحقوقهن، على أن يكون التفعيل قائماً على المشاركة المجتمعية، ويحدث بالتدرج وعلى مراحل وبناء على دراسات مختلفة للأوضاع المجتمعية. فتفعيل حقوق المرأة المصرية لا يتحقق من خلال حلول سريعة ومقتبسة من دول أخرى، كما أنه لا يتحقق من خلال إجراءات وقوانين رسمية من جهات محددة، وإنما ينبغي أن يكون التفعيل قائماً على المشاركة المجتمعية؛ بحيث تكون الرؤية المستقبلية مدروسة ومقبولة لدى أغلب أفراد المجتمع. وكذلك لا يمكن الاعتماد على المبادرات الفوقية؛ لأنها لا تقدم ضماناً فاعلاً، وإنما يجب تطوير أشكال مؤسسية؛ لضمان الاستمرارية.

ويعد التأثير السلبي لبعض الأعراف والتقاليد من العوامل المؤثرة على تحديد الاستراتيجيات التي يمكن توظيفها لرفع الوعي بحقوق المرأة لدى الرجال والنساء؛ إذ انه يجعل الإدراك المجتمعي لحقوق المرأة يصطدم بالسياق الاجتماعي المرتبط بهذه التقاليد، مما يؤدي لرفضه من قبل بعض فئات الرأي العام، ومن ثم يضعف القدرة على بلورة آليات داعمة لقضايا المواطنة وحقوق المرأة.

\* مدرس بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

لذا فمن الأهمية توظيف وسائل الإعلام في رفع الوعي بحقوق المرأة وإثارة الاهتمام بها في الواقع الفعلي، وكذلك في تغيير الصور النمطية السلبية التي طالما التصقت بالمرأة لدى الرجال، وتسعى الدراسة الحالية للكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام النسائي في تشكيل اتجاهات الرجل المصري نحو حقوق المرأة سواء بدعم حقوقها واتخاذ الرجال سلوكيات داعمة لقضايا المرأة، أو إنكار هذه الحقوق، أو عدم الاكتراث بدعمها أو الاعتراض عليها.

### الدراسات السابقة:

كشفت مراجعة الدراسات السابقة في مجال الدراسة عن اهتمام الباحثين بدراسة الإعلام النسائي وعلاقته بحقوق المرأة، كما برز تركيز الباحثين على رصد سمات وأدوار وفئات المرأة في الإعلام، بينما ندر تناول علاقة الرجال بوسائل الإعلام النسائي.

وفي هذا السياق يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين، يعنى المحور الأول: يتناول الدراسات التي اهتمت بعلاقة الرجال بوسائل الإعلام، والثاني: يركز على الدراسات التي تناولت الإعلام النسائي وعلاقته بحقوق المرأة المصرية، وكذلك أدوارها في وسائل الإعلام، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بعلاقة الرجال بوسائل الإعلام، وتنقسم دراسات هذا المحور إلى:

#### أ- على مستوى وسائل الإعلام الجديدة:

كشفت دراسة سارة فوزي (2017)، ودراسة Brisco & Patriza, (2017) أن الرجال المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي يرفضون تقلد المرأة للمناصب القيادية العليا رغم إيمانهم بأهمية حصول المرأة على حقوقها، وهو ما يعزي إلى تجاهل النظام السياسي لتأهيل وتدريب المرأة في العمل السياسي، وبالتالي فان توليها لمناصب قيادية سيجعل ادارتها مليئة بالأخطاء.<sup>2</sup>

في حين أكدت دراسة نجلاء جعفر (2017)، ومها فتحي (2013) أنه لا توجد علاقة بين النوع واستخدام وسائل الإعلام الجديدة، فالنوع لا يؤثر على درجة متابعة هذه الوسائل؛ وقد يرجع ذلك إلى وجود سمات مشتركة بين المبحوثين من حيث التعليم والاهتمام بوسائل الإعلام الجديدة.<sup>3</sup>

وخلصت دراسة Malik, M. R (2016) إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية كثفت من تغطيتها لرياضات الرجال عند مقارنته بتغطيتها لرياضات النساء كما وكيفا؛ مما أثر على إدراك الجمهور الذي تصور أن القدرة الرياضية للرياضيين الإناث أقل منها لدى الرجال، ورسخ ذلك لدى الجمهور فكرة ان رياضات الرجال أكثر أهمية من رياضات الإناث.<sup>4</sup>

وترى دراسة (Gina Chen, 2015) و Keol Lim and Ellen B. (2011) أن الرجال يقضون وقت أقل من النساء في استخدام الانترنت، ويركز الرجال في البحث عن المعلومات المطلوبة، وفي أوقات الترفيه يفضل الرجال استخدام ألعاب الكمبيوتر، بينما تفضل النساء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.<sup>5</sup> وأبرزت دراسة سامح محمد يوسف (2013) أن الرجال يفضلون المواقع الاقتصادية عن باقي الوسائل الإعلامية الاقتصادية، خاصة في أوقات الأزمات.<sup>6</sup>

#### ب- على مستوى وسائل الإعلام التقليدية:

أبرزت دراسات (Krawiec, K. D. (2016) و Brennan, A. L. (2016)، و (Wilson, C. (2017) و Yin, Y. (2015) و Neumann, S. (2016) أن تركيز وسائل الإعلام على شكل الجسد وبناء العضلات أضر بالرجال؛ لانشغالهم بهذا الأمر وعقد مقارنات بين أنفسهم وغيرهم من المحيطين بهم، مما عزز من المعايير الثقافية لصالح الذكورة عوضاً عن المعايير الثقافية لصالح الرجولة، بالإضافة إلى أن الاهتمام بشكل الجسد أصبح غاية في أغلب المجتمعات بدلاً من التركيز على الصحة والتغذية السليمة.<sup>7</sup>

وأظهرت دراسة (Yiyi Yang, Lu Tang, Bijie Bie, (2016) لمجلات الصحة النفسية الموجهة للرجال رفض الرجال الاعتراف بمرض الاكتئاب باعتبار ذلك ضعفاً، بخلاف المرأة التي تعترف بالمرض وتسعى للعلاج.<sup>8</sup>

وأرجعت دراسة (Aitinger, G. (2016) حضور الرجال كمصادر إعلامية بصورة مكثفة في وسائل الإعلام خاصة في مجال السياسة، بينما تقل أعداد النساء بالرغم من حضورهم في مهن سياسية عدة. أرجعته إلى تكرار اختيار المصادر الإعلامية بشكل روتيني من قبل الصحفيين، وليس بسبب التمييز ضد النساء.<sup>9</sup>

وكشفت دراسات كل من Elli Scambor, Nadja Bergmann, Katarzyna (2014)، و (Nicky Stanley, Benedict Fell, Pam Miller (2013) و

(Jeff Hearn, Antony Whitehead (2006) و Jeff Hearn (2012) أن

الرجال يناقشون ما يتعرضون له من وسائل الإعلام بصورة موسعة مع المحيطين بهم خاصة مع أقرانهم من الرجال.<sup>10</sup>

وأكدت دراسة رباب حسين (2012) على أنه لا يوجد تطابق بين الصورة الذهنية المدركة عن النوع الاجتماعي لدى الرجال في مصر وبين الصورة الإعلامية التي تقدمها الأفلام الأمريكية.<sup>11</sup>

وأوضحت دراسة **Ran, Qing (2011)** أن الرجال يعتبرون وسائل الإعلام التقليدية الوسيلة الأساسية للترفيه، كما أنها تحدد قيمهم والطريقة التي يفكرون بها الرجال.<sup>12</sup>

#### التعليق على دراسات المحور الأول:

اعتمدت معظم الدراسات على نظريات: التأثير المعتمد على تقديم النموذج، والاعتماد على وسائل الإعلام، والغرس الثقافي.

ومن الناحية المنهجية اعتمدت أغلب الدراسات على والاستبيان، والمقابلة واستخدمت منهج المسح، والمنهج المقارن.

وهناك ندرة في الدراسات العربية الخاصة بالرجل بشكل عام، وعلاقته بوسائل الإعلام بشكل خاص.

اهتمت أغلب الدراسات الأجنبية التي ركزت على الرجل وعلاقته بوسائل الإعلام على الموضوعات الجنسية.

واجمعت الدراسات على حرص وسائل الإعلام الموجهة للرجل على إبراز صورة متحيزة للرجل بشكل عام والرجل العربي بشكل خاص؛ إذ اهتمت باظهار الرجل في صورة النموذج المثالي، فهو الرجل الناجح القادر على الانجاز والقائد في الحياة العامة.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الإعلام النسائي وعلاقته بحقوق المرأة المصرية وأدوارها وفناتها، ويمكن تقسيم دراسات هذا المحور على النحو التالي:

أ- الدراسات التي تناولت وسائل الاتصال التقليدية وعلاقتها بحقوق المرأة المصرية، وانتهت هذه الدراسات إلى مجموعة من النتائج على النحو

#### التالي:

في الفترة من عام 2000 حتى عام 2005م أكدت الصحافة النسائية المصرية على ضرورة مراجعة التشريعات الوطنية وتعديل القوانين التي تميز ضد المرأة، ومنها تعديل قوانين الانتخاب، وإقرار نظام الكوطة؛ لضمان وضع حد أدنى لتمثيل المرأة في المجالس النيابية.<sup>13</sup> وذلك نتيجة لانخفاض نسبة المشاركة السياسية التقليدية للمرأة في عدد من الدول الإفريقية ومن ضمنها مصر.<sup>14</sup>

ويؤثر دعم القيادة السياسية لقضايا المرأة على مدى معالجتها، فجاءت قضية المشاركة السياسية للمرأة على قائمة أولويات الصحف في عصر الرئيس الأسبق مبارك؛ لأنها كانت تحظى باهتمام ودعم من القيادة السياسية آنذاك، ومثل نشاط السيدة سوزان قرينة الرئيس الأسبق محمد حسني مبارك أحد القضايا الرئيسية التي تم تناولها في إطار قضايا المرأة المصرية بالصحف القومية.<sup>15</sup>

وأغفلت جريدة الوفد ضعف مشاركة المرأة المصرية في الحياة الحزبية والنقابية، وناقشت قضية المشاركة السياسية للمرأة من منظور حزبي ضيق مركزة على ضعف نسبة المرشحات من جانب الحزب الوطني مما يندرج تحت الأهداف الحزبية الضيقة، وتجاهلت جريدة الوفد قضايا المرأة بعد ثورة 25 يناير 2011م، كما تجاهلت المطالبات بإلغاء المجلس القومي للمرأة وإنشاء مفوضية، وذلك بالرغم من ارتباط إطار الإصلاح السياسي لقضايا المرأة بالإصلاح عامة.<sup>16</sup>

وبعد ثورة 25 يناير 2011م استندت مجلة حواء على رأي الدين والخبراء، وتوضيح الخلفية التاريخية فيما يتعلق بتولي المرأة لمواقع اتخاذ القرار، ونشرت المجلة موضوعات تتناول مخاوف المرأة من ضياع المكتسبات التي ناضلت طويلاً من أجلها.<sup>17</sup>

أما بعد ثورة 30 يونيو 2013م كان هناك اهتمام أكبر من جانب مجلة نصف الدنيا عن مجلة حواء بالحقوق السياسية والمدنية للمرأة المصرية، وإن اتفق خطايا المجلتين في الأطروحات المقدمة وهي: رفض نزع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة المصرية، وإهدار كرامتها على يد جماعة الإخوان المسلمين، واختزال دور المرأة في الانتخابات كقوة تصويتية، ووظفت المجلتان آلية الحشد والتعبئة لدفع المرأة للنزول إلى ميادين مصر في ثورة 30 يونيو.<sup>18</sup>

وبرزت القيم والسمات الداعمة لحقوق المرأة في خطاب الصحافة النسائية المصرية في الفترة من 2014 إلى 2016 في فترات الاستحقاقات السياسية؛ حيث يتم استدعاء المرأة خاصة من الشريحة المتوسطة كفاعل رئيس في الخطاب؛ لاستغلالها كقوة تصويتية، وبعد انقضاء الاستحقاقات السياسية تصدر صاحبات الواجهة من البارزات في المجتمع خطاب الصحف النسائية العربية محل الدراسة مرة أخرى.<sup>19</sup>

وتعد حقوق المرأة إحدى النقاط الخلافية بين الصحافة العربية والغربية، خاصة في تحديد مفهوم الديمقراطية، مما جعل الديمقراطية الغربية مصدر قلق للدول العربية؛ فمن وجهة نظر الصحافة الغربية يلعب التمويل الخارجي لمنظمات المجتمع المدني الخاص بحقوق المرأة دوراً فعالاً بشأن انتهاج سياسات أكثر تقدماً تجاه المرأة في المنطقة العربية، حيث تلعب المعونات المقدمة دوراً رئيساً في خلق حوافز لدمج النساء، بينما من وجهة النظر العربية فإن التمويل الخارجي لمنظمات المجتمع المدني يمثل ذريعة للتدخل في الشؤون المحلية.<sup>20</sup>

### **ب- الدراسات التي تناولت سمات وأدوار وفئات المرأة المصرية في وسائل الاتصال التقليدية، وانتهت هذه الدراسات إلى مجموعة من النتائج على النحو التالي:**

وضعت مجلة سيدتي وكذلك مجلة حواء - قبل ثورة 25 يناير 2011م- المرأة العربية في إطار الصراع مع الرجل الذي يعتقد بدونية المرأة، وعدم قدرتها على تولي

المناصب القيادية، ورسم السياسات العامة، وركزت المجلتان على الدور الإيجابي للمرأة الذي جاء في الترتيب الأول بنسبة (61%)، بينما جاء الدور العام في الترتيب الثالث بنسبة (5%)<sup>21</sup>.

