

داخل العدد

- المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام (دراسة تطبيقية علي أزمة المرور في مصر)
- الأثاني التليفزيونية المصورة (الفيديو كليب) ونظرية تأثير الشخص الثالث third person effect (دراسة تطبيقية على عينة من الجمهور المصري)
- كيف ترى المرأة صورتها المقدمة في إعلانات التليفزيون (دراسة كيفية على طالبات جامعة الإمارات العربية المتحدة)
- التعرض لسلسلات التليفزيون وعلاقته بالأسلوب الذي يفضله المشاهد في اتخاذ القرار داخل الأسرة .
- دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه العرب والمسلمين بعد أربعة أعوام من أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م (دراسة ميدانية).
- معالجة الأفلام السينمائية المصرية لقضايا التفكك الأسري (دراسة تحليلية وميدانية).
- اتجاهات المرأة الصعيدية المتميزة نحو صورتها في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية (دراسة تحليلية وميدانية).
- الآثار التربوية لعولمة الثقافة والإعلام في الوطن العربي .
- العلاقة بين ثنائية اللغة لدى المراهقين المستخدمين للإنترنت وتشكيل هويتهم الثقافية .
- دور الصحافة السعودية في تشكيل اتجاهات الناخبين (دراسة تطبيقية مقارنة على المصرية السعودية)
- بيئة الإحتلال الإسرائيلي وتأثيرها على التحرير الصحفي في الصحف اليومية الفلسطينية (دراسة تحليلية خلال عامي ٢٠٠٠، ٢٠٠٢).

العدد

الرابع والعشرون

أكتوبر ٢٠٠٥م

**دار الاتحاد التعاونى
للطباعة**

ش سيدى بلال من مصطفى حافظ
جسر السويس

ت ٢٩٩٩٥٤٥

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٦٥٥٥

العدد الرابع والعشرون

أكتوبر ٢٠٠٥ م

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير

أ.د: محيى الدين عبد الحليم

مدير التحرير

أ.د: شعبان أبو اليزيد شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام

سكرتير التحرير

د/ أحمد منصور هيبه

توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي : جامعة الأزهر

كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام ت ٥١٠١٤٦٦

الرسائل

اتجاهات المرأة الصعيدية المتميزة
نحو صورتها في وسائل الإعلام
المقروءة والمسموعة والمرئية
دراسة تحليلية وميدانية

إعداد

د. سحر محمد وهبي

أستاذ مساعد الإعلام جامعة سوهاج

مُقَدِّمَةٌ

لم تعد وسائل الإعلام أدوات لنقل المعلومات فقط وإنما أصبحت أدوات لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية ولذلك فإن ٧٠% من الصورة التى بينيها الإنسان عن عالمه مستمدة من وسائل الإعلام المختلفة ومما يعزز دور وسائل الإعلام فى هذا المجال أنها تسهم بدور أساسى فى خلق وتكوين ما يسمى بـ بيئة الرأى^(١).

كما أنها أصبحت فى عصرنا هذا مصدرا يستقى منه الفرد معلوماته ومعارفه عن العالم المحيط به. وقد كان ذلك أحد الموضوعات التى شغلت المهتمين بقضايا الإعلام فى دول مختلفة. ففى دراسة أجريت عام ١٩٧٧م، على العينة القومية الأمريكية تبين أن (٩٥%) من أفراد العينة أجابوا عن السؤال: من أين حصلت على معلوماتك حول ما يدور فى العالم؟ بأنهم حصلوا عليها من وسائل الإعلام.

وقد اهتمت الدراسات الإعلامية الأمريكية بموضوع الصور الذهنية. وتصنف هذه الدراسات إلى ثلاث فئات هى:

«الدراسات التى تناولت الصور النمطية لدول أو شعوب معينة فى وسائل الإعلام.

«الدراسات التى تستكشف الصور النمطية لقيم أو مفاهيم حضارية معينة ومدى اختلافها بين أفراد أو جماعات ينتمون إلى حضارات وثقافات متباينة.

«الدراسات التى تعرض الصور النمطية للعالم الثالث أخباره وقضاياه ومفاهيمه وتقاليد شعوبه فى مرآة الإعلام الغربى.

الدراسات السابقة :

أولاً-الدراسات العربية

١-دراسة عواطف عبدالرحمن⁽²⁾:

صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية دراسة حالة على مصر (بغداد - اللجنة الاقتصادية لغرب آسيا، ١٩٨٣م).

استخلصت الدراسة معالم الصورة المرسومة للمرأة المصرية من خلال تحليل مضمون المواد الإعلامية المنشورة في الصحف والمجلات العربية الأسبوعية وأثبتت الدراسة تركيز الصحافة على الأدوار التقليدية للمرأة وإبراز الجوانب المختلفة من اهتمامات المرأة مثل الأزياء والمكياج على حساب المرأة الشريكة في الإنتاج والقرار السياسى وابتعدت الصحافة النسائية عن مشاكل وهموم المرأة الريفية وساكنى الأحياء الشعبية كما أثبتت تحيزاً اجتماعياً لنساء المدن على حساب نساء الريف.

٢-دراسة فوزية العطية ١٩٨٥م⁽³⁾:

صورة المرأة في المجلات النسائية العربية - دراسة عن المرأة العربية.

استهدفت الدراسة التعرف على الصورة التى تطرحها المجلات النسائية عن المرأة وطبيعة اهتماماتها فى الدول العربية وتوصلت الباحثة إلى تحيز المجلات النسائية لشريحة معينة من نساء المدن والبعد عن مشاكل وهموم الغالبية العظمى من النساء فى الريف وفى الفئات الأقل فى المعيشة.

٣-دراسة راجية قنديل ١٩٨٦م⁽⁴⁾:

المرأة فى شمال سيناء وعلاقتها بوسائل الإعلام.

اهتمت الدراسة بالتعرف على فعالية وسائل الإعلام فى شمال سيناء ومدى اعتماد جمهور المرأة عليها من خلال المقابلات الميدانية مع عينة من جمهور المرأة بشمال سيناء و أثبتت الدراسة أن ٢٠% من العينة لا يقرأن

الصحف نظراً للأمية، وأن التليفزيون هو المصدر الأساسى للمعلومات لديهن.

٤- دراسة جيهان إلهامى ١٩٨٩م^(٥):

الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمى ١٩٧٥-١٩٨٥م.

من خلال تحليل مضمون صفحات المرأة فى الصحف المصرية أثبتت الدراسة عدم الاهتمام بالمرأة الريفية وتدعيم الدور التقليدى للمرأة كربة بيت وأهمت المشاكل الصحية و الاجتماعية والثقافية للمرأة.

٥- دراسة أميرة العباسى ١٩٩٢م^(٦):

معالجة المجالات النسائية المتخصصة لقضايا المرأة الريفية من خلال تحليل مضمون مجلتى حواء ونصف الدنيا.

جاءت موضوعات الموضة والطهى وشئون المنزل من أهم أولويات المجالات النسائية المصرية.

٦- دراسة إسماعيل إبراهيم ١٩٩٥م^(٧):

مجالات المرأة والأسر فى الوطن العربى.

من خلال تحليل مضمون مجلتى سيدتى ونصف الدنيا أثبتت الدراسة أن المضمون استهلاكي يخاطب أنوثة المرأة ويبعد عن قضاياها الحقيقية.

٧- دراسة محمود عبدالرؤوف كامل ١٩٩٦م^(٨): واقع المرأة العربية،

وصورتها فى أجهزة الإعلام (طرابلس - مجلة بحوث الإعلام عدد ٩، ربيع ١٩٩٦م).

استعرض الباحث الدراسات التى تناولت قضايا المرأة فى الوطن العربى، أثبت الباحث أن المرأة العربية ما تزال تعيش واقعاً متخلفاً وأن وسائل الإعلام مازالت تقدمها لنا كأنثى جميلة تهتم بالموضة والمكياج ولا تزال متمسكة بالعادات والتقاليد الخاطئة.

٨- دراسة باسمه سكريه وليلى غندور ١٩٩٦م^(١٠):

صورة المرأة في المجلات النسوية في لبنان (بيروت مجلة الفكر العربي، عدد ٨، ربيع ١٩٩٦م).

من خلال تحليل مضمون ثلاثين مجلة نسائية عربية أثبتت الدراسة وجود فجوة ثقافية بين واقع المرأة وصورتها في المجلات النسائية التي تقدمها في صورة نطاق ضيق من الأدوار كأم وزوجة وتغفيل دورها الإنتاجي

٩- دراسة عواطف عبدالرحمن، ليلى عبدالمجيد، نجوى كامل ١٩٩٦م^(١١): الإعلام والمرأة وتأثيرهما على قضايا التنمية في الريف المصري.

من خلال تحليل مضمون أبواب المرأة في الصحف والمجلات العامة والنسائية ومن خلال دراسة للقائم بالاتصال في أقسام المرأة في الصحف توصلت الدراسة إلى عدم اهتمام الصحف بقضايا المرأة الريفية مقارنة بقضايا المرأة الحضرية.

ثانياً- الدراسات الأجنبية:

١٠- دراسة آلان هنكوك Alan Hancock ١٩٨٦م: ^(١١)

المجلات النسائية في الدول الأوروبية- دراسة على بعض المجلات الغربية.

أثبتت الباحثة اهتمام المجلات الأوروبية بالموضة والمطبخ والشئون المنزلية على حساب قضايا ومشكلات المرأة في أوروبا.

١١- دراسة Suelogky et al., ١٩٩٠م^(١٢):

تأثير الإعلانات في المجلات النسائية على الصورة الذهنية للمرأة لدى طلاب المدارس الثانوية.

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير الصورة التتميطية للمرأة في إعلانات المجلات النسائية على تكوين الصورة الذهنية لدور المرأة لدى طلاب المدارس الثانوية.

١٢- دراسة Margret Gallogher ١٩٩٤م: (13)

المرأة في وسائل الإعلام

هدفت للتعرف على صورة المرأة في وسائل الإعلام، وتوصلت إلى تقديم صورة ذهنية إيجابية عن المرأة وزيادة تقديم الموضوعات الخاصة بأنوثة المرأة مقارنة بواقع مشكلاتها الحقيقية.

١٣- دراسة Kim Fridkin Kahn ١٩٩٤م: (14):

المضامين الصحفية ضد المرأة.

