

الفصل التمهيدي المدخل العام للدراسة

▶ مقدمة الدراسة

▶ مشكلة الدراسة

▶ أهمية الدراسة

▶ أهداف الدراسة

▶ التعريفات الإجرائية لبعض مصطلحات الدراسة

▶ موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

▶ فصول الدراسة وأقسامها

الفصل التمهيدي

مقدمة الدراسة

إن القيم التي تبتثها وسائل الإعلام بصورها الثلاثة المقروءة والمسموعة والمرئية والواقع الثقافي المتردى يقدمان المرأة من رؤية تعمق مفاهيم التمييز وعدم المساواة. وتعتبر المرأة سلعاً وأداة في الإعلانات للإثارة أيضاً حيث تسلط الضوء على النماذج المنحرفة والمسطحة فكرياً وتشوه صورة المرأة المستنيرة والعاملة بتقديمها على أنها نموذج للمرأة المسترجلة التي تخلت عن أنوثتها ودورها كأم وزوجة وتقدمها بأنانية احتياجاتها الفردية على كل من حولها ويقترن تحقيقها لذاتها بإدارتها الصراع مع الرجل لا بمنطق التكامل الانساني معه. ويندر أن يقدم الإعلام المرأة على أنها مناضلة أو شاعرة أو عالمة أو مفكرة أو مبدعة مما أدى إلى تشويه صورتها وتهميش أدوارها في المجتمع. (1)

كما أن الإعلام يمارس دوراً سلبياً تجاه الكيفية التي يعالج بها النماذج الواقعية للمرأة الفقيرة والمتروجة والعاملة. فهو يضعها في أنماط وقوالب جامدة تجعل منها شيئاً لا إنسان. وتتناقض هذه الصورة التي يعرضها الإعلام مع كافة المواثيق الدولية التي تتصل بالمرأة وحقوقها كأنسانة لا كنوع اجتماعي يمارس الإعلام تجاهها التمييز بكل صوره مما يبعدها عن أدوارها الحقيقية في المجتمع التي تتصل بدورها في التنمية. (2)

وتتأثر السياسات الإعلامية في أي مجتمع بجماعات المصالح المسيطرة على مراكز النفوذ الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الدولة بالإضافة إلى طبيعة النظام السياسي الحاكم وأيديولوجيته التي تتحكم في أداء المؤسسات الإعلامية من خلال نقل الصور والمعلومات التي تساهم في صياغة أجندة أولويات وسائل الإعلام الموجهه للرأى العام تجاه النماذج الواقعية للمرأة المصرية.

كما أن صانعي السياسات الإعلامية لا يأخذون في إعتبارهم عند وضع قائمة الأولويات لوسائل الإعلام المختلفة أهمية الدراسات الاجتماعية والإعلامية كمرجع أساسى يعكس واقع المرأة كما هو ويحاول تفسيره أو طرح معالجة بديلة لتناول النماذج الواقعية للمرأة ومشكلاتها بل تتأثر هذه السياسات الإعلامية بأجندة أولويات النظام السياسي و بجماعات المصالح فى الوقت ذاته. وبالتالي لم تطرح دراسات استكشافية عن الدور المستقبلى لوسائل الإعلام فى معالجة

(1) سلوى العامرى، ناهد رمزى، وفيه مجدى، وآخرون: صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام دراسة تحليلي مضمون الصحافة النسائية، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، هيئة بحث تغيير الوضع الاجتماعي للمرأة فى مصر المعاصرة، 1983، ص 331.

(2) <http://www.arabwomenorg.org/Content/ArabWomenMediaStrategy.pdf>

النماذج الواقعية للمرأة المصرية وحيث لا توجد سياسات إعلامية بديلة محددة الأهداف والوسائل تعتمد على الحقيقة في تناول ومعالجة هذه النماذج كما هي موجودة بالفعل في الواقع دون تزييف أو تحريف. بحيث لا يصبح الإعلام أداة لقهر المرأة بدلاً من مسانبتها وتقديم الدعم لها.

