

بدائل مقترحة لدور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة العاملة في الحضر

- مقدمة.
- منطلقات أساسية للبدائل المقترحة.
- السيناريوهات (تعريفها وأنواعها).
- سيناريو امتدادى.
- سيناريو إصلاحى.
- سيناريو متقدم.
- سيناريو متفائل.

الفصل الخامس

بدائل مقترحة لدور التلفزيون

فى تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة العاملة فى الحضر

مقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى تقديم بدائل وسيناريوهات عامة كفيلة بتعظيم الدور التربوى والتنموى للتلفزيون، بما يسهم فى تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة العاملة، والتي تسعى إلى معالجة المظاهر السلبية التى أظهرها تحليل مضمون البرامج التلفزيونية عينة الدراسة فى الفصل السابق، وخاصة برامج المرأة التى يقدمها التلفزيون على قناتيه الأولى والثانية، والتي كان من أبرزها تركيز هذه البرامج على الأدوار التقليدية للمرأة والتي كانت فى أغلبها تتناول ترتيب المنزل وديكوراتها، فضلاً عن اهتمامها بمظهر المرأة من خلال تقديم عروض الأزياء المختلفة، والتي لا تتناسب فى أغلبها مع المرأة المصرية العاملة التى تلتزم بالحشمة تبعاً لدينها ولعادات وتقاليد مجتمعتها، بالإضافة إلى اهتمامها بجمال المرأة وكيفية عمل المكياج والماسكات للبشرة، كذلك اهتمت هذه البرامج بتقديم طرق عمل وجبات غذائية مختلفة تعتمد فى أغلبها على الخامات المرتفعة الثمن والخضروات غير المنتشرة فى مصر وبعض الفواكه المستوردة، بما لا يتناسب مع المرأة العاملة الفقيرة أو المرأة المعيلة التى تبحث عما يشبع أطفالها بأقل تكلفة ممكنة ويكون ذا قيمة غذائية عالية، كما اهتمت هذه البرامج بالمرأة الأم للأطفال حديثى الولادة وكيفية العناية بهم صحياً وتنموياً وفكرياً، وبتقديم نماذج نسائية ناجحة فى العديد من

كما أظهر تحليل المضمون أن هذه البرامج تركز على اهتمام المرأة بأنوثتها وخصائص جمالها، وقد أغفلت هذه البرامج تربية الأبناء في سن المراهقة وفي الأعمار الأكثر تقدماً، ومن جانب آخر ركزت البرامج على مراحل عمرية معينة لدى المرأة تتراوح ما بين ٢٠ - ٤٠ عاماً، مهملة بذلك الفتيات الصغيرات والنساء المسنات.

اهتمت هذه البرامج بالتركيز على طبقات نسائية معينة مثل الفنانات وسيدات الأعمال، نساء السلك الدبلوماسي، والرياضيات على حساب مهن أخرى كالمعلمات والطبيبات والعاملات والباحثات والمحاميات والفلاحات.

أغفلت البرامج احتياجات عديدة للمرأة أهمها سبل توجيه المرأة لتنشئة أبنائها تنشئة اجتماعية فاعلة، وكيفية مساعدة الأطفال في دراستهم، وكيفية قضاء وقت الفراغ في الإجازات، مع افتقار هذه البرامج في أغلبها للنظرة التربوية للأطفال من خلال استضافة خبراء في التربية، مع إهمالها الاحتياجات الدينية الحقيقية للمرأة، حيث لم تناقش أياً من الأمور الدينية إلا في حلقتين أذيعتا بمناسبة الاحتفال بالعام الهجري الجديد، وكانتا عن هجرة النبي ﷺ.

ولم تول هذه البرامج الاحتياجات الأخرى للمرأة الاهتمام الكافي في مجالات حياتها المختلفة (السياسية والاقتصادية والتعليمية والثقافية والاجتماعية والقانونية.. الخ).

وهذا يؤكد على أن القائمين على هذه البرامج لم يأخذوا في اعتبارهم طبيعة

(١) متفقة بذلك مع بعض الدراسات ونتائج البحوث التالية:

- حسنات عوض ساني: المرأة العربية والإعلام، الواقع والمأمول، دولة الإمارات العربية المتحدة.
- www.amanjordan.org/conference/awf4-awf4. P. 22, htm.3/3/2003
- عواطف عبد الرحمن: المرأة المصرية والإعلام بين الواقع والاستجابة، مرجع سابق.

التحولات التي اجتاحت وضعية المرأة ولا سيما فيما يتصل بسوق العمل^(١)، حيث أصبحت نسبة مشاركة المرأة فيه ما يفوق ٢٦٪ من حجم العمالة المصرية، دون إغفال حقيقة أن المرأة في الريف تمثل حوالى ٥٠٪ من قوة العمل الحقيقية، فضلا عن عمل المرأة في الأسواق في البيع والشراء أو المرأة صاحبة المشروعات الصغيرة أو الخدمة في المنازل، وغير ذلك من المهن التي يصعب إحصاء العاملين بها، مع إهمال هذه البرامج لدور المرأة في خدمة المجتمع.

وفي ضوء ما سبق، فثمة ملاحظات أخرى تتصل بمواعيد إذاعة هذه البرامج، حيث نجد بصورة عامة أن مواعيد إذاعة برامج المرأة تكون في أوقات غير مناسبة لها، مثل برامج حواء تحت الأضواء، مجلة المرأة، أمومة وطفولة، التي تذاع في فترة الظهيرة أى أثناء عودة المرأة من عملها أو أثناء قيامها بأعمالها المنزلية الواجبة التنفيذ بعد عودتها من عملها (مثل إعداد وجبات الطعام والاتصال بأولادها)؛ وبالتالي فإن هذه البرامج وإن كانت تقدم ما يلبي بعض الاحتياجات للمرأة العاملة، إلا أن نسبة كبيرة من المرأة العاملة لا تستفيد مما يقدم لها.

