تقييم النساء فى إحدى العشوائيات فى مصر

الحملة التليفزيونية «البنت مصرية»

د. سحر محمد خميس (*)

مقدمة:

تعانى مصر، مثل كثير من الدول النامية، من عدة مشكلات اقتصادية واجتماعية تعوق جهود التنمية وتعرقل مسيرتها. وقبل أن نتحدث عن طبيعة هذه المشكلات والجهود التى تبذلها الحكومة المصرية لمواجهتها، يجب أن نقدم أولاً تعريفاً مختصراً لمصطلح التنمية.

يعرف بعض الباحثين التنمية بأنها عملية اجتماعية تستهدف تغييراً شاملاً فى المجتمع للانتقال به من الحياة التقليدية إلى الحياة الجديدة التى تهتم بها الدول المتقدمة؛ أى الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التنمية أو التحضر [١].

كما يمكن تعريف التنمية بأنها عملية مخططة شاملة ومتكاملة، حيث إنها تشمل جوانب المجتمع كافة؛ الاقتصادية والثقافية، وتتضافر فيها جهود الشعب والحكومة بهدف تحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة فى المجتمع [٢]. ومن أهم المشكلات التى تعوق جهود التنمية فى مصر ارتفاع معدلات الفقر، والزيادة السكانية الكبيرة أو ما يسمى «بالانفجار السكانى»؛ ومشكلة الأمية. ترتبط هذه المشكلات الثلاث بعضها ببعض ارتباطاً كبيراً، حيث ترتفع نسبة الأمية بين القطاعات الأكثر فقراً فى المجتمع التى تعد الفئات الأكثر خصوبة والأكثر إنجاباً للأطفال، خصوصاً فى الريف المصرى [٣]. وتنتشر هذه المشكلات الثلاث بصورة كبيرة أيضاً فى المناطق الحضرية الفقيرة والمزدحمة بالسكان مثل المناطق العشوائية [٤].

وهذا يحتم إلقاء الضوء على هذه الفئات المهمشة فى المجتمع وتعرف طبيعة ظروفها المعيشية واحتياجاتها واتجاهاتها، من أجل الوصول إليها بصورة

(*) مدرس بقسم الإعلام، كلية الآداب - جامعة عين شمس.

أفضل، سواء من خلال وسائل الإعلام المختلفة أو من خلال الخدمات والجهود التنموية التى تقدمها الحكومة؛ وهو ما تحاول هذه الدراسة القيام به، من خلال تعرف اتجاهات مجموعة من النساء فى إحدى المناطق العشوائية نحو الحملة التليفزيونية «البنت مصرية» وتقييمهن إياها من حيث الشكل والمضمون.

ولكن قبل استعراض مشكلة هذه الدراسة وأهدافها وأهميتها، يجب علينا أولاً أن نلقى مزيداً من الضوء على أهم المشكلات والتحديات التى تواجه المرأة المصرية، وأبرز الجهود التى قامت بها الحكومة المصرية مؤخراً لمواجهة هذه المشكلات والتغلب عليها، من أجل رفع مكانة المرأة والفتاة فى مصر التى توجتها الحملة التليفزيونية «البنت مصرية».

أهم التحديات التى تواجه المرأة المصرية:

تواجه الفتيات والسيدات فى مصر مشكلات عدة تقف فى مقدمتها مشكلة الفقر وانخفاض المستوى المعيشى لأسرهن الذى يؤدى فى دوره إلى ظهور مشكلات أخرى خطيرة؛ مثل الزواج المبكر والحرمان من التعليم. ويشير تقرير اليونيسف حول وضع الأطفال فى العالم (٢٠٠٤م) إلى أنه فى حين تحرم فتات الفتيات والفتيان التى تقيم فى مناطق فقيرة اجتماعيا واقتصاديا من التعليم؛ فإن الفقر يلقى بعبء أكبر على كاهل الفتيات، حيث إن المخاطر مزدوجة نظراً لجنسهن وفقرهن [٥]. ويشير التقرير أيضاً إلى أنه عندما تكون الفتيات خارج المدرسة فإنهن يصبحن «غير منظورات» فأعدادهن تكون أقل من الواقع أو غير مسجلة على الإطلاق، حتى إن معدلات الانتظام والالتحاق العالية نسبياً فى إمكانها حجب عدد الفتيات المتسربات من المدرسة، خصوصاً فى المناطق الريفية [٦].

وتعد مشكلة الزواج المبكر من المشكلات الاجتماعية المقعدة التى تؤثر سلبا فى مكانة المرأة فى المجتمع، حيث تؤدى إلى حرمانها من حقها فى التعليم

والمشاركة الفعالة فى المجتمع، وفى جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛ حيث يؤدى الزواج المبكر إلى ارتفاع معدلات الخصوبة وزيادة عدد الأطفال فى الأسرة، وهو مما يزيد من خطورة المشكلة السكانية التى تلتهم جهود التنمية، ومن ثم تزيد نسبة الفقر وانخفاض مستوى المعيشة. وهكذا فإننا يمكن أن ننظر إلى هذه المشكلات على أساس أنها تمثل حلقة واحدة متصلة.

وتُعَرِّفُ عدة جهات دولية؛ مثل اليونيسف الزواج المبكر بأنه الزواج فى سن أقل من ١٨ عاما، على الرغم من أن هناك دولاً؛ مثل مصر، لديها قوانين ضد الزواج المبكر، ولكنها تعد سن الزواج بالنسبة للفتاة ١٦ عاما[٧].

الأسباب التى تؤدى إلى الزواج المبكر عدة، من أهمها ما يأتى:

١ - العادات والتقاليد الاجتماعية، بخاصة فى المناطق الريفية وفى المناطق النائية والعشوائية، حيث يعد الزواج المبكر للفتاة نوعاً من الحماية الأخلاقية لها ونوعاً من الحفاظ على شرف الأسرة، وهو ما عبرت عنه بعض المبحوثات فى هذه الدراسة عن طريق ترديد المثل الشعبى الشهير: «جواز البنت سترة».

٢ - يعد الفقر من أهم العوامل التى تساعد على انتشار الزواج المبكر، حيث تسارع الأسرة الفقيرة ماديا، والكبيرة العدد فى الوقت نفسه، إلى تزويج بناتها فى سن مبكرة؛ للتخلص من العبء الاقتصادى الذى يتمثل فى نفقات إعالة هؤلاء الفتيات.

٣ - ارتفاع معدلات الأمية سواء بين الآباء والأمهات أو بين الفتيات أنفسهن؛ وهو مما يؤدى إلى الجهل بالقوانين والجهل بحقوق الفتاة وكيفية المحافظة عليها.

٤ - الفجوة النوعية الكبيرة بين النساء والرجال؛ حيث إن نسبة التعليم تنخفض بين النساء أكثر من الرجال، وترتفع نسبة الأمية بين النساء بصورة

ملحوظة؛ وهذا مما يسهم أيضاً فى زيادة جهل المرأة بحقوقها المختلفة، وانعدام الموارد والإمكانات التى تمكنها من ممارسة هذه الحقوق.

٥ - عدم وجود القوانين والتشريعات الحاسمة والرادعة التى تحرم الزواج المبكر بصورة قاطعة، وعدم الطمأنينة إلى تنفيذها بصورة جادة وفعالة، إن وجدت [٨].

ومازالت مشكلة الزواج المبكر بين الفتيات منتشرة فى مصر بصورة ملحوظة وذلك على الرغم من انخفاضها نسبيا فى خلال السنوات الماضية. فالإحصائيات تشير إلى أن أكثر من ٢٥٪ من النساء المصريات اللاتى تبلغ أعمارهن ٣٥ عاماً فأكثر قد تزوجن وقد بلغن خمس عشرة سنة [٩]. وتشير إحصائيات المسح الديموجرافى والصحى والسكانى لمصر فى عام ٢٠٠٠م إلى أن نسبة السيدات البالغات من العمر ما بين ٢٠ و ٢٤ عاماً اللاتى تزوجن فى سن ١٥ عاماً تبلغ ٤٪ مقارنة بنسبة ١٧٪ بين السيدات المتزوجات فى هذه السن اللاتى يبلغن الآن مابين ٤٥ و ٤٩ عاماً. ومع هذا فإن هذا المسح يشير أيضاً إلى أن حوالى ٢٠٪ من النساء اللاتى يبلغن من العمر مابين ٢٠ و ٢٤ عاماً قد تزوجن فى سن ١٨ عاماً، وأن حوالى ٩٪ من الفتيات المراهقات البالغات من العمر ما بين ١٥ و ١٩ عاماً قد بدأن فى تجربة الحمل والإنجاب بالفعل، مقارنة بحوالى ٢٠٪ من اللاتى بلغن ١٩ عاماً.

جدول رقم (١)

النسبة المئوية للمتزوجات البالغات من العمر ما بين ١٥ و ١٩ عاماً اللاتى بدأن تجربة الإنجاب (حوامل أو لديهن طفل واحد) وتوزيعها حسب خصائص السن والمنطقة الجغرافية والمستوى التعليمى

الخصائص	النسبة المئوية (٪)
أولاً : السن	
١٥ عاماً	٠,٦
١٦ عاماً	٢,٧
١٧ عاماً	٧,٣
١٨ عاماً	١٢,٣
١٩ عاماً	٢٠,٤
ثانياً : حضر - ريف	
حضر	٥,٤
ريف	١٠,٩
ثالثاً : مستوى التعليم	
أميات	١٦,٩
لم يكملن المرحلة الابتدائية	١٦,٣
لم يكملن المرحلة الثانوية	٦,٥
تعليم ثانوى أو أعلى	٤,٩
الإجمالى	٨,٥

(المصدر: المسح الديموجرافى والصحى لمصر عام ٢٠٠٠م).

تظهر هذه الإحصائيات أن نسبة معدلات الزواج المبكر فى المناطق الريفية تفوق مثيلاتها فى المناطق الحضرية، وأن عدد النساء اللاتى لم يحصلن على قدر من التعليم يفوق عدد النساء المتعلمات [١٠]، وهو مما يؤكد مرة أخرى مدى ارتباط مشكلة الزواج المبكر المتفشية بين الفتيات القاصرات فى مصر بقضية تعليم الفتاة، وهى القضايا التى ركزت الحكومة المصرية جهودها فيها مؤخراً، كما سنعرض لها تفصيليا فى هذه الدراسة.

وتتركز خطورة الزواج المبكر فى عدة نقاط؛ من أهمها:

١ - يمثل الزواج المبكر خطورة كبيرة على صحة الفتاة، حيث تكون الفتاة فى هذه المرحلة فى طور النمو والنضج، بخاصة فيما يتصل بجهازها التناسلى،

وتكون معرضة أكثر من غيرها إلى مخاطر الحمل والولادة. ولهذا فإن الحمل فى السن الصغيرة هو أحد أهم أسباب وفيات الأمهات بنسب عالية نتيجة الإصابة بالنزيف أو تسمم الحمل [١١]. ويكفى هنا أن نذكر أن احتمالات وفاة الأمهات البالغات من العمر أقل من ١٩ عاماً نتيجة لتجربة الحمل والولادة تزيد عن احتمالات وفاة الأمهات البالغات من العمر عشرين عاماً أو أكثر بحوالى ستة أضعاف [١٢].

٢ - إضافة إلى الأعباء الصحية والجسمانية، يمثل الزواج المبكر عبئاً نفسيا واجتماعيا كبيراً يقع على كاهل الفتاة الصغيرة، نتيجة عدم قدرتها على تحمل مسئولية الزواج والمعيشة ومتطلبات الحياة الزوجية [١٣].

٣ - يمكن عد الزواج المبكر سبباً لظاهرة الأمية المنتشرة بين الفتيات فى مصر وارتفاع نسبة الفتيات المتسربات من التعليم، حيث ترتبط المشكلتان إحداهما بالأخرى ارتباطاً وثيقاً كما أوضح الجدول السابق، وتؤديان معاً إلى حرمان الفتاة من كثير من الفرص فى سوق العمل وتحرمانها الحق فى المشاركة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية على نحو فعال فى المجتمع، ولذلك فإنه لابد لنا من أن نلقى الضوء أيضاً على مشكلة الأمية والتسرب من التعليم بين الفتيات فى مصر.

وتعد مشكلة الأمية فى مصر جزءاً لا يتجزأ من مشكلة التعليم فى البلدان العربية بصفة عامة، فعلى الرغم من الإنجازات التى تحققت فى مجال التوسع الكمى فى التعليم فى البلدان العربية منذ منتصف القرن العشرين، فإن الوضع العام للتعليم لا يزال متواضعاً مقارنة بإنجازات دول أخرى حتى فى بلدان العالم النامى، ويتأكد ذلك حين المقارنة باحتياجات التنمية الإنسانية، فمازال التوسع الكمى فى التعليم منقوصاً؛ بسبب ارتفاع معدلات الأمية بين الإناث، بخاصة فى بعض البلدان العربية الأقل تطوراً، واستمرار حرمان بعض الأطفال من حقهم فى التعليم الأساسى، وتدنى نسب الالتحاق بالمراحل الأعلى من التعليم النظامى مقارنة بالدول المتقدمة وتناقص الإنفاق على التعليم، بخاصة منذ عام ١٩٨٥م[١٤].

وعلى الرغم من صدور قانون إلزامية التعليم الابتدائى فى مصر منذ عام ١٩٢٢م، وعلى الرغم من أن دستور عام ١٩٧١م يؤكد هذه الإلزامية فى التعليم الأساسى ومحاولة مد أمدها لتشمل مراحل تعليمية أخرى، مع تأكيد مجانية التعليم فى جميع مراحله بدءاً من المرحلة الابتدائية وانتهاء عند المرحلة الجامعية، فإن أمية الذكور والإناث مازالت قيداً على التنمية فى هذا البلد العريق، ومن ثم فهناك نسبة كبيرة من السكان لا تستطيع أن تتواصل مع أبسط مقومات التنمية، بسبب أميتها الأبجدية، فضلاً عن متطلبات الثورة العلمية والتكنولوچية المتواصلة[١٥].

والأمية من المشكلات الاجتماعية المعقدة التى تمتد آثارها السلبية لتشمل كل مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتصبح آثارها السلبية أشد خطورة على المجتمع كلما ارتفعت نسبة الأمية بين الإناث، وذلك للدور الخطير الذى تنهض به المرأة فى المجتمع بوصفها أما ومربية وراعية للأسرة صحيا وغذائيا، بل ماديا فى حالات كثيرة، عندما تقوم المرأة بالإنفاق على الأسرة، أو مساعدة الزوج على تحمل أعباء الإنفاق على الأسرة وتلبية احتياجاتها. وللتعليم أثر كبير فى حسن أداء المرأة هذه الأدوار المهمة [١٦].

وعلى الرغم من وجود بعض المؤشرات الإيجابية؛ مثل انخفاض نسبة الأمية بين الشابات البالغات من العمر ما بين ١٥ و٢٤ عاماً من ٦٢٪ عام ١٩٨٠م إلى ٣٦٪ عام ٢٠٠١م، وزيادة نسبة التحاق الفتيات بالتعليم الابتدائى الإلزامى من ٨٨٪ عام ١٩٩٦م إلى ٩٠٪ عام ١٩٩٩م [١٧]، فإن نسبة الأمية مازالت مرتفعة بين الإناث فى مصر عموماً، حيث تقدر بحوالى ٥١٪ مقارنة بالرجال ٢٩٪؛ أى أن الفجوة النوعية بين الجنسين تقدر بحوالى ٢٢٪ (تعداد الجهاز المركزى للتعبئة والإحصاء، ١٩٩٦م)، وذلك على الرغم من انخفاض كلا المعدلين بالمقارنة بتعداد ١٩٨٦م، حيث قدرت نسبة الأمية بين الإناث فى هذا التعداد بحوالى ٦٣٪

مقارنة بالرجال ٣٨٪، مع وجود فجوة نوعية بين الجنسين تقدر بحوالى ٢٥٪. ومازالت معدلات الأمية فى الريف مرتفعة مقارنة بما هى عليه فى الحضر، فطبقاً لتعداد عام ١٩٩٦م بلغ معدل الأمية بين النساء فى الريف حوالى ٦٣٪ وحوالى ٣٤٪ فى الحضر، فى حين بلغ معدل الأمية بين الرجال حوالى ٣٦٪ فى الريف و حوالى ٢٠٪ فى الحضر.