توصلت الدراسة إلى تحيز المضامين الصحفية ضد المرأة خاصة في المجال السياسي وتوصلت إلى وجود تركيز على المرشح الرجل أكثر من المرأة.

تعليق على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة نجد الآتي:

« أثبتت معظم الدراسات السابقة العربية و الأجنبية أن هناك اتفاقاً في النتائج حول وجود صورة مشوهة للمرأة في الصحافة العربية والأجنبية تركز عليها كأنثى بتقديم موضوعات الموضة والمكياج والجمال وتهمل صورتها كشريك في التنمية ودورها في الإنتاج.

«معظم الدراسات السابقة اتخذت منهج تحليل المضمون لتحديد مكونات الصورة الذهنية وهو ما يعد المستوى الأول من الغرس الثقافي لمعرفة مكونات وعناصر الصورة التي يعمل الإعلام بوسائل المختلفة إلى غرسها لدى القارئ والمشاهد والمستمع، ولم تتعد هذا المستوى إلى المستوى الثاني

لعملية الغرس الثقافي بالتعرف على اتجاهات وآراء المرأة نحو صورتها الذهنية المتكونة ما عدا دراسة (د. عواطف وآخرون) التي تمت فيها التعرف على آراء القائمين بالاتصال فيما يقدم للمرأة من مضمون.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة لعدم وجود دراسات على حد علم الباحثة تناولت موضوع البحث الحالي ألا وهو محاولة التعرف على رد الفعل وليس معرفة الفعل إلى دراسة تأثير هذه الصورة النمطية للمرأة الصعيديّة كما قدمتها وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة على المرأة الصعيديّة والقيادات النسائية في إقليم جنوب الصعيد.

المفاهيم والمصطلحات:

١- الصورة الذهنية:

تتكون الصورة الذهنية لدى الإنسان تجاه شخص أو شعب معين كما يرى "سكوت"^(١٥) من ثلاثة عناصر متميزة هي:

١- مجموعة الصفات المعرفية التي يستطيع أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية.

٢- العنصر العاطفي المنطلق بالميل لذلك الشيء أو النفور منه.

٣- العنصر السلوكي المتمثل في مجموعة الاستجابات العملية تجاه ذلك الشيء، والتي يرى الفرد ملاءمتها له وفقاً للصفات التي أدركها في ذهنه. وهذه الصورة كما يرى "العويني" متصلة اتصالاً وثيقاً بالاتجاهات والمواقف والاستجابات العملية التي يتعامل بها الإنسان مع الأشياء والأشخاص من حوله في واقع الحياة، وهي تؤثر في حكمه على الأشياء والأشخاص باعتبارها تشكل جزءاً من إطاره الدلالي وفي نفس الوقت فهي عبارة عن قوالب جامدة جاهزة تحدد الاتجاه الفكري لإدراك الإنسان للأشياء والأشخاص^(١٦).

فالصورة الذهنية جزء من الطبيعة الإنسانية، ولذلك فإن الإنسان كما يرى "قدرى حفى" يسعى إلى التصنيف النمطي للأشخاص والأشياء من

حواله، لما لهذا التصنيف من وظائف نفسية. ويعرضها حفنى فى ثلاثة أمور هى:

١- يحقق هذا التصنيف للفرد قدراً كبيراً من اقتصاد الجهد بما يقدمه له من أطر عامة جاهزة تكفل له التعامل مع الآخرين والتنبؤ بسلوكهم دون إمعان النظر فى خصائصهم الفردية.

٢- يضيق من نطاق الجهل فى التعامل مع الآخرين وذلك بما يقدمه من معرفة مسبقة بما يمكن أن تكون عليه صورة الآخرين خلال تعاملهم معه.

٣- إن عملية التصنيف بما تتضمنه من تعميم وتجريد واختزال إنما تحقق هدفاً أساسياً من الأهداف التوافقية للعلّة أو المعرفة الإنسانية بعامة.

وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير فى مجال صنع وترويج الصور الذهنية وتضخيم هذه الصور المنطبعة لدى جماهيرها، وطبعها بقوة فى أذهانهم إلى الحد الذى يشعر فيه المتلقى أنه التقى فعلاً بالشخصيات التى تتناولها وسائل الإعلام⁽¹⁷⁾.

وفى موسوعة علم النفس يعرفها "أسعد رزق" بأنها: الشئ المكرر على نحو مطرد وعلى وتيرة واحدة لا تتغير ويسمى نمطاً والنمط يطلق على الصورة العقلية التى يشترك فى حملها واعتناقها أفراد جماعة معينة⁽¹⁸⁾.

ويرى "الدكتور على عجوة" أنها تعنى الناتج النهائى للانطباعات الذاتية التى تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أى شئ آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الناس⁽¹⁹⁾.

ويعرف "السيد ياسين" الصورة القومية: "بأنها السمات الشائعة الثابتة التى تسرى على شعب ما من جانب شعب آخر والتى تأخذ شكل العقيدة العامة الجماعية والتى تصاغ على غير أساس علمى أو موضوعى وتتأثر بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط فى تصورهما للآخر⁽²⁰⁾.

ويذهب "جان ميرل" إلى أن الصورة القومية تكون تحصيلاً عاماً أو سائداً فهي عبارة عن وصف موجز أو تصور موحد لشعب دولة ما أو حكومة ما⁽²¹⁾.

ويرى ف.أرتيموف: أن درجة صدق التقويمات التي يستخلصها الفرد من الصور النمطية المقولبة تتناسب طردياً مع المعرفة في ذلك المجال الذي أخذ منه النمط المقولب، ومثل هذه الأنماط المقولبة سهلة النشوء والتكوين والاستيعاب لأنها تلتقط فقط أكثر الجوانب الظاهرية ذات الجاذبية التي تحدث تأثيراً خارجياً وتضرب على العواطف محدثة في وعي الناس رد فعل أكثر اندفاعاً⁽²²⁾.

٢- الصعيد:

الصعيد في اللغة هو الأرض المرتفعة، وكان العرب هم أول من أطلقوا على جنوب مصر اسم الصعيد، ويمتد الوجه القبلي على ضفاف النيل من جنوب القاهرة إلى آخر مصر الجنوبية المتمثلة في أسوان، كما ينقسم الصعيد بدوره إلى ثلاثة أقسام هي⁽²³⁾:

١- شمال الصعيد.

٢- وسط الصعيد.

٣- جنوب الصعيد.

ويعتبر الصعيد تلك المنطقة الممتدة جغرافياً على نحو ثلثي وادي النيل والمسكونة بنحو ثلث سكان البلاد. وتمتد عبر ثمانى محافظات (الجيزة، الفيوم، بنى سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج، قنا، أسوان).

وتشير المؤشرات والأرقام إلى أن مشكلات الصعيد وأزماته على تعددها وتراكمها ليست في جوهرها سوى النسخة (الجنوبية) من دفتر المشكلات والأزمات الذي تنوء مصر كلها بحمله خلال السنوات الأخيرة.

ولأن تلك النسخة (جنوبية) فقد كان طبيعياً أن تكون ككل نسخ الجنوب في دفاتر مشكلات وأزمات دول العالم الشمالى الغنى والجنوب

الأفقر. ومع تعاقب الحكومات ظل الصعيد المنسى والمهمل فى خطط الدولة التنموية من الخدمات والسلع والوظائف والبنية التحتية. تختفى ملامحه الحقيقية وراء تصريحات وصور ذهنية كونتها (النكت) وذكريات موظفى الدولة المنفيين إليه وصورتها وسائل الإعلام والمسلسلات فى صورة مبالغ فيها لمظاهر التخلف والجهل.

ولقد حرم الصعيد لفترات طويلة من العديد من الخدمات وفرص الاستثمار بالرغم من زخره بمقومات الاستثمارات الزراعية حيث ينتج أكثر من محصول استراتيجى كقصب السكر والذرة والبصل والفول والخضراوات وهى زراعات تقوم عليها تنمية زراعية وتنمية صناعية تتمثل فى استغلال ما بأرضه من ثروات تعدينية كالفوسفات والحجر الجيرى والطفلة والرخام والجرانيت وغيرها. كما أن الصعيد يضم أكثر المواقع السياحية فى مصر.

إلا إن يد الإهمال طالت بعض المناطق السياحية والأثرية فى الصعيد ولم تضعها على الخريطة السياحية باستثناء مثلت (أسوان، الأقصر، الغردقة).

كما عان الصعيد من تدنى مستوى الخدمات التعليمية والصحية والبنية التحتية لسنوات طويلة هذه الأوضاع العامة للصعيد انعكست على أوضاع المرأة الصعيدية وأخلفت إهمال وإهدار للعديد من حقوقها التى كفلها الدستور ويعتبر تقييم الأوضاع الحالية للمرأة الصعيدية مدخلاً أساسياً لبناء ووضع خطط وبرامج تنموية تحقق لها نهضة تنموية فى ظل المتغيرات المجتمعية التى يمر بها المجتمع المصرى.

وفى ظل التشويه المتعمد لصورتها فى شتى وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة كان لا بد من التعرف على الصورة النمطية للمرأة الصعيدية فى وسائل الإعلام والتعرف أيضاً على اتجاهاتها نحو هذه الصورة ومدى موافقتها للحقيقة وكيفية تغيير هذه الصورة السلبية إلى الأفضل.

مشكلة الدراسة وأهميتها:

يعتبر التلفزيون بصورة خاصة من أهم القنوات التي تسهم في تكوين الصورة النمطية في أذهان الناس بسبب انتشاره الواسع وامتداده الأفقى والرأسى وقدرته البالغة على الاستيعاب والإبهار واستيلائه الطاغى على أوقات الناس ومناقسته الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيرى وتشير الدراسات والبحوث الإعلامية إلا أن الدراما بكافة أنواعها وأشكالها تعد من أكثر الأشكال والقوالب الفنية التي تساهم في بناء صورة الواقع الاجتماعى لدى الجمهور ويرجع ذلك إلى مجموعة من السمات والخصائص التي تتميز بها الدراما وهى:

«أن الدراما شكل محبب لدى الجمهور ويميل الأفراد إلى متابعة قصصه الإنسانية.

«توحد الجمهور مع أبطال العمل الدرامى وشخصياته وأحداثه يزيد من احتمالات تأثير الدراما.

«تعتمد الدراما على النمط غير المباشر فى تقديم الخبرات والنصائح للجمهور.

«تحظى الأعمال الدرامية بنقاش وجدل واسع بين الأفراد بعد عرضها مما يعكس أهميتها.