وبهذه النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، يتضح مدى اتفاق هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة التي توصلت إلى نتائج مماثلة إلى حد كبير على مدى عقدين من الزمان^(٢).

(١) تم الرجوع إلى:

- Institute of National Planning: **Egypt Human Development Report 2000-2001/** A.R.E, Kalyop, Al Ahram Commercial Press, 2001, p.156.
- الاتحاد العام لنقابات عمال مصر: تقرير عن حجم وخصائص قوة العمل من الإناث، مرجع سابق، ص ١.
- (٢) آمال حسن محمد الغزاوى: الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في التلفزيون المصرى، مرجع سابق.
- سامية سليمان رزق: موقف برامج المرأة إزاء قضاياها المعاصرة، دراسة في تحليل مضمون بعض برامج المرأة الإذاعية، مرجع سابق.
- عواطف عبد الرحمن: المرأة المصرية والإعلام بين الواقع والاستجابة، مرجع سابق.

ومن الملفت للنظر أن ثمة برامج تخرج عن دائرة برامج المرأة مثل (برنامج ماسبيرو وكلمة حق ولو بطلنا نحلم وغيرهم)، قد أظهر تحليل مضمونها مظهراً إيجابياً من حيث الموضوعات والقضايا التي تخص المرأة والتي تناولتها هذه البرامج بموضوعية وواقعية مع حرصها على استضافة خبراء في كل المجالات منها (علماء الدين - أساتذة التربية - أساتذة الاجتماع والقانون والسياسة والاقتصاد)، ذلك إلى جانب حرص هذه البرامج على مشاركة الجمهور إما بالحضور المباشر أو بفتح خط تليفوني للجمهور بما يسمح للمرأة بالتعبير عن رأيها بكل وضوح.

انطلاقاً مما أظهره تحليل مضمون هذه البرامج فقد تم وضع العديد من المتطلبات التي تهدف إلى تحديد الاحتياجات المختلفة التي يجب على التليفزيون أن يلبّيها والتي تعد أساساً للبدايل المقترحة.

المتطلبات الأساسية للبدايل المقترحة:

تمثل هذه المتطلبات في تحديد العديد من الموضوعات والقضايا التي تخص المرأة والتي ينبغي أن تحتويها برامج المرأة، وما يجب أن تخضع له هذه البرامج من توجيهات ومتابعة لكي تستطيع تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة المصرية بصفة عامة والمرأة العاملة في الحضر على وجه الخصوص وهي كالتالي موزعة حسب أدوار واحتياجات هذه المرأة.

١- المرأة والأسرة:

- وضع استراتيجية إعلامية وثقافية تهدف إلى تقديم صورة متوازنة للمرأة ولأدوارها المتعددة وإظهارها كعنصر أساسي في عملية التنمية.
- وضع برامج تشجع على التحمل المشترك للمسئوليات الأسرية من جانب الزوجين.
- زيادة البرامج الخاصة بالمرأة والأسرة التي تعالج مشكلاتها وتلبّي اهتماماتها.
- وضع برامج وخدمات إعلامية للمساعدة على فهم التغيرات المتصلة بالتقدم

في السن والتكيف معها، والتي تتناول المعلومات والخدمات الصحية والتغذية التي تضمن انتقالهم بشكل سليم خلال مراحلهم العمرية^(١).

- تعريف المرأة بما لها من حقوق وما عليها من واجبات خاصة في مجال رعاية الأطفال وتنشئتهم^(٢).

- تطوير برامج المرأة وتحويلها إلى برامج تخاطب الأسرة بأكملها بدلا من قصرها على مخاطبة المرأة وحدها.

- التنويه عن ضرورة تبني بعض الأسر لنظام الأسر البديلة وخاصة بالنسبة للعمارات، فهناك العديد من السيدات غير العاملات واللاتي يبحثن عن وظيفة في أماكنهن أن يدرن دور حضانة ترعى أطفال السيدات العاملات حتى لا تجبرن على أخذ إجازات لرعاية أطفالهن^(٣).

- السماح بمواعيد عمل مرنة، ذلك لأنه إذا استطاع العاملون بأن يرتبوا ساعات عملهم فإنهم سيصبحون أقدر على الجمع بين العمل المأجور ومسئولياتهم الأخرى، ومن قبلها رعاية الطفل، وقد سمحت السويد فعلا بالعمل المؤقت على أساس عدم المداومة الكاملة، حتى يستطيع كل من المرأة والرجل أن يجمع ما بين العمل والالتزامات الأسرية^(٤).

- ضرورة إعطاء فكرة سليمة وإيجابية عن العلاقة بين الزوج والزوجة والآباء والأبناء وكيف يمكن تكوين أسرة مترابطة تكون مثالا وقدوة للأجيال^(٥).

(١) وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل: مشروع خطة للنهوض بالمرأة (للفترة من ١٩٩٦ - ٢٠٠٠م) سبتمبر ١٩٩٦، الكويت، ص ٦٤.

(٢) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: الكتاب السنوي ٢٠٠٠/٩٩، مرجع سابق، ص ٩٢.

(٣) خضر زكريا: عن الوضع الاجتماعي للمرأة العربية، سوريا، دمشق، الأهالي للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص ٦٠.

(٤) الأمم المتحدة: تقرير التنمية البشرية ١٩٩٥، مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٥) ماجي الحلواني: رؤية مستقبلية لبرامج المرأة، مرجع سابق، ص ٥.