وهنا يمكن أن نشير إلى أن اتفاقية السيداو (Cedaw) (*) التي تعنى القضاء على أشكال

التمييز كافة ضد المرأة⁽¹⁾. حيث تشكل النساء نسبة كبيرة من الفقراء في العالم وقد ازداد عدد النساء اللاتي يعشن في الفقر الريفي بنسبة 50% منذ عام 1975. وبالرغم من أن النساء العلامات تعملن ثلثي عدد ساعات العمل في العالم وينتجن نصف الغذاء إلا أنهن يكسبن 10% فقط من الدخل في العالم ويملكن أقل من 1% من الموارد والثروات في العالم.⁽²⁾

وعلى الرغم من التعددية الثقافية والحضارية فإن معظم تقارير المنظمات النسائية الدولية تكشف عن أن حقوق المرأة تنتهك في أغلب المجتمعات وإن كانت بدرجات متفاوتة في حدتها إذ تشير إلى أن المرأة العربية تعاني من مشكلات متنوعة فمازلت المرأة في السعودية تحرم حتى من قيادة السيارات.⁽³⁾ كما توضع قيود على حق المرأة في التنقل والسفر في أغلب الدول العربية وفي مصر هناك جريمة الزنا وعدم المساواة بين الرجل والمرأة في العقوبة المترتبة عليها والتحرش الجنسي⁽⁴⁾

ومن هنا أتت الدعوة لجميع الدول المصدقة على اتفاقية السيداو (Cedaw) لمراجعة تشريعاتها الداخلية وتنقيتها من أي مفاهيم قد تتطوى على تمييز ضد المرأة. ومن غير المتصور إمكانية حدوث تغير جوهري في أوضاع المرأة دون أن يصاحبه تغير مماثل في قيم الرجال. ومن هذه الزاوية تبرز أهمية إعادة بناء القيم الاجتماعية والتخلص من المعايير المزدوجة في كل مظاهر الحياة التي تركز فكرة تبعية المرأة للرجل وتتجاهل التعامل مع المرأة كأنسانة.⁽⁵⁾ وتحاول الباحثة في هذا السياق التركيز على النماذج الواقعية للمرأة المصرية الفقيرة والمتزوجة والعاملة والسياسات الإعلامية البديلة.

(*) اتفاقية السيداو. اعتمدت وعرضت للتوقيع والتصديق بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 180/34، المؤرخ في 18 كانون الأول/ديسمبر 1979. تاريخ بدء النفاذ 3 أيلول/سبتمبر 1981 وفق أحكام المادة (27) 1.

(1) انتصار السعيد: المرأة المصرية بين الواقع والقانون. المنظمة العربية للإصلاح الجنائي. 2000. ص 17، 18.

(2) http://www.ohchr.org/ar/Issues/Discrimination/Pages/discrimination_women.aspx

(3) انتصار السعيد: مرجع سابق. ص 18.

(4) انتصار السعيد : المرجع السابق. ص 18.

(5) المرجع سابق. ص 18.

مشكلة الدراسة

إن الباحثة لاحظت وجود فجوة كبيرة بين الواقع المغلوط أو المتوهم للنماذج الواقعية للمرأة المصرية كما تصوره حالياً وسائل الإعلام وبين الواقع الحقيقي للمرأة كما أوضحتها أبحاثه الدراسات الاجتماعية والإعلامية المتخصصة .

و يتمثل موضوع الدراسة فى أن أداء الإعلام والكيفية التى يصور بها النماذج الواقعية للمرأة والعوامل المتصلة بهذه الكيفية التى يصور بها أى نموذج من المرأة الفقيرة والمرأة المتروجة والمرأة العاملة فهو يتعرض لهذه الجوانب بشكل بعيد عن واقعها الذى تعيشه فى الحياة اليومية. كما أنه يمارس دوراً سلبياً تجاهها فهو يضعها فى أنماط وقوالب جامدة تجعل من المرأة شىء لا كإنسان.

ويتلخص موضوع البحث فى الجوانب التالية :

أولاً الكيفية التى يصور بها الإعلام النموذج الواقعي للمرأة المصرية الفقيرة من حيث: المقصود بها وفئاتها مظاهر الفقر عندها ومدى ارتباط الفقر بالمكان الذى تعيش به المرأة وأسباب فقرها كما يتصل بكشف الأطراف المتسببة فى فقرها والممارسات التى تتصل بفقرها أى حرمانها من التعليم ومن الميراث ومن الترقى فى العمل هذا علاوة على التعرف على نتائج فقرها وتقديم حلول علمية وعملية مقترحة لحل مشكلة المرأة الفقيرة .