«يلجأ الأفراد إلى تقليد ما يقدم فى الأعمال الدرامية.

وإن كانت الدراما السائدة فى مسلسلات التلفزيون هى الدراما الراصدة للواقع وتجسده ولكنها لا تعالجه ومن ثم أصبحت الحاجة ماسة للدراما الناقدة التي تقدم الواقع وتنتقد السلبيات وتدعم الإيجابيات وتقدم بناء منطقي للأحداث والشخصيات.

من هنا تأتى أهمية الدراسة فى التعرف على الصورة النمطية للمرأة الصعيدية فى الدراما التلفزيونية والتعرف على اتجاهات المرأة الصعيدية نحو صورتها كما تعكسها الدراما التلفزيونية من حيث نوع الشخصية - نوع

العلاقات الاجتماعية السائدة - البيئة المحيطة - اللهجة - الملابس - العادات والتقاليد - القيم التي تمثلها - أهم القضايا التي تعرضها - مكانة المرأة في الأسرة والمجتمع - اتفاق هذه الصورة مع الواقع الفعلي للمرأة الصعيدية - التطورات التي طرأت على شخصية المرأة الصعيدية بانتشار التعليم ووجود الجامعات.

ومن هنا نجد أن الدراسات العربية في بحوث الصورة النمطية اعتمدت على تحليل المضمون لتحديد مكونات الصورة الذهنية وهو ما يعد المستوى الأول من الغرس الثقافي لمعرفة مكونات وعناصر الصورة التي تعمل المسلسلات على غرسها لدى المشاهدين ولم تتعدى هذا المستوى إلى المستوى الثاني لعملية الغرس الثقافي بالتعرف على اتجاهات وآراء المشاهدين نحو هذه الصورة الذهنية المتكونة وهو ما تقوم به هذه الدراسة في التعرف على اتجاهات المرأة الصعيدية نحو صورتها في الدراما هل هي راضية عن هذه الصورة أم لا مع تحليل مضمون صورة المرأة الصعيدية كما عكستها هذه المسلسلات ومقارنتها مع الدراسة الميدانية لإظهار جوانب الاتفاق والاختلاف.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما الخصائص المميزة لصورة المرأة الصعيدية في وسائل الإعلام لدى عينة الدراسة.
- ٢- إلى أي مدى تعكس هذه الصورة واقع المرأة الصعيدية (مصادقية الصورة النمطية).
- ٣- ما الدوافع الكامنة وراء تقديم هذه الصورة النمطية لدى القائمين بالاتصال.

٤- ما التأثيرات المختلفة الناجمة عن تقديم هذه الصورة على أفراد عينة الدراسة.

٥- ما الوسائل المقترحة لتقويم سلبيات هذه الصورة.

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى والتحليلى لكونهما من أفضل المناهج التى تساعد على تحديد أهداف الدراسة. وتم تحديد مجتمع الدراسة بمحافظات (سوهاج، قنا، أسوان) باعتبارها من أكثر محافظات الصعيد التى عكستها بيئة أغلب المسلسلات التلفزيونية وأكثرها تمسكا بالعادات والتقاليد.

عينة الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة بمحافظات إقليم جنوب الصعيد (سوهاج-قنا-الأقصر-أسوان) وتم تحديد العينة بـ (١٥٠) مفردة بواقع (٥٠) مفردة لكل محافظة تمثل القيادات النسائية وتتكون من الآتى:

-عضوات فروع المجلس القومى للمرأة بسوهاج، قنا، الأقصر، أسوان.

-أمينات المرأة بالأحزاب على مستوى المحافظة والقسم والمركز والوحدة الحزبية بالمحافظات الثلاث.

-السيدات التى يشغلن مناصب قيادية مثل رئيس قسم أو إدارة أو مصلحة من درجة مدير إلى درجة وكيل وزارة.

-السيدات عضوات هيئة التدريس بجامعة جنوب الوادى وفروعها بسوهاج، وقنا، والأقصر، وأسوان من درجة مدرس إلى أستاذ.

- السيدات أعضاء مجالس إدارات الجمعيات الأهلية بالمحافظات المذكورة.

على اعتبار أنهن أكثر إدراكاً ووعياً لقضايا مجتمعهن الصعيدى وأكثر متابعة لوسائل الإعلام وأيضاً أكثر قدرة على نقد محتوى هذه الوسائل وباعتبارهن أيضاً صورة للمرأة الصعيدية المتعلمة والعاملة والتي تقود الحركة النسائية بمحافظتهن.

وهن فئة أهملت تقديمها كصورة مشرفة للمرأة الصعيدية فى معظم وسائل الإعلام المحلية والوطنية.

وتم اختيار العينة بطريقة عمدية من القيادات النسائية بالريف والحضر على السواء، أعضاء فروع المجلس القومى للمرأة بمحافظات الصعيد سوهاج، قنا، أسوان، وأمينات المرأة بالأحزاب على مستوى الأقسام والمراكز والقيادات النسائية التى تتولى من درجة مدير عام إلى درجة وكيل وزارة.

أداة البحث:

اعتمد هذا البحث على أداة واحدة لجمع المعلومات الاستبيان، وهو من تصميم الباحثة، وقد روعى فى بنائه بعض الأسس التى تكفل صلاحيته من حيث قصر وقت التطبيق ووضوح الأسئلة وتناسب اللغة للمستويات المختلفة للمبحوثين، وقد تم إعداد الاستبيان بصورة أولية فى البداية بحيث اشتمل على البنود التى يمكن من خلالها الإجابة على تساؤلات البحث والتى تمثلت فى بنود أساسية هى:

١- البيانات الخاصة بالمبحوث من حيث السن والمستوى التعليمى والمهنى ومحل الميلاد والإقامة ومتوسط الدخل الشهرى.

٢- الخصائص المميزة للصورة النمطية للصعيدية فى وسائل الإعلام المختلفة.

٣- مصداقية هذه الصورة النمطية بمعنى مدى مطابقتها لواقع المجتمع الصعيدي.

٤- الدوافع الكامنة وراء تقديم هذه الصورة النمطية لدى منتجها.

٥- العوامل التي ساعدت على تكوين هذه الصورة النمطية.

٦- التأثيرات المختلفة الناجمة عن تكوين هذه الصورة.

وقد اشتملت هذه البنود في مجملها على ٢٠ سؤالاً أخذ بعضها شكل الأسئلة المغلقة (نعم - لا)، والبعض الآخر شكل الأسئلة التي تتضمن اختيار أكثر من إجابة، والبعض الثالث من النوع المغلق المفتوح الذي يتضمن بدائلاً ويترك للمبحوث فرصة الإضافة.

وقد تم تحكيم⁽²⁴⁾ الاستبيان وعرضه على مجموعة من الخبراء المهتمين بالدراسات الإعلامية والنفسية والاجتماعية، وتم تسجيل ما أبدوه من ملاحظات بشأن إضافة بعض البدائل للاختيارات وكذلك بشأن إضافة محل الإقامة وبعض التفضيلات بشأن المهنة وتم تعديل الاستبيان بناء على هذه الملاحظات.

وللاستفادة مما تتيحه الدراسة الاستطلاعية من مؤشرات تفيد في التحقق من مدى فهم المبحوثين للأسئلة ووضوحها مما يساعد على تلافى أي عيوب تظهر عند التطبيق النهائي تم تطبيق الاستبيان على مجموعة من الأفراد بلغت ٣٠ مفردة من مستويات تعليمية مختلفة واختيرت بطريقة عشوائية من نفس عينة الدراسة الأصلية، وقامت الباحثة بنفسها بجمع بيانات الاستبانة من خلال المقابلة لتسجيل استفسارات المبحوثين وملاحظاتهم.

وفي ضوء الملاحظات التي أفرزتها الدراسة الاستطلاعية تم إعداد الاستمارة في صورتها النهائية، كما تم إلغاء بعض الأسئلة.

ثبات الاستبيان واتساقه:

تم حساب ثبات الاستبيان بطريقة إعادة التطبيق وذلك على عينة قوامها (٥٠) فرداً ممثلة للمستويات التعليمية المختلفة وبفاصل زمنى قدره أسبوعان وتم تحليل مضمون كل سؤال وباستخراج النسب المنوية للاتفاق وحساب هذه النسبة وجد أنها تراوحت بين ٩٠ - ٩٥% وهى نسبة يمكن الاعتماد عليها كمعامل ثبات.

أما حساب الاتساق فقد اعتمد على ما يسمى بالصدق بحكم المفهوم أو الصدق الظاهر وذلك من خلال التأكد من وضوح الاستبيان ومراجعة بنوده للتأكد من أنها تقيس ما يهدف البحث لقياسه من متغيرات، وأيضاً من خلال ملاحظة الاتساق الداخلى.

نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً- واقع المرأة الصعيدية ورصيدها فى عمليات التنمية الشاملة والمستدامة: ويتجسد فى الآتى:

١- ارتفاع نسبة الأمية بين النساء فى الصعيد والتي تصل إلى ٨٦% فى بعض القرى خاصة فى الشرائح الأكبر من ١٥ سنة من النساء وكذلك زيادة نسب الإناث المتسربات من التعليم فى المراحل الابتدائية والإعدادية بالرغم من جهود الدولة والمجتمع المدنى والمتمثلة فى:

مدارس الفصل الواحد، مدارس المجتمع، المدارس الصديقة للفتيات، ومبادرة تعليم الفتيات والتي طبقت فى سبع محافظات يقع خمس منها فى نطاق الصعيد (محافظات الجيزة، الفيوم، سوهاج، قنا، بنى سويف) ومازالت الفجوة لم تضيق بين قيد الإناث والذكور ومعدل بقاء الإناث فى التعليم بمراحله المختلفة مازالت نسبة القيد بين الإناث منخفضة على نحو ملحوظ فى عدد من محافظات الصعيد مثل المنيا (٦٧%) بنى سويف (٦٩%) والفيوم (٧٠%).

كما تتركز الإناث في الدراسات التقليدية والأدبية وتحجم عن دراسة العلوم الرياضية والتكنولوجية في كل من التعليم قبل الجامعي والجامعي وذلك على الرغم من التقدم الذي تحقق على أرض الصعيد في السنوات الماضية في مجال الخدمات التعليمية من انتشار المدارس في القرى والنجوع ومع وجود (٥) جامعات به (جامعة الفيوم، جامعة بنى سويف، جامعة المنيا، جامعة أسيوط، جامعة جنوب الوادي)، وقريباً جامعة سوهاج إلى جانب فروع لجامعة الأزهر بكل محافظة من محافظات الصعيد.