٢. المرأة والمجتمع:

ما زالت صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية مشوهة تخضع لقوالب ثقافية واجتماعية متخلفة - لا تحترم إنسانيتها ودورها الأساسي في المجتمع لذا:

- يجب اتخاذ قرارات مسئولة وواعية لتصحيح الصورة الإعلامية للنساء وتطوير الوعي المجتمعي والأداء المهني للنساء العاملات في مجال الإعلام، والاهتمام بإجراء دراسات ميدانية لتعرف الاحتياجات الإعلامية والاتصالية للنساء العربيات في الريف والحضر^(١).

- المراجعة الدقيقة لكل ما يتناول المرأة إعلامياً قبل إذاعته، حرصاً على القيم والمفاهيم الملائمة لمجتمعنا نفسياً وخلقياً وذهنياً، وذلك من خلال تنقية كل ما يذاع من كل ما يسعى إلى المرأة ويتنافى مع القيم الدينية والاجتماعية.

- ضرورة وضع استراتيجيات إعلامية واضحة، تخلو من القيم المناهضة للمرأة وتطرح فكرة النموذج أو تسعى إلى تصحيح الأفكار السلبية عن المرأة^(٢).

- مساعدة المرأة العاملة على الجمع بين أدوارها المختلفة داخل وخارج المنزل وتوفير الخدمات المطلوبة لها على مستوى لائق وبتكلفة معقولة.

- مجابهة المعوقات الاجتماعية والثقافية والاتجاهات المتطرفة التي تنادي بعودة المرأة للمنزل وعدم الخروج للعمل^(٣).

- التأكيد على أهمية إبراز وسائل الإعلام للمظاهر الإيجابية لمشاركة المرأة في الحياة العامة وتعديل ما تظهره لشكل ودور المرأة وعدم إظهارها كربة بيت فقط^(٤).

(١) على عبد الرحمن عواض: الواقع المهني والصورة الذهنية، ندوة المرأة العربية والإعلام، منتدى المرأة والإعلام، المنتدى الرابع لقمة المرأة العربية، دولة الإمارات العربية المتحدة.

- www.amonjordan.org.Conference/Awf4/main.2/3/2003.

(٢) نادية حليم: المحددات الثقافية والاجتماعية لمشاركة المرأة في مواقع العمل العام، مؤتمر تنمية المرأة العربية الإشكاليات، وآفاق المستقبل، ٥-٧ فبراير ٢٠٠١، مرجع سابق، ص ٤٩.

(٣) المجلس القومي للمرأة: الخطوط الرئيسية لإعداد الخطة القومية للنهوض بالمرأة المصرية ٢٠٠٢-٢٠٠٧، المؤتمر الثاني، ١٣-١٥ مارس ٢٠٠١، القاهرة، ص ٢١.

(٤) محمد خالد: المرأة العاملة تحديات الواقع والمستقبل، مرجع سابق، ص ٨٢.

٢ - المرأة والتعليم والثقافة:

يأتى التعليم والثقافة كضرورة لتنمية الفرد، لذا فقد خصص التلفزيون قنوات للتعليم وقناة ثقافية وهى كالتالى:

- قناة التعليم الابتدائى، قناة التعليم الإعدادى، قناة للتعليم الثانوى، قناة التعليم الفنى (صناعى - زراعى - تجارى)، وقناة للتنوير (تنتج برامج "التواصل") لمعالجة مشكلة الأفراد ذوى الاحتياجات السمعية لتحقيق التواصل بينهم وبين المجتمع، ويهدف إلى تعليم الصم والبكم لغة الإشارة.

- القناة السادسة هى قناة تعليم اللغات، أما القناة السابعة فهى قناة محو الأمية الأبجدية وتعليم الكبار.

وتحمل جميع هذه القنوات على قمر نايل سات، وبالتالي فإن هذه الخدمة لا تصل إلى الجمهور المستهدف وهو الطبقات الفقيرة والأكثر احتياجاً لها، أى أنها خدمات متاحة لعدد محدود من المواطنين لا تحتاج فى أغلبها لها^(١).

لذا تطالب الدراسة بأن تبث هذه القنوات بصورة بسيطة مثل باقى القنوات الأرضية وإلغاء تشفيرها.

- دعم المرأة وتمكينها من التعايش مع صورة المعلومات والاتصالات حتى لا تتأثر سلباً تجاه التقدم التكنولوجى^(٢).

- ضرورة الاهتمام ببرامج التدريب التقنى والتحويل للمرأة مع وضع نظام قومى لقياس مستوى المهارة وضمان تطويرها لتتفق مع مثيلتها العالمية فى الإبداع والابتكار والاختراع^(٣).

(١) جيهان رشتى: دور الإعلام فى قضايا تعليم وتدريب المرأة، ندوة تعليم وتدريب المرأة فى ظل عالم متغير، مركز تعليم وتدريب المرأة والطفل، القاهرة، جمعية المرأة والمجتمع، ٢٠٠١، ص ٥.

(٢) فتحى سلامة: المرأة والتنمية بين الواقع المتاح والمستقبل المأمول، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مكتبة الأسرة، ٢٠٠١، ص ٥٣.

(٣) محمد خالد: المرأة العاملة تحديات الواقع والمستقبل، مرجع سابق، ص ١٩٦.