ويمكن ملاحظة هذه النسب بصورة أفضل من خلال الجدول الآتى [١٨] :

جدول رقم (٢)

النسب المئوية لمعدلات الأمية فى مصر حسب النوع والمنطقة الجغرافية (حضر / ريف) مع إيضاح الفجوة النوعية بين الجنسين

	التعداد العام للسكان ١٩٨٦م			التعداد العام للسكان ١٩٩٦م		
	أمية النساء ٪	أمية الرجال ٪	الفجوة ٪	أمية النساء ٪	أمية الرجال ٪	الفجوة ٪
	٦٣	٣٨	٢٥	٥١	٢٩	٢٢
التوزيع حسب المنطقة الجغرافية						
الحضر	٤٦	٢٦	٢٠	٣٤	٢٠	١٤
الريف	٧٧	٤٧	٣٠	٦٣	٣٦	٢٧

(المصدر : الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، التعداد العام للسكان ١٩٨٦م، ١٩٩٦م).

ويتضح من الجدول السابق أنه على الرغم من انخفاض مستوى الأمية بصفة عامة فى مصر فى خلال المدة من ١٩٨٦م إلى ١٩٩٦م، فإن نسبة الأمية بين الإناث فى مصر مازالت مرتفعة والفجوة النوعية بين الذكور والإناث مازالت قائمة من حيث معدلات الأمية، مع وجود تحسن مستمر، واتجاه هذه الفجوة نحو الانخفاض [١٩].

وكما ذكرنا سابقاً، فإن الدستور المصرى والقوانين المصرية لا تفرق بين

الذكور والإناث من حيث ضمان الحق فى التعليم، ولكن هناك مجموعة من العوامل الاجتماعية والاقتصادية التى تؤدى إلى تفاقم مشكلة الأمية، خصوصاً بين النساء فى مصر، ويمكن تلخيصها فى النقاط الآتية:

١ - ارتفاع معدلات الفقر، حيث وصلت نسبة الأسر المصرية التى تعيش تحت خط الفقر حوالى ٢٦٪ فى المناطق الريفية و ٣٦٪ فى المناطق الحضرية [٢٠]، وتحت ضغط الظروف المعيشية القاسية لا تستطيع الأسر أن تلحق جميع أولادها بالمدارس، فيكون التفضيل فى هذه الحالة، نتيجة المفاهيم الخاطئة والتقاليد البالية، للأبناء الذكور، ويتم حرمان الفتاة من فرصتها فى التعليم.

٢ - انتشار العادات والتقاليد الاجتماعية الخاطئة، بخاصة فى المناطق الريفية، التى ترى فى تعليم الفتاة بعد المرحلة الابتدائية أمراً غير مستحب، وتفضل بقاءها فى المنزل للمساعدة فى المنزل أو فى الحقل.

٣ - يعد الزواج المبكر- الذى كما ذكرنا سابقاً - سبباً مباشرا لانتشار الأمية وتسرب الفتيات من التعليم [٢١].

وقد أثبتت جميع الدراسات والأبحاث السابقة أن هناك علاقة وثيقة بين تعليم المرأة وجميع مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والصحية فى مصر، وذلك على النحو الآتى:

١ - هناك ارتباط وثيق بين المستوى التعليمى للمرأة ومعدلات الخصوبة، حيث ينخفض معدل الخصوبة لدى الأمهات اللاتى حصلن على الشهادة الثانوية أو أكثر، حيث ينجبن ثلاثة أطفال فى المتوسط، مقارنة بالأمهات اللاتى نم يحصلن على أى قدر من التعليم، واللاتى ينجبن ضعف هذا الرقم؛ أى ستة أطفال فى المتوسط [٢٢]. ومن ثم يمكن عد تعليم الفتيات مدخلا رئيسيا للتغلب على الانفجار السكانى الذى يلتهم كثيرا من الموارد، ويعرقل كثيراً من جهود التنمية، حيث يبلغ عدد سكان مصر حالياً ما يقرب من ٧٠ مليون

نسمة فى حين لا تزيد مساحتها الجغرافية عن مليون متر مربع [٢٣].

٢ - لا يساعد تعليم المرأة على التغلب على المشكلة السكانية من حيث خفض عدد المواليد فحسب، ولكنه يساعد أيضاً على تحسين الخصائص السكانية، حيث ثبت أن الأم المتعلمة أقدر على توفير الرعاية الصحية لأبنائها وحمايتهم من الأمراض. ويتضح ذلك فى انخفاض معدل وفيات الأطفال تحت ٥ سنوات ليصل إلى ٣٧,٦٪ بين الأمهات الحاصلات على شهادة ثانوية فأكثر، فى حين يرتفع المعدل ليصل إلى ٨٩,١٪ بين الأمهات اللاتى لم يتحصلن على أى قدر من التعليم [٢٤]. كذلك يرتفع معدل التحاق الأطفال بالمدارس ويرتفع مستوى تحصيلهم العلمى كلما ارتفع المستوى التعليمى للأم.

٣ - يعد ارتفاع المستوى التعليمى للأم أفضل وسيلة لمحاربة التمييز ضد الفتيات الصغيرات، حيث تحرص الأم على معاملة ابنتها معاملة طيبة فى هذه الحال تماماً مثل الأبناء الذكور، وتحرص على إلحاقها بالمدرسة، وتشجيعها على الاستمرار فى دراستها، حتى تبلغ المرحلة الجامعية بدون أية تفرقة بينها وبين الأبناء الذكور.

٤ - يعد تعليم المرأة مدخلاً مهماً للتغلب على بعض الممارسات الضارة ضد الفتيات الصغيرات؛ مثل انتشار ظاهرة ختان الإناث.

٥ - يساعد التعليم على تمكين المرأة؛ بمعنى زيادة وعيها بحقوقها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وزيادة قدرتها على المطالبة بهذه الحقوق، سواء على مستوى اتخاذ القرار فى نطاق الأسرة، أو على مستوى المشاركة السياسية فى المجتمع بصفة عامة [٢٥].

ونظراً لإدراك الحكومة المصرية لخطورة هذه التحديات التى تواجه المرأة المصرية، ومدى انعكاسها على جميع جهود التنمية، فقد بذلت مؤخراً عدداً من الجهود الملموسة للتغلب على هذه التحديات.

الجهود المبذولة لمواجهة هذه التحديات:

شهدت السنوات الماضية تطوراً ملحوظاً فى نظرة المجتمع المصرى نحو وضع المرأة، وتكثيفاً كبيراً للجهود المبذولة من أجل النهوض بها، فقد أنشأت الحكومة المصرية المجلس القومى للطفولة والأمومة عام ١٩٨٩م من أجل حماية الأطفال والنهوض بهم، ومساندة الأمهات وحماية حقوقهن، ومساعدتهن على القيام بدورهن نحو الأسرة والمجتمع على الوجه الأكمل. كما أنشأت الحكومة المصرية أيضاً المجلس القومى للمرأة فى عام ٢٠٠٠م؛ بهدف وضع الخطط لكثير من البرامج التى تهدف إلى تحسين وضع المرأة فى المجتمع والنهوض بها ومتابعتها وتقيم هذه البرامج وتنفيذها، إضافة إلى اقتراح عدد من البرامج والسياسات والتشريعات التى تساعد على حماية حقوق المرأة، وتساعد على تمكينها من حقوقها السياسية والاقتصادية والاجتماعية التى تحول دون حصولها عليها طائفة من التقاليد البالية والمفاهيم الخاطئة [٢٦].

ومن ضمن هذه الحقوق التى كفلتها الشريعة والقانون للمرأة ما يأتى:

١ - الرعاية والاهتمام فى محيط الأسرة.

٢ - الرعاية الصحية.

٣ - التعليم.

٤ - المشاركة الكاملة فى مجالات العمل والإنتاج، وحرية المشاركة فى اتخاذ القرار.

٥ - المشاركة فى الحياة العامة والنشاط السياسى [٢٧].

وكان من أبرز الجهود التى بذلتها الحكومة المصرية «مبادرة تعليم الفتيات» التى بدأت منذ عام ٢٠٠٠م، حيث كانت مصر فى مقدمة الدول التى استجابت لمبادرة الأمين العام للأمم المتحدة فى هذا الصدد، وفى مقدمة الدول التى

استجابت لإعلان دكار الذى ينادى بحق الجميع فى التعليم. وقد جاءت هذه المبادرة بإسهام كثير من الجهات الأجنبية ومشاركتها؛ مثل الأمم المتحدة، والصندوق الإنمائى للأمم المتحدة، والبنك الدولى، إضافة إلى كثير من الجهات الوطنية والمحلية؛ مثل المجلس القومى للطفولة والأمومة، وجمعيات المجتمع المدنى، والمؤسسات الدينية، ووسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى مختلف طوائف المجتمع التى تمثل الأطفال وأسرهم. وقد أبرزت السيدة سوزان مبارك قرينة رئيس الجمهورية أهمية هذه المبادرة بقولها: «إن تعليم الفتيات هو أفضل وأنجح استثمار، نظراً لما له من آثار مستمرة وملموسة فى عملية التنمية المتواصلة والمستدامة» (٢٨).

وقد حددت هذه المبادرة الطموحة عدة أهداف استراتيجية تهدف إلى إحداث الإصلاح الاجتماعى الذى يساعد على خلق مناخ اجتماعى، يساند تعليم الفتيات. ومن أهم هذه الأهداف ما يأتى:

١ - ضرورة الالتزام بتسجيل المواليد، بخاصة الفتيات، عن طريق إصدار شهادات ميلاد رسمية لهن؛ إذ من دون هذا التسجيل أو القيد الرسمى تصبح الفتيات «غير منظورات»، ولا يمكن تقديم الخدمات أو المساعدات لهن، كما لا يمكن أن يقمن بأى دور فعال أو أية مشاركة فى الحياة السياسية أو الاجتماعية.

٢ - رفع سن زواج الفتيات إلى ٢١ عاماً.

٣ - خلق فرص عمل مساوية للإناث فى سوق العمل، ومحاربة ظاهرة البطالة بين المتعلمات.

٤ - محاربة الفقر من خلال توفير الموارد والفرص والأنشطة التى تساعد على زيادة دخل الأسر الفقيرة، بخاصة الأسر التى لديها أطفال فى سن التعليم الأساسى.

٥ – تحسين الظروف المعيشية للمتعلمين، وزيادة دخولهم.

٦ – التغلب على الفجوة النوعية بين الجنسين، ومحاربة أشكال التمييز ضد الفتاة بحلول عام ٢٠٠٥م.

٧ – تحقيق تكافؤ الفرص والمساواة بين الجنسين، فيما يتعلق بالتحاق الفتيات بجميع مراحل التعليم ذات المستوى المرتفع بحلول عام ٢٠١٥م.

ولتحقيق هذه الأهداف كلها اعتمدت هذه المبادرة على إشراك الفتيات أنفسهن فى حوار مفتوح يتسم بالصراحة والشفافية مع أسرهن والمسئولين فى المجتمعات المحلية ومسئولى المجلس القومى للطفولة والأمومة، من أجل التوصل إلى فهم مختلف الظروف والعقبات التى تحول دون تعليم الفتيات فهماً كاملاً وصادقا وحقيقيا؛ وذلك من أجل التغلب عليها [٢٩].

وقد جاءت هذه الجهود كلها متماشية مع السياسات الدولية التى تهدف إلى تحسين وضع المرأة والاهتمام بها. فقد أطلق اسم «عام الفتاة المصرية» على عام ٢٠٠٣م، وذلك تماشياً مع إطلاق يونيسف «حملة تعليم الفتيات بحلول عام ٢٠٠٥م» فى العام نفسه، وهى الحملة التى تؤكد ضرورة القضاء على الفقر المدقع والجوع، وتعميم التعليم الابتدائى، وتعزيز المساواة بين الجنسين بحلول عام ٢٠١٥م، ولكنها حددت هدفين أكثر إلحاحاً ينبغى أن يتحققا قبل الأهداف الأخرى؛ هما تعميم التعليم الابتدائى، وتعزيز المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة.

وكخطوة نحو تعميم التعليم الابتدائى جرى الاتفاق على تحقيق الهدف الإنمائى المتعلق بتكافؤ الفرص بين الجنسين فى مرحلتى التعليم الابتدائى والثانوى بحلول عام ٢٠٠٥م؛ أى قبل عشر سنوات كاملة من تحقيق الأهداف الأخرى، وهو ليس هدفاً فى حد ذاته فحسب، ولكنه كذلك جزء من أهداف أجندة التنمية الشاملة، ويعد هدفاً يتوقع تحقيقه فى عام ٢٠٠٥م[٣٠]. ولتحقيق هذه الأهداف أوصت اليونيسف بضرورة جعل تعليم الفتيات مكوناً أساسيا

فى جهود التنمية وحماية الحقوق المحددة للفتيات، مع الحفاظ على مبدأ تكافؤ الفرص بين الجنسين، وذلك عن طريق سن تشريعات لمنع التمييز ضد الفتيات والنساء، ووضع برامج تعكس الاحتياجات المختلفة للجنسين. كما أوصت بضرورة إلغاء المصروفات الدراسية كافة، حتى يكون التعليم الأساسى مجانيا ومعمماً وإجباريا، إضافة إلى ضرورة خلق شعور وطنى يساند تعليم الفتيات عن طريق حملات توعية جماهيرية كبرى [٣١]. وكانت هذه النقطة الأخيرة هى الدافع الرئيسى وراء انطلاق الحملة الجماهيرية؛ «البنت مصرية» لتتوج الجهود الكثيرة المبذولة للتصدى للمشكلات والتحديات التى تواجه الفتاة فى مصر.

الحملة التليفزيونية «البنت مصرية»:

أطلقت هذه الحملة التليفزيونية تحت رعاية المجلس القومى للطفولة والأمومة ووزارة الصحة والسكان فى مصر، بوصف ذلك جزءاً من المبادرة القومية لتعليم الفتيات التى حاذت إعجاب يونيسف والوكالة الأمريكية للتنمية، بوصف ذلك جزءاً من فعاليات «عام الفتاة المصرية» الذى تم خلاله إنشاء ٢٠٠ مدرسة تعاونية و ٣٥٠٠ مدرسة من مدارس الفصل الواحد فى ٧ محافظات مختلفة، على مستوى الجمهورية معروف عنها التحفظ ضد تعليم الفتيات، وذلك بهدف تعميم هذا النموذج - الذى يعى ظروف الفتيات الخاصة - على بقية محافظات الجمهورية [٣٢].

وقد دفعت كل هذه الجهود - التى جعلت من تعليم الفتيات الأولوية التنموية القصوى للسنوات الخمس القادمة، وتعهدت بالقضاء على الفجوة النوعية بين الجنسين بحلول عام ٢٠٠٧م، من خلال الوصول إلى نصف مليون فتاة خارج المدرسة، عن طريق إنشاء مدارس صديقة للفتيات - دفعت منظمة يونيسف إلى الإشادة بالنموذج المصرى فى تعليم الفتيات وعده نموذجاً يحتذى به بين الدول النامية، وإدراجه ضمن تقرير «أفضل الممارسات» فى مجال تعليم الفتيات فى خلال عام ٢٠٠٣م [٣٣].