ولا تقتصر الآثار السلبية لأمية المرأة في الصعيد على ذاتها بل تنعكس على المجتمع كله باعتبارها حاضنة النشء ومربيته وشريكة الرجل في توجيه دفة الحياة ومواجهة مشكلاتها وتعظيم منجزاتها.

إن تعليم المرأة شرط أساسي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية فهو حل لمشكلة الزيادة السكانية في الصعيد حيث ثبت أنه كلما زاد نصيب المرأة من التعليم كلما قل عدد الأطفال في أسرتها.

٢- تعتبر محافظات الصعيد من المحافظات الطاردة للسكان لقلة فرص العمل والاستثمارات وتأخذ شكل هجرات خارجية إلى دول الخليج أو هجرات داخلية للقاهرة والمدن الكبرى (الإسكندرية) وهى هجرات مؤقتة أو دائمة في بعض الأحوال وترجع لتدنى مستوى المعيشة والخدمات المقدمة في الصعيد.

وتنتج عن هذا الوضع أن قامت العديد من النساء في الصعيد بإعالة الأسر في غياب الزوج والأب والابن.

وارتفعت نسبة النساء المعيلات في الصعيد إلى ٣١% في بعض المحافظات وترتب على ذلك الوضع عدة مظاهر:

١- أن الأسر التي تعولها نساء غالباً ما تكون أفقر (تعيش تحت خط الفقر) من تلك التي يعولها رجال.

٢- تبلغ نسبة عمالة الأطفال في الأسر التي نعولها نساء ضعف نسبتهم في الأسر التي يعولها رجال.

٣- زيادة تسرب الإناث في الأسر المعيلة من التعليم والدفع بهن لسوق العمل الهامشى أو الزواج المبكر مما ينتج عنه ظاهرة الأمومة المبكرة.

ثانياً- ظاهرة تأنيث الفقر في صعيد مصر:

نتيجة لما سبق من عدم وجود فرص عمل أو استثمارات في الصعيد فإن عمل المرأة الريفية الصعيدية محصور في الأعمال متدنية الأجر أو بدونه مثل الزراعة التقليدية بعد نزوح الزوج لدول الخليج بحثاً عن فرص عمل أفضل فتقوم الصعيدية بكل الأعمال المنزلية والحقلية.

ونظراً لحرمان العادات والتقاليد النساء من حقهن الشرعى في عملية التوريث للأرض عن الأب أو الزوج فإن نسبة النساء الحائزات لأرض زراعية لا تتعدى ٣% من نساء الصعيد.

كذلك تعاني المرأة الصعيدية من البطالة أربعة أمثال الذكور حيث تحول العادات والتقاليد دون عمل المرأة في بعض المهن أو الخروج من القرية أو المدينة للعمل في مكان آخر أو تلقى برنامج تدريب مهني أو تحويلي لمتطلبات سوق العمل.

ولأن المرأة الصعيدية تعمل في نطاق الأسرة بدون أجر أو في القطاع الخاص في أعمال هامشية يومية فإنها تهدر حقوقها في التأمينات الاجتماعية والمعاشات والتأمين الصحي عليها.

كما أن عدم اهتمامها بالحصول على الأوراق الرسمية مثل شهادة الميلاد أو البطاقة الشخصية أو توثيق عقد الزواج يحول دون حصولها على قروض ومشروعات صغيرة أو الخضوع لبرامج الرعاية الصحية وتنظيم الأسرة أو إعانات مادية.

ثالثاً- الموروث الثقافي والعادات والتقاليد:

التي تحكم الصعيد وتأثيرها على المرأة الصعيدية تمثل القيم والأفكار المتوارثة والعادات والتقاليد عائقاً للمرأة الصعيدية في نيل حقوقها والقيام بواجباتها وتتمثل في الآتي:

١- سيطرة الرجل على المرأة وخضوعها له فهي كائن ناقص وعورة ينبغي سترها.

٢- تفضيل إنجاب الذكور عن الإناث.

٣- الاعتقاد بأن مكان المرأة هو البيت وحق المرأة في التعليم والعمل إنما هو دليل على الحاجة والفقير.

٤- تعاني المرأة الصعيدية منذ ولادتها من عدم المساواة مع الرجل فحصولها على الغذاء والتعليم واكتساب الخبرات أقل من فرص الذكر، والسبب في ذلك يرجع إلى عدم التقدير الكافي من كبير الأسرة لأهمية المرأة في التنمية الشاملة للأسرة والمجتمع.

٥- بسبب العادات والتقاليد تتعرض نسبة كبيرة من الإناث في الصعيد لإجراء عادة الختان وهي عادة مازالت منتشرة في الصعيد.

٦- مازال المجتمع الصعيدى ينظر للمرأة على أنها كائن لأبد من أن يخضع للوصاية من الأب أو الزوج أو الابن أو كبير العائلة عامة وهذا يؤدي إلى عدم تمكين المرأة من الانخراط بحرية في الحياة العامة والمشاركة في العمل السياسى فهناك تناقض في العادات والتقاليد تجعل المرأة الصعيدية كقوة عددية ناخبة تصوت للمرشح القبيلة في الانتخابات النيابية بينما ترفض اختبارها كمرشح ويرفض الرجل الصعيدى كناخب أن تمثله امرأة بسبب النظرة الدونية لها.

٧- تدنى نسبة مساهمة النساء في الصعيد في القوى العاملة فقد حالت العادات والتقاليد دون اشتغال الصعيديات في العديد من المهن وخاصة التي تتطلب المبيت خارج البيت مثل (التمريض).

٨- تتسم أساليب التنشئة الاجتماعية للأنثى في صعيد مصر بالخضوع والخنوع والسلبية فالمرأة المطيعة افضل من تلك التى تفكر وتناقش أمور مجتمعا.

رابعاً- العنف ضد المرأة فى الصعيد:

تتعرض المرأة فى صعيد مصر إلى العنف الأسرى والمتمثل فى:

١- الضرب من قبل الأزواج والآباء فى الصعيد.

٢- إجبار بعض الفتيات على الزواج بدون رضاها وخاصة من كبار السن أو أثرياء العرب وهو ما يتنافى مع الشريعة الإسلامية التى أعطت المرأة الحق فى الاستئذان بكراً كانت أو ثيباً.

٣- تتعرض المرأة فى صعيد مصر للاحتجاز فى أقسام الشرطة كنوع من الرهائن لإجبار الزوج أو الأب أو الأخ على تسليم نفسه للسلطات خاصة فى قضايا الثأر والسلاح والإرهاب.

٤- أكدت أغلب الدراسات والبحوث التى أجريت على الصعيد وظاهرة الأخذ بالثأر فيه على أن المرأة دائماً هى المحرض الأول للابن والأخ للأخذ بالثأر.

٥- ظاهرة زواج القاصرات دون السن القانونية وهو ما يعرف بظاهرة الزواج المبكر ما يترتب عليه من أمومة مبكرة وتدهور فى صحة الأم والجنين.

فبالرغم من أن الحد الأدنى لسن الزواج للإناث هو ١٦ سنة طبقاً للقانون فإن (١٨%) من إناث الصعيد يتزوجن فى سن أقل من ١٦ سنة فالمرأة الصعيدية فى القرى والنجوع تعاني من سوء التغذية وقلة الخدمات الصحية المقدمة لها. حيث تأكل الإناث بعد أن يشبع الذكور فى ظل الظروف الاقتصادية المتدنية.

كما أكدت عدة دراسات أن نسبة وفيات الإناث إلى الذكور فى صعيد مصر تصل إلى ١ : ٤ ؛ وذلك يرجع إلى الاهتمام بالذكور صحياً وغذائياً عن الإناث.

ما سبق عرضه كان تقييماً للأوضاع الحالية للمرأة الصعيدية ، وهو كما نرى واقع أعاقها عن الحصول على حقوقها ونصيبتها من التنمية.

والسؤال الذى طرح نفسه الآن هو:

من المسئول عن هذا الواقع؟، هل هو الدولة ممثلة فى وزاراتها وأجهزتها المتعددة ، أم هل هو قصور فى أداء المجتمع المدنى والمنظمات غير الحكومية أم هل هو قصور وعدم ثقة من المرأة الصعيدية فى حق نفسها.

حينما نتكلم عن حقوق للمرأة الصعيدية فيجب أن نميز بين نوعين من

الحقوق:

١- حقوق موجودة بحكم القانون وكفلها الدستور للمرأة ولكن نظراً لعدم وعى المرأة بها ومعرفتها لها يجعلها كأن لم تكن. وتحتاج إلى معرفتها والوعى بها حتى تتمكن من ممارستها، وأخذها (ما ضاع حق وراءه مطالب).

٢- حقوق لم تحصل عليها المرأة بعد وتحتاج إلى إعدادها وصياغتها وتفعيلها حيث أصبحت الحاجة ماسة إلى تشريعات لخدمة الأهداف التنموية للمرأة.

فقد أظهرت الحاجة إلى قوانين تساعد المرأة على التمكين السياسى وتمثيلها فى البرلمان بعد نتيجة الانتخابات التشريعية وعدم حصول المرأة على نصيب عادل من مقاعد مجلس الشعب برلمان ٢٠٠٥م بإصدار قانون تخصيص عدد من المقاعد لتمكين المرأة سياسياً.

وما تزال المرأة المصرية عامة والصعيدية خاصة تعاني من أشكال التمييز المرتبطة بالعادات والتقاليد والأعراف والقيم السائدة.

كما تعاني من أشكال التمييز فى بعض أهم التشريعات التى تنظم العلاقات فى المجتمع. كقانون الأحوال الشخصية وقانون العقوبات كما تتعرض لأشكال من العنف البدنى والنفسى، كما تحرم من شغل بعض الوظائف العامة والقيادية كوظيفة محافظ أو رئيس جامعة أو القضاء. كذلك يتم تشويه صورتها فى وسائل الإعلام وفى السينما والمسرح والكتب والمناهج المدرسية.

وتتعرض المرأة من خلال لغة الخطاب الدينى إلى سوء فهم للدين والتشريعات السماوية التى ساوت بين الذكر والأنثى غير أن الخطاب الدينى ما زال لا يرى فى المرأة غير مجرد جسد مثير يجب ستره ويتم تكريس الشعور بالذنب والخطيئة والعار لدى المرأة نتيجة الإلحاح الدائم على أنها مصدر للفتنة والغواية وسبب كل الخطايا والكوارث الأخلاقية فى المجتمع.