٤- المرأة والسياسة:

يؤخذ على الإعلام المصرى إغفاله نشر الوعي وتنظيم حملات إعلامية تحث المرأة على المشاركة السياسية، بأن يكون لديها بطاقة انتخابية والإدلاء بصوتها بنفسها وبذاتها فى الانتخابات^(١)، لذا فلا بد من:

- بناء قدرات المرأة فيما يتعلق بالمشاركة فى الحياة العامة والسياسية من خلال تكوين اهتمامات ومسئوليات سلوكية وإدارية متعلقة بالعمل العام، تكوين مهارات خاصة بالعمل السياسى، تدريب المرأة على الاختيار بين المرشحين وفقاً لمعايير محددة، تدريب المرشحات على إدارة الحملة الانتخابية وكيفية التخطيط للاشتراك فى الانتخابات، محو الأمية السياسية للرجال والنساء معاً.

- تشجيع الأحزاب السياسية على تبنى نظام الحصص داخل الحزب^(٢).

- تدخل الدولة لتخصيص عدد من المقاعد للمرأة من خلال نص قانون يلزم الناخبين بانتخاب سيدة مرشحة فى كل دائرة على الأقل (أسوة بما هو مطبق بالنسبة للعمال والفلاحين)^(٣).

- تيسير سبل استخراج البطاقة الانتخابية للمرأة.

٥- المرأة والاقتصاد:

- توضيح دور المرأة فى التنمية الاقتصادية (مشاركة المرأة فى المشروعات الصغيرة التى تقوم على استثمار الخامات والموارد البيئية)^(٤).

(١) المرجع السابق، ص ص ٦٧-٦٨.

(٢) سلوى شعراوى جمعة: المرأة المصرية فى الحياة العامة نحو تعزيز الشراكة بين الرجال والنساء فى إدارة شئون الدولة والمجتمع، مرجع سابق، ص ص ١١١، ١١٣.

(٣) عواطف عبد الرحمن: الممارسات السياسية للمرأة العربية، ملخصات أبحاث مؤتمر "مرور مائة عام على تحرير المرأة العربية، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٣-٢٨ أكتوبر ١٩٩٩، ص ص ٥٦، ٥٧.

(٤) اتحاد الإذاعة والتلفزيون: الخطة الإعلامية العامة ١٩٩٩/٢٠٠٠، القاهرة، مطابع الأهرام التجارية، ص ص ٤٥، ٤٦.

- توضيح أهمية إكساب المرأة مهارات تتصل بعمليات التسويق لمشروعاتها الصغيرة (منتجات).

- ضرورة توعيتها بأهمية ترشيد الاستهلاك والادخار.

٦- المرأة والقانون:

- ضرورة محو الأمية القانونية للمرأة، وتعريفها بحقوقها وواجباتها حسب الدستور والقوانين المختلفة.

- ضرورة المطالبة بتعديل مواد القوانين المختلفة (الأحوال الشخصية، الجنسية، العقوبات، العمل، وغيرها) التي تنطوى على التمييز ضد المرأة.

- ضرورة تعريف المرأة بقانون العقوبات وتثقيفها في هذا المجال (حتى يمكنها تجنب أية أخطاء في مجال حياتها الشخصية والعملية والإدارية إلى غير ذلك).

٧- المرأة والدين:

- أهمية تفعيل دور المرأة في تقديم فكرها ورؤاها في هذا المجال وعدم قصره على الرجال فقط، نظراً لتواجد نسبة كبيرة من السيدات تعملن في هذا المجال، خاصة في جامعة الأزهر الشريف وكليات الدراسات العربية والإسلامية.

- ضرورة تقديم المرأة برامج دينية تعرفها بأصول دينها في كافة أمور الدين فقه وسنة وسلوكيات بما يسهم في تطوير مفهوم الدين^(١).

وبعد تحديد هذه المنطلقات، تأتي ضرورة اختيار آلية مستقبلية، يمكن من خلالها معرفة مستقبل برامج المرأة في التلفزيون المصرى وسط الآليات المرغوبة والممكنة وقد حددت الدراسة آلية السيناريو وهى كالتالى:

(١) ماجى الحلوانى: رؤية مستقبلية لبرامج المرأة، مرجع سابق، ص ٤.

السيناريوهات:

هى عبارة عن تصورات مستقبلية يضعها الباحث متأملاً فيها صورة المستقبل، وهى بالتالى " وصف لوضع مستقبلى ممكن أو محتمل أو مرغوب فيه، مع توضيح ملامح المسار أو المسارات التى يمكن أن تؤدى إلى هذا الوضع المستقبلى، وذلك انطلاقاً من الوضع الراهن أو من وضع ابتدائى مفترض^(١).

أنواع السيناريوهات:

تنقسم السيناريوهات إلى نوعين رئيسيين هما:

١- سيناريوهات استطلاعية: وهى التى تنطلق من وصف الواقع الحالى وترصد التصورات والتوقعات المستقبلية لهذا الواقع، والتى تتفرع منها عدة سيناريوها أهمها:

أ- سيناريوهات مرجعية (سيناريو استمرار الوضع الحالى).

ب- سيناريوهات محتملة (والتي ترى ضرورة تطور الوضع الحالى واتجاهه نحو تحقيق أهدافه، أو العكس انهيار الوضع الحالى واتجاهه للخلف).

ج- سيناريوهات ممكنة (سيناريوهات أكثر واقعية حيث تنطلق نحو المستقبل مستندة على دراسات وإحصاءات راصدة للواقع محددة لكل أوجه القصور واضعة الحلول التى يمكن أن تحقق أهداف هذا المجتمع).

٢- سيناريوهات معيارية (استهدافية) مرغوب فيها: والتى تنطلق من تحديد الأهداف، ثم رسم التصورات والتوقعات البديلة لتحقيق هذه الأهداف.