كما قامت أغلب رسوم الكاريكاتير بصحف الأسبوع، والأهالي، وأخبار اليوم بترسيخ الأدوار التقليدية للمرأة المصرية<sup>22</sup>.

وتحيزت كل من مجلة حواء، ومجلة نصف الدنيا للمرأة المصرية في العاصمة على حساب المرأة في باقي المحافظات، كما ركزا على فئة الشباب<sup>23</sup>.

وظهرت بعض صور التمييز النوعي ضد المرأة في بعض الصحف المصرية؛ إذ يتم تقديم أدوار المرأة في قصص الجريمة داخل ثقافة تقليدية سلبية تدين سلوكياتها، كما تم عبر التغطية افراغ المهن التي تعمل بها من مقوماتها ودلالاتها كعمل شريف والسعى نحو تقديم عملها ومهنتها باعتبارهما مسئولين أحياناً عما تتعرض له من حوادث جنسية وتحرشات، بل أحياناً سبياً للطلاق و"خراب البيوت" وفق ماتضمنته التغطية<sup>24</sup>.

وتمثل المرأة أهمية استثنائية في إطار اقتصاديات السوق في عصر العولمة، فهي تمثل بالنسبة للشركات المتعددة الجنسيات، وفروعها المحلية قوة العمل الرخيصة، وهي صانعة قرار الاستهلاك في الأسرة مما يضاعف مكانتها كركن أساسي في التراكم الاقتصادي لصالح المتحكمين في السوق العالمية، والأسواق المحلية<sup>25</sup>.

وتناولت الصحافة الأمريكية التغييرات التي طرأت على دور المرأة المصرية في أعقاب ثورة 25 يناير 2011م، بالتطبيق على خطاب هيلاري كلينتون تجاه المرأة المصرية التي جسدتها على أنها ضحية العنف الممارس ضدها من قبل المجتمع<sup>26</sup>.

ووصفت الصحافة الغربية المرأة العربية المعاصرة بالمظلومة، والضعيفة، والمنقادة، والسلبية، وذلك بناء على عدسة ثقافتهم، وخلفيتهم التاريخية، إلا أن هناك العديد من الأمثلة للنساء العربيات اللاتي حققن تغييرات إيجابية وهامة لأنفسهن ولمجتمعاتهن<sup>27</sup>.

### ج- الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام الجديدة وعلاقتها بحقوق المرأة وأدوارها، وانتهت هذه الدراسات إلى مجموعة من النتائج على النحو التالي:

تمكن وسائل التواصل الاجتماعي المرأة وتساعد في إدماجها في المجالات المختلفة رغم أن ذلك يتناقض مع واقع عدم المساواة بين الجنسين الذي لا يزال قائماً في المنطقة العربية، إلا أنه يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون عامل تغيير محتمل نحو تمكين المرأة في المجتمعات العربية<sup>28</sup>.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات الفعالة في تمكين النساء في الوطن العربي، خاصة في ظل الثورات التي اندلعت مؤخرا.<sup>29</sup>

استطاعت وسائل الإعلام الجديدة خلق وسائل جديدة ومبتكرة لمواجهة التحرش الجنسي في مصر. واستثمرت منظمات المجتمع المدني التقنيات الرقمية وب لتعبئة الأفراد في المسيرات وتكوين حملات ضغط، ورفع المزيد من التقارير التي تتضمن تفاصيل لحالات التحرش الجنسي.<sup>30</sup>

### التعليق على دراسات المحور الثاني:

اعتمدت معظم دراسات هذا المحور على نظرية وضع الأجندة، ومدخل الأطر والنوع الاجتماعي والتحليل الوظيفي.

ومن الناحية المنهجية اعتمدت أغلب الدراسات على تحليل المضمون، وتحليل الخطاب، والمقابلة، والاستبيان، واستخدمت منهج المسح، والمنهج المقارن.

واتفقت معظم الدراسات على غياب سياسة تحريرية واضحة تجاه حقوق المرأة، بالإضافة إلى ضعف معالجة قضاياها في وسائل الإعلام، من حيث اعتمادها في تناول حقوق المرأة على الأحداث والمناسبات.

وأشارت هذه الدراسات إلى تراجع الدور الرئيس للإعلام النسائي المصري في مجال حقوق المرأة، فلم يعمل على نشر ثقافة حقوق المرأة والترويج لها من خلال إثارة الانتباه للحقوق المختلفة، وخلق الوعي بها وتنميتها، بل ركز على حقوق المرأة التي تشير لها السلطة الحاكمة بشكل رئيس، إلى جانب تسليط الضوء على الأدوار التقليدية للمرأة.

وركزت الدراسات التي اهتمت بوسائل الإعلام الجديد على كيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الدفاع عن قضايا المرأة وتمكينها.

### تعليق عام على الدراسات السابقة:

مع استمرار تقديم الصحافة النسائية المصرية الأدوار النمطية للمرأة بنسبة تفوق الأدوار غير النمطية، فإن الصحف الأجنبية خاطبت المرأة بصفتها فرد في المجتمع، لها قضاياها الخاصة، فهناك اهتمام من قبل الصحافة النسائية الغربية بالحركات النسائية التي تسعى لتفعيل حقوق المرأة.<sup>31</sup>

وبلورت عدد من الدراسات السابقة الحل في صياغة إستراتيجية مستقبلية لتفعيل دور وسائل الإعلام في بناء ثقافة مجتمعية مساندة لحقوق المرأة، وأكدت معظم الدراسات على أهمية العلاقة بين وسائل الإعلام، وتناول حقوق المرأة، وتنمية وتطور المجتمعات.<sup>32</sup>

اهتمت أغلب الدراسات الميدانية عن حقوق المرأة لا سيما الغربية بدراسة فئات عمرية مختلفة من النساء، وأغفلت الاهتمام بالرجال واستطلاع آرائهم واتجاهاتهم نحو حقوق المرأة، في حين تبحث الدراسة الحالية في آراء الرجال واتجاهاتهم نحو حقوق المرأة.

### مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على مدى تعرض الرجال المصريين محل الدراسة لوسائل الإعلام النسائي المقرؤ والمسموع والمرئي والالكتروني، ودوافع تعرضهم، ودورها في تشكيل اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة المصرية المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، من خلال قياس اثر وسائل الإعلام النسائي على التعريف والتوعية وإثارة اهتمامهم بالمفاهيم والآليات المرتبطة بحقوق المرأة وإبراز تلك الحقوق للرجال.

### وترجع أهمية الدراسة إلى:

- 1- ندرة الدراسات العربية التي عنيت بالرجل، وكذلك تلك التي عنيت بتقييم تعرضهم لوسائل الإعلام النسائي وإتجاهاتهم نحو حقوق المرأة، ومن ثم يمكن للدراسة ان توفر رصيذا معرفيا في هذا المجال.
- 2- الكشف عن مدى ادراك الرجال لواقع حقوق المرأة، ومدى عملهم على تمكين المرأة كفاعل نشط في المجتمع، أو على العكس تشويه أدوارها واختزالها في الأدوار التقليدية.
- 3- تقاس التنمية الإنسانية في أي دولة كما حددها البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة وفقاً لمقياس تمكين المرأة، وبناء قدراتها - كفرد وكمواطنة - على المساهمة بدور فعال في مؤسسات المجتمع، وعلى المشاركة في اتخاذ القرارات، وهنا يلزم ادراك الرجل لحقوق المرأة؛ بل والتفاعل الإيجابي معها حتى لا يقف عقبة في طريقها.

### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام النسائي المقرؤ والمسموع والمرئي في تشكيل اتجاهات الرجل المصري نحو حقوق المرأة، من خلال زيادة المعرفة بحقوق المرأة وإثارة الاهتمام بها واتخاذ الرجال سلوكيات داعمة لحقوق المرأة في الواقع، أو معارضة هذه الحقوق، أو عدم الاكتراث بها.

### تساؤلات الدراسة:

1. ما خصائص وسمات الرجال الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي المقرؤ والمسموع والمرئي؟



2. ما وسائل الإعلام النسائي التي يستخدمها الرجال محل الدراسة بانتظام؟ وما الأدوار والوظائف التي تحققها لهم؟
3. ما تقييم الرجال محل الدراسة لوسائل إعلام النسائي؟
4. كيف يرى الرجال محل الدراسة حقوق المرأة المصرية، وكيف يتمثلونها؟
5. إلى أي مدى تسهم مضامين الإعلام النسائي في تشكيل اتجاهات الرجال محل الدراسة نحو حقوق المرأة المصرية؟
6. هل تختلف أم تتفق اتجاهات الرجال محل الدراسة نحو حقوق المرأة المصرية؟
7. ما العوامل التي تؤثر على اتجاهات الرجال محل الدراسة نحو حقوق المرأة المصرية؟
8. لماذا هناك اتفاق/اختلاف حول اتجاهات الرجال محل الدراسة نحو حقوق المرأة المصرية؟

#### الإطار النظري للدراسة: نظرية الغرس الثقافي:

تستفيد الدراسة من نظرية الغرس الثقافي في تحليل الرسائل الرئيسية والاتجاهات في محتوى الرسائل الإعلامية، فهي إحدى النظريات التي تهتم بالتأثير التراكمي لوسائل الإعلام، وتقوم على التفاعل بين الفرد والوسائل التثقيفية المختلفة، وتهدف إلى إكساب الفرد اتجاهات وسلوكيات مناسبة لدوره الاجتماعي، وبالتالي تمكنه من التوافق الاجتماعي وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.

ومن الاتجاهات الحديثة لنظرية الغرس الثقافي ربطها بالدراسات الثقافية؛ حيث أن أكثر نقاط التلاقى بين نظرية الغرس والدراسات الثقافية هي الاتفاق على أن وسائل الإعلام مؤثرة بشدة في تقديم منظومة الاعتقادات والاتجاهات الخاصة بالمجتمع (أو الأيدولوجية من منظور الدراسات الثقافية).<sup>33</sup>

وتستعين الباحثة بهذه النظرية في تفسير مدى التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام النسائي المقرؤ والمسموع والمرئي والإلكتروني التي يعتمد عليها الرجال محل الدراسة في تكوين ثقافتهم، وتشكيل اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة.

#### نوع الدراسة ومناهجها:

تنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية حيث تسعى إلى رصد وتحليل دور وسائل الإعلام النسائي في تشكيل اتجاهات الرجال المصريين محل الدراسة نحو حقوق المرأة، ولم تتوقف الدراسة عند حدود الرصد والتحليل بل امتدت إلى تفسير العوامل المؤثرة على تشكيل اتجاهات الرجال محل الدراسة والذين يتعرضون للإعلام النسائي نحو حقوق المرأة.