وكما تبين الأبحاث والدراسات أن التفسير الخاطئ لبعض قواعد الشريعة الإسلامية قد يشكل أحد أسباب القصور فى تطبيق أو ممارسة حق المرأة فى العمل وفى تولى الوظائف العامة. ومقاومة التيار الدينى المتطرف الذى كانت المرأة أول ضحاياه واثراً على دورها فى تنمية المجتمع.

ولقد شهدت السنوات الأخيرة طفرة كبيرة فى الاهتمام بقضايا المرأة وحقوقها فى كافة المجالات: السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والرغبة فى تفعيل حركة المرأة والنهوض بها لتصبح شريكاً فى صنع حاضرها ومستقبلها.

كيفية تفعيل حقوق المرأة في صعيد مصر:

هناك حاجة لوضع استراتيجية قومية لتنمية المرأة المصرية عامة والصعيدية بصفة خاصة، وإزالة المعوقات التي تعوق مشاركتها في مواجهة التحديات التي تواجهها وتتمثل في الآتى:

« أن تقوم وسائل الإعلام الإقليمية ممثلة في الصحف المحلية بمحافظات الصعيد والقناة السابعة والثامنة وإذاعتى شمال الصعيد وجنوب الصعيد برسم صورة إيجابية للمرأة الصعيدية وإعادة تشكيل رؤية المجتمع لأدوارها ومسئوليتها، وتقديم النماذج الناجحة كقدوة للنساء في الصعيد على كافة المستويات. والنزول إلى أرض الواقع في القرى والنجوع وبث برامج الوعى للمرأة لتبصيرها بحقوقها وواجباتها، وعقد الندوات والحلقات النقاشية وورش العمل مع أهل الصعيد نساء ورجالاً للتعرف على قضايا المرأة الصعيدية وطرح الرؤى المختلفة حولها.

«تحليل للواقع الإعلامى ودوره فى تشكيل صورة المرأة الصعيدية:

ويلعب الإعلام بوسائله المختلفة مقروءة ومسموعة ومرئية دوراً كبيراً فى صياغة الرأى العام وتوجيهه نحو معالجة الكثير من القضايا والمشاكل الخاصة بالمرأة.

كما أنه يغير العديد من المفاهيم والعادات والتقاليد والموروثات الثقافية والأفكار الخاطئة عن المرأة ودورها الواسع فى شتى نواحي الحياة.

وإذا كانت التنمية الشاملة لا تتم إلا بمشاركة إيجابية من المرأة باعتبارها ثروة بشرية وطاقة وقوة تزيد من الإنجازات على المستوى الاقتصادى والثقافى والسياسى فإن مشاركة المرأة فى قضايا التنمية قد أصبحت واقعاً ملموساً ولم تعد شعاراً ترفعه وبيانت حقيقة لا تقبل الجدل ولا تنمية شاملة متواصلة بغير إسهام ومشاركة المرأة ، وإذا كان الإعلام يمهد للتغير حتى يتقبله الناس بشكل جيد ويستفيد منه فهو أيضا يقوم بدور تحذيرى ينبه المجتمع إلى بعض مشكلاته ويدق ناقوس الخطر سواء للرجل أو المرأة

أو الطفل أو صانع القرار والإعلام ليس وظيفته إصدار قرارات تحل مشكلات المرأة ولكنه إذا وظف واستخدم الاستخدام الأمثل فإنه يلقي الضوء على قضايا ومشكلات المرأة ويضع يد صانع القرار على المشكلة وكيفية علاجها من خلال طرحه لمختلف الآراء ووجهات النظر.

وبرغم من التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلا أن صور المرأة في الوسائط الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية ما زالت تعاني من وجود فجوات تهدد الجهود المبذولة ولم يقم الإعلام بعد بمسؤوليته الاجتماعية تجاه قضايا المرأة وخاصة قضية المساواة والتنمية على وجه الخصوص كما أن الإعلام سواء كان على المستوى القومي أو الإقليمي وبرغم من جهود المجلس القومي للمرأة مازال يصور المرأة بالصور التي لا تتناسب مع ما أحرزته من تقدم فهو يسقط من حساباته قطاع كبير مهمش مثل المرأة المعيلة والمرأة الريفية والفقيرة وساكنة العشوائيات.

كذلك ما زال الإعلام يهتم ببعض المهن التي تمارسها المرأة دون الأخرى فيهتم بالفنانات والرياضيات وسيدات الأعمال والمجتمع على حساب المعلمات والطبيبات والباحثات والعاملات وربات البيوت حتى في مجال تمكين المرأة كان تركيز الإعلام بوسائله المختلفة قاصراً على التمكين السياسي للمرأة وربما مرجع ذلك إلى الحراك السياسي الذي يعيشه الشارع المصري منذ أن أطلق السيد الرئيس مبادرته التاريخية بتعديل المادة (٧٦) من الدستور وما تلاه من خوض الانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

وكان الخطاب الإعلامي منصباً على التمكين السياسي للمرأة خاصة بعد ندرة تمثيلها البرلماني في برلمان ٢٠٠٠م وغابت قضية التمكين الاقتصادي من أجندة الإعلام خاصة وأن نتائج العديد من الدراسات قد أوضحت أن التمكين الاقتصادي للمرأة من الأولويات وهو المدخل لتمكينها السياسي والاجتماعي.

فما جدوى مشاركة سياسية لامرأة تعيش تحت خط الفقر، خاصة وأن تقرير التنمية البشرية الأخير أوضح ارتفاعاً في معدلات الفقر في قطاع المرأة الريفية والصعيدية بصفة خاصة.

ولأن مشكلة الفقر من المشاكل المركبة التي يتوالد عنها العديد من المشكلات مثل: الأمية، التسرب من التعليم، تدنى الخدمات الصحية، انخفاض سن الزواج، عمالة الأطفال، تلوث البيئة، زيادة النسل... إلخ.

ولدراسة كيفية الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام يجب أن نرصد أولاً ما هي وسائل الإعلام المتاحة ودور كل وسيلة على حدة وكيفية استخدامه، ويعتبر الإعلام الإقليمي بوسائله المختلفة المقروءة والمسموعة، والمرئية، الاتصال الشخصي وهي أدوات يجب أن توظف خاصة وأن محافظات جنوب الصعيد بها الآتى:

في مجال الصحافة الإقليمية:

يوجد أكثر من (٢٠) صحيفة في إقليم جنوب الصعيد دورية، صدور أغلبها شهرية ولا تتعدى المساحة المخصصة للمرأة وقضاياها في أغلبها عن ركن صغير من صفحة والمادة التحريرية به لا تتعدى كونها نقلاً من صحف ومجلات قومية تدور حول موضوعات فنون الطهى والموضة والأزياء. ودراسة سريعة على عينة من هذه الصحف وجد الآتى:

«أغلب هذه الصحف تهمل من حساباتها قطاع مهمش من المرأة المعيلة والريفية والفقيرة وساكنة العشوائيات.

«عادة ما تفرد هذه الصحف في صفحات الحوادث مساحة أكبر وتفصيل أكثر للجرائم التي تتم بواسطة المرأة.

ومن هنا فنحن ندعو الصحف المحلية إلى التوسع في المعالجة التحليلية والتفسيرية لقضايا ومشكلات المرأة المعيلة والفقيرة وألا نكتفى بنشر المشكلات نشر خبرى أو رصدي في صورة تحقيقات بل أن تتجاوز ذلك

إلى دراستها ومحاولة التعرف على هذه المشكلات والتصدي لها وعلاجها وطرح الرؤى المختلفة حولها وتقديمها للمسؤولين صنّاع القرار.

ومع عدم إنكارنا لدور الإعلام المكتوب في أحداث التطوير والتغيير للعادات والتقاليد إلا أن ارتفاع نسبة الأمية لدى قطاع كبير من المرأة في القرى والنجوع يحول دون الاستفادة من مميزات قراءة الصحف ويجعل الإعلام المسموع والمرئي هو المسيطر على عقول ووجدان الناس.

كذلك هناك بعض كتاب المقالات يمثلون إعلام معادى للمرأة حيث تنادى كتاباتهم بعودتها للبيت حلاً لمشكلة البطالة في الوقت الذي تؤكد فيه الإحصاءات والدراسات أن المرأة تعاني من البطالة أكثر من الرجل.

وحتى نحقق الاستخدام الأمثل للإعلام المكتوب يجب العمل على زيادة وعى الرجال وزيادة قناعاتهم (وخاصة القائمين على تحرير هذه الصحف) بأن تنمية قدرات المرأة وإكسابها مهارات جديدة تسهم في تحسين نوعية الحياة فتنمية المرأة لا يمكن أن تتم بمعزل عن قناعة الرجل وتشجيعه لها.

وإذا انتقلنا إلى الإعلام المسموع والمتمثل في إذاعة جنوب الصعيد التي تبث برامجها من محافظة أسوان تغطي محافظات (سوهاج، قنا، الأقصر، أسوان) فإنها تقدم برامج موجهة للمرأة هي:

برنامج عالم المرأة - برنامج مجلة المرأة - برنامج مجلة الأسرة. وهي تذاع في أوقات لا تناسب المرأة وتتعارض مع وقت العمل سواء داخل البيت أو خارجه. وكذلك القناة الثامنة وتقدم برامج موجهة للمرأة وهي: بنات قبلى - سيدتى - المرأة والمجتمع - حواء على فين - بنت الجنوب - من أجلك.

وقد حققت إجمالى ساعات إرسال تليفزيونى قدرها (١٠٢) ساعة و(٥٩) دقيقة بمتوسط قدره (١٣) دقيقة يومياً، وهي تقدم موضوعات متعددة عن قضايا ومشكلات المرأة يمكن توظيفها لرسم صورة مثالية للمرأة الصعيدية عن طريق بث برامج تقدم النماذج الناجحة كقدوة للمرأة خاصة في

المشروعات الصغيرة والمشروعات مولدة للدخل. وعرض نماذج لهذه المشروعات وطرق تسويقها، كذلك حتى أن يقوم الإعلام المرئي والمسموع بالآتي:

«إلقاء الضوء على الصورة المتطورة للمرأة الريفية والفقيرة والمعيلة وكيف تصبح منتجة فعالة في المجتمع.