(١) وقد رجعت الباحثة إلى العديد من المراجع أهمها:

- إبراهيم العيسوى: السيناريوهات، بحث فى مفهوم السيناريوهات وطرق بنائها، أوراق مصر ٢٠٢٠، مكتب الشرق الأوسط، القاهرة، منتدى العالم الثالث، ١٩٩٨، ص ص ٧-٢١.
- إبراهيم العيسوى: الدراسات المستقبلية ومشروع مصر ٢٠٢٠، سبتمبر ٢٠٠٠، ص ٣٢.
- www.egypt.2020.org.alldoc/ctrep/Future studies. Doc.
- محمد عبد الحميد: البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ص ٢٧٦، ٢٧٨.

وسوف نعتمد على النوع الأول من السيناريوهات (السيناريوهات الاستطلاعية) والتي تنطلق من وصف الواقع وتحديد المشكلات التي تواجهه، وأوجه القصور فيه، وتحاول جاهدة وضع تصورات (بدائل) لمستقبل هذا الواقع (التي تضع حلولاً تحول الواقع إلى جنة منشودة يحلم بها كل حالم مفارقاً للواقع الذي يعيش فيه متجهاً نحو عالم يخلو من المشكلات، عالم أكثر تقدماً وأكثر رفاهية وأكثر معرفة، ولكى يمكن تطبيق هذه التقنية لا بد من تعرف المعايير التي يجب تناولها في التصورات المستقبلية وهى كالتالى:

أ- ضرورة الاهتمام بتطوير برامج المرأة (المحتوى - ميعاد البث - المشاركة).

ب- تأكيد التنافسية مع القنوات الفضائية.

ج- تحديد الموضوعات المرغوبة التى تواكب عصر السماوات المفتوحة ومدى الاستفادة منها.

د- فتح قنوات اتصال بين المرأة والقائمين على البرامج الموجهة إليها.

وتنطلق هذه المعايير من مواجهة التلفزيون بقنواته الأرضية للعديد من التحديات، فلم يعد هو المتاح لنا فقط، بل هناك العديد من القنوات الفضائية التى تنافسه فى بلاده منها الدولية والعربية والمصرية، ومثالاً لها قناة الأسرة والطفل وهى إحدى القنوات المتخصصة المصرية، والتى تقدم العديد من البرامج التى تمس حياة كل أفراد الأسرة (المرأة، والأطفال، والشباب)، ومنها ما يلبي العديد من الاحتياجات التربوية للمرأة العاملة وغير العاملة وهى الاحتياجات الأسرية والصحية والسياسية والدينية والعملية وغيرها، أهم هذه البرامج (استديو الأسرة، وفتاوى الأسرة، وطبيب العائلة، وفقه المرأة، ونساء ومهن، وسنة أولى سياسة، ومجلة ست البيت، وأسأل مجرب، وفى المسألة الزوجية، وخمسة أمومة، وأكلة هنية، وحلويات، وطبق اليوم، وأخبار الأسرة والمستهلكون) وتعاد إذاعة هذه البرامج فى أيام أخرى، وهذا ما يلبي بعض الاحتياجات التربوية للمرأة والتى تفوق مثيلتها

التي تقدمها قناتى التلفزيون الرئيسيتين (الأولى والثانية)، كما تقدم هذه القناة العديد من البرامج التي تفيد الأطفال والشباب (كارتون، وأغانى الأطفال، والطفل والكمبيوتر، توتة توتة، وطفولة وبطولة، وهوايتى، وضحكيات عائلية، وأطفال حول العالم، ونظرة لبكرة، ومن قصص الأنبياء، ومكان فى الصورة وغيرها، وعلى الرغم من هذا فإن استفادة المرأة وباقى أفراد الأسرة من هذه القناة قليلة نظراً لأنها تحتاج إلى جهاز استقبال من الأقمار الصناعية، وهو غير متوفر لنسبة كبيرة من الأسر المصرية ذات الدخل المحدود، كما أن أغلب الأسر التى تقتنى هذا الجهاز تقل استفادتها من هذه القناة نظراً لعدم مناسبتها لمواعيد عمل وتعليم أفراد الأسرة، إلى جانب هذا، أصبح الكمبيوتر والإنترنت من أهم الأنظمة التى تنافس التلفزيون، ذلك لأنها تقدم ما يملئ عليها من مستخدم هذه الأجهزة، أما التلفزيون فإنه يعمل بلا تفاعل، ذلك لأنه يضع خطة ما ويسعى إلى تحقيقها على مدى أربع دورات تلفزيونية خلال العام تحت عنوان (الخطة الإعلامية ٢٠٠١/ ٢٠٠٢) وهى تبدأ فى التنفيذ الفعلى فى ١/٧/٢٠٠١ وتنتهى ٣٠/٦/٢٠٠٢م. والتى رأت الدراسة أن أهداف الخطة الإعلامية هذه لم تتحقق، أى أنها حددت الأهداف من جهة، وقدمت البرامج ما يلبي بعضها مهمة بذلك العديد من الأهداف التى وضعتها الخطة.

وتأتى السيناريوهات التالية لتعرض التصورات المستقبلية لبرامج المرأة فى التلفزيون والتى تتمثل فى عدة سيناريوهات هى:

- ١- سيناريو مرجعى.
 - ٢- سيناريو إصلاحى.
 - ٣- سيناريو متقدم.
 - ٤- سيناريو متفائل (مستقبلى).
- السيناريو الأول: مرجعى (امتدادى):**

ينطلق هذا السيناريو من التنبؤ باستمرارية الوضع الحالى، والذى يتمثل فى عدم

التفات القائمين على برامج المرأة العاملة لاحتياجاتها ورغباتها، فضلاً عن عدم انتباههم إلى فئات المرأة المختلفة (الحضرية الفقيرة والمرأة الريفية والمرأة البدوية)، وينحصر اهتمام هؤلاء القائمين على الفئة العليا من المجتمع مما يتسبب في تغيب بعض الاحتياجات التربوية، ويظل تركيز هذه البرامج على الأدوار التقليدية للمرأة مع ثبات الفقرات التالية في البرامج:

١- العناية بالمنزل وديكوراتها.