وفى إطار هذه الجهود قام المجلس القومى للطفولة والأمومة، بالتعاون مع مختلف المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الدينية والجمعيات الأهلية ومنظمات المجتمع المدنى بإعداد حملة قومية كبرى للتوعية بحقوق الفتاة المصرية، ومنع الممارسات الضارة، والتمييز ضدها، ومحاربة العادات والتقاليد الاجتماعية كافة التى تحول دون حصولها على حقها فى التعليم والعمل، والمشاركة السياسية والاقتصادية والاجتماعية [٣٤]. وقد شملت هذه الجهود عقد ندوات تثقيفية على مستوى شباب الجامعات فى مختلف جامعات مصر، شارك فيها كثير من رجال الفكر والدين والثقافة والسياسة [٣٥].

ولكن أبرز هذه الجهود وأكثرها تأثيراً وانتشارا كان إطلاق الحملة التليفزيونية «البنت مصرية» فى خلال عام ٢٠٠٣م، تحت مظلة المجلس القومى للطفولة والأمومة. وكان لهذه الحملة - التى بُثت من خلال جميع المحطات التليفزيونية المصرية، ويشمل ذلك جميع المحطات الإقليمية؛ بهدف تحقيق التغطية الشاملة، والوصول إلى الفئات التى قد تعارض فكرة تعليم الفتيات، خصوصاً فى ريف مصر وفى الصعيد - كان لها ثلاثة أهداف؛ هى: محاربة حرمان الفتاة من التعليم، ومحاربة الزواج المبكر، ومحاربة ختان الإناث. وقد تبلورت هذه الأهداف الثلاثة وانعكست على الشعارات التى تبنتها هذه الحملة؛ أعنى: «لا للزواج المبكر»، و «لا لحرمان الفتاة من التعليم»، و«لا لختان الإناث».

وتقدم الحملة هذه المحاور الثلاثة من خلال قالب فنى درامى، يعرض مشاهد درامية مختلفة، تمثل لقطات من حياة فتاة صغيرة تنشأ فى الريف، وتُحرم منذ الطفولة من التعليم، ويطاردها شبحُ الزواج المبكر وشبحُ الختان، فينعكس كل ذلك على ملامح وجهها الذى يبدو عليه الحزن والشجن والتعاسة. وفى المقابل يعرض التتويه لقطات أخرى تمثل الحياة البديلة التى كان من

الممكن لها أن تحياها، إذا حصلت على حقوقها كاملة، من حيث التعليم والعمل وإثبات الذات، وكيف أنه كان من الممكن لها أن تكون فتاة سعيدة مكتملة الشخصية واثقة بنفسها، وكيف أنه كان من الممكن لها أن تكون فى الوقت نفسه فتاة وفية مخلصة لأسرتها ولجذورها الريفية. كما يوضح هذا التنويه أثر التعليم والعمل فى أداء هذه الفتاة دورها بوصفها ستكون أما فى المستقبل، من خلال غرس هذه المفاهيم والقيم كلها فى طفلتها الصغيرة التى تعيش طفولة سعيدة بعيداً عن أية ممارسات ضارة، وتتحلى بقدر كبير من الثقة بالنفس.

وتُعرض هذه الفكرة من خلال لقطات درامية متنوعة تتسم بالإتقان الفنى والدرامى من حيث التصوير والأداء والإخراج، ومن حيث اختيار الشخصية المحورية؛ ألا وهى شخصية الفتاة الصغيرة التى ستصبح امرأة ناضجة فيما بعد، فقد اختيرت بعناية، لتعبر عن الملامح الشرقية والروح المصرية الأصيلة [٣٦].

مشكلة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تعرف تقييم عينة من النساء فى إحدى المناطق العشوائية فى القاهرة الحملة التليفزيونية « البنت مصرية»، من حيث الشكل والمضمون، وتلقى الضوء، على نحو خاص، على تأثير عملية التغير الاجتماعى فى هذه الفئة المهمشة فى المجتمع، من حيث ردود أفعالها نحو قضيتين رئيسيتين ركزت عليهما الحملة التليفزيونية؛ هما: قضية «محاربة الزواج المبكر» وقضية «محاربة حرمان الفتاة من التعليم». وفى هذا الصدد تحاول الباحثة التركيز على بعض عوامل التغير الاجتماعى؛ مثل الهجرة من الريف إلى المدينة، وأثرها فى تشكيل آراء هذه الشريحة من النساء واتجاهاتها ومعتقداتها، وخلق احتياجات جديدة لديهن نتيجة احتكاكهن بأهل المدينة عن قرب، وهو مما يؤدى إلى إيجاد تطلعات وطموحات وإحباطات تؤثر، فى أفكارهن نحو قضيتى الزواج والتعليم. كما تركز الدراسة على تأثير بعض

العوامل الديموجرافية؛ مثل عامل السن، وعامل المستوى التعليمى، فى تشكيل آراء الجيل الجديد من الفتيات وأفكاره ومعتقداته، نحو قضيتى الزواج المبكر والحق فى التعليم، مقارنة بجيل الأمهات، ومن ثم تتعرف ردود أفعالهن نحو الحملة التليفزيونية «البنت مصرية»، من حيث درجة القبول أو الرفض، وتحليل أسباب هذه الاختلافات فى ردود الأفعال والاتجاهات نحو الحملة التليفزيونية وما جاء فيها.

نطاق الدراسة:

١ - على الرغم من أن الحملة التليفزيونية «البنت مصرية» قد تناولت ثلاثة محاور رئيسية؛ هى: «محاربة الزواج المبكر»، و «محاربة حرمان الفتاة من التعليم»، و «محاربة ختان الإناث»، فإن الباحثة قد ركزت على مشكلة الزواج المبكر وقضية تعليم الفتاة فحسب؛ وذلك نظراً لارتباطهما الوثيق إحداهما بالأخرى، ونظراً لما لهما من انعكاسات خطيرة على جهود التنمية، كما أوضحنا سلفاً، بعكس قضية ختان الإناث، التى تم استبعادها من هذه الدراسة، نظراً لاختلاف طبيعتها عن طبيعة القضيتين الأخريين، حيث يوجد لها تأثيرات اجتماعية ونفسية وصحية، ولكن لا يوجد لها تأثير فى الأبعاد التنموية التى تهتم هذه الدراسة بها وتركز عليها.

٢ - تركز هذه الدراسة على التليفزيون دون غيره من الوسائل الإعلامية؛ وذلك نظراً لانتشاره الواسع بوصفه وسيلة إعلامية، حيث أشير فى بعض الدراسات السابقة إلى أن أكثر من ٩٥٪ من سكان مصر يمكنهم مشاهدة التليفزيون، سواء كانوا فى الحضر أو فى الريف، وأن التليفزيون يعد الوسيلة الإعلامية الأولى التى يقبل عليها الجمهور المصرى، سواء من حيث تفضيله بوصفه وسيلة ترفيهية أو للحصول على معلومة معينة [٣٧].

هذا إضافة إلى نقطة أخرى فى غاية الأهمية؛ هى الوصول إلى شرائح

المجتمع كافة، والقدرة على تخطى حاجز الأمية المنتشرة بصورة كبيرة فى المجتمع المصرى، كما أشرنا سابقاً، وهذا مما يعطيه أهمية خاصة بوصفه وسيلة إعلامية قادرة على القيام بدور التوعية والتثقيف والتنوير، بخاصة بين الفئات التى تعانى من الأمية والفقر؛ مثل أهل الريف، أو أهل المناطق الحضرية المهمشة؛ مثل العشوانيات [٣٨].

٣ - تهتم هذه الدراسة بوجه خاص بجمهور إحدى المناطق العشوائية، حيث إن هذه المناطق الفقيرة والمهمشة تقطنها نسبة كبيرة من السكان فى مصر. فقد أشارت مراكز المعلومات إلى أن عدد سكان العشوائيات قد بلغ حوالى ١١ مليون نسمة فى عام ١٩٩٨م؛ أى ما يقرب من ٢٠٪ من مجموع سكان مصر فى هذا الوقت، وتصل هذه النسبة إلى حوالى مليونى نسمة فى مدينة القاهرة، وترتفع فى بعض مدن الصعيد لتصل إلى أكثر من نصف عدد السكان [٣٩].

ومما لا شك فيه أن هذه المناطق المهمشة تعد من أكثر المناطق التى تعانى من مشكلات الفقر والجهل وانخفاض المستوى المعيشى والتعليمى، وهذا مما يؤدى إلى انتشار مشكلة الزواج المبكر بين الإناث، وما يصاحبها من مشكلات؛ مثل كثرة الإنجاب، والحرمان من التعليم، وارتفاع معدلات الأمية بخاصة بين الإناث، وهى - تحديداً - المشكلات التى تبنتها الحملة التليفزيونية «البنت مصرية»، وهذا مما يؤكد أهمية التركيز على المناطق النائية والعشوائية باستخدام وسائل إعلامية تعبر عن الواقع الذى يعيشه جمهور هذه المناطق [٤٠].

هذا إضافة إلى أهمية دراسة جمهور هذه المناطق دراسة وافية ومتعمقة لتعرف طبيعته واحتياجاته ومشكلاته وتطلعاته، ومن ثم يصبح من الممكن توجيه رسائل إعلامية أكثر تأثيراً وفاعلية لهذا الجمهور، خصوصاً أنه

لا تزال هناك فجوة فى معرفتنا بأنماط التعرض لوسائل الإعلام لدى هذه الشريحة من الجمهور والبرامج والمواد الإعلامية التى يفضلونها، ومن ثم يصبح من المهم جدا، كما أشارت الدكتورة منى الحديدى، أن نتعرف سلم الأفضليات بالنسبة للبرامج الإعلامية لدى هذه الفئات المهمشة فى المجتمع المصرى؛ مثل سكان العشوائيات [٤١].

٤ - ركزت هذه الدراسة على المرأة تحديداً، حيث إنها محور السياسات التنموية للدولة فى الوقت الراهن، ومعظم الجهود التى تقوم بها الحكومة المصرية حالياً من أجل إحراز تقدم ملموس فى مواجهة مشكلة الانفجار السكانى أو مشكلة الأمية تستهدف المرأة على نحو رئيسى، نظراً لتأثيرها وتأثرها المباشر بهذه المشكلات كما أوضحنا سلفاً. ولأن حملة «البنت مصرية» هى فى الأساس حملة تطالب بحقوق الفتاة والمرأة المصرية، والشخصية المحورية فى هذه الحملة هى شخصية الفتاة الصغيرة التى أصبحت امرأة ناضجة بعد ذلك، كما ذكرنا - فكان لابد من إلقاء الضوء على ردود أفعال الفتيات والنساء بشكل خاص نحو هذه الحملة، وتعرف أوجه التميز أو القصور فيها من وجهة نظرهن، ومدى اتفاقهن أو اختلافهن مع ما جاء فيها وما تدعو إليه.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١ - ما العلاقة بين المستوى التعليمى للمبحوثات وتقييمهن الحملة التليفزيونية «البنت مصرية» شكلاً وموضعاً؟

٢ - ما العلاقة بين الفئة العمرية للمبحوثات وتقييمهن لهذه الحملة شكلاً وموضوعاً؟

٣ - ما تأثير بعض العوامل المختلفة؛ مثل الهجرة من الريف إلى المدينة والحالة الاجتماعية ومستوى تعليم الزوج فى تقييم المبحوثات هذه الحملة؟

٤ – ما العلاقة بين الخصائص الديموجرافية والاجتماعية المختلفة للمبحوثات وأنماط تعرضهن لهذه الحملة؟

٥ – ما العلاقة بين الخصائص الديموجرافية والاجتماعية المختلفة للمبحوثات ومدى تذكرهن ما جاء فى هذه الحملة؟

وباختصار يمكن القول – بالنظر إلى التساؤلات السابقة كلها – إن هذه الدراسة تهدف أساساً إلى المقارنة بين جيل الأمهات وجيل البنات فى إحدى المناطق العشوائية فى القاهرة، من حيث ردود أفعالهن المتباينة نحو هذه الحملة التليفزيونية، ومدى اتفاقهن أو اختلافهن مع ما جاء فيها، مع الأخذ فى الحسبان العوامل الديموجرافية والاجتماعية المختلفة التى أدت إلى هذا الاختلاف فى الآراء والاتجاهات.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من عدة عوامل يمكن تلخيصها فى النقاط الآتية:

١ – أهمية إلقاء الضوء على الدور المهم الذى تقوم به وسائل الإعلام بصفة عامة، والتليفزيون بصفة خاصة، فى مجال التنمية وفى مواجهة التحديات التى تعوق جهود التنمية فى وطننا العربى فى هذه المرحلة الحرجة والدقيقة من تاريخه المعاصر، بخاصة أن كثيراً من الباحثين قد أشاروا إلى أهمية دور التليفزيون فى إحداث التغيير الاجتماعى والتنمية فى تعريفها الشامل [٤٢]، ومن ثم يصبح من الضرورى إجراء دراسات تتناول حملات التوعية الجماهيرية التى تُقَدَّمُ من خلال التليفزيون، تعرف ردود أفعال الجمهور المتلقى، بخاصة الشرائح المستهدفة منه، نحو هذه الحملات وما تقدمه من مضامين.

ويزيد من أهمية هذه النقطة الانتشار الواسع للتليفزيون بوصفه وسيلة إعلامية تغطى المناطق الجغرافية فى مصر كافة، سواء فى الريف أو فى

الحضر، وأنه يعد المصدر الرئيسى لاستقاء المعلومات بالنسبة للمرأة المصرية، نظراً لارتفاع معدلات الأمية، بخاصة بين النساء فى مصر [٤٣].

وقد أشارت نتائج الدراسات السابقة بوضوح إلى أهمية دور التليفزيون فى التأثير فى المعرفة والاتجاهات والسلوك، بخاصة إذا ما كانت المادة الإعلامية مقبولة من عامة الجمهور، وتتناسب مع واقعه، وتؤكد المفاهيم العامة التى يؤمن بها، كما أكدت تأثير التعرض المتكرر، بخاصة لمواد إعلامية قصيرة؛ كالتنويهات بالمعرفة والاتجاهات والسلوك، بل أشار البعض إلى أن هناك ارتباطاً بين عدد ساعات المشاهدة وتشكيل المعتقدات الاجتماعية [٤٤].

٢ - ندرة الدراسات التى تلقى الضوء على الشرائح المهمشة فى المجتمع المصرى؛ مثل سكان العشوائيات، حيث أشير فى كثير من الدراسات السابقة إلى أن دراسة أنماط السلوك الإعلامى لدى هذه الفئات لاتزال محدودة للغاية، وأن تعرف هذه الأنماط والاحتياجات بالنسبة للطبقات المهمشة أو ذات الدخل الاقتصادى المنخفض لم يسبق التعرض له بالشكل الوافى الذى يمكننا من معرفة التأثير التراكمى للتعرض للرسائل الإعلامية فى المعرفة والاتجاهات والسلوك [٤٥]. وتزداد أهمية دراسة هذه الطبقات خصوصاً من بين من يسكنون الأماكن العشوائية التى يشكل سكانها ما يقرب من ١٥٪ من مجموع سكان القاهرة، وهو ما يوازى أكثر من مليونى نسمة. والجدير بالذكر أن هناك ٧٦ منطقة عشوائية بالقاهرة [٤٦].