«تكثيف الجهود الإعلامية لتنمية وعي المجتمع وزيادة قناعاته بأهمية تنمية قدرات المرأة الصعيدية من خلال العرض الدرامي بكل أشكاله سواء كان سينما أو إذاعة أو تليفزيون لأهمية ما للأعمال الدرامية من تأثير عميق في النفوس والوجدان والعقول.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً- خصائص عينة الدراسة:

يعتبر التعرف على خصائص عينة الدراسة مؤشراً هاماً في تحليلات وتفسيرات الدراسة وتوضيح العلاقة بين تلك الخصائص ومحاور الدراسة.

جدول رقم (١)

يوضح خصائص العينة وفقاً للسن

السن	ك	%
من ٢١ : ٣٠	٨	%٥
٤٠ : ٣٠	٥٠	%٣٣
٥٠ : ٤٠	٥٢	%٣٥
٦٠ : ٥٠	٣٥	%١٧
أكثر من ٦٠	١٥	%١٠
الجملة	١٥٠	%١٠٠

تم تحديد عمر القيادات النسائية بدءاً من سن الرشد ٢١ سنة وحتى أكثر من ٦٠ بعد بلوغ سن المعاش حيث تشمل العينة العديد من رؤساء جمعيات أهلية وعضوات مجالس محلية وسيدات أعمال وعضوات هيئة تدريس لم يتركن مواقعهن وأعمالهن بعد بلوغ سن المعاش من بيانات الجدول السابق نجد الآتى:

- تمثل الفئة العمرية من ٤٠ : ٥٠ أكثر أفراد العينة حيث بلغت نسبتهم %٣٥ من جملة أفراد العينة.

- يليها الفئة العمرية من ٣٠ : ٤٠ سنة بنسبة %٣٣ من جملة أفراد العينة ثم الفئة من ٥٠ : ٦٠ بنسبة %٢٥.

- ثم أكثر من ٦٠ سنة نسبتهم %١٠ وأخيراً من ٢١ : ٣٠ بنسبة

جدول رقم (٢)

يبين خصائص العينة طبقاً للحالة التعليمية

المستوى التعليمي	ك	%
مؤهل متوسط	٢٥	١٧%
مؤهل جامعي	٨٥	٥٧%
فوق الجامعي	٤٠	٢٦%
الجملة	١٥٠	١٠٠%

من الجدول السابق نجد أن:

- أن أصحاب المؤهلات العليا (بكالوريوس و ليسانس) يمثلون من ٥٧% من جملة العينة وهم يمثلون قادة الرأي المستتير من قيادات المجتمع الصعيدى.

- يليهم نسبة الحاصلات على دكتوراه - ماجستير - دبلوم عليا بنسبة ٢٦% من جملة العينة من عضوات هيئات التدريس.

- ثم أصحاب المؤهلات المتوسطة بنسبة ١٧% من جملة أفراد العينة.

جدول رقم (٣)

يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لمحل الإقامة

محل الإقامة	ك	%
قرية	٥٠	٣٣%
مدينة	١٠٠	٦٧%
الجملة	١٥٠	١٠٠%

من الجدول السابق نجد:

- أن ٦٧% من جملة العينة يقيم بالمدن الصعيدية.
- نسبة ٣٣% فهي من قاطنات القرى والنجوع بالصعيد.

ثانياً: مدى متابعة المرأة الصعيدية لصورتها في وسائل الإعلام ومدى رضائها عن ما يقدم عنها:

جدول رقم (٤)

يبين مدى متابعة المرأة الصعيدية لما تبثه وسائل الإعلام عن المرأة الصعيدية

مدى متابعة صورة المرأة الصعيدية	ك	%
دائماً أتابع	١٠٠	٦٧%
أحياناً أتابع	٣٥	٢٣%
نادراً ما أتابع	١٥	١٠%
الجملة	١٥٠	١٠٠%

من بيانات الجدول السابق نجد الآتى:

بلغت نسبة المتابعات من أفراد العينة لما تقدمه وسائل الإعلام عن أخبار المرأة الصعيدية وقضاياها حوالى ٦٧% منهم بصفة دائمة.

-أما من يتابع هذه الصورة أحياناً فتبلغ نسبتهم ٢٣% من جملة أفراد

العينة

بينما تبلغ نسبة من نادراً ما يتابع ١٠% منهم ومن هنا نجد أن

٩٠% من جملة أفراد العينة من المهتمين بما تنشره وتبثه وسائل الإعلام عن

المرأة الصعيدية.

جدول رقم (٥)

يبين مدى رضى الصعديات عن صورتهم في وسائل الإعلام

صورة المرأة الصعيدية	ك	%
صورة مرضية وواقعية وتعبر عن امرأة لصعيدية	٢٠	١٣%
صورة غير مرضية على الإطلاق ولا تعبر عن امرأة لصعيدية	٧٥	٥٠%
أحياناً تعبر وأحياناً لا ترضى	٥٥	٣٧%
الجملة	١٥٠	١٠٠%

الجدول السابق يوضح لنا مدى رضاء أفراد العينة عن الصورة الذهنية التي تبثها وسائل الإعلام عن المرأة الصعيدية حيث نرى أن:

نسبة ٥٠% من جملة العينة ترفض تماماً هذه الصورة وترى أنها لا تعبر عن المرأة الصعيدية.

بينما نسبة ٣٧% من جملة العينة ترضى أحياناً وأحياناً لا ترضى عن هذه الصورة.

أما نسبة ١٣% فهي راضية عن هذه الصورة وترى أنها واقعية وتعبر فعلاً عن المرأة الصعيدية.

جدول رقم (٦)

أسباب رفض صورة المرأة الصعيدية في وسائل الإعلام

أسباب الرفض	ك	%
لأنها صورة مبالغ فيها بشدة	٦٠	٣٩%
صورة مستفزة	٢٥	١٧%
صورة غير واقعية	٤٠	٢٧%
تركز على الجوانب السلبية فقط	٢٥	١٧%
الجملة	١٥٠	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح لنا أسباب رفض صورة المرأة الصعيدية التي تبثها وسائل الإعلام وهي كما يلي:

يأتى سبب الرفض لأنها صورة مبالغ فيها بشدة في رأى ٣٩% من أفراد العينة غير واقعية في نظر ٢٧% من جملة أفراد العينة. يليها بالتساوى كل من أنها صورة مستفزة وأنها تركز على الجوانب السلبية فقط للمرأة الصعيدية في رأى ١٧% لكل سبب.

جدول رقم (٧)

يبين مدى واقعية الصورة النمطية للمرأة الصعيدية في المسلسلات والأفلام ووسائل الإعلام

واقعية الصورة	ك	%
تعكس واقع المرأة الصعيدية	٥٨	٣٩%
تعكس واقع غير موجود على الإطلاق	٥٩	٣٣%
تعكس بعض الجوانب الموجودة في المجتمع الصعيدى	٤٢	٢٨%
الجملة	١٥٠	١٠٠%

يبين الجدول السابق مدى واقعية الصورة النمطية للمرأة الصعيدية وهي الآتى:

ترى نسبة ٣٩% من جملة أفراد العينة أنها تعكس واقع المرأة الصعيدية.

بينما ترى نسبة ٣٣% منهم أنها تعكس واقع غير موجود.

وترى نسبة ٢٨% أنها تعكس بعض الجوانب الموجودة في المجتمع

الصعيدى وتهمل الجانب الآخر.

جدول رقم (٨)

يبين دوافع المنتجين والمخرجين والمؤلفين من تقديم هذه الصورة السلبية عن المرأة الصعيدية

الدوافع	ك	%
-الجهل بالمجتمع الصعيدى وما لحقه من تطور -الصورة النمطية للمرأة الصعيدية دون أن يطرأ عليها تجديد	٧٠	٢٩%
-تحقيق مكاسب مادية	٨٠	٣٣%
-عدم معايشة الواقع والأحداث على الطبيعة	٤٠	١٧%
جملة التكرارات	٥٠	٢١%
	٢٤٠	١٠٠%

من الجدول السابق نجد الآتى:

ترى نسبة ٣٣% من العينة أن صورة المرأة الصعيدية لم يطرأ عليها أى تجديد أو تطوير وأنها صورة جامدة منذ قرون.

يعتبر الجهل بالمجتمع الصعيدى وما لحق به من تطور هو السبب لظهور هذه الصورة عن المرأة الصعيدية من جانب المؤلفين والمخرجين والمنتجين والقائمين بالاتصال فى جميع وسائل الإعلام وذلك فى رأى ٢٩% من جملة العينة.

وترى نسبة ٢١% أن عدم معايشة المؤلفين والقائمين على رسم هذه الصورة للمرأة الصعيدية للأحداث ومتابعة الواقع وما يستجد به من تطورات هو السبب وراء تقديم هذه الصورة عن المرأة الصعيدية.

بينما ترى نسبة ١٧% من العينة أن سبب تقديم المرأة الصعيدية بهذا الشكل يعود إلى رغبة القائمين بالاتصال فى جذب الانتباه لتحقيق مكاسب مادية.

جدول رقم (٩)

يبين الصورة التي تركز عليها الأفلام والمسلسلات كنموذج للمرأة الصعيدية

صورة المرأة	ك	%
- المرأة المتسلطة ذات الشخصية المتحجرة الغير قابلة للحوار أو النقاش.	٦٤	٢٤%
- المرأة المحافظة على التقاليد والعادات الصعيدية	٣٢	١٢%
- المرأة الساذجة البسيطة	٧٨	٣٠%
- المرأة العدوانية التي تحث على الأخذ بالثأر دائماً	٥٦	٢١%
- المرأة الغازية أو الخجيرة للعب	٣٤	١٣%
الجملة	٢٦٤	١٠٠%

من الجدول السابق نلاحظ الآتي:

تعتبر صورة المرأة الساذجة البسيطة هي أكثر الصور التي ترسمها وسائل الإعلام للمرأة الصعيدية وذلك في رأي ٣٠% من جملة العينة.

أما المرأة المتسلطة ذات الشخصية غير القابلة للحوار والتي تمثل القوة والنفوذ فهي نموذج تقدمه وسائل الإعلام للمرأة الصعيدية في رأي ٢٤% من العينة.

يليها المرأة العدوانية التي تحرض الجميع على الأخذ بالثأر ٢١%.

وتأتي في المرتبة الأخيرة وقبل الأخيرة بنسبة متقاربة المرأة للعب الغازية في رأي ١٣% ثم المرأة المحافظة على التقاليد والعادات الصعيدية في نظر ١٢% من جملة العينة.