٢- مكياج وتجميل المرأة.

٣- الأطباق الغذائية.

٤- التمارين الرياضية والعناية برشاقة المرأة.

وتغيب بعض الاحتياجات التربوية التي يجب أن تنال الأهمية الكافية:

١- المشاركة السياسية والمواطنة الحقيقية.

٢- تثقيف المرأة في المجال القانوني.

٣- تثقيف المرأة في المجال الاقتصادي (تشجيع المنتجات الوطنية والإقبال عليها - ترشيد الاستهلاك والدعوة للإدخار.. الخ).

٤- المعلومات الدينية.

٥- الاهتمام بمراحل المرأة العمرية (صحياً - نفسياً - تعليمياً.. الخ).

مع بقاء الحال على ما هو عليه في مواعيد البث لهذه البرامج، والتي تتأثر في أغلب الأوقات بطول الفيلم أو إذاعة مباراة كرة القدم، أو حتى إعلانات بها يعود على التليفزيون بالأرباح الوفيرة، وبالتالي تصبح لها أولوية البث عن برامج المرأة.

بالإضافة إلى ثبات مشاركة المرأة (الجمهور) المنخفضة والتي تنحصر في الاتصالات الهاتفية التي تبث كفترة مفتوحة في فترة استضافة متخصص ما في (الطب - القانون - الدين.. الخ)، والذي يمثلها برنامج دنيا، أما باقي البرامج فتظل حبيسة الاستديو، وحبيسة تسجيل الفقرات وعرضها، وبالتالي يظل

الانفصال بين الجمهور المستهدف باحتياجاته المختلفة والقائمين على برامج المرأة.

وهذا السيناريو يحافظ على الواقع الحال دون إحداث أى جديد فى محتوى البرامج أو ميعاد إذاعتها، أو انفتاح هذه البرامج على جمهورها المستهدف.

السيناريو الثانى (إصلاحى):

وهو سيناريو يتوقع تفهم القائمين على برامج المرأة لاحتياجات جمهورها المستهدف والذي تحققة من خلال رسالتها الواضحة، التى تأتى نتيجة إجراء بعض البحوث أو الاستفادة من الدراسات التى حددت بالفعل الاحتياجات المختلفة للمرأة بفئاتها المختلفة، الحضرية، الريفية، البدوية.

كما يتوقع أن يتم خلال هذا السيناريو تعظيم الاهتمام بتدريب القائمين على هذه البرامج، وجعلهم أكثر احتكاكاً بجمهورهم المستهدف وشرائحه، وذلك بالنزول بأبحاث ميدانية لمعرفة ما يريده الجمهور، وبعدها توضع الخطة حسب رغبات الجمهور، لتقديم ما يناسبهم بأسلوب يتفق مع عقلية المرأة ومستوياتها التعليمية المختلفة والتى تتفاوت ما بين الأمية والجامعية وما فوقها من مستويات تعليمية، والسعى نحو تثقيفها وتطويرها وتنميتها من أجل تنمية المجتمع.

وسوف يكون هناك اهتماماً بالغاً بموعد إذاعة البرامج بما يتناسب مع أوقات تواجدها فى المنزل مع ظروف عمل المرأة العاملة، لكى يمكنها الاستفادة من هذه البرامج والتفاعل معها.

- محاولة زيادة عدد هذه البرامج بما يتوافق مع كل جديد فى مجال العلم والتكنولوجيا.

- التغلب على ما تفرضه القيادات من حظر مناقشة بعض الموضوعات التى تتناول الثقافة القانونية والمشاركة السياسية وغيرها.

- إتاحة فترات مفتوحة أكثر للمرأة، والمثال الموجود بالفعل فى البرامج عينة

الدراسة هو برنامج دنيا الذى تتراوح فترته الزمنية ما بين ١٥ ق و ٥٥ ق، مما سوف يسمح للمرأة بالاستفسار عما تريده فى مجالات حياتها المختلفة (الأسرية والسياسية والقانونية والصحية والتعليمية والدينية والاقتصادية) مع ضرورة أن تتواجد هذه الفترات المفتوحة فى مواعيد البث المختلفة (الصباحية - الظهرية - المسائية - السهرة).

السيناريو الثالث: (متقدم):

وهذا السيناريو أكثر موائمة لعصر العولمة وما يطرحه على الواقع من خلال السماوات المفتوحة والقنوات الفضائية الموجهة للمرأة فى كل البلاد العربية والأجنبية، بالإضافة إلى القنوات المصرية المتخصصة والتى تضم قناة للأسرة والطفل، أى أن هناك تحديات أخرى ليست فقط لتلبية الاحتياجات التقليدية أو الاحتياجات كما تم تحديدها، وإنما الاحتياجات التى تعرضها العولمة، من حيث أحدث التكنولوجيات وتحويل كل الاستخدامات إلى رقمية أكثر تقدماً، لذا فإن القائمين على هذه البرامج يجب أن يكونوا أكثر كفاءة، وتفهم لطبيعة الفئة المستهدفة ولاحتياجاتها لإمكانات التطور التى تطرأ على المجتمع فى ظل العولمة والانفتاح على الآخر بحثاً عما يلبي احتياجاتها، وبالتالى لا تصبح وسائل الإعلام ذات أثر جيد فى تكوين المواطن، ويصبح المواطن فى بلده، مواطن بجسده وب عقله وفكره وأهدافه وآماله وبالتالى يمثل الإعلام عامل جذب للفرد لا عامل طرد.