ثانياً: الكيفية التى يصور بها الإعلام النموذج الواقعي للمرأة المصرية المتروجة من حيث: مدى حرية المرأة فى اختيار شريك الحياة إلى جانب طرح موضوع الزواج فى مصر وأدوار المرأة المتروجة ومكانتها وصراع الأدوار ومشكلاتها والعنف ضدها إلى جانب الحفاظ على صحتها و الضوابط الأخلاقية والقانونية لمكافحة العنف ضدها .

ثالثاً: الكيفية التى يصور بها الإعلام النموذج الواقعي للمرأة المصرية العاملة من حيث واقعها والشرائح الاجتماعية التى تنتمى إليها والعوامل الاجتماعية المؤثرة فى تحديد اتجاهاتها نحو العمل وفرص العمل الآمنة المتاحة لها وأدوارها فى العمل والأسرة إلى جانب مدى قدرتها على التوفيق بينهما وما يتصل بمستواها المعيشى على العموم .

رابعاً: العوامل التى تؤثر فى أداء الإعلام على مستوى العاملين بمؤسساته وأنتمائتهم الفكرية أى كونهم ليبراليون أو قوميون أو اشتراكون أو حتى اسلاميون أو علمانيون بالإضافة إلى وضعهم الاجتماعى والوسيلة التى يعملون بها واختلاف ملكية هذه الوسيلة ومدى الحرية المسموح بها لهم ومدى التأثير بقائمة الأولويات الداخلية للنظام السياسى أوبقائمة الأولويات التى تخدم مصالح القوى الخارجية.

ولهذا حيث إن الإجابة عن تساؤل الكيفية التى يتناول بها الإعلام نماذج المرأة السابقة تهدف إلى كشف اتجاهات المهنيين فى مجال الإعلام نحو أداء الإعلام والسياسات التى يتبعها

إن وجدت وعلاقته هذه السياسات بالجوانب السالف ذكرها .

أهمية الدراسة

تتقسم أهمية الدراسة إلى قسمين هما الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية وتتمثل الأهمية النظرية لهذه الدراسة فى الآتى:

► مسح التراث الاجتماعى بشكل انتقائى لمعرفة كيف تصور الدراسات الاجتماعية النماذج الثلاثة للمرأة المصرية وهى نموذج المرأة المصرية الفقيرة ونموذج المرأة المصرية المتزوجة ونموذج المرأة المصرية العاملة بالإضافة لمسح التراث الإعلامى وتصويره لتلك النماذج من أجل اقتراح إطار تصورى يوجه الدراسات الإعلامية ويكون ذو طابع سوسيو إعلامى متكامل وهذا ما ستسفر إليه الدراسة فى هذا المجال .

► إثراء التراث السوسيو إعلامى من خلال التركيز على متغيرات الدراسة وهى تصوير النماذج الواقعية للمرأة بين الدراسات الاجتماعية المتخصصة والسياسات الإعلامية البديلة.

أما الأهمية التطبيقية فتبدو فى جوانب عديدة :

► سد الفجوة الموجودة بين الدراسات الاجتماعية المتخصصة التى تعرض النماذج الواقعية للمرأة المصرية وبين أداء الإعلام الحالى.

► أنه من الممكن من خلال النتائج التى ستطرحها الدراسة الميدانية وضع تصور مقترح للسياسات إعلامية بديلة تركز على الواقع الذى تعيشه المرأة كما تصوره الدراسات الاجتماعية المتخصصة من خلال الأستناد إلى الحقائق التى تطرحها العلوم الاجتماعية والإعلامية وبخاصة من الجانب الذى يتصل بواقع المرأة.

► انه للأماكن التعرف على اتجاهات الإعلاميين أنفسهم، وتقييمهم لأداء الإعلام ما قد يترتب عليه صورة من التفاعل من جانب المبحوثين مع ما يطرح من قضايا قد تجعل البعض يضيف إلى أدائه المهني شيئاً من النتائج التى تتصل بواقع المرأة .

► التعرف على اتجاهات الأكاديمين ورأيهم حول ما يقوم به الإعلام تجاه تصوير النماذج الثلاثة للمرأة المصرية.