وقد أكدت البحوث والدراسات أهمية التركيز على الفئات الفقيرة فى المجتمع، بخاصة أولئك الذين يقطنون أماكن مزدحمة بالسكان، ويعيشون تحت ظروف صعبة، وتعرف استخداماتهم المختلفة لوسائل الإعلام [٤٧]. كما أكدت هذه الدراسات أيضاً ضرورة عدم التركيز على قطاعات محدودة فقط من النساء فى المجتمع فحسب، وعدم تجاهل المرأة فى الريف أو المناطق الشعبية

والعشوائية فى الحضر، وضرورة دراسة الاحتياجات الاتصالية للجماهير فى هذه المناطق [٤٨].

٣ - إن هذه الدراسة تركز على قضايا المرأة التى تعد اليوم على رأس قائمة أولويات الحكومة المصرية التى كرست لها كثيراً من الجهود المكثفة على جميع المستويات، كما أشرنا إلى ذلك سابقاً، وجعلتها محور السياسات التنموية فى هذه المرحلة، فكان لابد من إلقاء الضوء على إحدى أهم هذه الجهود التى توجت عام الفتاة المصرية، ألا وهى الحملة التليفزيونية «البنت مصرية».

٤ - إن هذه الدراسة تعد جديدة وحديثة نظراً لحداثة الموضوع الذى تتناوله وتلقى الضوء عليه؛ أعنى الحملة التليفزيونية «البنت مصرية» التى انطلقت خلال عام ٢٠٠٣م، والتى تتناول قضايا مهمة تعد كلها من قضايا الساعة التنموية محليا وإقليميا.

٥ - تشابه بعض الظروف المعيشية والاجتماعية للفئة محل الدراسة؛ أعنى نساء إحدى المناطق العشوائية بالقاهرة، مع مضمون الحملة التليفزيونية، من حيث مواجهة مشكلات الزواج المبكر والحرمان من التعليم، بخاصة بين النساء، إضافة إلى عامل الهجرة من الريف إلى المدينة الذى يعد إحدى سمات هذه المناطق العشوائية، والذى يظهر بوضوح أيضاً فى السياق الدرامى الذى تعرضه الحملة التليفزيونية، وكلها أمور تزيد من نسبة تفاعل هذه الفئة من الجمهور مع هذه الحملة، كما سنوضح لاحقا، وتجعلهم من أهم الفئات المستهدفة من هذه الحملة.

٦ - إن هذه الدراسة تعد من دراسات الجمهور الحديثة New Audience Research التى لا تدرس «التأثير» الذى تحدثه الرسالة الإعلامية فى الجمهور فحسب، كما هو الحال فى كثير من الدراسات الإعلامية السابقة، ولكن تدرس ،كذلك، «تفسير» الجمهور للرسالة الإعلامية فى ضوء سماته

وخصائصه الديموجرافية والاجتماعية المختلفة بطريقة متعمقة، وهى بذلك تحاول أن تتجنب نقاط الضعف فى كثير من الأبحاث الكمية التى عادة ما تجرى على نحو متسرع وغير متأن فيه، ويكون البحث فى كثير من الأحيان ضعيفاً فى التصميم، وغير دقيق فى النتائج. ويظهر ذلك أهمية البحوث الكيفية المتعمقة؛ مثل هذه الدراسة، التى تعد من أهم أنواع البحوث الإعلامية، وهى أكثرها ندرة فى الوقت نفسه، على الرغم من أنها تمكن صناع القرار من معرفة كيف تتفاعل فئات الجمهور المختلفة مع الرسائل الإعلامية، ومدى تقبلهم إياها؛ أى أنها تدرجت من معرفة الدور الذى يمكن أن يقوم به الإعلام إلى تقييم هذا الدور وسبل تقويته [٤٩].

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكيفى Qualitative Research Approach الذى يستند إلى تحليل بعض الظواهر الاجتماعية، ومحاولة تفسير أسبابها بصورة مفصلة ومتعمقة، ولذلك يسمى هذا المنهج أيضاً بالمنهج التفسيرى Interpretative Approach الذى يحاول الإجابة عن السؤالين المهمين: «كيف؟» How و «لماذا؟» Why ؛ أى أنه لا يكتفى بتقرير بعض الحقائق أو الإحصائيات أو رصد بعض الظواهر الاجتماعية فحسب، لكنه يذهب إلى أبعد من ذلك، حيث يحاول أن يحلل الأسباب والاتجاهات والعوامل المتشابكة التى تؤدى إلى خلق هذه الظواهر ويفسرها.

وقد أشرنا فى النقطة السابقة إلى أهمية البحوث الكيفية وندرتها فى الوقت نفسه، فى مجال الدراسات الإعلامية، حيث إنها تتجنب بعض عيوب الأبحاث الكمية التى قد تكتفى بتقديم الأرقام والإحصائيات التى قد تكون غير دقيقة فى بعض الأحيان، والتى لا تساعد على فهم احتياجات الجمهور واتجاهاته ودوافعه بالدرجة الكافية.

وقد أشرنا سابقاً أيضاً إلى أن هذه الدراسة تعد من دراسات الجمهور

الحديثة New Audience Research التى لا تكتفى بتقدير حجم الجمهور الذى يتعرض لوسيلة إعلامية معينة أو لمضمون إعلامى معين أو قياس تأثير البرامج والمضامين الإعلامية فيه فحسب، ولكنها تسعى إلى تعرف خصائص هذا الجمهور وعاداته ورغباته واحتياجاته بصورة دقيقة ومتعمقة، تساعد متخذى القرار ومصممى البرامج والحملات الإعلامية على الوصول إلى هذا الجمهور بأفضل الطرق والأساليب (٥٠).

ويمكن أن نعد هذه الدراسة أيضا من الدراسات التى يطلق عليها دراسات «المجموعات الممثلة للجمهور» Model Audience Groups التى تعتمد على اختيار عينات مكونة من مجموعات من الجمهور المستهدف من قبل برنامج معين أو حملة معينة. ويعتمد هذا الأسلوب «الكيفى» على الجمع بين قيام كل فرد من أفراد المجموعة بالإدلاء برأيه أولاً قبل أن يتأثر بآراء بقية أفراد المجموعة. ويعقب ذلك مناقشة بين أفراد المجموعة والباحث، يتم فيها استخدام أسلوب المجموعات المستهدفة أو ما يسمى بحلقات النقاش المركزة. ويفيد هذا الأسلوب فى بحث التفاصيل الخاصة ببرنامج أو مسلسل أو إعلان معين، بخاصة فيما يتعلق بالفكرة الرئيسية أو الخيوط الدرامية أو الممثلين المناسبين للأدوار المختلفة، إضافة إلى تقييم مدى وضوح المادة الإعلامية أو الإعلانية، موضوع البحث، وجاذبيتها وتأثيرها (٥١).

وسائل جمع البيانات وأدواته:

اعتمدت هذه الدراسة على أكثر من وسيلة من وسائل جمع البيانات؛ من أهمها الملاحظة الميدانية Field Observation التى قامت الباحثة خلالها بجمع عدد من المعلومات والملاحظات المهمة عن المنطقة العشوائية محل الدراسة، وأنماط الحياة اليومية فيها، والظروف المعيشية، والمصاعب التى يعانى منها أهل هذه المنطقة، بصفة عامة، والنساء بصفة خاصة، إضافة إلى

أنماط استخدام وسائل الإعلام، بخاصة التليفزيون. وقد تم جمع هذه البيانات والمعلومات من خلال إجراء عدة زيارات ميدانية إلى منطقة «عزبة العرب»، وهى المنطقة العشوائية التى أجريت فيها الدراسة، على مدى ثلاثة أشهر متتالية، وقد سهلت هذه المرحلة للباحثة مهمتها فى إجراء هذه الدراسة، حيث أتاحت لها تكوين فكرة متكاملة عن هذه المنطقة وعن أهلها، ومن ثم ساعدتها على إجراء المقابلات الشخصية وحلقات النقاش المركزة.

لقد قامت الباحثة، إلى جانب الملاحظة الميدانية، بإجراء لقاءات شخصية متعمقة In-depth Personal Interviews مع مجموعة من الفتيات والسيدات فى هذه المنطقة العشوائية، بلغ عددهن ٤٠ فتاة وسيدة، يمثلن مراحل عمرية وتعليمية مختلفة، كما سنوضح بمزيد من التفاصيل عند مناقشة عينة الدراسة. وقد تم إجراء هذه المقابلات فى فصول محو الأمية الملحقة بالمسجد وفى المنازل باستخدام أجندة المقابلة الشخصية Interview Agenda، بوصفها أداة لجمع البيانات.

إضافة إلى ذلك قامت الباحثة بتنظيم عدد من حلقات النقاش المركزة Focus Group Discussions، بلغت أربع حلقات، وتراوح عدد المشاركات فى كل منها بين ست وثمانى سيدات أو فتيات، وقد تم تنظيم هذه الحلقات فى منازل بعض المشاركات فى الدراسة عن طريق عرض التنويه الخاص بالحملة التليفزيونية «البنت مصرية» على شريط فيديو على المشاركات فى كل حلقة نقاشية، ثم إجراء حوار مفتوح بين المشاركات والباحثة حول ما جاء فى التنويه من أفكار.

وقد خصصت الباحثة إحدى هذه الحلقات النقاشية لما يمكن أن نطلق عليه «جيل الفتيات»، وهن اللاتى تتراوح أعمارهن بين ١٣ و ٢٢ عاماً، وأكثرهن حصلن على قدر من التعليم، وغير متزوجات. وخصصت حلقة أخرى «لجيل

الوسط»، وهن اللاتى تتراوح أعمارهن بين ٢٣ و ٣٥ عاماً، وأغلبهن متزوجات، وتتراوح مستوياتهن التعليمية بين الحصول على دبلوم متوسط، وعدم الالتحاق بالتعليم الأساسى، ومن ثم عدم القدرة على القراءة والكتابة. وخصصت حلقة ثالثة لما يمكن أن يسمى «جيل الأمهات»؛ هن اللاتى تتراوح أعمارهن بين ٣٦ و ٦٠ عاماً، وكلهن إما متزوجات وإما سبق لهن الزواج من قبل، وتتفشى بينهن الأمية. أما الحلقة النقاشية الرابعة فقد تعمدت الباحثة أن تكون حلقة مختلطة أو مشتركة تشارك فيها الفتيات والسيدات اللاتى يمثلن هذه المجموعات الثلاث المختلفة، وذلك بهدف محاولة رصد التفاعل والاختلاف والتضارب بين آراء هذه المجموعات المختلفة من الفتيات والسيدات وأفكارهن، وتسجيل ما ينتج عن هذا الجدل أو النقاش الساخن من أفكار ووجهات نظر مختلفة ومتباينة حول القضايا الرئيسية فى هذه الدراسة؛ ألا وهى حق الفتاة فى التعليم، ومحاربة الزواج المبكر.

وقد استخدمت الباحثة فى هذه الحلقات النقاشية أجندة الحلقات النقاشية Focus Group Agenda لطرح بعض التساؤلات على الحاضرات وحثهن على التجاور والنقاش حولها. وقد راعت الباحثة فى تصميم أجندة المقابلة الشخصية المتعمقة وأجندة الحلقات النقاشية أن تكون الأسئلة مكتوبة باللغة العامية حتى يسهل فهمها من قبل المشاركات، بخاصة مع تفشى الأمية أو المستوى التعليمى المتدنى بين كثير منهن. وقد راعت الباحثة أيضاً المرونة الكافية فى طرح هذه الأسئلة التى اتسمت بأنها أسئلة مفتوحة، تتيح للمشاركات فرصة الإضافة والإيضاح والتعقيب والاستشهاد بالأمثلة، بدلاً من حصرهن فى أسئلة مغلقة لا تسمح بالاختيار من بدائل محدودة.

ومما لا شك فيه أن الجمع بين أكثر من وسيلة من وسائل جمع البيانات فى هذه الدراسة يعد من نقاط القوة التى تحسب لها، حيث إن هذا الأسلوب يزيد

من نسبة الصدق فى النتائج Validity؛ لأنه يسمح بمقارنة الإجابات التى تدلى بها كل مشاركة على حدة فى اللقاءات الشخصية المتعمقة مع الإجابات التى تدلى بها فى حضور عدد آخر من الفتيات والسيدات فى الحلقة النقاشية، ويعطى للباحثة فرصة تحليل هذه الإجابات المختلفة وأسباب اختلافها.

الإطار النظرى للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نموذج «التشفير وفك الشفرة» الذى اقترحه العالم البريطانى ستيورت هول Stuart Hallis Encoding / Decoding Model، والذى يشير إلى أن الرسالة الإعلامية الواحدة لا تفهم ولا تفسر على نحو واحد من قبل المتلقين، ولكن هذا الجمهور، نظراً لاختلافاته المتعددة من جميع الجوانب الثقافية والتعليمية والاجتماعية وغيرها، يفسر الرسالة الواحدة بأكثر من شكل، وأكثر من طريقة. وقد اقترح ستيورت هول ثلاثة أنماط رئيسية، يمكن من خلالها للجمهور المتلقى أن يفسر الرسالة الإعلامية التى يتلقاها؛ هى :

أولاً : الفهم المشابه Dominant Reading؛ وهو الذى ينتج عن وجود تشابه ثقافى ومعرفى بين مرسل أو مصدر الرسالة والمتلقين الذين يستقبلونها، فعندما تتشابه الخصائص الثقافية والاجتماعية والفكرية بين مرسل الرسالة والجمهور فإن هذا الجمهور يفسر الرسالة الإعلامية ويتقبلها بالمعنى والمضمون والهدف الذى قصد إليه المرسل بدون اختلاف.

ثانياً : الفهم الانتقائى Negotiated Reading؛ وهو الذى يحدث عندما يتقبل الجمهور الفكرة الرئيسية للرسالة، ولا يعترض عليها من حيث المبدأ ولكنه يفسر بعض جوانبها أو أبعادها تفسيراً مختلفاً عن المعنى الأصلى المقصود منها؛ لأنه قد يشعر أنها لا تلائم ظروفه أو حياته الخاصة، ومن ثم فهى لا تنطبق عليه شخصياً، ولا يمكنه التجاوب معها على نحو تام، على الرغم من عدم رفضه إياها.

ثالثاً : الفهم المغاير Oppositional Reading؛ وهو الذى ينتج عن وجود اختلافات جذرية بين مرسل الرسالة والجمهور، من حيث الأفكار والقيم والخلفية الثقافية والاجتماعية، وهو مما يؤدى إلى رفض هذا الجمهور الرسالة من حيث المبدأ وفهمها وتفسيرها بصورة مختلفة أو مغايرة لمعناها الأصلى، بل إنه فى بعض الأحيان قد يفهم هذه الرسالة بصورة عكسية، ويكون ذلك انعكاساً واضحاً للفجوة الكبيرة القائمة بين مرسل الرسالة ومستقبلها (٥٢).

ويلفت هذا النموذج نظرنا إلى أهمية دراسة طبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه Audience Profile، سواء من حيث الخصائص الديموجرافية Demographics؛ مثل السن والنوع والمستوى التعليمى والاجتماعى، أو من حيث الخصائص النفسية Psychographics ؛ مثل أسلوب المعيشة والاتجاهات والاهتمامات والأذواق المختلفة، هذا إضافة إلى الأخذ فى الحسبان عدداً من العوامل الاجتماعية الخارجية التى يمكن أن تؤثر فى هذا الجمهور، وتشكل آراءه وأفكاره نحو قضية ما.