وفي هذا الإطار اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي لمسح كافة المعلومات الخاصة بدور وسائل الإعلام النسائي في تشكيل اتجاهات الرجال المصريين محل الدراسة نحو حقوق المرأة. بالإضافة إلى استخدام المنهج المقارن للمقارنة بين اتجاهات الرجال المصريين محل الدراسة الذين يعتمدون على وسائل الإعلام النسائي في تشكيل اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة وفقا لعدد من المتغيرات.

#### **أدوات جمع البيانات:**

- **استمارة الاستقصاء:** قامت الباحثة بإعداد استمارة استقصاء بحيث تغطي كافة الأهداف التي حددتها الدراسة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقييس المختلفة، وقد بلغ إجمالي الأسئلة في استمارة الاستبيان (13) سؤالا بالإضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية. وتضمنت استمارة الاستقصاء مقياسا ثلاثيا لمعرفة ما إذا كان الرجل مؤيدا لحقوق المرأة أو معارضا لها أو محايدا إزاءها، وتضمن هذا المقياس الحقوق المدنية والسياسية للمرأة، وكذلك الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة. وقد تم إجراء اختبار قبلي للاستبيان على عينة مكونة من 40 رجلا من محافظتي القاهرة والجيزة بهدف الوصول إلى أفضل طريقة لصياغة الأسئلة الخاصة بالاستبيان الذي سيتم تطبيقه على عينة الدراسة الميدانية.

#### **مجتمع وعينة الدراسة:**

يتحدد مجتمع الدراسة في مجتمع الرجال المصريين، وراعت الباحثة أن يزيد عمر المشارك في الدراسة عن 18 سنة، واعتمدت الباحثة على نمط العينة العشوائية المتاحة من جمهور الرجال المصريين الذين يتعرضون لوسائل الاعلام النسائي، وبلغ حجم عينة الدراسة الميدانية 200 مفردة. وقد تم تجميع بيانات الاستبيان ومعلوماته خلال الفترة من يونيو إلى سبتمبر 2018.

#### **إختبارات الصدق والثبات:**

##### **أ- الصدق الظاهري Face Validity:**

استعانت الباحثة بالأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام لتحكيم استمارة الدراسة الميدانية،<sup>34</sup> وقد أسفر الاستبيان عن مجموعة من الملاحظات أفادت الباحثة في إعادة صياغة وتعديل بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر.

##### **ب- إختبارات الثبات Reliability:**

قامت الباحثة بإعادة تطبيق الاستمارة بعد فترة زمنية مدتها ثلاثة أسابيع من التطبيق الأول للإستمارة، على نسبة 10% من عينة الرجال محل الدراسة (40 رجلا)، وأسفر إعادة التطبيق عن نسب ثبات متنوعة، لم تقل لدى أى مفردة عن حدود 91%، وهي دالة احصائيا عند مستوى معنوية 0.05% مما يؤكد دقة البيانات وثباتها.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم استخدام برنامج SPSS لتحليل نتائج الدراسة إحصائياً باستخدام عدة معاملات أهمها: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والوزن النسبي، والوزن المرجح، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، و(T-Test)، و ANOVA ، والاختبارات البعدية (LSD).

### نتائج الدراسة:

#### المحور الأول: خصائص وسمات الرجال المصريين محل الدراسة الذين

#### يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي:

يعرض هذا المحور لخصائص عينة الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي من خلال إستعراض سمات تلك العينة من خلال الفئات العمرية، ومستوى ونوعية التعليم، والوضع الوظيفي، والحالة الاجتماعية، والانتماء للجمعيات الحقوقية والاحزاب السياسية، ومقر الإقامة، والاحتكاك بالخارج.

#### جدول رقم (1)

توصيف عينة الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي

المتغير	الفئة	ك	%
الفئة العمرية	من 18 – 25	55	27.5
	من 26 – 35	76	38.0
	من 36 – 47	36	18.0
	من 48 – 60	23	11.5
	فوق الستين	10	5.0
مستوى التعليم	متوسط	33	16.5
	فوق المتوسط	13	6.5
	مؤهل عالي	114	57.0
	دراسات عليا	40	20.0
نوعية التعليم	حكومي	183	91.5
	خاص	13	6.5
	ديني	3	1.5
	اجنبي	1	0.5
الوظيفة	طالب	42	21.0
	عامل / حرفي	22	11.0
	مهني	134	67.0
	لا يعمل	2	1.0
الحالة الاجتماعية	عازب	81	40.5
	متزوج	106	53.0
	ارمل	10	5.0
	مطلق	3	1.5
الانضمام للجمعيات الحقوقية	نعم	3	1.5
	لا	197	98.5
الانتماء الحزبي	لا	200	100.0
مقر الإقامة	نعم	0	0
	الحضر	140	70.0
	الريف	35	17.5
	الصعيد	25	12.5
السفر للخارج	نعم	82	41.0
	لا	118	59.0
الإجمالي		200	100.0

- من حيث الفئة العمرية: أغلب العينة في الفئة العمرية من 26-35 بنسبة بلغت 38%، في حين أن 27.5% من العينة من الرجال المصريين في الفئة العمرية من 18 إلى 25، أي أن الرجال في المرحلة العمرية من 18 إلى 35 أكثر إقبالاً على وسائل الإعلام النسائي من الرجال في الفئة العمرية من 36 إلى 47 عاماً والتي شرعت في الإنشغال بأعباء الحياة الأسرية، كما تقل نسبة تعرض العينة من الرجال المصريين في الفئة العمرية من 48 إلى 60 لوسائل الإعلام النسائي، وتصل النسبة لأقل مستوياتها لدى العينة من الرجال المصريين فوق الستين.
- من حيث المستوى التعليمي: هناك ارتفاع في المستوى التعليمي للعينة من الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي، حيث أن 57% من العينة من الحاصلين على مؤهل جامعي، كما أن 20% من العينة من الحاصلين على مؤهل فوق جامعي، وتصل نسبة الحاصلين على مؤهل فوق المتوسط 6.5%، وتقل نسبة الحاصلين على مؤهل متوسط لتصل إلى 16.5% من مفردات العينة.
- من حيث نوعية التعليم: ترتفع نسبة الملتحقين بالتعليم الحكومي من العينة عن نسبة الملتحقين بالتعليم الخاص، حيث أن 91.5% من العينة من الملتحقين بالتعليم الحكومي، بينما يمثل الملتحقين بالتعليم الخاص 6.5% من مفردات العينة، بينما تندر نسبة الملتحقين بالتعليم الديني والأجنبي من مفردات العينة، وترجع الباحثة ذلك إلى أن معظم العينة من الرجال المصريين في المرحلة العمرية من 18 إلى 35 عاماً، حيث كانت مرحلة ازدهار للتعليم الحكومي، على عكس الواقع الآن الذي يشير إلى إقبال المصريين على التعليم الخاص والأجنبي.
- من حيث طبيعة العمل: ترتفع نسبة المهنيين من العينة من الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي، حيث أن 67% من العينة من المهنيين وأغلبه يعمل في مجال الهندسة والمصارف، بينما 21% من العينة طلاب، و11% من العينة حرفيين.
- من حيث الحالة الاجتماعية: هناك ارتفاع في نسبة المتزوجين من العينة من الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي، حيث أن 53% من العينة من المتزوجين، بينما 40% من العينة لم يسبق لهم الزواج.
- من حيث الانضمام للجمعيات الحقوقية: هناك انخفاض شديد في نسبة الانضمام للجمعيات الحقوقية من العينة من الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي، حيث أن 1.5% من العينة فقط من المنضمين للجمعيات الحقوقية.
- من حيث الانتماء الحزبي: تنعدم نسبة الاشتراك في الأحزاب السياسية من قبل عينة الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي.

- من حيث مقر الإقامة: ترتفع نسبة الإقامة في الحضر من قبل العينة من الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي، حيث أن 70% من العينة من المقيمين في الحضر، وترجع الباحثة ذلك لمكان إجراء البحث في نطاق القاهرة الكبرى.
- من حيث السفر للخارج: هناك ارتفاع في نسبة العينة التي لا تسافر للخارج بنسبة تصل إلى 59% من الرجال المصريين محل الدراسة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام النسائي، بينما 41% من العينة خاضت تجربة السفر للخارج.
- من حيث المستوى الاقتصادي: لاحظت الباحثة عدم صدق مايقرب من 60% مفردات العينة حول الأسئلة المتعلقة بالمستوى الاقتصادي، لذا لم تأخذ الباحثة بهذا المؤشر.

### المحور الثاني: استخدام الرجال المصريين محل الدراسة لوسائل إعلام النسائي

يكشف هذا المحور عن مدى كثافة استخدام الرجال المصريين محل الدراسة لوسائل الإعلام النسائي، ووسائل الإعلام النسائي المفضلة لديهم، ودوافع استخدامها.

### أولاً: كثافة استخدام الرجال المصريين محل الدراسة للإعلام النسائي:

#### جدول رقم (2)

#### كثافة استخدام العينة لوسائل الإعلام النسائي

وزن نسبي	انحراف معياري	المتوسط	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		كثافة استخدام العينة لوسائل الإعلام النسائي
			%	ك	%	ك	%	ك	
50.7%	0.67	1.52	58.0%	116	32.0%	64	10.0%	20	برامج المرأة المذاعة في الفضائيات المصرية
41.0%	0.51	1.23	81.0%	162	15.0%	30	4.0%	8	القنوات المتخصصة في شؤون المرأة
38.7%	0.47	1.16	88.5%	177	7.0%	14	4.5%	9	برامج المرأة المذاعة في محطات الراديو
42.5%	0.57	1.28	78.5%	157	15.5%	31	6.0%	12	المجلات المتخصصة في شؤون المرأة
41.7%	0.54	1.25	80.0%	160	15.0%	30	5.0%	10	المواقع المتخصصة في شؤون المرأة
45.8%	0.60	1.38	68.5%	137	25.5%	51	6.0%	12	الصفحات المتخصصة في شؤون المرأة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

باستخدام الوزن النسبي يكشف الجدول السابق عن أن برامج المرأة المذاعة في الفضائيات المصرية تأتي على رأس وسائل الاعلام النسائي التي يفضلها الرجال المصريين عينة الدراسة بنسبة 50.7%، يليها الصفحات المتخصصة في شئون المرأة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 45.8%، وتأتي المجالات المتخصصة في شئون المرأة في المرتبة الثالثة بنسبة 42.5%.

وأرجعت الباحثة حصول برامج المرأة المذاعة في الفضائيات المصرية على مركز متقدم لغلبة الثقافة المرئية في هذا العصر على الثقافة المقرؤة. أما تفضيل العينة للصفحات المتخصصة في شئون المرأة عبر وسائل التواصل الاجتماعي فيرجع إلى ما تتيحه من إمكانيات التفاعلية والفورية.

#### ثانياً: وسائل الإعلام النسائي المفضلة لدى الرجال المصريين محل الدراسة:

من أعلى البرامج في الفضائيات مشاهدة من قبل الرجال المصريين محل الدراسة برنامج "السنات ميعرفوش يكذبوا" المذاع عبر قناة CbC بنسبة 25.5%، يليه برنامج "ست الحسن" المذاع عبر قناة ON E بنسبة 7%، وفي المركز الثالث برنامج "السفيرة عزيزة" المذاع عبر قناة dmc بنسبة 2.5%.

أما القنوات المتخصصة في شئون المرأة فجاءت قناة cbc سفرة في المركز الأول بنسبة 11.5% كأعلى القنوات مشاهدة من قبل الرجال المصريين محل الدراسة والذين يتعرضون للإعلام النسائي، تلتها قناة الصحة والجمال، وفي المركز الثالث قناة samira بنسب ضعيفة.

وبالنسبة لبرامج المرأة الاذاعية المفضلة لعينة الرجال المصريين محل الدراسة جاء برنامج بريد المرأة على الإذاعة المصرية في المركز الأول، يليه برنامج بنشجع أمهات مصر على إذاعة نجوم fm.