► التعرف على اتجاهات النشطين سياسياً وتقييمهم لدور الإعلام.

► هذه الرسالة تقدم مجموعة من التوصيات والخبرات التى يمكن أن يسترشد بها صناع القرار عندما يحاولون وضع سياسة جديدة تتعلق بتصوير واقع المرأة فى الإعلام.

أهداف الدراسة

وما يتصل بأهداف الدراسة الحالية فإن لها هدفاً رئيسياً وهو التعرف على الكيفية التى يصور بها الإعلام للثلاثة نماذج للمرأة والعوامل المرتبطة بها وأوجه النقص أو الصدق فى تصويره لهذه النماذج .

أما الأهداف الفرعية فتبدو فيما يلي:

- ▶ التعرف على الواقع الذى تعيشه المرأة كما تصوره الدراسات الاجتماعية المتخصصة من خلال الاستناد إلى الحقائق .
 - ▶ الكشف عن تصوير الدراسات الاجتماعية لنماذج المرأة الثلاثة
 - ▶ تحديد ثلاث نماذج عامة كاملة من الدراسات الاجتماعية للمرأة المصرية وهى المرأة الفقيرة والمتزوجة والعاملة .
 - ▶ وضع رؤية نظرية تقيم الدراسات الاجتماعية وتقييم أداء الإعلام فى الوقت ذاته
 - ▶ شرح الكيفية التى يصور بها الإعلام النماذج الثلاثة الواقعية للمرأة المصرية
 - ▶ تقييم الدراسات الإعلامية المتخصصة لأداء الإعلام فى معالجة للنماذج الثلاثة للمرأة .
 - ▶ الكشف عن أوجه الاتفاق والأختلاف بين التقييمات السابقة بهدف الوصول إلى تقييم امثل لأداء الإعلام فى مجال تصوير واقع المرأة بفئاتها الثلاثة
- التعريفات الإجرائية لبعض مصطلحات الدراسة:**

تحتوى الدراسة على مفهومات تمت صياغتها للمرة الأولى لتلائم الغرض من إجرائها وهذه تتمثل فى النماذج الواقعية للمرأة المصرية والدراسات الاجتماعية المتخصصة والسياسات الإعلامية البديلة

أ- مفهوم النماذج الواقعية للمرأة المصرية:

تعتبر النماذج التى تم صياغتها نظرياً حول المرأة الفقيرة والمتزوجة والعاملة إطاراً عاماً تتفرع منه نماذج فرعية حسب الشرائح الاجتماعية التى تنتمى إليها ومستوى التعليم ويمكن استخدامها لمعرفة تصوير الدراسات الإعلامية لها ومضاهاتها مع اتجاهات الإعلاميين والنشطين سياسياً والأكاديميين. وقد حددت الباحثة ثلاثة تعريفات إجرائية للنماذج الواقعية للمرأة المصرية وهى:

أولها التعريف الإجرائى للنموذج الواقعى للمرأة المصرية الفقيرة:

يعرض هذا النموذج مفهوم المرأة الفقيرة والفئة العمرية التى تنتمى إليها والمجتمع المحلى الذى تعيش به المهنة التى تعمل بها ومكانتها المهنية ونمط استهلاكها من السلع والخدمات التعليمية والصحية ودخلها وأوجه انفاقها لهذا الدخل والعوامل المرتبطة بقرها والتى تتمثل فى سياسات الدولة التى تتبعها ومن أمثلتها سياسة الخصخصة وتأثير الثقافة الذكورية وسيطرة الفكر الأبوى فى المؤسسات على إفقار المرأة والأطراف المرتبطة بقرها ومظاهر فقرها ومعالجة الإعلام لنموذج المرأة الفقيرة .

ثانيها التعريف الإجرائى للنموذج الواقعى للمرأة المصرية المتزوجة:

يتناول هذا النموذج إتمام عملية الزواج ومدى تأثير ذلك بالشرائح الاجتماعية المختلفة

وموضوع الأختيار الزواجى والأسباب الاقتصادية والاجتماعية والنفسية التى تدفع المرأة للزواج بالإضافة لأساليب الاختيار الزواجى سواء كان أسلوب والدى أو شخصى وعرض أدوار المرأة المتزوجة ومكانتها ومشكلاتها كمتزوجة ومعالجة الإعلام للنموذج الواقعى للمرأة المصرية كمتزوجة .