جدول رقم (١٠)

يبين الموقف من اللهجة الصعيدية التي تقدمها وسائل الإعلام المسموعة والمرئية عن المرأة الصعيدية

نوع اللهجة	ك	%
لهجة مبالغ فيها بشدة.	٧٦	%٥١
لهجة سليمة.	٣٤	%٢٣
لهجة عقيمة لم تعد تستخدم إلا نادراً لهجة خاصة ببعض المناطق والقبائل ولا تمثل كل الصعيد	٣٠	%٢٠
	١٠	%٦
الجملة	١٥٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح آراء أفراد العينة حول اللهجة المستخدمة في الإعلام المرئي والمسموع عن المرأة الصعيدية وهي الآتي:

- يرى أكثر من نصف العينة %٥١ أنها لهجة مبالغ فيها عن الواقع.
- بينما ترى نسبة %٢٣ أنها لهجة معبرة وقريبة من لهجة المرأة الصعيدية.
- بينما من يرفضها لأنها لهجة لم تعد تستخدم فهن %٢٠.
- ومن يرى أنها لهجة خاصة ببعض الأماكن في الصعيد وليس كل الصعيد %٦ من أفراد العينة.

جدول رقم (١١)

يبين أهم العوامل التى أدت لتكوين هذه الصورة النمطية عن المرأة الصعيدية فى وسائل الإعلام

عوامل تكوين الصورة	ك	%
- البعد الجغرافى والعمرانى بين مدن الصعيد بعضها البعض وبينها وبين العاصمة	٧٤	٣٠%
- أبناء الصعيد الموجودون فى مختلف مدن مصر للعيش وطلب الرزق.	٦٥	٢٧%
- ما يتميز به أهلى الصعيد من بساطة وطيبة.	٤٨	٢٠%
- تمسك أهل الصعيد بعاداتهم وتقاليدهم وعدم التخلّى عنها فى أى مجتمع	٣٢	١٣%
- ارتباط الصعيدى بأهله وأرضه	٢٥	١٠%
الجملة	٢٤٤	١٠٠%

الجدول السابق يوضح أهم العوامل التى يرى أفراد العينة أنها أدت إلى تكوين هذه الصورة النمطية عن المرأة الصعيدية.

وترى نسبة ٣٠% أن البعد الجغرافى والعمرانى بين مدن الصعيد وبين العاصمة هو الذى أدى إلى تكوين هذه الصورة.

بينما يعتبر البعض بنسبة ٢٧% من جملة التكرارات أن أبناء الصعيد أنفسهم هم السبب فى تكوين هذه الصورة.

ويرى نسبة ٢٠% من جملة التكرارات أن الصعادية بما فيهم من سذاجة وطيبة حتى أنهم يطلقون النكت عن أنفسهم هم السبب فى تكوين هذه الصورة.

وترى نسبة ١٣% السبب فى تمسك أهل الصعيد بعاداتهم وتقاليدهم وبنسبة ١٠% لارتباط الصعيد بأرضه وأهله.

أى أن أكثر من ٧٠% يرى أن الصعائدة هم المسئولون على تكوين هذه الصورة عن المرأة الصعيدية وأنهم أنفسهم السبب فى ذلك.

جدول رقم (١٢)

يبين أساليب مقاومة هذه الصورة السلبية عن المرأة الصعيدية فى أذهان الناس

أساليب المقاومة	ك	%
مقاطعة الأفلام والمسلسلات التى تقدم هذه الصورة لسيئة.	٣٤	٩٠
لكتابة والنقد ولتطبيق على لجوانب لسيئة فى هذه الصورة.	٧٦	٢١%
دعوة الكتاب والإعلاميين لزيارة الصعيد والتعرف عن قرب عن التطور فى الشخصية الصعيدية.	٨٥	٢٤%
إقلمة لدعوى لفضائية على وسائل الإعلام التى تقدم هذه الصورة لسيئة.	٢٧	٧%
الاستعانة بأراء أهل الصعيد عند الكتابة عن الصعيد.	٨٢	٢٣%
إلقاء الضوء على النماذج والقذوة من الشخصيات التاريخية والحديثة عن المرأة الصعيدية بالمعاصرة.	٥٦	١٦%
الجملة .	٣٦٠	١٠٠%

من بيانات الجدول السابق نلاحظ الآتى:

أساليب مقاومة هذه الصورة أو إعادة رسمها والعمل على تحسينها يتم

من خلال:

- دعوة المؤلفين والقائمين بالاتصال فى وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة إلى زيارات للصعيد للتعرف عن قرب عن عاداته وتقاليده وواقعه ومشاكله وذلك فى رأى ٢٤% من جملة التكرارات.

- الاستعانة بأهل الصعيد عن كتابة موضوعات عن الصعيدية (أسألوا أهل الذكر أن كنتم لا تعلمون) فى رأى ٢٣% من جملة التكرارات.

. - التعليق والنقد والتصدي لكل من يكتب عن الصعيد لتأكيد رجوع

الصدى لتصحيح هذه الصورة السلبية فى رأى ٢١% من جملة التكرارات.

- تقديم النماذج الناجحة من الصعايدة فى وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة لدى ١٦% من جملة التكرارات.

- أما المقاطعة السلبية بعدم مشاهدة هذه الأعمال الإعلامية فهى لا تجد صدق إلا لدى ٩% من جملة التكرارات باعتبارها رد فعل سلبى لا يحسن الصورة وربما يعطى انطباع سيئ.

جدول رقم (١٣)

يوضح تأثير هذه الصورة السلبية للمرأة الصعيدية على أفراد العينة

تأثيرات الصورة	ك	%
- تجعل الآخرين يتعاملون مع أبناء الصعيد بخذر وبسخرية.	٧٦	٢١%
- تعمق الإحساس بالدونية للصعيد.	٣٥	١٠%
- تفرق بين أبناء الوطن الواحد بحاورة وصعايدة.	٥٩	١٧%
- تعطى لبعض السلوكيات السلبية صفة العمومية.	٦٥	١٨,٥%
- تحيى ما أندثر من قيم وعادات صعيدية سلبية.	٣	٩,٥%
- تقدم هذه الشخصيات كنموذج للمرأة الصعيدية	٨٦	٢٤%
الجملة	٣٥٥	١٠٠%

من الجدول السابق نجد الآتى:

- تعتبر تقديم هذه الشخصيات كنموذج للمرأة الصعيدية هو أسوأ تأثير لهذه الصورة وذلك لدى ٢٤% من جملة تكرارات العينة.

- أما أنها تجعل الآخرين يتعاملون بسخرية وحذر مع الصعايدة فهى فى نظر ٢١% من جملة تكرارات العينة.

- كما أن هذه الصورة تعطى لبعض السلبيات صفة التعميم فهى فى رأى ١٨,٥% من جملة التكرارات.

- يليها التفرقة بين أبناء البلد الواحد بتعميم قبلى وبحرى فى رأى ١٧% من جملة التكرارات.

- ويأتي تعميق الإحساس بالدونية في التعامل مع الصعائفة لدى ١٠% من جملة التكرارات.

- أما أنها تحيي ما اندثر من عادات وتقاليد سلبية في المجتمع الصعيدي فهي لدى ٩,٥% من جملة تكرارات العينة.

نتائج الدراسة:

«أثبتت الدراسة بما لا يدع مجالاً للشك أن الصورة الذهنية التي بنيت على الانطباعات العابرة في المسلسلات التي يعرضها التلفزيون لشخصية المرأة الصعيدية والتي تكونت خلال سنوات على نمط ثابت وجامد باعتبارها نوعان من النساء لا ثالث لهن إما شخصية المرأة المتسلطة القاسية المتمسكة بعبادات وتقاليد بالية - متحجرة الفكر جاهلة لا تعرف القراءة ولا الكتابة مسيطرة على الأسرة داعية للأخذ بالنار أو صورة المرأة الساذجة الطيبة التي لا حول لها ولا قوة غير القادرة على اتخاذ أي قرار تابعة للرجل سواء كان صورة الأب أو الأخ أو الزوج أو الابن المضحية الكائنة تعمل داخل البيت وخارجه صامته صابرة لا تعرف الشكوى مقهورة لا ترى الدنيا إلا من خلال عيون الرجل.

«كما أن هناك خطأ بين شخصية المرأة الصعيدية بكل قيمها وعاداتها المحافظة وبين شخصية الغازية أو الخجيرة التي تصر معظم الأعمال الدرامية على تصويرها كواقع في المسلسلات بكل ما تحمله من إغراء وفتنة وجمال وتعرضها في سياق الأحداث كأحد مكونات المجتمع الصعيدى كتمثيل خاطئ للمرأة الصعيدية فشخصية الغازية تنتمي إلى جماعات العجر العشوائية التي تنتقل من مكان إلى آخر حسب المواسم والأعياد والمولد ولا ترتبط بمكان معين ولا تمت للمجتمع الصعيدى من قريب أو بعيد.

«كما أثبتت الدراسة أن هناك بعض الأعمال الفنية الناجحة جماهيرياً استطاعت التعبير عن المرأة الصعيدية وقدمت لنا صورة مثالية ركزت على الجوانب الإيجابية في شخصية الصعيدية مثل شخصية الحاجة فاطمة بالمسلسل التلفزيونى الوند وشخصية وردة فى مسلسل نئاب الجبل إلا أنه هناك رفض للكثير من الصور التي تظهر بها المرأة الصعيدية باعتبارها جاهلة متخلفة عن قضايا الوطن وليس لها أى دور.

كما أكدت الدراسة أن معظم أفراد العينة يتفقون على أن هناك تأثيراً سلبياً ناتجاً عن تقديم هذه الصورة السلبية عن المرأة الصعيدية يتمثل في مسلسلات تعطى بعض التصرفات الشاذة الموجودة في كل مجتمع صفة العمومية تجاه المجتمع الصعيدى مما يجعل الأخر يتعامل مع أهل الصعيد فى حذر وفى نفس الوقت تعمق من إحساس أبناء الصعيد بمدى انفصال شمال البلاد عن جنوبه مما يعمق النظرة الدونية لأبناء الصعيد وإحساسهم بأنهم الأقل أو الأدنى ويجعلهم مادة للنكتة والسخرية.