ونستطيع أن نزعم أن دراسة هذه الجوانب المختلفة والمتشابكة فى آن واحد يعد أفضل وسيلة لفهم ردود أفعال الشرائح المختلفة من الجمهور للرسالة الإعلامية الواحدة وتحليلها وتفسيرها، وهو ما تحاول هذه الدراسة أن تقوم به من خلال تقييم ردود أفعال مجموعة من النساء والفتيات فى إحدى المناطق العشوائية إزاء الحملة التليفزيونية «البنت مصرية»، ومحاولة تفسيرها وتحليلها.

مجتمع الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء هذه الدراسة فى منطقة «عزبة العرب»، وهى منطقة عشوائية تقع فى حى غرب مدينة نصر، وهى لهذا السبب تمثل عدداً من المفارقات والمتناقضات؛ حيث لابد من أن يلفت نظر من يزور هذه المنطقة

التناقضُ الواضح بين المستوى المعيشى والاجتماعى والاقتصادى المتدنى الذى تعانى منه هذه المنطقة العشوائية ومظاهر الحياة المعاصرة، بل مظاهر الرفاهية التى تحيط بها من كل جانب، حيث إنها تقع فى وسط حى من الأحياء القاهرية الراقية؛ هو حى مدينة نصر. ومن الجدير بالذكر أن هناك عدداً كبيراً من أهالى هذه المنطقة يعملون، إلى جانب الأعمال الحرفية واليدوية التى يمارسونها، يعمل رجالها سائقين، ويعمل نساؤها خادمات لدى بعض الأسر الثرية.

وإضافة إلى ذلك يجب أن نشير إلى أن معظم الأسر التى تسكن هذه المنطقة تأتى أصلاً من جذور ريفية؛ أى أنهم من المهاجرين من قرى الوجه البحرى والوجه القبلى إلى القاهرة، وهذه الهجرة من الريف إلى المدينة تمثل تحولاً من أنماط الحياة التقليدية إلى أنماط الحياة المعاصرة، مع كل ما يحمله هذا التحول من متغيرات ومستجدات وتحديات، وهذا مما يجعل هذه الشريحة على وجه التحديد ملائمة لإجراء هذه الدراسة، حيث إن الحملة التليفزيونية «البنت مصرية» نفسها تستعرض مفهوم المقارنة بين «القديم» و «الحديث» أو بين الحياة «التقليدية» والحياة « المعاصرة». وكما أشرنا سابقاً إلى أنه كلما تشابهت ظروف الشريحة المستهدفة من الجمهور مع ظروف الشخصيات التى تقدم من خلال الرسائل الإعلامية، زاد تفاعله مع الرسالة ومع مضمونها وشخصياتها.

وتعانى هذه المنطقة، مثل معظم المناطق العشوائية، من نقص حاد فى المرافق والخدمات؛ مثل عدم وجود مياه شرب نظيفة، وعدم وجود صرف صحى، وعدم وجود المواصفات الصحية الملائمة فى المنازل التى تعانى معظمها من ضيق المساحة وتكدس السكان وسوء التهوية. وتؤدى هذه العوامل كلها - إضافة إلى الفقر وانخفاض مستوى المعيشة - إلى انتشار بعض الأمراض الخطيرة، مثل الفشل الكلوى، وأمراض الجهاز التنفسى، وأمراض فقر الدم.

وهذه المشاكل هى «مشاكل عامة» تعانى منها المنطقة مثل سائر المناطق العشوائية، ولكن ينبغى هنا أن نلقى الضوء على المشاكل التى تؤثر فى وضع المرأة، على وجه الخصوص، فى هذه المنطقة، حيث إن عينة هذه الدراسة كلها من الفتيات والنساء.

ومن أهم المشاكل التى يعانى منها النساء فى هذه المنطقة العشوائية تفشى الأمية بصورة كبيرة، بخاصة بين النساء الأكبر سنا، كما سنوضح عند استعراض نتائج الدراسة، إضافة إلى نقص الخدمات التعليمية فى المنطقة، حيث لا يوجد بها سوى مدرسة ابتدائية مشتركة ومدرسة إعدادية مشتركة؛ وكلتاهما فى حالة سيئة للغاية، ولا توجد بها سوى مدرسة ثانوية واحدة للبنين.

وإلى جانب معاناة النساء من الفقر وانخفاض مستوى المعيشة والأمية، فإنهن يواجهن كذلك نقصاً فى الخدمات الصحية والطبية وخدمات تنظيم الأسرة. وعلى الرغم من إرسال وزارة الصحة والسكان بعض السيارات المتنقلة التى تقدم خدمات تنظيم الأسرة؛ فإن هذه القوافل لا تقدم خدمات دائمة أو ثابتة. ومما يذكر أن معظم السيدات المتزوجات لديهن فى المتوسط ٤ أطفال، وتزيد هذه النسبة بين السيدات الأكبر سنا، وتنخفض بين المتزوجات حديثا.

كذلك فإن معظم السيدات فى هذه المنطقة غير مقيدات بصورة رسمية فى سجلات الدولة؛ حيث لا توجد لديهن شهادات ميلاد أو بطاقات شخصية؛ وهو مما يمنعهن من الإفادة من كثير من الخدمات؛ مثل حضور فصول محو الأمية الملحقة بالمسجد التى أقيمت بالجهود الذاتية منذ حوالى عامين تحت رعاية وزارة الشئون الاجتماعية والهيئة العامة لمحو الأمية وتعليم الكبار [٥٣]. وتلفت هذه النقطة نظرنا إلى ما أشرنا إليه سابقاً، ألا وهو أن هناك شرائح كثيرة من النساء فى المجتمع «غير منظورات»؛ أى لا يعرف أحد عنهن أية

معلومات دقيقة، ولا توجد أرقام أو إحصائيات محددة تمكن المسئولين من حصرهن أو تسجيلهن بصورة رسمية، ومن ثم يمكن تقديم الخدمات المطلوبة والملائمة لهن، وهذه هى الحال بالنسبة لنساء منطقة «عزبة العرب».

عينة الدراسة:

شملت عينة هذه الدراسة ٤٠ فتاة وسيدة من أهالى منطقة «عزبة العرب»، يمثلن شرائح وفئات عمرية وتعليمية مختلفة. وقبل سرد خصائص هذه العينة نوضح أولاً نوع هذه العينة وكيفية اختيارها. تعد عينة هذه الدراسة من العينات غير العشوائية Non-Probability Sample، ويطلق عليها عينة «كرة الثلج» Snowball Sample، وفى هذا النوع من العينات يلجأ الباحث إلى البدء بفرد واحد تنطبق عليه مواصفات معينة، ثم يطلب منه أن يدله على شخص آخر مثله، وعندما يقابل ذلك الشخص الآخر فإنه يطلب منه أن يدله على كيفية مقابلة أشخاص آخرين مثله، وهكذا حتى تكتمل لديه عينة البحث (٥٤).

ويطلق على هذه العينة أيضاً اسم العينة «المنتشرة أو المتكاثرة»، حيث يختار الباحث عدداً صغيراً من المفردات، ويطلب من كل فرد الإرشاد عن آخرين، ثم يرشد هؤلاء بدورهم عن آخرين، وهكذا حتى تنتشر العينة على أساس معين (٥٥).

وتستخدم هذه النوعية من العينات فى مثل هذه الدراسة من الدراسات الكيفية حيث يلزم أن تكون العينة محدودة العدد، وحيث يجب توافر شروط أو خصائص معينة فى مفردات العينة بصورة عمدية. ولذلك رأت الباحثة أن هذه العينة على وجه التحديد تعد من أنسب العينات، نظراً لطبيعة الدراسة وطبيعة المجتمع الذى تمت فيه. فمما لا شك فيه أن الاتصال الشخصى المباشر والعلاقات الأسرية وعلاقات الصداقة والجيرة تلعب دوراً مهما فى هذه النوعية من المجتمعات، حيث يشك أهلها بصفة عامة فى الغرباء، ويرفضون التعاون معهم على الأقل فى البداية.

لهذه الأسباب قامت الباحثة بالتردد على فصول محو الأمية المخصصة للفتيات والسيدات الملحقة بالمسجد فى منطقة «عزبة العرب»، بهدف إجراء «دراسة استطلاعية»، وتعرف طبيعة المنطقة ومشاكلها، إضافة إلى استخدام اللقاءات الشخصية التى تمت فى هذه الفصول، لتكون نقطة انطلاق لاستكمال سائر أفراد العينة، عن طريق أقارب الدارسات وأسرهن ومعارفهن فى هذه الفصول، وهو ما تم بالفعل.

أما بالنسبة لخصائص العينة فإنها - كما ذكرنا سابقاً عند مناقشة كيفية إجراء حلقات النقاش المركزة - تتسم ببعض الصفات والخصائص العامة التى تجمع بين كل أفراد العينة؛ وهى:

١ - أنهن جميعاً من النساء، ومن ثم يجمع بينهن عامل التماثل فى النوع.

٢ - أنهن جميعاً من أهالى هذه المنطقة العشوائية (منطقة عزبة العرب).

٣ - أنهن جميعاً يعشن فى مستوى اجتماعى واقتصادى منخفض؛ وهو ما يعنى أن المعاناة من مشكلات نقص الخدمات الصحية والتعليمية وغيرها تعد أيضاً من العوامل المشتركة بينهن، نظراً لتشابه ظروفهن المعيشية.

ولكن توجد إلى جانب هذه العوامل المشتركة عوامل أخرى مختلفة بينهن، كما أوضحنا سلفا، بخاصة فيما يتعلق بالفئة العمرية والمستوى التعليمى والحالة الوظيفية. ويمكن فى ضوء هذه العوامل الديموجرافية المختلفة تقسيم عينة الدراسة إلى ثلاث مجموعات:

١ - المجموعة الأولى «جيل الفتيات»: وهى المجموعة التى تنتمى إلى الفئة العمرية من ١٣ إلى ٢٢ عاماً، وكلهن ملتحقات بمرحلتى التعليم الإعدادى والثانوى، ما عدا ثلاثاً التحقن مؤخراً بفصول محو الأمية، إضافة إلى فتاتين حاصلتين على شهادة جامعية، وخمس فتيات حاصلات على دبلوم متوسط (دبلوم التجارة). وأفراد هذه الفئة كلهن من غير المتزوجات،

ما عدا واحدة فقط تزوجت حديثاً. وبعض الفتيات الحاصلات على شهادات متوسطة وشهادات جامعية يعملن فى وظائف مكتبية وأعمال سكرتارية، فى بعض الشركات القريبة من منطقة مدينة نصر، أو يعملن بائعات فى بعض المحلات.

٢ - المجموعة الثانية «جيل الوسط»: وهى المجموعة التى تنتمى إلى الفئة العمرية من ٢٣ إلى ٣٥ عاماً، وهى منقسمة إلى قطاعين: القطاع الأصغر سنا (أقل من ٣٠ عاماً) ويضم من حصلن على قدر من التعليم الإعدادى أو الثانوى، وبعضهن حاصلات على دبلوم التجارة، أما الفئة الأكبر سنا (٣٠-٣٥ عاماً) فمعظمهن حصلن على قدر يسير من التعليم، ولم يكملن تعليمهن أو لم يلتحقن بالتعليم الأساسى. وأغلب هذه المجموعة من المتزوجات، ما عدا واحدة (٢٥ عاماً) لم تتزوج بعد، وثلاث مطلقات. وكل أفراد هذه المجموعة من ربات البيوت (حتى الحاصلات على شهادات متوسطة)، ما عدا الفتاة غير المتزوجة التى تعمل فى محل.

٣ - المجموعة الثالثة «جيل الأمهات»: وهى المجموعة التى تنتمى إلى الفئة العمرية من ٣٦ إلى ٦٠ عاماً، وكلهن إما أميات وإما قضين مدة قصيرة فى التعليم الأساسى لا تكفى لإجادة القراءة والكتابة، وكلهن متزوجات وربات بيوت، باستثناء واحدة مطلقة تعمل خادمة لدى إحدى الأسر فى مدينة نصر، وأرملة لديها كشك صغير لبيع الحلويات والمرطبات.

أهم نتائج الدراسة ومؤشراتها:

أولاً: النتائج العامة

نعرض فى هذا الجزء من الدراسة بعض النتائج والمؤشرات العامة الشائعة والمتكررة أو اللافتة للأنظار، وذلك قبل مناقشة الاختلافات التى ظهرت بين الشرائح الثلاث من النساء من حيث تقييمهن الحملة التليفزيونية. ومن أهم

هذه النتائج العامة ما يأتى:

١ - انتشار التعرض للتليفزيون بوصفه وسيلة إعلامية بين أفراد العينة، حيث أظهرت الدراسة أن كل أسر الفتيات والسيدات اللاتى شملتهن الدراسة تمتلك جهاز التليفزيون الذى يعد من أهم الأجهزة الكهربائية فى المنزل، حتى إن بعض الأسر الفقيرة قد لا تمتلك غسالة ملابس - على سبيل المثال - لكنها فى الوقت نفسه حريصة على اقتناء جهاز التليفزيون؛ وهو ما يشير إلى أهمية هذه الوسيلة الإعلامية ومدى انتشارها، كما أشرنا سابقاً، وكما أشير فى كثير من الأبحاث والدراسات الإعلامية السابقة أيضا. ويرجع هذا الانتشار إلى تخطى التليفزيون حاجز الأمية المنتشرة بين هذه الفئة من النساء، إضافة إلى جاذبيته بوصفه وسيلة ترفيهية مسموعة ومرئية، ونظراً إلى انخفاض سعر أجهزة التليفزيون، بخاصة المستعملة وغير الملونة، وهى الأجهزة الأكثر انتشاراً بين أفراد هذه الفئة من الجمهور.

٢ - المضمون الإعلامى الذى يأتى فى المرتبة الأولى، من حيث التفضيل بين هذه الفئة من النساء، هو المسلسلات العربية التى حرصت المبحوثات جميعاً على متابعتها بانتظام، وهو ما يتفق أيضاً مع نتائج كثير من الدراسات الإعلامية السابقة كما أشرنا. ويرجع ذلك إلى استخدامهن التليفزيون بوصفه وسيلة ترفيهية فى المرتبة الأولى، و إلى أن كثيراً من هذه المسلسلات يمس قضايا إنسانية واجتماعية تحظى باهتمامهن. وقد أشار معظم المبحوثات إلى أن وقت عرض تنويه «البنت مصرية» كان ملائماً؛ لأنه كان يعرض بكثافة فى الفترة المسائية التى تذاع فيها المسلسلات العربية؛ وهو مما جعلها تحظى بنسبة تعرض كبيرة، بخاصة بين الفئات المستهدفة من الجمهور، وهى الفتيات والنساء والشرائح التى تنتشر بينها الأمية والممارسات الضارة؛ مثل ختان الإناث والزواج المبكر. وهذه

النقطة تشير إلى تخطيط جيد من قبل مصممى هذه الحملة من حيث وقت عرضها، بعكس ما أشارت إليه بعض الدراسات السابقة، حيث كان المبحوثون يطالبون بعرض تنويهات محو الأمية وتنويهات تنظيم الأسرة فى وقت الذروة، حيث كثافة التعرض والمشاهدة ليتسنى، لأكبر عدد ممكن مشاهدتها (٥٦).