ثالثها التعريف الإجرائى للنموذج الواقعى للمرأة المصرية العاملة

يشتمل على الفئات الاجتماعية التى تنتمى إليها المرأة ومفهومها ودوافع خروجها للعمل والشرائح المهنية المختلفة لها والتوزيع المهنى لعمالة المرأة وحقوق المرأة العاملة وأدوارها ومشكلاتها والنمط السائد عن المرأة الناجحة فى عملها والتمييز ضدها فى العمل وأسبابه ومظاهره الواضحة فى فرص التعيين والتمييز فى الأجور والتدريب والتأهيل بالإضافة لعائد العمل النسائى وفرص الترقى واستبعاد المرأة من مواقع صنع القرار وعرض معالجة الإعلام لهذا النموذج وما يرتبط به من مهن وشرائح.

ب- الدراسات الاجتماعية المتخصصة:

تقصد بها الباحثه تلك الفروع العلمية التى تتصل بالمجتمع سواء كانت ذات طابع نظرى عام أو تطبيقى وهذه تنقسم إلى شقين هما الدراسات السوسولوجية المتخصصة والدراسات الإعلامية.

1- الدراسات السوسولوجية المتخصصة هى الدراسات التى تقيم وتنصب أساساً على المجتمع أو على ظاهرة من ظواهره فى مجال الاقتصاد والاجتماع والتنمية والأسرة والدراسات النسوية .

وتشتمل الدراسات السوسولوجية المتخصصة على:

► الدراسات الاقتصادية والتنموية وهذه تنقسم إلى الدراسات التى تناولت قضية الفقر بشكل عام من حيث مفهومه وأنواعه وقياسه وفئاته وسياسات الدولة وأسبابه والعوامل المرتبطة به والنظريات المفسره له والدراسات التى تناولت واقع المرأة الفقيرة ومكوناته من حيث مفهومها وفئاتها وأسباب فقرها ومظاهره وأبعاد نتائجه والعوامل المرتبطة به والنظريات المفسره لفقرها وأدوارها ومكانتها

► الدراسات الاجتماعية والأسرية و تنقسم إلى الدراسات التى تناولت قضية الزواج من حيث مفهوم الاختيار الزواجى والعوامل المؤثره فيه وأساليب الأختيار والتوافق الزواجى ومشكلاته.و الدراسات التى تناولت الأسرة والتغيرات التى طرأت عليها من حيث وظائف الأسرة وتأثير التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية عليها والمنظورات السوسولوجية حول مشكلات الأسرة والدراسات التى تناولت واقع المرأة وخاصة واقع المرأة المتزوجة ومكوناته من حيث أدوارها ومكانتها وصراع الدور وحق المرأة فى الميراث ونظرة

الرجل لها ووضعها إذا كانت امرأة متزوجة وعاملة والعنف ضدها ومشكلاتها. **►** الدراسات النسوية وبخاصة المتعلقة بالنوع الاجتماعي وهي الدراسات التي تناولت قضية عمل المرأة من حيث المحددات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتشريعية وسياسات الدولة المتبعية وواقع المرأة العاملة من حيث المشاركة الاقتصادية والفرص الاقتصادية المتاحة لها والتمكين السياسي والإلتحاق بالتعليم والصحة والرفاهية وأشكال التمييز ضدها وأسبابه ومظاهره والرؤى النظرية المفسره له. والدراسات التي تناولت المرأة العاملة من حيث مفهومها والخصائص الاجتماعية وفرص العمل المتاحة لها والمكانة الاجتماعية والمهنية وأدوارها ومشكلاتها.

2- الدراسات الإعلامية هي الدراسات التي تقيم أداء الإعلام لتصوير النماذج الواقعية للمرأة المصرية ومدى معالجتها لتلك النماذج.

ج- مفهوم السياسات الإعلامية البديلة:

تعرفها منظمة اليونسكو بأنها المبادئ المتكاملة والواضحة والدائمة والقابلة للتطبيق بوساطة المؤسسات المشتركة في الإعلام الجماهيري بشكل مركزي في بلد ما. تنتقد الباحثة هذا التعريف غير المحدد المعالم حيث أن مركزية الإعلام ليست هي الإعلام البديل وأن وسائل الإعلام الجديدة كالانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية وليست هي الأخرى إعلام بديل.