أثبتت الدراسة رفض أفراد العينة للهجة التى تنطق بها المرأة الصعيدية فى المسلسلات فهى لهجة عقيمة ومبالغ فيها بشدة وقد غير التعليم وارتفاع المستوى الثقافى و الاجتماعى من هذه اللهجة فلم تعد تستخدم إلا فى بعض القرى النائية كما أن الزى الصعيدى تغير وأصبحت الفتاة الصعيدية تواكب الموضة مع احتفاظها بالاحتشام وفقاً للتقاليد والعادات.

كذلك أثبتت الدراسة أن ٩٠% من بيئة هذه الأحداث تدور فى الريف أو القرية وأن هناك تغييب لدور المرأة الصعيدية القاطنة بالمدن والتى تعلمت وتعمل فى كافة المجالات وتخدم وطنها وتشارك فى مسيرة التنمية وتصل إلى أعلى المناصب وكأن الريف هو المرادف الوحيد لكلمة الصعيد.

أثبتت الدراسة أن هناك مجموعة من العوامل التى ساهمت فى تكوين تلك الصورة النمطية عن الصعيدية كما تقدمها المسلسلات منها:

١- عدم معرفة المنتجين والمؤلفين والممثلين للمجتمع الصعيدى ومعايشته عن قرب ولو لفترة قليلة قبل إنتاج أى عمل درامى يتناول الصعيد ضمناً لواقعية التعبير عن هذا المجتمع ويفضل هنا الاعتماد على المؤلفين من أبناء الصعيد لقدراتهم بحكم انتمائهم لهذا المجتمع من التعبير عنه بأمانة وواقعية مثل (محمد صفاء الدين عامر - عبدالرحمن الابنودى - وجمال الغيطانى - وغيرهم) وإن كان البعض منهم يعتمد على ذكريات الطفولة فى سرد وقائع لم تعد موجودة فى المرأة الصعيدية الحديثة.

٢- أهمية التنوع في القضايا التي تعرضها المسلسلات فلا تقتصر على قضايا الثأر والانتقام والنزاع على الأرض والسلطة والمحافظة على الشرف والعادات والتقاليد بل يجب أن تتناول قضايا المرأة وتتميتها وتقدمها ومشاكلها الحقيقية مع إبراز الجوانب الإيجابية في الشخصية الصعيدية التي خرجت للتعليم والعمل ووصلت إلى أعلى المناصب مع تمسكها بقيمها وعاداتها وتقاليدها وأخلاقها الراسخة.

٣- كذلك يعتبر البعد الجغرافي بين مدن الصعيد بعضها ببعض وبينها وبين العاصمة من أهم الأسباب التي يرى أفراد العينة أنها أدت إلى هذه الصورة النمطية عن المرأة الصعيدية.

٤- كما أن انغلاق المجتمع الصعيدى وانعزاله لسنوات طويلة وعدم إدراجه في خطط التنمية سبب من أسباب هذه الصورة.

٥- أكدت الدراسة كذلك أن هناك عدة أساليب لمقاومة هذه الصورة السلبية المنطبعة في أذهان الناس عن المرأة الصعيدية كما يراها أفراد العينة وهى:

↳ النقد والتعليق والكتابة الدائمة إلى وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون لتلافى أوجه القصور عند تقديم مسلسلات وأفلام عن الشخصية الصعيدية.

توصيات الدراسة:

- ١- ضرورة محاسبة المنتجين الذين ينتجون أفلام تسيء عمداً إلى مجتمع الصعيد بغرض تحقيق مكاسب مادية بحتة خاصة وأن الآثار الاجتماعية والنفسية الناجمة عن هذه الأفلام والمسلسلات تجعل من أبناء الصعيد مادة للسخرية والاستخفاف وتعمم في الوقت نفسه الأفكار الشاذة والقيم المنحرفة وتحي أيضاً العادات المندثرة الأمر الذى يؤثر على ظروف التنشئة الاجتماعية السوية لأبناء الصعيد فلا بد أن يكون لقيادة الرأى فى الصعيد وخاصة فروع المجلس القومى للمرأة دور واضح فى التصدى لتلك الصورة السيئة عن بنات الصعيد.
- ٢- كما نستطيع من خلال الأعمال الدرامية والمسلسلات والأفلام من إبراز الظلم الواقع على المرأة الصعيدية وأهمية العمل على تغيير العادات والتقاليد التى تعرقل مشاركتها فى الحياة العامة.
- ٣- مازالت هناك فجوة فى التوقعات بين ما نريد وما هو قائم فلا بد من إجراء الدراسات للتعرف على الاحتياجات الإعلامية للمرأة ماذا نريد من المرأة وماذا تريد هى.
- ٤- إعادة النظر فى أنماط السلوك التى تقدم فى المضمون الترفيهى لتجنب الإساءة للمرأة أو تصويرها فى صورة مهينة تقلل من شأن قدرتها وإمكانيتها.
- ٥- تغيير مضمون العادات والتقاليد والقيم فى الدراما التى تكرر نمط الثقافة الاستبدادية التى تحث على الطاعة وعدم المناقشة والعمل على الترويج لثقافة تعلى من شأن العقل والتفكير النقدى والتسامح والحوار وقبول الاختلاف فى الرأى.
- ٦- بالرغم من أن الصعيد قد خرج من جنباته عظماء ومفكرين وأدباء من أمثال: رفاعة الطهطاوى - طه حسين - وعباس العقاد - والمنفلوطى - والاسيوطى وغيرهم إلا أن مسلسلات التليفزيون لم تقدم

الكثير من سير هؤلاء العظماء ومواقفهم من المرأة ودور المرأة الصعيدية وتأثيرها عليهم كأم وزوجة وابنه. خاصة وأنهم يمثلون رواد التنوير فى العصر الحديث ليس للصعيد فقط ولكن لمصر كلها.

٧- عرض نماذج للسيدات الصعيديات الناجحات فى شتى ميادين الحياة وأثبتن قدراتهن ومنهم سيدة مصر الأولى (سوزان مبارك) المنيا والأستاذة الدكتورة فرخنده حسن أمين عام المجلس القومى سوهاج، السفيرة سميحة أبو ستيت سوهاج، الأستاذة الدكتورة عواطف عبدالرحمن اسيوط، وغيرهن الكثيرات وتقديمن كقدوة ونموذج ناجح للمرأة الصعيدية.

هوامش البحث

- (١) حماد إبراهيم حماد: صورة الولايات المتحدة في الصحافة المصرية اليومية - دراسة مقارنة بين حقبتى الستينات والسبعينات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٦م، ص ٢.
- (٢) عواطف عبدالرحمن: (صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية، دراسة حالة على مصر، بغداد - اللجنة الاقتصادية لغرب آسيا- ١٩٨٣م).
- (٣) فوزية العطية: (صورة المرأة في المجلات النسائية دراسة عن المرأة العربية بغداد، ١٩٨٥م).
- (٤) راجية قنديل: المرأة في شماء سيناء وعلاقتها بوسائل الإعلام، مجلة النيل العدد (٢٦) الهيئة العامة للاستعلامات ١٩٨٦م.
- (٥) جيهان الهامى: الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمى للمرأة ١٩٧٥ - ١٩٨٥م. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٩م.
- (٦) أميرة العباسى: معالجة المجلات النسائية المتخصصة لقضايا المرأة الريفية- دراسة تحليلية على مجلة نصف الدنيا، وحواء (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٢م).
- (٧) إسماعيل إبراهيم: مجلات المرأة والأسرة في الوطن العربى، دراسة تاريخية فنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (قسم الإعلام ، كلية آداب الزقازيق، ١٩٩٥م).
- (٨) محمود عبدالرؤوف كامل: واقع المرأة العربية وصورتها فى أجهزة الإعلام (طرابلس - مجلة بحوث الإعلام عدد (٩) ربيع ١٩٩٦م).

- (٩) باسمه سكريه، ليلي غندور: صورة المرأة في المجلات النسوية في لبنان (بيروت، مجلة الفكر العربي، عدد ٨٤، ربيع ١٩٩٦م).
- (١٠) عواطف عبدالرحمن، ليلي عبدالمجيد، نجوى كامل: الإعلام و المرأة وتأثيرها على قضايا التنمية في الريف المصري، التقرير الإعلامي، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ١٩٩٦م.
- (١١) Alan Hancock "Mass communication" (London: Long-man). 1986.
- (١٢) Suelogky ET AL., Looking though Gender Male, Female stereotyping in Advertisement and Gender Rule Expectations Journalism Quarterly, Vol., 73, No. 2 Summer, 1990.
- (١٣) Margret Gallogher; Woman in the Media, (Paris: Unesco.. 1994).
- (١٤) Kim fridkin Kahn, The Disorted Mirror: Paris Coverage of Woman Candidate Statewide office Journal of Politic, Vol., 65, N. 1, 1994.
- (١٥) W.A.Scott,: "Psychological and social correlates of International Images," in H.c.Kelman (ed) International Behaviour (N.Y.Holt, Rinehart and Winston. 1966), p. 72.
- (١٦) د. محمد علي العويني: الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق (القاهرة: علم الكتب، ط ٢ ١٩٨٧م)، ص ١٧٠.
- (١٧) سهير بركات: الإعلام وظاهرة الصورة المنطبعة، مجلة العلوم الاجتماعية (الكويت)، العدد ٨/١ (١٩٨٠م).
- (١٨) اسعد رزوق: موسوعة علم النفس (بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط ٤، ١٩٧٨م)، ص ٣٢٠.

(١٩) على عجوة : العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٣م)، ص ١٠.

(٢٠) السيد ياسين: الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر (بيروت، دار التنوير، ط٣، ١٩٨٣م). ص ١٠١.

(٢١) J.C.Merrill, "the Image of the United states in ten Mexican Dailies". Journalism Quarterly (spring, 1962). P. 203.

(٢٢) عبدالقادر طاش: الصورة النمطية للإسلام والعرب في مرآة الإعلام الغربى، (الرياض، شركة الدائرة للإعلام، ١٩٨٩م)، ص ١٦.

(٢٣) محمود الحويرى: أسوان فى العصور الوسطى، (دار المعارف، القاهرة، ١٩٨٠م)، ص ٧.

(٢٤) أ.د محمد منير حجاب.

أ.د محمد نصر مهنى

أ.د فوزى عبدالغنى.

أ.د عبدالرؤوف الضبع.

أ.د مرفت كامل الطرابيشى.

أ.د نوال الصفتى.

أ.د سهام نصار العشرى.

د. مديحة أحمد عبادة.