وبالتالى فإن هذا السيناريو يتجه نحو جذب برامج المرأة للمرأة وتلبية احتياجاتها المختلفة، ويسعى إلى ربطها بوطنها وتنميتها كمواطنة مصرية عربية لها مقومات المواطنة العالمية مع احتفاظها بهويتها المصرية والعربية، نتيجة لاطلاعها على كل جديد بشكل ينمى مداركها ويربطها بمجتمعها ويشركها فى حل مشكلاته وضرورة تقديم الحلول، وتفعيل دور المرأة تجاه مجتمعها الذى يلبي احتياجاتها المادية والمعنوية.

ويرى أيضاً أنه بالإمكان فتح قنوات جديدة بين المرأة والتلفزيون عن طريق

شبكة الإنترنت والهاتف، لكي تمل المرأة عليه ما ترغب في مشاهدته وما تحتاج إليه بالفعل كأى موقع على الإنترنت، حتى لا يعمل التلفزيون فى واد والجمهور المستهدف فى واد آخر.

أى أن هذا السيناريو يهدف إلى مواكبة مجتمعنا لكل ما هو جديد فى العالم المتقدم ليلحق به، ويستفيد منه ويحاكيه، وبالتالى سوف يتجه إلى استخدام التلفزيون التفاعلى، وستكون إذاعة البرامج فى التلفزيون المصرى تبعاً لرغبات الجمهور.

السيناريو الرابع (متفائل):

حيث يتوقع أن تكون إذاعة البرامج فى التلفزيون المصرى تبعاً لرغبات الجمهور، ويتم بثها بشكل يقارب فى طبيعته شبكة الإنترنت، حيث يكون محتوى هذه البرامج بمثابة أيقونات، يضغط المشاهد على إحداها ليرى (ما تحويه من معلومات تلبي احتياجات صحية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية، أسرية، تعليمية، دينية.. الخ). وتحتوى كل أيقونة على مجموعة من العناصر ويختار ما بينها ليكون أكثر تحديداً للموضوع الذى يريده، كما أنه يتيح للمشاهد أن يتصل بمتخصص عن طريق ال Shat، فيسأل الطبيب أو السياسى وغيرهما ويستقبل الإجابة التى يحتاجها، أو يتحاور مع المتخصص حتى يصل إلى إجابة لاستفساره تتفق معه وظروفه.

وإن كان هذا هو مستقبل برامج المرأة فى التلفزيون، فإن هذا يتطلب إعداد كوادر إعلامية خبراء فى مجال البرمجة، لتصميم موقع لهذه البرامج على شبكة الإنترنت تتيح مشاهدة هذه البرامج فى الوقت الذى يناسب (المرأة) المشاهدة، بالإضافة إلى الاستعانة بخبراء فى احتياجات المرأة السالف ذكرها، فى وضع المعلومات التى تناسب المرأة فى مراحلها العمرية المختلفة، ومجالات عملها أيضاً كذلك فتح مجال للمرأة فى إملاء رغباتها على الموقع لتوفير ما تحتاجه، مع الاهتمام بأسرتها وتحديد ما يحتاجه أطفالها أثناء غيابها فى العمل، ويكون هذا بمثابة تعاقد بين التلفزيون والمرأة.

ويرى هذا السيناريو أن محتوى البرامج يكون تحت إشراف المرأة كجمهور مستهدف وخبراء، دون الحاجة إلى دراسات ميدانية لتعرف احتياجات المرأة بل يكتفى بالدراسات السابقة في المجال وفتح بريد اليكترونى ترسل إليه المرأة احتياجاتها، لكي يلبىها لها التليفزيون.

وهذا السيناريو يعتمد على كثافة استخدام المعرفة والتعلم المستمر الذاتى ومدى الحياة عن بعد باستخدام الإنترنت كشبكة عالمية، تواكب عصر العولمة الذى نعيش فيه، والذى يفترض أن تمتلك كل أسرة جهاز كمبيوتر له اتصال بشبكة الإنترنت وذلك لكي لا نعيش فى اتجاه والعالم بأكمله فى اتجاه آخر.

كما يسمح هذا السيناريو بالإعلان عن السلع أو الوظائف أو التسويق بالنسبة للمرأة صاحبة المشروعات الصغيرة وتسويقها لها محليا وعالميا، أو يرشدها إلى الجهات التى تساعدنا فى تحقيق هدفها.

فضلاً عن تميز التليفزيون المحلى بمراعاة العادات والتقاليد والمحافظة على الإطار الثقافى للمجتمع، دون اللجوء إلى المواقع الأجنبية الأخرى التى تبيح ثقافتها أى شئ دون أى حظر أو رقابة.

كما يوفر هذا السيناريو إمكانية مشاهدة برامج المرأة فى الوقت الذى يناسب المرأة، حيث يتم حفظ الحلقات التى تم عرضها على الموقع الخاص هذه البرامج على شبكة الإنترنت.

مع الإتيان بضرورة نزول هذه البرامج للمجتمعات، ليكون التفاعل مباشر بين الراسل والمرسل إليه، أى بين برامج المرأة والمرأة كجمهور مستهدف فى أى مكان فى العمل أو فى الأندية الاجتماعية أو فى الشارع أو فى الريف أو فى البدو أو حتى داخل منازل هؤلاء السيدات العاملات، وذلك من أجل متابعة النشاط الذى تقوم به المرأة والذى غالباً ما تغفله كل البرامج وحتى الدراما، التى لا ترى المرأة إلا وهى تقوم بالأعمال المنزلية أو المرأة المقهورة أو المرأة الثرثرة، فالمرأة العاملة فى يومنا هذا

هى امرأة قادرة على إدارة منزلها وإدارة عملها، وتحاول جاهدة تنظيم وقتها بين أدوارها المختلفة مهما كلفها هذا من جهد أو وقت حتى ولو كان ذلك على حساب راحتها البدنية والعقلية.