٣ - كان هناك إجماع بين المبحوثات على أن هذه الحملة التليفزيونية لا تجرح مشاعر المشاهدين الأميين أو غير المتعلمين، ولا تظهرهم فى صورة «البلهاء» أو «الحمقى»، كما هو الشأن فى بعض الحملات التليفزيونية السابقة التى تناولت مشكلة الأمية، وهو ما أظهره بعض الدراسات السابقة فى هذا المجال؛ من بينها دراسة أجرتها الباحثة على عينة من النساء فى قرية كفر مسعود بمحافظة الغربية، أشارت فيها المبحوثات إلى استيائهن من الصور السلبية التى تصور غير المتعلمين فى تنويهات محو الأمية وكأنهم أغبياء وغير قادرين على التعامل مع الحياة ولا التكيف معها، ومن ثم تجرح مشاعرهم، وتحدث ردود أفعال عكسية لديهم إزاء قضية التعليم (٥٧). ومن ثم يحسب لهذه الحملة عدم إهانتها مشاعر الجمهور، وعدم الاستهزاء والاستخفاف به أو السخرية منه.

٤ - على الرغم من الاختلافات التى ظهرت فى تقييم الحملة بصفة عامة، وتقييم الشخصية المحورية التى ظهرت فيها بصفة خاصة، كما سنوضح بمزيد من التفاصيل عند استعراض أوجه الاختلاف بين المجموعات الثلاث من النساء؛ فقد كان هناك بعض النقاط التى أجمعت عليها المبحوثات باختلاف أعمارهن ومستوياتهن التعليمية حول الفتاة التى ظهرت فى الحملة؛ هى إعجابهن بملامحها الشرقية والمصرية الأصيلة، وهو إعجاب ظهر فى صورة تعليقات؛ من مثل: «دى كأنها واحدة مننا»، أو «دى شبه أختى بالضبط»؛ وهو ما يدل على ارتياحهن النفسى تجاه شكل الفتاة وقبولهن النفسى إياها،

وهذا يعنى نجاح مصممى الحملة فى اختيار فتاة ملائمة لكل مرحلة من المراحل العمرية المختلفة التى ظهرت فى التنوية. كذلك كان هناك إعجاب شديد بقيمة الوفاء للوالدين التى ظهرت فى التنويه، حيث أبدت المبحوثات جميعهن تقديرهن لهذه النقطة التى تمثلت فى عودة الفتاة المتعلمة إلى زيارة أهلها البسطاء فى القرية، وتقبيل يد والدها، على نحو يدل على أنها فتاة «أصيلة» و «مش ناكرة للجميل»، على حد تعبير بعض المبحوثات. وهذه النقطة تشير أيضاً إلى نجاح مصممى هذه الحملة فى الجمع بين قيمتين كلتاهما فى غاية الأهمية؛ هما «الأصالة» و « المعاصرة».

٥ - على الرغم من الاختلافات التى ظهرت بين المبحوثات من حيث قدرتهن على تذكر تفاصيل التنويه، وما إذا كان هذا التذكر قد تم بدون مساعدة Unaided Recall أو بمساعدة Aided Recall، كما سنوضح فيما بعد؛ فإنه يمكن القول إن الأغنية المصاحبة لهذا التنويه، التى حازت إعجاب جميع المبحوثات، كان لها أثر فعال فى مساعدتهن على تذكر التنويه والارتباط به، ومن ثم يمكن عدها نقطة إيجابية أخرى تحسب لمصممى هذه الحملة.

٦ - كان هناك ارتباط واضح بين القضيتين محل الدراسة؛ قضية محاربة حرمان الفتاة من التعليم، وقضية محاربة الزواج المبكر، فكما أن القضيتين مرتبطة إحداهما بالأخرى من حيث أبعادهما التنموية، كما أوضحنا سابقاً، فإنهما مرتبطتان كذلك من حيث اتجاهات الفئات المختلفة من الجمهور نحوهما. بمعنى أن المجموعة التى تحمست بشدة لأحدى هذه القضايا تحمست للقضية الأخرى وبالدرجة نفسها أيضاً، والعكس صحيح؛ فاللائى عارضن إحدى هذه القضايا أو لم يتحمسن لها كان لهن الموقف نفسه حيال القضية الأخرى، وهو ما يدل على أهمية دراستهما معاً وتحليلهما معا؛ لارتباطهما المباشر بقضية أشمل وأعم؛ هى قضية «تمكين المرأة فى المجتمع»، وهذا ما تحاول هذه الدراسة أن تسهم فيه.

٧ - على الرغم من أن هذه الدراسة لم تتطرق إلى قضية الختان؛ فإن وجود هذه القضية جنباً إلى جنب مع القضيتين الأخريين (قضية حق الفتاة فى التعليم ورفض الزواج المبكر) لم يكن اختياراً موفقاً من قبل مصممى هذه الحملة كما أظهرت هذه الدراسة، حيث كان له تأثير سلبى فى آراء بعض فئات الجمهور واتجاهاته، بخاصة جيل الأمهات الذى تتفشى فيه الأمية ولم يتحمس لفكرة استكمال الفتاة تعليمها وعدم زواجها فى سن مبكرة، ويرى أن الختان «سنة وضرورى» كما قال معظمهن، ويعتقد أن المطالبة بعدم الختان «عيب»، ومن ثم زادت معارضته للتنويه فى مجمله، نظراً لوجود فكرة محاربة الختان فيه، وهو ما عبرت عنه إحدى الأمهات بقولها: «دول حيجرأوا علينا البنات ولا إيه؟ وكمان بيقولوا بلاش ختان؟ ده حتى عيب». ومن الجدير بالذكر أيضاً أن جيل الوسط الذى كان فيه بعض السيدات المحايدات أو المتأرجحات فى الرأى حيال هاتين القضيتين الأخريين (أى التعليم والزواج المبكر)، قد تأثر بعضه سلبيا بوجود قضية الختان، حيث تشكلت لدى بعض السيدات فى هذه الفئة اتجاهات تميل إلى السلبية والرفض، نظراً إلى وجود فكرة «لا لختان الإناث» فى التنويه. ومن ثم يمكن القول إنه كان من الأفضل الفصل بين القضايا الثلاث فى تنويهات مستقلة منفصلة، حتى لا تؤثر اتجاهات الجمهور نحو إحدى هذه القضايا فى اتجاهاته نحو القضيتين الأخريين، كما حدث حيال هذا التنويه.

٨ - كان لِسِنِّ المبحوثة ومستواها التعليمى أثر كبير فى درجة استعدادها للتعاون مع الباحثة والمشاركة فى الدراسة؛ حيث أبدت الفتيات الأصغر سنا والحاصلات على قدر من التعليم استعداداً أكبر للمشاركة والإجابة عن الأسئلة، سواء فى المقابلات الشخصية الفردية أو فى حلقات النقاش المركزة، فى حين كان هناك شىء من الرفض أو عدم الحماس والشك فى جانب السيدات الأكبر سنا اللاتى لم يحصلن على قدر من التعليم؛ وهو ما

جعل الباحثة تبذل جهداً أكبر لإقناعهن بالمشاركة فى الدراسة، مستعينة فى بعض الأحيان ببعض بناتهن أو أقاربهن من جيل الفتيات المتعلمات، وهذا يدل على ملاءمة أسلوب اختيار العينة فى هذه الدراسة كما ذكرنا سابقاً.

٩ - كانت القدرة على فهم مضمون التنويه، على الرغم من عدم وجود تعليق صوتى مصاحب للقطات المختلفة فيه، أكبر بكثير فى حالة الفتيات المتعلمات اللاتى فهمن المضمون على نحو صحيح واضح، فى حين ذكر بعض السيدات غير المتعلمات أنه كان من الأفضل وجود تعليق صوتى مصاحب لكل لقطات التنوية، لتسهيل فهم مضمونه، حيث اكتفى التنويه بعرض اللقطات بدون تعليق صوتى، إضافة إلى كتابة تعليق «لا لختان الإناث . . لا للزواج المبكر . . لا لحرمان الفتاة من التعليم» الذى ظهر مكتوباً على الشاشة فى نهاية التنويه، وبالطبع لم تستطع السيدات غير المتعلمات قراءته، فلجأ بعضهن إلى أفراد الأسرة والأقارب لشرح مضمون التنويه. وتشير هذه النقطة إلى أهمية وجود تعليق صوتى إلى جانب التعليق المكتوب فى هذه النوعية من التنويهات، بخاصة إذا كانت الفئة المستهدفة معظمها من الأميين والأميات.

ثانياً: الاتجاهات المختلفة وأسبابها

١ - على الرغم مما ذكرناه سابقاً - من حيث تعرض جميع المبحوثات فى هذه الدراسة للحملة التليفزيونية «البنت مصرية» - فقد كان هناك اختلاف فى طبيعة هذا التعرض وكيفيته، حيث اتضح أن هناك علاقة بين بعض العوامل الديموجرافية؛ مثل السن، والمستوى التعليمى، والقدرة على فهم تفاصيل المضمون، فقد أظهرت الدراسة أن المبحوثات الأصغر سنا الحاصلات على قدر من التعليم كن أكثر قدرة على التركيز والانتباه فى أثناء التعرض للحملة، وأكثر قدرة على فهم مضمون التنويه واستيعابه، وهو ما نطلق

عليه التعرض الإيجابى Active Exposure ، كما كان لديهن القدرة على تحليل الأفكار المختلفة التى تضمنها التنويه ومناقشتها مع أقاربهن، وعلى العكس من ذلك كان نمط التعرض من النساء الأكبر سنا والأقل تعليماً أو غير المتعلمات على الإطلاق هو ما يمكن أن نطلق عليه التعرض السلبى Passive Exposure ؛ أى المشاهدة بدون قدر كبير من التركيز والانتباه، ومن ثم لا يتحقق فهم الرسالة بأبعادها وتفاصيلها المختلفة بصورة متكاملة. ويمكن الإشارة هنا إلى أن الأنماط المختلفة للتعرض للرسالة لا ترجع إلى العوامل الديموجرافية؛ مثل السن والمستوى التعليمى فحسب، ولكن يمكن تفسيرها أيضاً فى ظل تشابه القيم الخاصة بالمتلقى أو اختلافها مع القيم التى تتضمنها الرسالة، وهو ما تشير إليه نتائج هذه الدراسة، إضافة إلى نتائج كثير من الدراسات السابقة؛ حيث وجد أن أحد المؤشرات الرئيسية لدرجة إقناع الرسالة وفهمها هو مدى تطابقها أو اختلافها مع القيم الموجودة لدى قطاع معين فى المجتمع، ودرجة أهمية هذه القيم للمشاهد أو المتلقى؛ فقد وجد - على سبيل المثال - أن مشاهدة المضامين التى تنادى بالتغلب على بعض المشكلات الاجتماعية ودرجة فهمها ترتبط بدرجة الوعى والإحساس المتزايد بأهمية هذه المشكلات الاجتماعية وضرورة حلها [٥٨]. ويمكن تفسير هذه النقطة الأخيرة فى ظل الاختلافات التى ظهرت فى هذه الدراسة بين شرائح مختلفة من النساء، من حيث استشعار قيمة التعليم وأهميته وأهمية عمل المرأة ودورها فى المجتمع، كما سنوضح بمزيد من التفصيل.

٢ - كان هناك أيضاً اختلاف فى القدرة على تذكر مضمون التنويه وتفاصيله المختلفة، حيث أظهرت الدراسة أن المبحوثات الأصغر سنا الحاصلات على قدر من التعليم؛ أى اللاتى نطلق عليهن «جيل الفتيات» فى هذه الدراسة، كن أكثر قدرة على تذكر مضمون التنويه وتفاصيله من المبحوثات الأكبر سنا الأقل تعليماً. وتتفق هذه النقطة أيضاً مع نتائج الدراسات السابقة

التى أوضحت أن الجمهور فى المرحلة العمرية من ١٠ سنوات إلى ٣٠ سنة، على وجه الخصوص، يتمكن من استرجاع المواد المعروضة وتذكرها، حتى بعد مرور مدة طويلة قد تصل إلى عدة أشهر، وأن التذكر يزيد كلما زادت درجة الاتفاق مع ما يقدم من مضامين، وكلما كانت هذه المضامين قريبة من أفكاره وقيمه وآرائه (٥٩). وهذه النقطة الأخيرة تتفق تماماً مع النقطة السابقة الخاصة بالعلاقة بين قيم المتلقى وفهمه الرسالة ونمط تعرضه لها. ويمكن أن نضيف هنا أن جيل الفتيات المتعلمات تمكن من استرجاع التنويه وتذكره بدون أية مساعدة من الباحثة، فى حين احتاجت السيدات الأكبر سنا؛ أى جيل الوسط وجيل الأمهات، إلى قدر من المساعدة - فى بعض الأحيان - لتذكيرهن بالتنويه، كذكر جزء من الأغنية المصاحبة له، أو أهم المشاهد واللقطات فيه.

٣ - ظهرت فجوة كبيرة بين جيل الفتيات وجيل الأمهات، من حيث استشعار قيمة التعليم وأهميته بالنسبة لمستقبل المرأة ومكانتها فى المجتمع، حيث أشار معظم الفتيات إلى أهمية التعليم، وإلى أن التعليم «ضروى» للفتاة، وأنه يخلق لها فرصاً أفضل فى المستقبل سواء كان ذلك بالنسبة للعمل أو بالنسبة للزواج؛ حيث أشار كثير منهن إلى «أن الفتاة المتعلمة تستطيع أن تجد فرصة عمل أفضل وزواج أفضل»، ومن ثم وضع معظم الفتيات «التعليم» على رأس قائمة أولوياتهن؛ وهو ما كان له أثر مباشر أيضاً فى القضية الأخرى؛ قضية الزواج المبكر؛ إذ رفضت الفتيات المتعلمات بالإجماع فكرة الزواج فى سن مبكرة، لأنه يعنى فى معظم الأحيان حرمانهن من حقهن فى التعليم. وقد ذكرت إحداهن (١٧سنة) أنها مخطوبة ولكنها سوف تشترط على خطيبها ألا يتم الزواج إلا بعد انتهائها من إكمال تعليمها، فى حين قالت أصغر المبحوثات (١٣ سنة) - وهى طالبة بالمرحلة الإعدادية - : «أنا إذا تقدم لى عريس حطفش كل العرسان علشان لازم أكمل تعليمى وأبقى دكتورة».

هذا التعليق الطريف الذى تردد كثيراً على ألسنة الفتيات الصغيرات والشابات، وإن كان بكلمات مختلفة، يدل على تغير الأولويات لدى الجيل الجديد من الفتيات اللاتى أصبحن يشعرن بأهمية إثبات ذواتهن خارج نطاق الدور التقليدى للمرأة بوصفها زوجة وأما فحسب.

وقد كان من ضمن أسباب خلق هذا الدافع القوى لاستكمال التعليم لديهن احتكاكهن بفتيات وشابات أخريات متعلمات فى نطاق المنطقة التى يعشن فيها فى المدينة، وتطلعهن لشغل وظائف مرموقة، وإيجاد فرص زواج أفضل من شباب متعلمين. ولابد هنا من أن نذكر أن عامل المقارنة والمنافسة والغيرة - فى نطاق الأسرة والأهل والأصدقاء والجيران فى مجتمع المدينة - لعب دورا مهما فى خلق هذا الحافز أو الدافع القوى للتعليم.

وقد ذكر بعض الفتيات اللاتى لم تتح لهن فرصة الذهاب إلى المدرسة واللاتى يحضرن فصول محو الأمية حالياً، أنهن واجهن معارضة شديدة من آبائهن ومن الإخوة والأقارب الذكور، على الرغم من أن فصول محو الأمية غير مختلطة، وملحقة بالمسجد، وتعقد فى مواعيد ملائمة، ومن يعمل بالتدريس فيها من السيدات. وتلفت هذه النقطة نظرنا إلى أنه على الرغم من أن الدولة قد وفرت هذه الفرص المجانية الملائمة للراغبات فى استكمال تعليمهن من الفتيات والسيدات؛ فإن بعض العادات والتقاليد البالية مازالت تمثل عائقاً حقيقيا أمام قدرة كثير من الفتيات والسيدات على الإفادة من هذه الفرص.