وجاء في المركز الأول بالنسبة لمجلات المرأة المضلة لدى عينة الرجال المصريين محل الدراسة مجلة حواء بنسبة 10%، ثم مجلة سيدتي بنسبة 6.5%، وفي المركز الثالث مجلة نصف الدنيا بنسبة 4%.

ومن أفضل المواقع الإلكترونية المهتمة بشئون المرأة ويفضلها عينة الرجال المصريين محل الدراسة موقع "فتكات"، و"سيدتي نت"، و"سوبر ماما".

أما وسائل التواصل الاجتماعي المهتمة بشئون المرأة ويفضلها عينة الرجال المصريين محل الدراسة، فتتمثل في صفحات: احكي، وsingle mothers، والصفحة الرسمية للمجلس القومي للمرأة.

### ثالثاً: دوافع استخدام الرجال المصريين محل الدراسة لوسائل الإعلام النسائي:

يشير الجدول التالي إلى أن الاهتمام بقضايا ومشاكل الأسرة يأتي في صدارة الدوافع التي تحرك عينة الرجال المصريين محل الدراسة لمتابعة وسائل الإعلام النسائي.

#### جدول رقم (3)

#### دوافع استخدام العينة لوسائل الإعلام النسائي

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	لا اعرف		معارض		موافق		دوافع استخدام العينة لوسائل الإعلام النسائي
			%	ك	%	ك	%	ك	
89.0%	0.69	2.67	12.5%	25	8.0%	16	79.5%	159	التعرف على حقوق ومشكلات المرأة.
70.7%	0.63	2.12	14.5%	29	59.0%	118	26.5%	53	لقناعتي أن المرأة غير حاصلة على حقوقها
87.3%	0.69	2.62	12.0%	24	14.0%	28	74.0%	148	لتنسعدني في تكوين رأي شخصي تجاه لقضايا وحقوق المرأة.
87.8%	0.67	2.64	11.0%	22	14.5%	29	74.5%	149	لاكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع المرأة.
94.0%	0.51	2.82	5.5%	11	7.0%	14	87.5%	175	الاهتمام بقضايا ومشاكل الأسرة.
73.3%	0.63	2.20	12.0%	24	56.0%	112	32.0%	64	التسلية والترفيه.
73.8%	0.64	2.22	12.0%	24	54.5%	109	33.5%	67	شغل وقت الفراغ.
80.5%	0.80	2.42	19.5%	39	19.5%	39	61.0%	122	التعليق والمشاركة بالرأي في قضايا وحقوق المرأة.
75.2%	0.80	2.26	22.5%	45	29.5%	59	48.0%	96	لأنها تراعي القيم والعادات والتقاليد عند مناقشة حقوق المرأة.

باستخدام الوزن النسبي يكشف الجدول السابق عن أن الاهتمام بقضايا ومشاكل الأسرة يأتي في صدارة الدوافع التي تحرك العينة لاستخدام وسائل الإعلام النسائي بنسبة 94%، يليه دافع التعرف على حقوق ومشكلات المرأة بنسبة 89%، ويأتي في المرتبة الثالثة دافع اكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع المرأة بنسبة 87.8%.

ويقل اعتماد العينة على وسائل الإعلام النسائي بدافع التسلية والترفيه، أو حتى شغل وقت الفراغ، وبالتالي يظهر وعي عينة الرجال المصريين محل الدراسة بأهمية متابعة قضايا وحقوق المرأة والتعرف على مشكلاتها، مما يساهم في تطوير وتنمية المجتمع، فهذه الحقوق والقضايا ليست خاصة بالمرأة فقط وتغيير ظروفها بمفردها، وإنما هي قضية مجتمع كامل تكون فيه المرأة مسؤولة عن النظام المجتمعي، وإذا تم كسرها اختل النظام بالكامل.

### المحور الثالث : تأثير وسائل الإعلام النسائي على اتجاهات عينة الرجال المصريين محل الدراسة نحو حقوق المرأة:

يتناول هذا المحور مدى تأثير وسائل الإعلام النسائي على اتجاهات الرجال المصريين محل الدراسة نحو حقوق المرأة، والاتجاه الغالب على معالجة وسائل الإعلام لحقوق المرأة المصرية من وجهة نظر العينة، وكذلك ملامح وأوجه التمييز بين المرأة والرجل في مصر من وجهة نظر عينة الرجال محل الدراسة.

### أولاً: هل يوجد تأثير لوسائل الإعلام النسائي على اتجاهات العينة نحو حقوق المرأة؟

يشير الجدول التالي إلى أن 47% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة يرون أن وسائل الإعلام النسائي تؤثر بحدود معينة على اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة.

#### جدول رقم (4)

هل وسائل الإعلام النسائي تؤثر على اتجاهات العينة نحو حقوق المرأة ؟

%	ك	هل يوجد تأثير لوسائل الإعلام النسائي على اتجاهات الرجال المصريين نحو حقوق المرأة ؟
32.5	65	مؤثرة
47.0	94	الى حد ما
20.5	41	غير مؤثرة
100.0	200	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن أن 32.5% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة يرون أن وسائل الإعلام النسائي تؤثر على اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة، بينما 20.5% من العينة ترى أن وسائل الإعلام النسائي غير مؤثرة على اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة، وترجع الباحثة ذلك إلى وجود نوعين من وسائل الإعلام النسائي الأول، يناقش حقوق المرأة من مختلف الجوانب، ويؤكد دور المرأة في بناء المجتمع، مسلطاً الضوء على ما تعانيه المرأة من مشكلات تحد من مساهمتها في خطط وعمليات التنمية، وصورتها في وسائل الإعلام.

والنوع الثاني: يكرس صورة امرأة مستهلكة، حيث تبرز صورة المرأة المرفهة والأنيقة، وتحث موضوعات الأزياء، والديكور، والموضة، وعمليات التجميل، وفنون المكياج ومهاراته وأدواته مساحات كبيرة، بالإضافة إلى الأبواب التي توضح للمرأة الخطوات الدقيقة للوصول إلى قلب الرجل عن طريق معدته... مما يبرز أن هذه القضايا الشكلية هي فقط ما يهم النساء.

وبالتالي تفرغ وسائل الإعلام النسائي المرأة من محتواها الحقيقي، مؤكدة أن المرأة يتحدد وجودها وينتهي في المطبخ وفي التجميل والموضة والرشاقة، وهذا في



حقيقة الأمر ظلم للمرأة المصرية التي فرضت نفسها في جميع المجالات، كما أنه ظلم لدور الصحافة النسائية المصرية عبر التاريخ في معالجة قضايا وحقوق المرأة.

### ثانياً: الاتجاه الغالب على معالجة وسائل الإعلام لحقوق المرأة المصرية من وجهة نظر عينة الرجال المصريين محل الدراسة:

يشير الجدول التالي إلى أن معالجة الإعلام النسائي لحقوق المرأة المصرية من وجهة نظر عينة الرجال المصريين محل الدراسة جمعت بين الاتجاهين الإيجابي والسلبى بنسبة 39%.

#### جدول رقم (5)

رؤية العينة للاتجاه الغالب على معالجة وسائل الإعلام النسائي لحقوق المرأة المصرية

الاتجاه الغالب على معالجة وسائل الإعلام النسائي لحقوق المرأة المصرية	ك	%
الاتجاه الإيجابي من خلال التأكيد على أحقية المرأة في ممارسة حقوقها	62	31.0
الاتجاه السلبى نحو المرأة وأحقيتها في ممارسة حقوقها	17	8.5
جمعت بين الاتجاهين الإيجابي والسلبى	78	39.0
لم يهتم الإعلام النسائي بالقدر المناسب بقضايا وحقوق المرأة	43	21.5
الإجمالي	200	100.0

يكشف الجدول السابق عن أن 39% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة يرون أن معالجة وسائل الإعلام النسائي لحقوق المرأة المصرية جمعت بين الاتجاهين الإيجابي والسلبى، بينما يرى 31% من العينة سيطرة الاتجاه الإيجابي على معالجة وسائل الإعلام النسائي لقضايا المرأة من خلال التأكيد على أحقيتها في ممارسة حقوقها، في حين يرى 21.5% من العينة أن وسائل الإعلام النسائي لم تهتم بالقدر الكافي بقضايا وحقوق المرأة، وانخفض الاتجاه السلبى لمعالجة وسائل الإعلام النسائي لقضايا المرأة لنسبة 8.5%.

**وترجع الباحثة ذلك إلى أن الإعلام النسائي ما زال حبيس قضايا بعينها بدلاً من أن يركز على قضايا العصر الجديد، والمستجدات التي يفرضها النظام العالمي الجديد، وتبرز الخطورة حين يحمل هذا الخطاب الثقافي الموجه للمرأة فكرة أن الجمال والأنوثة المصنعة والمصطنعة هما المطلب الأهم والأساسي في حياتها، وهما الطريق الأمثل للنجاح في الحياة الأسرية والاجتماعية والمهنية، في حين أن هناك تجاهلاً لحياتها الفكرية والثقافية كي تقوم بدورها المطلوب منها في المجتمع.**

### ثالثاً: ملامح وأوجه التمييز بين المرأة والرجل في مصر من وجهة نظر عينة الرجال محل الدراسة:

يشير الجدول التالي إلى أن 37% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة يرون أنه لا يوجد تمييز بين الرجال والنساء في مصر.

#### جدول رقم (6)

#### وجهة نظر العينة حول وجود تمييز بين الرجال والنساء في مصر

هل تعتقد أن هناك تمييزاً بين الرجال والنساء في مصر حالياً؟	ك	%
نعم	54	27.0
إلى حد ما	72	36.0
لا	74	37.0
الإجمالي	200	100.0

يكشف الجدول السابق عن أن 36% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة يرون أنه يوجد تمييز بين الرجال والنساء في مصر إلى حد ما، كما أن 27% من العينة ترى وجود تمييز فعلي بين الرجال والنساء في مصر، ومن مظاهر هذا التمييز: ثقافة المجتمع التي تحمل المرأة فوق طاقتها وتزيد الأعباء عليها دون أن تكون مسئوليتها، فبالرغم من التقدم المعاصر إلا أنه ما زالت تطبق الأعراف القديمة على حقوق المرأة خاصة في التعليم والميراث وعند اختيار شريك الحياة (زواج القاصرات)، بالإضافة إلى التمييز ضد المرأة في تقلد المناصب القيادية، وفي القوانين والنشريات، وممارسة العنف بكافة صورته ضد المرأة.

وعلى النقيض يرى بعض من عينة الرجال المصريين محل الدراسة أن التمييز في المجتمع المصري لصالح المرأة على حساب الرجل، حيث يوجد مجلس قومي للمرأة ولا يوجد للرجل، ويتم تخصيص أماكن للمرأة في الأماكن العامة دون الرجل، كما أنهم يرون أن قوانين الأحوال الشخصية تنصف المرأة أكثر من الرجل، ويؤكدون على أن التمييز لصالح المرأة أدى إلى إهمالها لشئون أسرتها من أجل تحقيق ذاتها.

وترى الباحثة أن المرأة المصرية حازت على مكانة كبيرة بين نساء العالم، وحولت وجهة التاريخ، وتعمل المرأة المصرية باستمرار من أجل رفع كل أشكال التمييز، وتكريس مواظنتها كأمراة فاعلة.

وبالنسبة للقضايا التي يرى عينة الرجال المصريين محل الدراسة أنها تؤثر على وضع المرأة فتمثلت في قضايا: التعليم، والعنف ضد المرأة، وتقلد المناصب القيادية، وأرجعت الباحثة ذلك إلى أن توفير التكافؤ أمام النساء والفتيات في الحصول على التعليم، والعمل اللائق، والتمثيل في العمليات السياسية والاقتصادية واتخاذ القرارات سيكون بمثابة وقود للاقتصادات المستدامة وسيفيد المجتمعات والإنسانية.

#### المحور الرابع: موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة:

يتضمن هذا المحور موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة عامة، ثم موقف العينة من حقوق المرأة المدنية والسياسية، وأخيراً موقف الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

#### أولاً: موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة عامة:

يشير الجدول التالي إلى أن أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة.