أما مواعيد إذاعة هذه البرامج فيرى هذا السيناريو أهمية أن تتاح فرصة إعادة البرامج التى تذاع فى أوقات لا تناسب المرأة العاملة وإن ناسبت المرأة غير العاملة كثفة مهمة أيضا فى المجتمع، أى ضرورة إتاحة الفرصة للمرأة العاملة لمتابعة ما يوجه لها فى أى وقت يناسبها، إما البث لأول مرة أو بإعادة إذاعة هذه البرامج والحلقات التى ترغب المرأة مشاهدتها.

ضرورة الاهتمام بالمرأة العاملة وباحتياجاتها التى تتغير يوما بعد يوم حسب المواقع والوظائف التى تصل إليها فى العمل أو المجتمع كتطور طبيعى مواكب للعصر، مع العلم أن هناك مجالات عمل يمكن أن تقوم بها المرأة وتمارسها من داخل منزلها عبر الإنترنت كالتسويق والبحث العلمى والتدريب والتعليم عن بعد.

مع الاهتمام بمناقشة قضايا المرأة المختلفة ومحاولة الاستفادة من طاقات المرأة العاملة وخبرتها كمنادج ناجحة فى معالجة الكثير من المشكلات التى تواجه المرأة فى مستقبل مسؤولياتها الأسرية (الزوجة الحديثة) أو (الأم لأول مرة) فى تولى مهام هذا الدور الجديد.

يعد هذا السيناريو متفائلا بدرجة كبيرة، ولكى يتحقق فإن له العديد من المتطلبات أهمها:

١- إنشاء مواقع للقناتين الرئيسيتين فى التلفزيون المصرى على شبكة الإنترنت، أو فتح بريد إلكترونى لها على الإنترنت، لتلقى طلبات المشاهدات لكى يمكن تليتها عبر الشاشة الصغيرة.

٢- محو أمية المشاهدات ليس الأبجدية فقط، وإنما محو الأمية الكمبيوترية لجميع أفراد الأسرة لكى يمكنهم التعامل مع هذه التقنيات المتجددة، بالإضافة إلى

الحرص على توفير فرص التدريب المختلفة في كل المجالات وخاصة مجال اللغات الأجنبية والحاسبات.

٣- الاستعانة بخبراء في مجال البرمجيات لتصميم المواقع، وتصنيف البريد الإلكتروني حسب الاحتياجات التي تملئها المشاهدات.

٤- الاستعانة بخبراء في المجالات المختلفة (الطب - التربية - الاجتماع - السياسة - الدين - الاقتصاد -.. الخ) ليكونوا بنكا للمعلومات لهذه البرامج وليكونوا On Line في أوقات يحددها لاستقبال أسئلة المشاهدات ويحيوا عليها.

أما باقى البرامج عينة الدراسة والتي أكد تحليل مضمونها أنها تلبى العديد من الاحتياجات المهمة للمرأة، وفتحها مجالاً للحوار مع المرأة الخيرة والمسئولة والمرأة المشاهدة (الجمهور) عن طريق التليفون والبريد الإلكتروني، إلا أن ميعاد بثها يجب أن يتم تحديده بناء على رغبة الجمهور المستهدف (المُرسل إليه)، واستطلاع رأى هذا الجمهور فيما تقدمه، ومتابعة كل جديد يطرأ على حياة هذه المرأة في مجالات حياتها المختلفة (تعليم - دين - سياسة - اقتصاد - قانون وغيرها)، حتى لا يفقد التليفزيون هذا الصندوق الساحر دوره في تنمية المجتمع وتلبية احتياجات شرائح جمهوره المختلفة.

ملخص:

وتعد هذه السيناريوهات دعوة للتفاعل بين التليفزيون وجمهوره لتكوين مجتمع واع متفاعل، له طموح وآمال وقدرات، يلبي بدوره كل ما يمس جوانب الحياة الأسرية والوطنية، وتخص المرأة التي تمثل العضو الأساسى فى الأسرة، لأنها المسئول الأول عن البيت والأولاد، ليس بالتدبير والإدارة فقط وإنما أحيانا بالتمويل، دون إغفال أن بعض الأسر تعولها امرأة، وبعض الأسر التي بها امرأة عاملة تساهم في تمويل كيان الأسرة، لذا فإن تلبية احتياجاتها التربوية المختلفة يساعدها في النجاح والتقدم والرقى من أجل تقدم ورقى مجتمعنا.

خاصة أننا نعيش في عصر يتطلب وجود مواطن متعلم مثقف مدرب، قادر على التعامل مع الآخر ومع الوسائل التكنولوجية المتطورة والاستفادة بها، ولن تكون مبالغة في القول أنه يجب أن يسعى إلى تحديثها واختراع الجديد في هذا المجال، ولا يقف دوره عند حد الاستخدام فقط (User)، لذا فإن دور التليفزيون يتعاضد في هذا العصر ودوره أهم بكثير من المراحل الزمنية السابقة، لأنه يجب أن يتبع هذا التقدم ويسعى إلى تثقيف جمهوره بكل ما هو جديد وما هو متطور من أجل تنميته كفرد وبالتالي تطوير مجتمعه ووطنه.

ولن تتحقق الأهداف المنشودة من التليفزيون إلا بتضافر جهود العديد من الهيئات الحكومية المهمة (بالعليم - والصحة - والسياسة والدين والقانون وغيرها) والاستفادة من آراء الخبراء في هذه المجالات ومشاركتها في تقديم وإعداد بعض البرامج حسب الموضوعات التي يجب تناولها.