وقد أثرت هذه القيم والأولويات الجديدة لدى هذا الجيل الجديد فى تقبله التام لفكرة أحقية المرأة فى التعليم والعمل؛ وهو ما يتفق مع نتائج بعض الدراسات التى أشارت إلى أنه كان للتعليم أثر واضح فى تبنى قيم واتجاهات إيجابية؛ مثل أهمية تعليم الفتاة وعمل المرأة، بخاصة بين سيدات الحضر [٦٠]. ومما لا شك فيه أن هذه القيم والاتجاهات الجديدة قد أثرت كذلك فى تقييم هذه الفئة من

الفتيات الحملة التليفزيونية، حيث أشرن إلى أنها «حملة متميزة» و «مفيدة» و«ضرورية» و «تساعد المرأة على أن تحصل على حقها» بحسب ما ذكرت إحداهن. أى أن النمط السائد بين هذه الشريحة من الفتيات من حيث تقييم الحملة كان «الفهم المشابه» Dominant Reading؛ أى الذى تتلاقى فيه قيم كل من المرسل والمستقبل، فتصل الرسالة إلى الجمهور المستهدف بمعناها الأصلى و أهدافها الأصلية كاملة وواضحة. وتلفت هذه النقطة نظرنا إلى أهمية الأخذ فى الحسبان تشابه القيم بين المرسل والمستقبل مرة أخرى عند بث أية أفكار أو مضامين إعلامية جديدة. وتشير الدكتورة سوزان القلينى إلى أن الهند وباكستان، على سبيل المثال، استخدمتا هذه الطريقة لتعضيد بعض القيم الاجتماعية وتأكيد أهميتها، من خلال استخدام التليفزيون، مثل أهمية دور المرأة فى المجتمع [٦١]؛ ففى عام ١٩٩٢م قامت الحكومة الهندية بإنتاج مسلسل تليفزيونى وإذاعته يهدف إلى التوعية بأهمية المرأة فى المجتمع والتعريف بحقوقها. وأظهرت نتائج حلقات النقاش مع من حرصوا على متابعة المسلسل بانتظام وأبدوا إعجابهم به أنهم يعترفون بمشكلة إجحاف المجتمع للمرأة، كما أظهروا دعماً إيجابيا لضرورة مواجهة هذه العادات والقيم السلبية [٦٢].

٤ - على العكس من ذلك تماماً كان موقف جيل الأمهات مؤيداً فكرة الزواج المبكر، بزعم أن «زواج البنت سترة» بحسب ما ذكر معظم الأمهات غير المتعلمات، ومن ثم فتعليم الفتاة فى نظرهن، بخاصة التعليم بعد الثانوى أو الجامعى، يمكن أن يقف حائلاً دون زواجها؛ لأنه - على حد تعبير إحدى الأمهات - «معناه أن البنت مفتحة. والعرسان بتخاف من البنات المفتحة»؛ أى أن سعة الأفق، والقدرة على التفكير المستقل، وقوة الشخصية، وغيرها من السمات التى يكسبها التعليم للمرأة، تُعَدّ - من وجهة نظر كثير من الأمهات - عيوباً وليست مزايا؛ لأنها يمكن أن تعد عوامل طاردة وليست جاذبة للمتقدمين للزواج من بناتهن. ويذكر معظم هؤلاء الأمهات أنهن

تزوجن فى سن مبكرة جدا، ومع ذلك نجحن فى زواجهن وفى تربية أبنائهن؛ تقول إحداهن: «أنا تزوجت وأنا عمرى ١٢ سنة، وما شاء الله معايا خمسة أولاد ممتازين».

وعلى عكس الجيل الجديد لا تشعر هذه الفئة من السيدات بأى دافع قوى أو حافز يشجعهن على التعليم، فمعظمهن يشعر بأن الوقت قد تأخر لطلب العلم والتعليم، وتعبر إحداهن عن ذلك بقولها: «ده كان ممكن زمان لو الظروف سمحت، لكن دلوقتى خلاص». ولم يبدُ على الفئة من السيدات أى ندم لعدم التعلم، باستثناء المطلقات والأرامل، كما سنوضح فيما بعد، وباستثناء سيدة واحدة (٦٠ عاماً) قالت إنها كانت تتمنى أن تجيد القراءة حتى تستطيع قراءة القرآن الكريم.

وقد ألقت هذه الفئة اللوم على الظروف، وعلى آبائهن وأمهاتهن، فيما يتعلق بحرمانهن من التعليم، وكانت لهن نظرة قدرية للغاية تتمثل فى القول: «مفيش نصيب؛ نتعلم ح نعمل إيه!؟»، بدون بذل أى مجهود للالتحاق بفصول محو الأمية أو حتى تعلم القراءة والكتابة فى المنزل. وهذه النقطة تفسر الإقبال الضعيف على الالتحاق بفصول محو الأمية من قبل هذه الفئة من النساء، حيث إن معظم فصول محو الأمية فى المنطقة إما يحضرها الرجال والشباب، ويكون ذلك عادة بغرض استخراج رخصة قيادة أو الحصول على وظيفة، وكلاهما يتطلب الحصول أولاً على شهادة محو الأمية، وإما تحضرها الفتيات غير المتزوجات والشابات اللاتى لم يستطعن الالتحاق بالتعليم النظامى لسبب أو لآخر. أما هذه الفئة من النساء فإنها تحجم عن الالتحاق بتلك الفصول لغياب الدافع، كما ذكرنا، إضافة إلى التعلل بكثرة الأعباء المنزلية والأسرية ورعاية الأبناء.

ومما لا شك فيه أن هذه القيم المختلفة والمغايرة كان لها تأثير كذلك فى تقييم هذه الفئة من النساء تنويه «البنت مصرية»؛ حيث ذكر معظمهن «أن

الزواج هو الأساس لأية بنت»، ومن ثم كانت هناك مخاوف من أن يلفت التنويه نظر البنات إلى أشياء أخرى من الممكن أن تعدها الفتاة أهم من الزواج؛ مثل استكمال تعليمها، ومن ثم «ترفض النصيب» على حد تعبير إحدى السيدات. وبصفة عامة يمكن القول إن هذه الفئة من السيدات لم تتحمس كثيراً لهذا التنويه، وشعرن بأنه يمكن أن يمثل شيئاً من الخطورة من حيث تشجيع الفتيات على التمرد على السلطة الأبوية، أو حسبما قالت إحداهن : «يفتح عيونهم». ومما زاد من هذه الاتجاهات السلبية نحو التنويه، كما ذكرنا سابقاً، وجود فكرة محاربة ختان الإناث فى التنويه، وهى فكرة غير قابلة للمناقشة أو الشك فى صحتها عند هذه الفئة من الجمهور، ومن ثم كان اتجاه هذه الشريحة من النساء نحو الحملة وما يتضمنه من تقييمهن إياها يمكن عده فهماً «مغايراً» Oppositional Reading؛ أى تفسيراً يختلف عن المعنى الأصلى للرسالة. ويرجع ذلك إلى اختلاف القيم بين المرسل والمستقبل؛ لذا يفسر المستقبل الرسالة هنا فى ضوء قيمه الشخصية وأفكاره الخاصة المختلفة عن قيم القائم بالاتصال وأفكاره [٦٣].

٥ - أما بالنسبة لجيل الوسط فقد انقسم فيما بينه إلى قطاعين؛ القطاع الأكبر سنا الذى لم ينل حظا من التعليم، وكانت الأفكار والاتجاهات السائدة لديه تقترب من تلك الأفكار والاتجاهات التى تبناها جيل الأمهات، فى حين أن القطاع الأصغر سنا (الذى حظى بقدر من التعليم) اقتربت أفكاره واتجاهاته من الاتجاهات السائدة بين جيل الفتيات؛ أى أن العوامل الديموجرافية محل الدراسة (عامل السن ومستوى التعليم) قد لعبت دوراً واضحاً هنا فى تحديد اتجاهات هذه الفئة من النساء التى تأرجحت بين الموقفين السابقين، ولكن يمكن أن نضيف هنا عامل الظروف الخاصة بكل سيدة وعامل التجربة الشخصية؛ فالسيدات اللاتى حصلن على قدر من التعليم ولكن لم تسمح لهن الظروف باستكمال تعليمهن - شعرن بأهمية هذا التنويه، وتقبلن ما جاء

فيه من أفكار، ولكن ليس إلى درجة الإصرار على استكمال تعليمهن، أو الإصرار على تعليم بناتهن مستقبلاً، بل تركن كل شيء معلقاً على الظروف وما يمكن أن يحدث فى المستقبل. ومن ثم يمكن القول إن اتجاهاتهن نحو التنويه والأفكار التى جاءت فيه كانت تميل إلى التفسير «الانتقائى» Negotiated Reading الذى يتأرجح بين قبول الفكرة أو المضمون بشكل مطلق من ناحية، ورفضها أو استبعادها من ناحية أخرى، وهو ما يمكن أن نعده موقفاً وسطاً بين الموقفين السابقين.

٦ - فى ضوء النقطة السابقة يمكن الإشارة إلى بعض العوامل الأخرى التى أثرت فى اتجاهات المبحوثات، إلى جانب عامل السن وعامل المستوى التعليمى؛ أعنى عاملى الحالة الاجتماعية للمرأة والمستوى التعليمى للزوج، وهما عاملان أظهرت نتائج الدراسة أهميتهما فى تشكيل وعى المرأة بضرورة التعليم وخطورة الزواج المبكر. فقد أظهرت الدراسة أن الحالة الاجتماعية للمرأة، (أى كون المرأة متزوجة أو أرملة أو مطلقة) تؤثر بدرجة كبيرة فى درجة اعتمادها على نفسها، وهو ما يؤدى إلى تحديد أهمية التعليم والعمل بالنسبه لها، فقد أظهرت الدراسة أن بعض السيدات المطلقات والأرامل من جيل الوسط وجيل الأمهات شعرن بالندم لعدم تعلمهن؛ وذلك لأنهن وجدن أنفسهن فى مواقف صعبة ماديا واجتماعيا وعلى مستوى الحياة المعيشية اليومية، ولم يجدن من يساعدهن فيها، فشعرن بقيمة التعليم.

وقد ذكر بعضهن، على سبيل المثال، عدم القدرة على قراءة الخطابات، أو أسماء الشوارع، أو أرقام الحافلات، إضافة إلى عدم القدرة على الحصول على وظيفة ملائمة تزيد من دخل الأسرة. وتقول إحداهن (أرملة وأم لأربعة أولاد): «طبعاً لو كنت متعلمة كان ممكن أشتغل شغلانة كويسة وأربى أولادى تربية

أحسن بعد موت جوزى». ومن ثم زاد من شعورهن بضرورة الاعتماد على النفس فى كل شىء. ويمكن هنا القول إن عامل الهجرة من الريف إلى المدينة ساعد على خلق احتياجات جديدة لدى هذه الفئة، بخاصة فى حال غياب الزوج أو عائل الأسرة؛ وهو ما جعلهن يشعرن بأهمية التعليم والعمل وقيمتهما بالنسبة للمرأة، بخلاف النساء المتزوجات من الجيل نفسه.

وقد ظهر أثر هذه الاحتياجات والمفاهيم الجديدة فى إصرارهن على تعليم أبنائهن، ولكن مازالت هذه الفئة من النساء تفضل تعليم الذكور الذى يأتى بوصفه أولية تسبق تعليم الإناث؛ حيث ذكر كثير منهن أنهن يشغلن أنفسهن أولاً بتعليم الذكور ثم يأتى تعليم الإناث بعد ذلك «لو الظروف سمحت»، وذلك بخلاف جيل الفتيات الذى أظهر حماساً كبيراً لتعليم الأبناء فى المستقبل، سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وأعطى لتعليم البنت الأولوية والأهمية المماثلتين لتعليم الذكر تماماً. وقد ظهر أثر هذه المفاهيم الجديدة لدى فئة الأرامل والمطلقات من جيل الوسط وجيل الأمهات فى مدى قبولهن الأفكار والمضامين التى اشتمل عليها تنويه «البنت مصرية» وترحيبهن بها، على عكس النساء المتزوجات من الجيل نفسه، كما ذكرنا سابقاً.

أما بالنسبة لمستوى الزوج التعليمى فقد أظهرت الدراسة أيضاً أنه من العوامل المؤثرة فى تشكيل وعى المرأة وشعورها بقيمة التعليم وأهميته، حيث ذكر كثير من النساء من جيل الوسط وجيل الأمهات أن الزوج إذا كان متعلماً يشجع المرأة على استكمال تعليمها، ولا يتضايق إذا حصلت على شهادة، على عكس الرجل غير المتعلم الذى يعارض بشدة فكرة تعليم الزوجة حتى لا يشعر بتفوقها عليه. فقد ذكرت إحدى المبحوثات الأميات (٤٠ سنة) أنها فكرت ذات مرة فى الالتحاق بفصل محو الأمية، ولكنها بمجرد أن تحدثت مع زوجها الأمى فى هذا الأمر ثار ورفض الفكرة من حيث المبدأ رفضاً تاما. وتفسر لنا هذه النقطة إصرار جيل الفتيات على الارتباط بشباب متعلمين حاصلين على شهادات

عالية؛ لأنهم - كما قالت إحداهن (١٨سنة) - «ح يقدّر البنت المتعلمة وح يشجعها ويساعدها».

٧ - أظهرت الدراسة أن تقييم السيدات والفتيات التنويه بصفة عامة كان له تأثير فى تقييمهن الشخصية المحورية فيه، وهى شخصية البنت التى تنضج وتصبح امرأة متعلمة وعاملة؛ فقد سجلت الفتيات المتعلمات كلهن إعجابهن الشديد بالفتاة، سواء من حيث المظهر أو الجوهر، حيث رأين فيها نموذجاً يحتذى، نظراً لنجاحها وإصرارها على التعلم والعمل وتعليمها ابنتها الصغيرة، فكما تقول إحدى المبحوثات (١٦سنة): «دى مش بس اتعلمت واشتغلت، لا دى كمان علمت بنتها، وأنا كمان نفسى أتعلم وأشتغل، وأعلم بنتى زيها بالضبط»، فى حين قالت فتاة أخرى (٢٠سنة): «دى أكيد جوزها متعلم، وهو شجعها على التعليم والشغل»؛ وهذا ما يشير إلى قيمة تعليم الزوج لدى هذه الفئة من الجمهور.

أما جيل الوسط وجيل الأمهات فعلى الرغم من إعجاب أفرادهما ببعض الجوانب مثل ملامح الفتاة الشرقية ووفائها لأهلها، كما ذكرنا سابقاً، فإنهن انتقدن مظهرها وخروجها للعمل، بخاصة أنها زوجة وأم. وتتضح هذه الأفكار فى بعض التعليقات؛ مثل: «أنا مش ممكن أوافق إن بنتى تبقى مسترجلة كده، وتلبس بنطلون زى الرجالة»، و «مش كان أحسن بعد ما اتعلمت تعلم ولادها فى البيت وتذاكر لهم دروسهم بدل ما تخرج وتشتغل زى الرجالة؟». وتدل هذه التعليقات مرة أخرى على الفجوة القائمة بين قيم المرسل والمستقبل كما ذكرنا، ولكنها تلفت نظر مصممى الحملة أيضاً إلى أهمية الأخذ فى الحسبان أن يكون المظهر الذى تظهر فيه الشخصية المحورية فى مثل هذه التنويهات ملائماً من وجهة نظر القاعدة العريضة من الجمهور المستهدف، وأن تركز التنويهات المستقبلية على قيمة التعليم بالنسبة للمرأة من حيث مساعدتها على أداء دورها بوصفها زوجة وأما بصورة أفضل، ومساعدة أبنائها على الاستذكار، وعدم

الاكتفاء بالتركيز على قيمته من حيث إيجاد فرص عملية ومهنية للمرأة، وذلك نظراً إلى قيمة الأمومة التى مازالت تعد القيمة الأولى والكبرى عند كل شرائح الجمهور المستهدف من النساء باختلاف أعمارهن ومستوياتهن التعليمية والاجتماعية.