#### جدول رقم (7)

#### موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة

موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة	مع حقوق المرأة	ضد حقوق المرأة	محايد تجاه حقوق المرأة
المتوسط الحسابي	52.515	37.230	30.615
الوزن النسبي	%87.5	%74.5	%78.5
الانحراف المعياري	3.76706	2.82791	3.39920

باستخدام الوزن النسبي يكشف الجدول السابق عن أن أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة بنسبة بلغت %87.5، يلي ذلك عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايدة تجاه حقوق المرأة بوزن نسبي بلغ %78.5، ثم عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارضة لحقوق المرأة بوزن نسبي بلغ %74.5.

#### ثانياً: موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة المدنية والسياسية:

يشير الجدول التالي إلى أن أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة المدنية والسياسية.

#### جدول رقم (8)

#### موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة المدنية والسياسية

موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة المدنية والسياسية	المتوسط	الانحراف المعياري	القيمة العظمى	الوزن النسبي
مع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة	22.97	2.354	27	%85.1
ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة	10.50	1.453	15	%70.0
محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة	14.56	1.828	18	%80.9

باستخدام الوزن النسبي يكشف الجدول السابق عن أن أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة المدنية والسياسية بنسبة بلغت %85.1، يلي ذلك عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايدة تجاه حقوق المرأة المدنية والسياسية بوزن نسبي بلغ حوالي %81، ثم عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارضة لحقوق المرأة المدنية والسياسية بوزن نسبي بلغ %70. وهذه النسبة تركز في معارضتها حول أن عدد من المناصب لا تصلح المرأة لشغلها مثل أن تكون رئيس الجمهورية أو رئيس الوزراء أو رئيس مجلس النواب أو وزير دفاع أو وزير داخلية وكذلك المناصب الدينية والقضائية العليا، وتصل هذه النسبة إلى %69 من عينة الرجال

المصريين محل الدراسة، بينما يرى أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة أن المحك الرئيس لتولي المناصب القيادية الكفاءة والخبرة، حيث يرى 76% من العينة أنه لا يجد صعوبة في تقلد المرأة للمناصب القيادية.

### ثالثاً: موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية:

يشير الجدول التالي إلى أن أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

#### جدول رقم (9)

موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية

الوزن النسبي	القيمة العظمى	الانحراف المعياري	المتوسط	موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة من حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية
87.9%	27	1.805	23.72	مع الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
70.1%	27	1.770	18.92	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
76.5%	21	2.060	16.06	محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة

باستخدام الوزن النسبي يكشف الجدول السابق عن أن أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بنسبة بلغت حوالي 88 %، يلي ذلك عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايدة تجاه حقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بوزن نسبي بلغ 76.5%، ثم عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارضة لحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بوزن نسبي بلغ تقريبا 71%.

### المحور الخامس: العلاقة بين كثافة تعرض العينة من الرجال المصريين محل الدراسة لوسائل الإعلام النسائي واتجاهاتها نحو حقوق المرأة:

يكشف هذا المحور عن العلاقة بين كثافة تعرض الرجال المصريين محل الدراسة لوسائل الإعلام النسائي واتجاهاتهم نحو حقوق المرأة.

#### جدول رقم (10)

العلاقة بين كثافة تعرض العينة لوسائل الإعلام النسائي واتجاهاتها نحو حقوق المرأة

الدالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	كثافة المشاهدة	الحقوق
0.531	0.63 4	4.054	52.33	145	منخفض	مع حقوق المرأة عامة
		2.931	53.02	50	متوسط	
		2.168	52.80	5	مرتفع	
		3.767	52.52	200	الإجمالي	

تعرض الرجال المصريين لوسائل الإعلام النسائي وعلاقته باتجاهاتهم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	كثافة المشاهدة	الحقوق
0.752	0.28 5	3.094	37.30	145	منخفض	ضد حقوق المرأة عامة
		2.005	36.98	50	متوسط	
		1.673	37.60	5	مرتفع	
		2.828	37.23	200	الإجمالي	
0.477	0.74 4	3.502	30.43	145	منخفض	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
		3.164	31.10	50	متوسط	
		2.550	31.00	5	مرتفع	
		3.399	30.62	200	الإجمالي	
		1.612	14.88	50	متوسط	
		1.924	15.20	5	مرتفع	
		1.828	14.56	200	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن عدم وجود فروق غير دالة إحصائية بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المؤيد أو المحايد أو المعارض لحقوق المرأة المختلفة وكثافة التعرض لوسائل الإعلام النسائي؛ أي أن موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة تجاه حقوق المرأة لا يختلف باختلاف كثافة التعرض لوسائل الإعلام النسائي.

**المحور السادس: العلاقة بين خصائص وسمات العينة واتجاهاتها نحو حقوق المرأة:**

يركز هذا المحور على العلاقة بين خصائص وسمات العينة واتجاهاتها نحو حقوق المرأة عامة وتفصيلاً من خلال التركيز على الحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

**أولاً: العلاقة بين المرحلة العمرية للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة:**

**جدول رقم (11)**

العلاقة بين المرحلة العمرية للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المرحلة العمرية	الحقوق
0.296	1.23 7	4.794	52.62	55	من 15 – 25	مع حقوق المرأة عامة
		3.279	52.25	76	من 26 – 35	
		3.584	51.89	36	من 36 – 47	
		3.183	53.30	23	من 48 – 60	
		1.955	54.40	10	فوق الستين	
		3.767	52.52	200	الإجمالي	
0.584	0.71 3	2.662	36.91	55	من 15 – 25	ضد حقوق المرأة عامة
		3.414	37.41	76	من 26 – 35	
		2.069	37.06	36	من 36 – 47	
		2.480	37.17	23	من 48 – 60	
		1.713	38.40	10	فوق الستين	
		2.828	37.23	200	الإجمالي	

تعرض الرجال المصريين لوسائل الإعلام النسائي وعلاقته باتجاهاتهم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المرحلة العمرية	الحقوق
*0.049	2.43 6	3.509	30.15	55	من 15 – 25	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
		3.596	30.20	76	من 26 – 35	
		2.424	31.19	36	من 36 – 47	
		3.716	31.09	23	من 48 – 60	
		2.251	33.20	10	فوق الستين	
		3.399	30.62	200	الإجمالي	
0.259	1.33 2	2.319	23.65	55	من 15 – 25	مع الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.431	23.71	76	من 26 – 35	
		1.971	23.33	36	من 36 – 47	
		1.424	24.13	23	من 48 – 60	
		843.	24.60	10	فوق الستين	
		1.805	23.72	200	الإجمالي	
0.225	1.43 1	1.994	18.80	55	من 15 – 25	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.977	18.89	76	من 26 – 35	
		1.291	18.86	36	من 36 – 47	
		1.166	18.78	23	من 48 – 60	
		1.033	20.20	10	فوق الستين	
		1.770	18.92	200	الإجمالي	
0.154	1.69 0	2.136	15.65	55	من 15 – 25	محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		2.163	15.96	76	من 26 – 35	
		1.592	16.42	36	من 36 – 47	
		2.340	16.26	23	من 48 – 60	
		1.033	17.20	10	فوق الستين	
		2.060	16.06	200	الإجمالي	
0.403	1.01 1	2.635	23.15	55	من 15 – 25	مع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		2.396	22.68	76	من 26 – 35	
		2.244	22.78	36	من 36 – 47	
		1.987	23.30	23	من 48 – 60	
		1.155	24.00	10	فوق الستين	
		2.354	22.97	200	الإجمالي	
0.590	0.70 4	1.247	10.24	55	من 15 – 25	ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		1.774	10.62	76	من 26 – 35	
		1.054	10.56	36	من 36 – 47	
		1.428	10.70	23	من 48 – 60	
		1.075	10.40	10	فوق الستين	
		1.453	10.50	200	الإجمالي	
*0.045	2.48 5	1.824	14.49	55	من 15 – 25	محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		1.861	14.24	76	من 26 – 35	
		1.658	14.78	36	من 36 – 47	
		1.875	14.83	23	من 48 – 60	
		1.491	16.00	10	فوق الستين	
		1.828	14.56	200	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة وطبيعة المرحلة العمرية للعينة (مستوى المعنوية =0.049، قيمة ف =2.436).
- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة السياسية والمدنية وطبيعة المرحلة العمرية للعينة (مستوى المعنوية =0.045، قيمة ف =2.485).
- ولمعرفة مصادر التباين بين المجموعات التي يوجد بها فروق ذات دلالة إحصائية، فقد تم إجراء الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD.

#### جدول رقم (12)

العلاقة بين المرحلة العمرية للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	الفرق بين مجموعتين	مجموعة (J)	مجموع (I)	الحقوق
0.009	*3.055	من 15 - 25	فوق الستين	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
0.008	*3.003	من 26 - 35	فوق الستين	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
0.016	*1.509	من 15 - 25	فوق الستين	محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
0.004	*1.763	من 26 - 35	فوق الستين	محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة

يتضح من الجدول السابق أن مصدر الفروق يرجع إلى: وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة فوق الستين عاماً ومن هم في المرحلة العمرية من (15-25) و(26-35) فيما يتعلق بموقفهم المحايد تجاه حقوق المرأة عامة والحقوق السياسية والمدنية للمرأة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين فوق الستين عاماً.

**ثانياً: العلاقة بين مستوى تعليم الرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة:**

#### جدول رقم (13)

العلاقة بين المستوى التعليمي للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	مستوى التعليم	الحقوق
0.918	0.168	4.542	52.42	33	متوسط	مع حقوق المرأة عامة
		3.730	52.08	13	فوق المتوسط	
		3.547	52.67	114	مؤهل عالي	
		3.818	52.30	40	دراسات عليا	
		3.767	52.52	200	الإجمالي	
0.065	2.449	2.041	37.67	33	متوسط	ضد حقوق المرأة عامة
		3.451	38.08	13	فوق المتوسط	
		2.556	36.77	114	مؤهل عالي	
		3.650	37.90	40	دراسات عليا	
		2.828	37.23	200	الإجمالي	

تعرض الرجال المصريين لوسائل الإعلام النسائي وعلاقته باتجاهاتهم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	مستوى التعليم	الحقوق
*0.018	3.42 1	3.458	31.91	33	متوسط	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
		5.174	31.46	13	فوق المتوسط	
		3.209	30.00	114	مؤهل عالي	
		2.851	31.03	40	دراسات عليا	
		3.399	30.62	200	الإجمالي	
0.893	0.20 4	2.305	23.76	33	متوسط	مع الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.613	23.46	13	فوق المتوسط	
		1.835	23.68	114	مؤهل عالي	
		1.285	23.88	40	دراسات عليا	
		1.805	23.72	200	الإجمالي	
*0.001	5.94 3	1.032	19.42	33	متوسط	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.702	20.31	13	فوق المتوسط	
		1.625	18.54	114	مؤهل عالي	
		2.289	19.13	40	دراسات عليا	
		1.770	18.92	200	الإجمالي	
*0.037	2.88 1	2.295	16.73	33	متوسط	محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		2.869	16.69	13	فوق المتوسط	
		1.866	15.71	114	مؤهل عالي	
		1.948	16.28	40	دراسات عليا	
		2.060	16.06	200	الإجمالي	
0.820	0.30 8	2.318	23.06	33	متوسط	مع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		2.397	22.92	13	فوق المتوسط	
		2.284	23.05	114	مؤهل عالي	
		2.617	22.65	40	دراسات عليا	
		2.354	22.97	200	الإجمالي	
0.095	2.15 3	1.370	10.76	33	متوسط	ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		1.787	10.23	13	فوق المتوسط	
		1.326	10.32	114	مؤهل عالي	
		1.676	10.90	40	دراسات عليا	
		1.453	10.50	200	الإجمالي	
0.074	2.35 2	1.685	15.18	33	متوسط	محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		2.555	14.77	13	فوق المتوسط	
		1.856	14.29	114	مؤهل عالي	
		1.463	14.75	40	دراسات عليا	
		1.828	14.56	200	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن:

- وجود فروق دالة إحصائية بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة والمستوى التعليمي للعينة (مستوى المعنوية =0.018، قيمة ف =3.421).



- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارض لحقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمستوى التعليمي للعينة (مستوى المعنوية = 0.001، قيمة ف = 5.943).
  - وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمستوى التعليمي للعينة (مستوى المعنوية = 0.037، قيمة ف = 2.881).
- ولمعرفة مصادر التباين بين المجموعات التي يوجد بها فروق ذات دلالة إحصائية، فقد تم إجراء الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD.

#### جدول رقم (14)

العلاقة بين المستوى التعليمي للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	الفرق بين مجموعتين	مجموعة (J)	مجموعة (I)	الحقوق
0.004	*1.909	مؤهل عالي	متوسط	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
0.009	*0.889	مؤهل عالي	متوسط	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
0.000	*1.773	مؤهل عالي	فوق المتوسط	
0.031	*1.183	دراسات عليا	فوق المتوسط	محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
0.012	*1.017	مؤهل عالي	متوسط	

يتضح من الجدول السابق أن مصدر الفروق يرجع إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط ومن حصلوا على مؤهل عالي فيما يتعلق بموقفهم المحايد تجاه حقوق المرأة عامة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الحاصلين على مؤهل متوسط.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط وفوق المتوسط ومن حصلوا على مؤهل عالي ودراسات عليا فيما يتعلق بموقفهم المعارض تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الحاصلين على مؤهل متوسط وفوق المتوسط.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط ومن حصلوا على مؤهل عالي فيما يتعلق بموقفهم المحايد تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الحاصلين على مؤهل متوسط.

ثالثاً: العلاقة بين نوعية تعليم الرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة:

جدول رقم (15)

العلاقة بين نوعية التعليم للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	نوع التعليم	الحقوق
0.601	0.624	3.847	52.43	183	حكومي	مع حقوق المرأة عامة
		2.911	53.85	13	خاص	
		1.155	51.67	3	ديني	
			53.00	1	اجنبي	
		3.767	52.52	200	الإجمالي	
0.760	0.391	2.877	37.30	183	حكومي	ضد حقوق المرأة عامة
		2.222	36.54	13	خاص	
		2.887	36.67	3	ديني	
			36.00	1	اجنبي	
		2.828	37.23	200	الإجمالي	
*0.012	3.721	3.313	30.85	183	حكومي	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
		3.355	28.38	13	خاص	
		4.619	26.67	3	ديني	
			29.00	1	اجنبي	
		3.399	30.62	200	الإجمالي	
0.186	1.621	1.799	23.74	183	حكومي	مع الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.772	23.85	13	خاص	
		1.732	23.00	3	ديني	
			20.00	1	اجنبي	
		1.805	23.72	200	الإجمالي	
0.432	0.921	1.809	18.98	183	حكومي	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.235	18.23	13	خاص	
		577.	18.33	3	ديني	
			18.00	1	اجنبي	
		1.770	18.92	200	الإجمالي	
*0.020	3.362	2.039	16.19	183	حكومي	محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.843	14.69	13	خاص	
		1.732	14.00	3	ديني	
			15.00	1	اجنبي	
		2.060	16.06	200	الإجمالي	
0.123	1.951	2.365	22.87	183	حكومي	مع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		2.082	24.00	13	خاص	
		577.	22.67	3	ديني	
			27.00	1	اجنبي	
		2.354	22.97	200	الإجمالي	
0.938	0.137	1.425	10.52	183	حكومي	ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		1.797	10.31	13	خاص	

تعرض الرجال المصريين لوسائل الإعلام النسائي وعلاقته باتجاهاتهم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	نوع التعليم	الحقوق
0.080	2.290	2.309	10.33	3	ديني	محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
			10.00	1	اجنبي	
		1.453	10.50	200	الإجمالي	
		1.799	14.66	183	حكومي	
		1.750	13.69	13	خاص	
		2.887	12.67	3	ديني	
	14.00	1	اجنبي			
	1.828	14.56	200	الإجمالي		

يكشف الجدول السابق عن:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة ونوعية التعليم التي تلقتها العينة (مستوى المعنوية =0.012، قيمة ف =3.721).

- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ونوعية التعليم التي تلقتها العينة (مستوى المعنوية =0.020، قيمة ف =3.362).

ولم تتمكن الباحثة من معرفة مصادر التباين بين المجموعات التي يوجد بها فروق ذات دلالة إحصائية، لأن المجموعات التي تلقت نوعية التعليم الديني والأجنبي أقل من 5.

رابعاً: العلاقة بين الحالة الاجتماعية للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة:

جدول رقم (16)

العلاقة بين الحالة الاجتماعية للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الحالة الاجتماعية	الحقوق
0.808	0.323	4.423	52.63	81	عازب	مع حقوق المرأة عامة
		3.346	52.41	106	متزوج	
		2.781	53.20	10	ارمل	
		0.000	51.00	3	مطلق	
		3.767	52.52	200	الإجمالي	
*0.019	3.405	2.680	36.91	81	عازب	ضد حقوق المرأة عامة
		2.598	37.26	106	متزوج	
		5.051	39.80	10	ارمل	
		0.000	36.00	3	مطلق	
		2.828	37.23	200	الإجمالي	
*0.038	2.8	3.538	30.21	81	عازب	محايد تجاه حقوق

تعرض الرجال المصريين لوسائل الإعلام النسائي وعلاقته باتجاهاتهم نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الحالة الاجتماعية	الحقوق
	63	3.246	30.70	106	متزوج	المرأة عامة
		1.265	33.40	10	ارمل	
		6.351	29.33	3	مطلق	
		3.399	30.62	200	الإجمالي	
0.869	0.239	2.046	23.70	81	عازب	مع الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.688	23.73	106	متزوج	
		1.155	24.00	10	ارمل	
		0.000	23.00	3	مطلق	
*0.013	3.693	1.805	23.72	200	الإجمالي	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.787	18.74	81	عازب	
		1.455	18.92	106	متزوج	
		3.438	20.60	10	ارمل	
*0.033	2.973	1.732	18.00	3	مطلق	محاييد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
		1.770	18.92	200	الإجمالي	
		2.176	15.80	81	عازب	
		1.934	16.07	106	متزوج	
0.672	0.516	1.687	17.80	10	ارمل	مع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		2.309	16.67	3	مطلق	
		2.060	16.06	200	الإجمالي	
		2.727	23.12	81	عازب	
*0.042	2.793	2.140	22.83	106	متزوج	ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		1.430	23.40	10	ارمل	
		0.000	22.00	3	مطلق	
		2.354	22.97	200	الإجمالي	
0.065	2.446	1.337	10.25	81	عازب	محاييد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
		1.430	10.63	106	متزوج	
		2.171	11.40	10	ارمل	
		1.155	9.67	3	مطلق	
		1.453	10.50	200	الإجمالي	
		1.773	14.41	81	عازب	
		1.817	14.63	106	متزوج	
		1.075	15.60	10	ارمل	
		4.041	12.67	3	مطلق	
		1.828	14.56	200	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارض لحقوق المرأة عامة والحالة الاجتماعية للعينة (مستوى المعنوية =0.019، قيمة ف=3.405).

- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة والحالة الاجتماعية للعينة (مستوى المعنوية =0.038، قيمة ف =2.863).
  - وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارض لحقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحالة الاجتماعية للعينة (مستوى المعنوية =0.013، قيمة ف =3.693).
  - وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحالة الاجتماعية للعينة (مستوى المعنوية =0.033، قيمة ف =2.973).
  - وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارض لحقوق المرأة السياسية والمدنية والحالة الاجتماعية للعينة (مستوى المعنوية =0.042، قيمة ف =2.793).
- ولمعرفة مصادر التباين بين المجموعات التي يوجد بها فروق ذات دلالة إحصائية، فقد تم إجراء الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD.

#### جدول رقم (17)

العلاقة بين الحالة الاجتماعية للرجال المصريين محل الدراسة واتجاههم نحو حقوق المرأة

الحقوق	مجموعة (I)	مجموعة (J)	الفرق بين مجموعتين	الدلالة الإحصائية
ضد حقوق المرأة عامة	ارمل	عازب	*2.886	0.002
		متزوج	*2.536	0.006
		مطلق	*3.800	0.039
محايد تجاه حقوق المرأة عامة	ارمل	عازب	*3.190	0.005
		متزوج	*2.702	0.016
ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة	ارمل	عازب	*1.859	0.002
		متزوج	*1.685	0.004
		مطلق	*2.600	0.024
محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة	ارمل	عازب	*1.998	0.004
		متزوج	*1.734	0.011
ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة	ارمل	عازب	*1.153	0.017

يتضح من الجدول السابق أن مصدر الفروق يرجع إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب أو متزوج أو مطلق فيما يتعلق بموقفهم المعارض لحقوق المرأة عامة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب أو متزوج فيما يتعلق بموقف العينة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب أو متزوج أو مطلق فيما يتعلق بموقف العينة المعارض لحقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأراامل.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة ومن هو عازب أو متزوج فيما يتعلق بموقف العينة المحايد تجاه الحقوق للمرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأراامل.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب فيما يتعلق بموقف العينة المعارض لحقوق المرأة السياسية والمدنية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأراامل.

#### خامساً: العلاقة بين السفر للخارج واتجاهات الرجال المصريين محل الدراسة نحو حقوق المرأة:

##### جدول رقم (18)

الفروق بين السفر للخارج وعدمه فيما يتعلق باتجاهات الرجال المصريين محل الدراسة نحو حقوق المرأة

الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	السفر للخارج	الحقوق
0.013	198	2.504	3.467	53.30	82	نعم	مع حقوق المرأة عامة
			3.883	51.97	118	لا	
0.421	198	0.806-	2.645	37.04	82	نعم	ضد حقوق المرأة عامة
			2.952	37.36	118	لا	
0.389	198	0.864-	3.368	30.37	82	نعم	محايد تجاه حقوق المرأة عامة
			3.424	30.79	118	لا	
0.876	198	0.156	1.776	23.74	82	نعم	مع الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
			1.832	23.70	118	لا	
0.998	198	0.002-	1.619	18.91	82	نعم	ضد الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
			1.875	18.92	118	لا	
0.384	198	0.873-	1.935	15.90	82	نعم	محايد تجاه الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمرأة
			2.144	16.16	118	لا	
0.001	198	3.441	2.247	23.63	82	نعم	مع الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
			2.323	22.50	118	لا	
0.277	198	1.089-	1.374	10.37	82	نعم	ضد الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
			1.503	10.59	118	لا	
0.535	198	0.622-	1.807	14.46	82	نعم	محايد تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة
			1.848	14.63	118	لا	

يكشف الجدول السابق عن:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من خاض تجربة السفر بالخارج ومن لم يقوم بها

من عينة الرجال المصريين محل الدراسة فيما يتعلق بموقف العينة المؤيد لحقوق المرأة عامة (مستوى معنوية = 0.013، وقيمة ت = 2.504، درجة الحرية=198)، أى أن من سافر للخارج من العينة أكثر تأييدا لحقوق المرأة عامة ممن لم يسافر.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من خاض تجربة السفر بالخارج ومن لم يقوم بها من عينة الرجال المصريين محل الدراسة فيما يتعلق بموقف العينة المؤيد لحقوق المرأة السياسية والمدنية (مستوى معنوية = 0.001، وقيمة ت = 3.441، ودرجة الحرية=198)، أى أن من سافر للخارج من العينة أكثر تأييدا لحقوق المرأة السياسية والمدنية ممن لم يسافر. **وترجع الباحثة ذلك إلى أن السفر يكسب الإنسان تجربة مليئة بالخبرات الجديدة المختلفة أحياناً عما يعرفه الشخص، ويساهم السفر للخارج في اكتساب طرق جديدة في التفكير والسلوكيات والتصرفات، واكتساب الحكمة والتعقل في بعض الأمور، ومن ضمنها موقف الرجل تجاه حقوق وقضايا المرأة.**

#### **المحور السابع: أهم العوامل التي تحول دون حصول المرأة على كافة حقوقها من وجهة نظر عينة الرجال المصريين محل الدراسة:**

باستخدام الوزن المرجح جاءت العوامل الثقافية في المركز الأول كأحد أهم المعوقات التي تحول دون حصول المرأة على حقوقها من وجهة نظر الرجال المصريين محل الدراسة، وهو ما أكدته العديد من الدراسات؛ حيث أن الثقافة السائدة، وفهم المجتمع الخاطئ للدين الإسلامي كرسا النظرة التقليدية للمرأة، وتسببا في حرمانها من العديد من الحقوق حتى وإن وصلت المرأة إلى مستوى علمي متميز.<sup>35</sup>

وبرزت الأمية في المرتبة الثانية من وجهة نظر العينة كحاجز قوي يحرم المرأة من معرفة حقوقها، وقد اعتبرت الأمم المتحدة الأمية وحرمان المرأة من التعليم نوع من العنف ضد المرأة، فالأمية تحرم المرأة من زيادة الرصيد المعرفي بحقوق الإنسان وبحقيقة الدين الداعم للمرأة.

وتصدرت نظرة المرأة لذاتها المرتبة الثالثة من وجهة نظر العينة كمعوق يحول دون حصول المرأة على حقوقها، **ويمكن القول أن: المرأة صنعت من نفسها عدواً لذاتها، وهو الأشد خطورة عليها فأعداء المرأة التقليديين ثلاثة وهم: المجتمع الرجعي، والرجل غير السوي، وسوء تأويل النص الديني، والعدو الرابع والأخطر هو المرأة ذاتها، نتيجة عدم مساندة النساء لبعضهن البعض، وقبول النساء لمحاولات القهر وتقايسهم عن المطالبة بحقوقها، والاعتقاد بأن موضوع حصول المرأة على حقوقها محل صراع بين الرجل والمرأة.**

واحتلت القوانين والتشريعات المركز الرابع كمعوق أساسي في طريق حصول المرأة المصرية على حقوقها من وجهة نظر العينة. **ومن وجهة نظر الباحثة فإن**

المعيار الحقيقي لتفعيل حقوق المرأة لا يتحدد بمجرد نصوص دستورية، أو قانونية، أو اتفاقيات ومؤتمرات دولية بقدر ما يتحدد بسير المجتمع في حركته العامة نحو تهيئة الظروف لممارسة هذه الحقوق، فالمشكلة ليست في إصدار القوانين وإنشاء المؤسسات بقدر ما تكمن في حركة المجتمع، وما فيه من قيم ومبادئ، ووجود نظام ديمقراطي سليم كي يتمكن الناس من التمتع بالحقوق التي أقرها لهم الدستور والقانون.

وجاء في المركز الخامس عوامل اقتصادية كأحد المعوقات أمام المرأة المصرية للحصول على حقوقها من وجهة نظر العينة، فمن خلال محو الفقر وتحولها إلى كيان منتج يتم إحداث تنمية شاملة في المجتمع، وقد أكدت العديد من الدراسات أن التمكين الاقتصادي للمرأة يعد الطريق الأمثل لحصولها على كافة حقوقها.<sup>36</sup>

#### خاتمة الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام النسائي المقرؤ والمسموع والمرئي في تشكيل اتجاهات الرجل المصري نحو حقوق المرأة، وفي ضوء تساؤلات الدراسة يمكن بلورة مجموعة من النتائج العامة على النحو التالي:

1- جاءت برامج المرأة المذاعة في الفضائيات المصرية على رأس وسائل الإعلام النسائي التي يفضلها الرجال المصريين عينة الدراسة بنسبة 50.7%، يليها الصفحات المتخصصة في شؤون المرأة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 45.8%، وتأتي المجالات المتخصصة في شؤون المرأة في المرتبة الثالثة بنسبة 42.5%.

2- يعتبر الاهتمام بقضايا ومشاكل الأسرة يأتي الدافع الأول الذي يحرك العينة لاستخدام وسائل الإعلام النسائي بنسبة 94%، ويليه دافع التعرف على حقوق ومشكلات المرأة بنسبة 89%، ويأتي في المرتبة الثالثة دافع اكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع المرأة بنسبة 87.8%.

3- يرى 47% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة أن وسائل الإعلام النسائي تؤثر بحدود معينة على اتجاهاتهم نحو حقوق المرأة، وذكر 39% من العينة أن معالجة الإعلام النسائي لحقوق المرأة المصرية من جمعت بين الاتجاهين الإيجابي والسلبي.

4- أكد 37% من عينة الرجال المصريين محل الدراسة على أنه لا يوجد تمييز بين الرجال والنساء في مصر.

5- أيد أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة حقوق المرأة بوزن نسبي بلغ 87.5%، يلي ذلك عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايدة تجاه حقوق المرأة بوزن نسبي بلغ 78.5%، ثم عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارضة لحقوق المرأة بوزن نسبي بلغ 74.5%.



- 6- باستخدام الوزن النسبي يعتبر أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة المدنية والسياسية بنسبة بلغت 85%. يلي ذلك عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايدة تجاه حقوق المرأة المدنية والسياسية بوزن نسبي بلغ حوالي 81%، ثم عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارضة لحقوق المرأة المدنية والسياسية بوزن نسبي بلغ 70%.
- 7- كما يعتبر أغلب عينة الرجال المصريين محل الدراسة مؤيدة لحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بوزن نسبي بلغ حوالي 88%، يلي ذلك عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايدة تجاه حقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بوزن نسبي بلغ 76.5%، ثم عينة الرجال المصريين محل الدراسة المعارضة لحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بوزن نسبي بلغ تقريبا 71%.
- 8- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المؤيد أو المحايد أو المعارض لحقوق المرأة المختلفة وكثافة التعرض لوسائل الإعلام النسائي؛ أي أن موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة تجاه حقوق المرأة لا يختلف باختلاف كثافة التعرض لوسائل الإعلام النسائي.
- 9- توجد فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة وطبيعة المرحلة العمرية للعينة (مستوى المعنوية = 0.049، قيمة ف = 2.436).
- 10- توجد فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة السياسية والمدنية وطبيعة المرحلة العمرية للعينة (مستوى المعنوية = 0.045، قيمة ف = 2.485)، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين فوق الستين عاماً.
- 11- توجد فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط ومن حصلوا على مؤهل عالي فيما يتعلق بموقفهم المحايد تجاه حقوق المرأة عامة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الحاصلين على مؤهل متوسط.
- 12- وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط وفوق المتوسط ومن حصلوا على مؤهل عالي ودراسات عليا فيما يتعلق بموقفهم المعارض تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الحاصلين على مؤهل متوسط وفوق المتوسط.

- 13- وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الرجال المصريين محل الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط ومن حصلوا على مؤهل عالي فيما يتعلق بموقفهم المحايد تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الحاصلين على مؤهل متوسط.
- 14- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة ونوعية التعليم التي تلقتها العينة (مستوى المعنوية = 0.012، قيمة ف = 3.721).
- 15- وجود فروق دالة إحصائياً بين موقف عينة الرجال المصريين محل الدراسة المحايد تجاه حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ونوعية التعليم التي تلقتها العينة (مستوى المعنوية = 0.020، قيمة ف = 3.362).
- 16- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب أو متزوج أو مطلق فيما يتعلق بموقفهم المعارض لحقوق المرأة عامة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.
- 17- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب أو متزوج فيما يتعلق بموقف العينة المحايد تجاه حقوق المرأة عامة، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.
- 18- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب أو متزوج أو مطلق فيما يتعلق بموقف العينة المعارض لحقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.
- 19- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة ومن هو عازب أو متزوج فيما يتعلق بموقف العينة المحايد تجاه الحقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.
- 20- وجود فروق دالة إحصائياً بين من هو أرمل من عينة الرجال المصريين محل الدراسة وبين من هو عازب فيما يتعلق بموقف العينة المعارض لحقوق المرأة السياسية والمدنية، وذلك لصالح عينة الرجال المصريين الأرامل.
- 21- وجود فروق دالة إحصائياً بين من خاض تجربة السفر بالخارج ومن لم يقوم بها من عينة الرجال المصريين محل الدراسة فيما يتعلق بموقف العينة المؤيد لحقوق المرأة عامة (مستوى معنوية = 0.013، وقيمة ت = 2.504، درجة الحرية = 198)، أى أن من سافر للخارج من العينة أكثر تأييداً لحقوق

المرأة عامة ممن لم يسافر.

22- وجود فروق دالة إحصائياً بين من خاض تجربة السفر بالخارج ومن لم يقوم بها من عينة الرجال المصريين محل الدراسة فيما يتعلق بموقف العينة المؤيد لحقوق المرأة السياسية والمدنية (مستوى معنوية = 0.001، وقيمة ت = 3.441، ودرجة الحرية = 198)، أى أن من سافر للخارج من العينة أكثر تأييداً لحقوق المرأة السياسية والمدنية ممن لم يسافر.

23- جاءت العوامل الثقافية في المركز الأول كأحد أهم المعوقات التي تحول دون حصول المرأة على حقوقها من وجهة نظر الرجال المصريين محل الدراسة، وبرزت الأمية في المرتبة الثانية من وجهة نظر العينة كحاجز قوي يحرم المرأة من معرفة حقوقها، وتصدرت نظرة المرأة لذاتها المرتبة الثالثة من وجهة نظر العينة كمعوق يحول دون حصول المرأة على حقوقها.

#### توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة يمكن بلورة مجموعة من التوصيات على النحو التالي:

1. بالرغم من انتشار وسائل الإعلام الموجهة للمرأة، إلا أن هذا الإعلام يبدو أنه لم يحقق النجاح المطلوب لدعم قضايا وحقوق المرأة المصرية؛ لذا يجب أن يكون دعم حقوق المرأة هدف أفقي يتم تناوله في كافة الوسائل والمواد الإعلامية بدلا من أن يكون هدف رأسي يتم تناوله في مواد إعلامية متخصصة.
2. التركيز على الجوانب الإيجابية في علاقة الرجل بالمرأة بدلا من التركيز على الصراع والمشاكل بينهما، وعدم تصوير حصول المرأة على حقوقها على أنه انتقاص من حقوق الرجل.
3. رفع الوعي لدى المجتمع بحقوق المرأة من خلال اختيار شخصيات مؤثرة للحديث عن حقوق المرأة في وسائل الإعلام، وتطوير المناهج الدراسية بما يتلائم مع مفهوم النوع الاجتماعي.
4. عدم تعميم مسألة صعوبة تفعيل حقوق المرأة من ناحية أن الرجل يعاني في هذا الشأن مثل المرأة، يؤدي إلى خلق حالة من الرضا بالأمر الواقع دون بذل جهود لتغيير السياسات التي تمنع المرأة من تفعيل حقوقها، بالرغم من أن الاستثمار في الإنسان هو استثمار في الرخاء والاستقرار والسلام.