٨ - ظهر بعض أوجه التباين والاختلاف فى إجابات المبحوثات، فى كل من المقابلات الشخصية الفردية وحلقات النقاش الجماعية. فعلى سبيل المثال، كان بعض الفتيات المتعلمات متحفظاً فى إبداء الرأى بشأن قضايا تعليم المرأة وعملها، بخاصة فى حلقة النقاش المختلطة التى جمعت بين المجموعات الثلاث من النساء، حيث كان هناك بعض الأمهات وبناتهن معاً؛ وهو ما جعل بعض الفتيات يشعرن بشىء من الحرج فى التعبير عن أفكارهن وآرائهن بحرية تامة أمام أمهاتهن، فى حين أنهن كن أكثر صراحة وجرأة فى المقابلات الشخصية الفردية وحلقة النقاش المنفصلة التى كانت مخصصة للفتيات فحسب.

كذلك لاحظت الباحثة أن بعض السيدات من جيل الوسط تأثر بآراء بعض المجموعات الأخرى، سواء من جيل الفتيات أو من جيل الأمهات، حسب سن كل سيدة ومستواها التعليمى وظروفها الشخصية.

وقد ظهرت هذه النقطة بوضوح أيضاً فى حلقة النقاش المختلطة التى جمعت بين المجموعات الثلاث من النساء؛ وهو ما يشير مرة أخرى إلى تأرجح هذه الفئة من النساء فى آرائهن وأفكارهن بين المجموعتين الأخريين. وتؤكد هذه المؤشرات أهمية الجمع بين أكثر من وسيلة من وسائل جمع البيانات فى هذه النوعية من الدراسات، لاختبار درجة تأثر المبحوثات بالعوامل المختلفة المحيطة بهن وتفاعلهن معها وتأثيرها فى إجاباتهن؛ وهو ما يساعد أيضاً على تحقيق درجة أعلى من الصدق فى النتائج.

توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ترى الباحثة ضرورة الأخذ في الحسبان المقترحات والتوصيات التالية التي تأمل في أن تسهم في تفعيل دور وسائل الإعلام في التوعية بقضايا المجتمع وتنميته؛ من أهمها:

١ - الاستمرار في إنتاج المزيد من الحملات التي تركز على قضايا المرأة تحديداً، وتخاطبها على نحو مباشر، وتنظر إليها على أساس أن مسألة تمكين المرأة في المجتمع وحصولها على حقوقها كاملة هي في حد ذاتها «غاية» وهدف وليست «وسيلة» لتحقيق التنمية وتفعيل سياسات الدولة وحسب.

٢ - ضرورة أن يتم تقييم نتائج هذه الحملات على نحو مستمر ومنظم وفعال، على أن يكون هناك اختبار للتنويهات والحملات قبل عرضها على الجمهور (دراسات قبلية)، ودراسات أخرى بعد عرض الحملة أو التنويه، لتقييم آثار هذه المادة الإعلامية في الجمهور المستهدف، ومدى تحقيقها أهدافها (دراسات بعدية)، حتى يكون ذلك أساساً لتصميم حملات أخرى تكون أكثر تأثيراً وفاعلية، وتساعد على الانتقال بالجمهور المستهدف إلى مراحل معرفية وسلوكية متقدمة.

٣ - ضرورة الاستمرار في إنتاج المزيد من الحملات ذات الخطوط والأهداف الواضحة والمحددة، مع مراعاة الانتقال من مرحلة التنويهات ذات الأفكار المتعددة، التي قد تؤدي إلى تأثر الجمهور بإحدى القضايا المعروضة في التنويه بصورة قد تؤثر في تقييمه الأفكار والقضايا الأخرى المتضمنة في التنويه إلى مرحلة التنويهات ذات الفكرة الواحدة المركزة؛ وذلك حتى يمكن الوصول إلى أفضل النتائج المرجوة. وتجدر الإشارة هنا إلى ما أظهرته هذه الدراسة من حيث تأثير قضية الختان في القضايا الأخرى تأثيراً سلبيا.

٤ – الاستمرار فى عرض الحملات والتنويهات المهمة بكثافة عالية فى أوقات الذروة من حيث معدل المشاهدة؛ أى فى فترة المساء وفى الأوقات المرتبطة بمواد إعلامية مفضلة لدى الجمهور؛ مثل الأفلام والمسلسلات العربية، وهى المواد الإعلامية التى تحظى بنسبة مشاهدة تصل إلى أكثر من ٩٠٪ من المشاهدين المصريين [٦٤].

٥ – تقديم نماذج إيجابية واقعية؛ أى شخوصاً من واقع الحياة استطاعوا أن يتغلبوا على ظروفهم الصعبة ويحققوا إنجازات كبيرة؛ لأن هذا الأسلوب يكون أكبر أثراً وأكثر فاعلية من الاستعانة بممثلين وممثلات، كما أظهرت بعض الدراسات السابقة [٦٥].

٦ – الاستمرار فى إلقاء الضوء على الأفكار والعادات والتقاليد الاجتماعية السلبية التى تعوق مسيرة المرأة، ولكن بطريقة أكثر عمقاً عن طريق دراسة أبعاد هذه الأفكار والعادات والقيم المرتبطة بها، حتى يمكن إنتاج رسائل إعلامية تؤثر فى هذه القيم وتساعد على تغييرها.

٧ – الاهتمام بتوظيف الدراما التليفزيونية لخدمة القضايا التنموية عموماً، وقضايا المرأة بصفة خاصة، وهو ما سيكون له أثر إيجابى كبير فى المشاهدين، حيث إن المسلسلات والأفلام التليفزيونية، كما ذكرنا سابقاً، تعد على رأس المضامين المفضلة لديهم، ويزيد الإقبال على مشاهدة الدراما التليفزيونية على وجه الخصوص بين النساء والأميين، وهى الفئة المستهدفة من الجمهور فى معظم حملات التوعية الجماهيرية.

٨ – إجراء المزيد من بحوث الجمهور، بخاصة البحوث التى تعتمد على المنهج الكيفى الذى يهدف إلى إلقاء الضوء على أفكار الجمهور المستهدف وقيمه وآرائه بصورة متعمقة، وبحوث تقسيم الجمهور التى تساعد مصممى الحملات على فهم الفئات المستهدفة فهماً جيداً بتعرف كافة خصائصهم

الديموجرافية والاجتماعية، ومن ثم يمكن تعرُّف أفكارهم وقيمهم واتجاهاتهم على نحو أفضل؛ وهذا يسهم فى تصميم حملات توعية أكثر نجاحاً وفاعلية وتأثيراً.

جامعة الدول العربية
معهد البحوث والدراسات العربية
INSTITUTE OF ARAB RESEARCH AND STUDIES
عضو اتحاد الجامعات العربية

الهـــوامش

١ - محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، س دراسات وبحوث إعلامية (٩)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨م، ص ٣٤ .

٢ - مختار محمد فؤاد أبو الخير: «مداخل عملية التنمية دور المشاركة الجماهيرية»، الاتصال السكانى، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٢م، ص١١٠ .

٣ - وزارة الصحة والسكان والمجلس القومى للسكان وماكرو إنترناشونال: المسح الديموجرافى والصحى لمصر، القاهرة، ٢٠٠٠م، ص ٣٤ .

٤ - مديحة الصفتى : «المشكلات الصحية للمرأة فى العشوائيات»، ورقة عمل مقدمة فى مؤتمر الاستراتيجية المستقبلية للمرأة فى العشوائيات، القاهرة ٦-٨ يونيو ١٩٩٩م، ص ص ٥-٨ .

٥ - وضع الأطفال فى العالم ٢٠٠٤م، ملخص إعلامى، يونيسف، ص ٤ .

٦ - وضع الأطفال فى العالم ٢٠٠٤م، مرجع سابق، ص ٤ .

7 - "War Against Illiteracy", http:// uneco.org/ webworld/ peace library/ Egypt/ women/ lol. Htm. Nov. 13, 2003, p.1.

8 - "War Against Illiteracy", Ibid, p. 2.

9 -Early Marriage, Forced Marriage and Abduction, UNICEF Report, 2003.

10 - Gender Assessment Report, Egypt, World Bank and National Council for Women, June 2003.

١١ - وزارة الصحة والسكان بالتعاون مع منظمة اليونيسف: « إلى من يهمه الأمر!»، برنامج حماية الطفلة ومحاربة الممارسات الضارة، ٢٠٠٣م، ص ٢ .

12 - Early Marriage, Forced Marriage and Abduction,Ibid p.2.

13 - Women in Developement: A Legal Study, UNESCO Report, 233, p.3.

١٤ – نحو إقامة مجتمع المعرفة فى البلدان العربية، ندوة مناقشة «التقرير العربى للتنمية الإنسانية ٢٠٠٣م، الصادر عن البرنامج الإنمائى للأمم المتحدة UNDP»، القاهرة، يناير ٢٠٠٤م، ص ٨ .

١٥ – المرأة فى مصر، تقرير المجلس القومى للمرأة، التقرير الأول، ٢٠٠١م، ص ٩٢ .

16 - Fighting Poverty Thorugh Education, Unpublished CARE Report, September 2001 .

17 - Gender Assessment Report, Egypt, Ibid, p. 2 .

18 - Gender Assessment Report, Egypt, Ibid, p. 32 .

١٩ – المرأة فى مصر، مرجع سابق، ص ٩٦ .

٢٠ – الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء: « المسح العام للدخول والمصروفات فى مصر»، ١٩٩٦م .

21 - Women in Developement: A Legal Study, Ibid, p.3 .

٢٢ – المسح الديموجرافى والصحى لمصر ، عام ٢٠٠٠م، ص ٩٤ .

23 - Gender Assessment Report, Egypt, Ibid, p. 30.

٢٤ – المسح الديموجرافى والصحى لمصر ، عام ٢٠٠٠م، ص ٥٩ .

25 - Gender Assessment Report, Egypt, Ibid, pp. 30-31.

26 - Gender Assessment Report, Egypt, Ibid, pp. 1-2.

٢٧ – « إلى من يهمه الأمر!»، برنامج حماية الطفلة ومحاربة الممارسات الضارة، مرجع سابق، ص ٢ .

28 - Girl's Education, Newsletter of the National Council for Childhood and Motherhooe, March 2002 , p. 2.

29 - Girl's Education, Ibid, pp. 3-4.

٣٠ – وضع الأطفال فى العالم ٢٠٠٤م، ملخص إعلامى، يونيسف، ص ١ .

٣١ – وضع الأطفال فى العالم ٢٠٠٤م، سبع خطوات للأمام، يونيسف، ص ١ .

٣٢ – جريدة الأهرام، عدد الجمعة، ٢٣ يناير ٢٠٠٤م .

٣٣ – وضع الأطفال فى العالم ٢٠٠٤م، أفضل الممارسات ، يونيسف، ص ٢ .

34 - Girl's Education, Ibid, p. 3-4 .

٣٥ – جريدة الأهرام، عدد الخميس، ١٢ فبراير ٢٠٠٤م .

36 - Exclusive Interview with Sherif Sabry, Teen stuff, Issue no. 70, November 2003, pp. 32-33 .

37 - Farag El-Kamel, "The Use of Television Series in Health Education. Health Education Research 10(2), 1995, pp. 226-32.

٣٨ – سحر حجازى: «انعكاس التليفزيون على الاتجاهات السائدة نحو تنظيم الأسرة فى مصر» (رسالة دكتوراه غير منشورة)، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠٠٢م، ص ٢٢ .

٣٩ – الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء: الكتاب الإحصائى السنوى ، التعداد العام للسكان لعام ١٩٩٨م، ص ص ١٠-٢٠ .

٤٠ – سحر حجازى: مرجع سابق، ص ٦ .

٤١ – منى الحديدى: «دور الإعلام فى تثقيف المرأة فى العشوائيات» (ورقة عمل مقدمة فى مؤتمر الاستراتيجية المستقبلية للمرأة فى العشوائيات، القاهرة، ٦-٨ يونيو ١٩٩٩م)، ص ص٤-٩ .

٤٢ – سحر حجازى : مرجع سابق، ص ٩ .

٤٣ – المسح الديموجرافى والصحى لمصر عام ٢٠٠٠م، ص ص ٢٨-٣١ .

٤٤ – سحر حجازى : مرجع سابق، ملخص الدراسة باللغة العربية، ص ٢ .

٤٥ – منى الحديدى: مرجع سابق، ص ص ٧-١١ .

٤٦ – تقرير غير منشور لمشروع استراتيجيات السكان والتنمية بوزارة الصحة والسكان، ٢٠٠١م، ص ٣٠ .

٤٧ – منى الحديدى : مرجع سابق ، ص ص ٧ – ١١ .

٤٨ – عواطف عبد الرحمن : المرأة المصرية والإعلام فى الريف والحضر، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩٨م، ص ص ٤٥–٦٣ .

49 - Sandra Lane, "Television Mini Drama:Social Marketing & Evaluation in Egypt.". Medical Anthropology Quarterly (2), 1997, pp. 164-182.

50 - David Morley, Television, Audiences and Cultural Studies (London, 1992), pp. 34-35.

٥١ – فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأى العام – تصميمها وإجراؤها وتحليلها، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠٠١م، ص ص ٣٦–٣٧ .

52 - Stuart Hall, "Encoding/ Docoding" in Stuart Hall et al. Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979, London, 1980, pp. 128-138 .

٥٣ – مقابلة شخصية مع الأستاذة هبة سلطان بإدارة التنمية بإدارة غرب مدينة نصر للشئون الاجتماعية، ٤ يناير ٢٠٠٤م .

٥٤ – فرج الكامل : مرجع سابق، ص ١٣٣ .

٥٥ – محمد أمين الوفائى: استخدام البحوث فى مجال الاتصال السكانى، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٢م، ص ٢٥٦ .

56 - Sahar Khamis, "Egyptian Rural Women and Television's Public Awareness Programmes" Unpublished Ph. D. thesis, The University of Manchester, England, 2000, p. 30.

57 - Sahar Khamis, Ibid, p. 35.

٥٨ – سحر حجازى: مرجع سابق، ص ١١ .

٥٩ – سحر حجازى : مرجع سابق، ملخص الدراسة باللغة العربية، ص ٢ .

٦٠ – عواطف عبد الرحمن: مرجع سابق، ص ص ٤٥-٦٣ .

٦١ – سوزان القلينى : التخطيط للإعـلام التنموى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩م، ص ٢٣١ .

62 - A.Chandran"Raising a Feminist Consciousness: Pro-social Television in India: Indian Women, and Hum Raahi", Unpublished paper presented at the International Communication Association Conference, Washingtion D.C. May 27-31,13,p. 8.

63 - Shaar Khamis, Ibid, p. 150.

٦٤ – فرج الكامل: مرجع سابق، ص ٢٥ .

65 - Sahar Khamis, Ibid, p. 165.

معهد البحوث الدراسات العربية
INSTITUTE OF ARAB RESEARCH AND STUDIES
عضو اتحاد الجامعات العربية