## الهوامش والمراجع:

- <sup>1</sup> بالرجوع إلى:
- أسماء أحمد أبو زيد علام، خطاب الصحافة النسائية العربية تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة العربية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراة، ( جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).
  - أيمن السيد عبد الوهاب، المنظمات الحقوقية وغياب المظهر المجتمعي، الملف المصري، ع 17، (القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2016).
  - خلود ماهر محمود، الصور الإعلامية للرجل والمرأة في الصحافة العربية المتخصصة وعلاقتها بالأدوار المجتمعية لكل منهما: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012).
  - المركز القومي للمرأة، مركز دراسات الديمقراطية والسلام الاجتماعي (2014)، المرأة المصرية والمشاركة السياسية: التحديات والحلول، تقرير من منتدى الحوار بمحافظة الأقصر ومرسى مطروح..
- <sup>2</sup> بالرجوع إلى:
- سارة فوزي أحمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التمكين السياسي للمرأة، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الذاعة والتلفزيون، 2017).
  - Brisco Maria DI & Patriza, (2017), **Measuring Gender Gap From A Poset Persepective**, Social Indicators Research, Volume 16, Issue 1, Retrieved from Sage Journals.
- <sup>3</sup> بالرجوع إلى:
- نجلاء جعفر عبد الوهاب، أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
  - مها محمد فتحي، العلاقة المتبادلة بين أجندة الصحف والقضايا المصرية وانعكاساتها على ترتيب أولويات الصفوة للقضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير، (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2013).
- <sup>4</sup> Malik, M. R. (2016). **A content analysis of gender-specific media coverage of sport: NCAA athletic department home webpages** (Order No. 10147468). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1830470855). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1830470855?accountid=178282>.
- <sup>5</sup> بالرجوع إلى:
- Gina Masullo Chen, (2015), **Why do women bloggers use social media? Recreation and information motivations outweigh engagement motivations**, in: new media & society Vol. 17(1) 2015, p.p 24 –40.
  - Keol Lim and Ellen B. Meie, (2011), **"Different but similar: computer use patterns between young Korean males and females"** Educational Technology Research and Development Vol. 59, No. 4 (August 2011), pp. 575-592.
- <sup>6</sup> سامح محمد يوسف، تأثير استخدام رجال الأعمال للصحف والمواقع الاقتصادية الإلكترونية على اتجاهاتهم المجتمعية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2013).
- <sup>7</sup> بالرجوع إلى:
- Krawiec. K. D. (2016). **The male media ideal: Effect of body concentration and knowledge of digital alteration on older adolescent and college-aged men** (Order No. 10018774). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1767790880).

- Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1767790880?accountid=178282>.
- Brennan, A. L. (2016). **Media use, body image and sexual satisfaction in emerging adults** (Order No. 10251847). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1858815481). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1858815481?accountid=178282>.
- Yin, Y. (2015). **The influence of media exposure on body dissatisfaction: Internalization and upward comparison as explanations** (Order No. 1601965). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1734467150). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1734467150?accountid=178282>.
- Wilson, C. (2017). **The immediate impact of gay-specific media exposure on body satisfaction in self-identified gay males** (Order No. 10281108). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1916852510). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1916852510?accountid=178282>.
- Neumann, S. (2016). **Slim down, shape up! A content analysis of cover lines in men's and women's health and fitness magazines** (Order No. 10139051). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1823245332). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1823245332?accountid=178282>.
- <sup>8</sup> Yiyi Yang, Lu Tang, Bijie Bie, (2016), **Portrayals of Mental Illnesses in Women's and Men's Magazines in the United States**, Journalism & Mass Communication Quarterly, May-12-2016, 10.1177/1077699016644559
- <sup>9</sup> Aitinger, G. (2016). **Fair and gender balanced? uncovering the roots of women's under-representation as political news sources**. (Order No. 10159913). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1825633889). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1825633889?accountid=178282>.
- <sup>10</sup> بالرجوع إلى:
- Elli Scambor, Nadja Bergmann, Katarzyna Wojnicka, (2014), **Men and Gender Equality**, Men and Masculinities , Vol 17, Issue 5, December-2014, pp. 552 – 577.
- Nicky Stanley, Benedict Fell, PamMiller,( 2013), **Men's Talk**, Violence Against Women , Vol 18, Issue 11, January-2013 pp. 1300 – 1318.
- Jeff Hearn, (2012), **A Multi-Faceted Power Analysis of Men's Violence to Known Women: From Hegemonic Masculinity to the Hegemony of Men**, The Sociological Review , Vol 60, Issue 4, November-2012, pp. 589 – 610.
- Jeff Hearn, Antony Whitehead, (2006), **Collateral damage: Men's 'domestic' violence to women seen through men's relations with men**, Probation Journal, SAGE Publications.
- <sup>11</sup> رباب حسين محمود، علاقة مشاهدة الأفلام الأمريكية الفضائية بإدراك الجمهور المصري لمفهوم النوع الاجتماعي: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الداعة والتلفزيون، 2012).
- <sup>12</sup> Ran, Qing, (2011), **A study on the relationship between man and media**, Master thesis, <https:// ProQuest Dissertations Publishing, 10566032>.

- <sup>13</sup> رشا عبد الفتاح رسلان، خطاب الصحافة المصرية تجاه قضايا المرأة وعلاقته بالأجندة الدولية والمحلية في الفترة من 2000-2005، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2013)
- <sup>14</sup> بالرجوع إلى:  
- نشوى جمال الدين بدر، العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للمادة الإخبارية في وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية ومستوى مشاركتها السياسية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2011).
- Easley Giraldo, Terrim. M (2016), **Women's Political Efficacy and Political Ambition in the face of Political Cynicism and Gender Barriers**, Global Sojourners, Retrieved from: Proquest Digital Dissertations.
- <sup>15</sup> بالرجوع إلى:  
- برلنت نزيه محمد قابيل، أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون المصري: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2011).
- هبة قاسم، قضايا المرأة في الصحف المصرية: دراسة تحليلية لصحف الأهرام والوفد والجمهورية الأسبوعي والشعب، (القاهرة: مركز قضايا المرأة المصرية، 2000).
- <sup>16</sup> بالرجوع إلى:  
- رباب عبد الرحمن هاشم خليفة، المعالجة التلفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2008).
- إيمان بيبيرس وآخرون، قضايا المرأة بعد ثورة 25 يناير، (القاهرة: جمعية نهوض وتنمية المرأة، 2012).
- <sup>17</sup> Bhanwath. R. G. (2015). **Egyptian society in transition: The merits of a dynamic model**. (Order No. 1526496). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1690279668). Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1690279668?accountid=37552>
- <sup>18</sup> أسماء أحمد أبو زيد علام، خطاب المجالات النسائية المصرية تجاه الحقوق السياسية للمرأة المصرية بعد ثورة 30 يونيو: دراسة تحليلية مقارنة على مجلتي حواء ونصف الدنيا، (جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مارس 2014)، ص326-342.
- <sup>19</sup> أسماء أحمد أبو زيد علام، خطاب الصحافة النسائية العربية تجاه الحقوق السياسية والمدنية للمرأة العربية، مرجع سابق.
- <sup>20</sup> Welborne, Bozena C.. "Between the Veil and the Vote: Exploring Incentives to Politically Incorporate Women in the Arab World." (University of Colorado at Boulder, Ann Arbor, 2011) (<http://search.proquest.com/docview/914724228?accountid=37552>).
- <sup>21</sup> خلود ماهر محمود، مرجع سابق.
- <sup>22</sup> أسماء فؤاد حافظ، صورة المرأة في الكاريكاتير بالصحف المصرية: دراسة تحليلية ميدانية في الفترة من 2004 إلى 2008، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2010).
- <sup>23</sup> بالرجوع إلى:  
- باكينام حسن غراب، دوافع استخدام المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، (جامعة الدول العربية: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، 2011).
- غادة عبد التواب اليماني، دور الصحافة النسائية المصرية في ترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة: دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ديسمبر 2008، ص223.
- <sup>24</sup> هشام عطية عبد المقصود، سمات و أطر تقديم أدوار الرجل و المرأة في بنية قصص الجريمة: تحليل ثنائية الخير والشر المطلقين لصورتى الجناة والضحايا في خطاب صحفية

أخبار الحوادث، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المؤتمر الدولي السابع عشر، بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل، 19-20 ديسمبر 2011).

- 25 بالرجوع إلى:
- Mozingo. D. M. (2017). **Women's rights and public confidence: The connection between international human rights norms and public confidence in women's organizations** (Order No. 10273775). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1925578692). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1925578692?accountid=178282>.
  - سماح محمد محمد، القيم المتضمنة في إعلانات المجلات النسائية العربية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو الإعلان، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2005).
- 26 Al-Nasser, Bidrea. (2013) "**Looking Out for the Egyptian Woman: Hilary Clinton's Political Rhetoric on Egyptian Women in the Wake of the 'Arab Spring' (2011-2012).**" (Webster University, Ann Arbor,)  
(<http://search.proquest.com/docview/1450072679?accountid=37552>)
- 27 بالرجوع إلى:
- Abu Sarhan, Taghreed M.. (2011), "**Voicing the Voiceless: Feminism and Contemporary Arab Muslim Women's Autobiographies.**" (Bowling Green State University, Ann Arbor, Lee, Kyung Sun, **Female Genital Mutilation: Multiple Case Studies of Communication Strategies Against A Taboo Practice**, M.S, Low State University, 2008.
  - Al-Sumait, Fahed.. (2011), "**Contested Discourses on Arab Democratization in the United States and Kuwait.**" (University of Washington, Ann Arbor,)  
<http://search.proquest.com/docview/888202973?accountid=37552>
- 28 بالرجوع إلى:
- ماجدة عبد المرضى: "اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهنة وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على دستور مصر 2014" المجلة المصرية لبحوث الإعلام (كلية الإعلام جامعة القاهرة) العدد 47 أبريل - يونيو 2014 ص.ص 267:311.
  - Gina Masullo Chen: Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self-disclosure and affiliation tell part of the story- **in: Journal Computers in Human Behavior** Vol 28 Issue 1, January, 2012 P.p (171-180).
  - Carmen Stavrositu and S. Shyam Sundar: " Does Blogging Empower Women? Exploring th Role of Agency and Community " **In: journal of computer- mediated Communication**, 17(2012) p.p(369-386).
  - Mia Lovheim "Young Swedish Female Top-bloggers and the Performance of Authentic Selves" **the Conference of the International Communication Association** (Singapore June22-26, 2010).
- 29 Fadi Salem and Racha Mourtada: "**Social Media in the Arab World: the Impact on Youth, Women and Social Change**" European Institut of the Mediterranean (IEMed,2012) p.p(269-274).



<sup>30</sup> Loubna Hanna Skalli: " Young women and social media against sexual harassment in North Africa", 2014 ,**The Journal of North African Studies**, 19:2, Pp (244-258).

<sup>31</sup> بالرجوع إلى:

- Minn, Tammy, **A comparison of Feminist and Non feminist Themes in Magazines for Women**, MA dissertation (USA: California University, 2004).
- Luff, Gina, **Dieting, Exercise and thinness Messages in Magazines for young Women 1956-2005**, MA dissertation (USA: The American University, 2008).

<sup>32</sup> بالرجوع إلى:

- عادل عبد الغفار، استراتيجية مستقبلية لتفعيل دور وسائل الاتصال في بناء ثقافة مجتمعية مساندة لمشاركة المرأة المصرية في الحياة السياسية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء السياسي والاجتماعي للمواطن العربي، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 10-8 مايو 2007).
- Dima Jamali, **Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective**, Gender in Management: An International Journal, Vol. 24 Iss: 4, 2009, pp.232 – 251.

<sup>33</sup> Terri Ann Bailey, **Cultural Studies and Cultivation Theory: Points of Convergence**, paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Dresden International Congress Center, at: [http://www.allacademic.com/meta/p90486\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p90486_index.html).

<sup>34</sup> قام بتحكيم استمارة الدراسة الميدانية:

- أ.د راجية قنديل: أستاذة الصحافة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ.د نجوى كامل: أستاذة الصحافة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ.د أمل السيد: أستاذة الصحافة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- د. منى عبد الوهاب: الاستاذ المساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

<sup>35</sup> بالرجوع إلى:

- Zaid Eyadat, **Islamic Feminism: Roots, Development and Policies**, Global Policy, Volume 4, Issue 4, November 2013, Pp 359–368.
- Feryal M. Cherif, **Culture, Rights, and Norms: Women's Rights Reform in Muslim Countries**, The Journal of Politics, Vol. 72, No. 4 OCTOBER 2010, pp. 1144-1160. Published by: Cambridge University Press on behalf of the Southern Political Science Association, DOI: 10.2307/40926758, Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/40926758>.
- Yusuf Sidani, **Women, work, and Islam in Arab societies**, Women In Management Review, Vol. 20 Iss: 7,2005, pp.498 – 512.
- Abbas J. Ali, **Islamic perspectives on leadership: a model**, International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol. 2 Iss: 2, 2009, pp.160 – 180.

<sup>36</sup> بالرجوع إلى:

- عادل عبد الغفار، مرجع سابق.
- أسماء أحمد أبو زيد علام، مرجع سابق.