وتعرفها اللجنة العربية لدراسة مشكلات الاتصال والإعلام بأنها مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة و رقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل نتائج الاجتماعية في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي⁽¹⁾

أما عن تعريف اللجنة العربية فهو تعريفاً غامضاً فماذا يعنى تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية؟ فهو غير واضحاً بالإضافة إلى أنه لا يوجد ما يعرف بالنموذج السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي.

ج- التعريف الإجرائي للسياسات الإعلامية البديلة:

يتمثل في أن السياسات الإعلامية البديلة هو الاتجاه نحو الحقيقة Truth-oriented من جانب وسائل الإعلام من خلال رؤية علمية محددة وواضحة المعالم تضع أهدافاً ووسائلاً تهتم بنقل الواقع الفعلي الذي تعيشه المرأة في المجتمع كما هو سواء اتصل هذا الواقع

(1) صالح عبد القادر معروف، التخطيط الاعلامي وصعوباته في الدول النامية، مركز دراسات الوحدة العربية

بحاجاتها المادية أو المعنوية ومشكلاتها وأدوارها كإنسانه لا كنوع اجتماعي. وأن يكون له طابعاً نقدياً ولا يكون إعلاماً فئوياً من حيث معالجة الشرائح الاجتماعية بحيث لا يكون اهتمامه منصباً على الشرائح العليا وال فوق متوسطة بالمدن وإغفال الشرائح الوسطى والدنيا في الريف ونجوع الصعيد. وينبغي ألا يكون تابعاً للنظام السياسي الحاكم ويروج لأجندته واهتماماته على حساب الاهتمام بالمصلحة العامة للدولة أي يكون نابعاً من الشعب. وأن لا يرتبط بمصالح المؤسسات الإعلامية أو أنه يكون تابعاً للإعلام الغربي. وأن يكون على الطرف الآخر من الإعلام الموجود بحيث يكون وسيطاً بين مؤسسات المجتمع المدني وبين مؤسسات الدولة. وذلك بإستخدام الأساليب الكلية لتصوير النماذج الواقعية للمرأة المصرية في الدراسات الاجتماعية المتخصصة والإعلامية وقياس اتجاهات المهنيين في مجال الإعلام لاقتراح نموذج بديل لسياسة إعلامية برؤية واقعية يمكن تنفيذها من خلال الأهداف والوسائل التي تمت تحديدها مسبقاً .

موقع الدراسة الحالية من الدراسات الاجتماعية السابقة:

هناك ركام ضخم من الأبحاث في العلوم الاجتماعية و يتمثل في جانب منه في الدراسات السوسيولوجية النظرية والميدانية التي تهتم برصد احتياجات المرأة ومشكلاتها الواقعية. حيث لعبت الدراسات السوسيولوجية دوراً رائداً في الكشف عن النماذج الواقعية للمرأة المصرية ولاسيما تراث البحث في الثمانينيات.

كما حظيت قضايا المرأة المصرية باهتمام من جانب الدراسات الإعلامية أيضاً فقد شكلت قضية المرأة والإعلام خلال العقود الأخيرة واحدة من أبرز القضايا التي شغلت الباحثين والساساة والمدافعين عن حقوق النساء في الوطن العربي بعد أن كشفت العديد من الدراسات المتعاقبة الأبعاد السلبية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصورة المرأة التي تتداولها وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية بالإضافة لما تقوم به هذه الوسائل الإعلامية الوطنية والإقليمية والعالمية من تشييء لصورة المرأة.

كما تشير الدراسات الإعلامية إلى وجود فجوة حقيقية بين محتوى السياسات الإعلامية المتمثل في صانعي السياسة وواضعي أهدافها ورؤيتها وخططها وبرامجها في الوطن العربي وبين الدراسات الاجتماعية التي صورت النماذج الواقعية للمرأة وتناولت قضاياها وبالأخص الدراسات النسوية ويرجع ذلك لأن الجمع بين الدراسات الاجتماعية والإعلامية لم يكن موضع اهتمام من قبل المتخصصين ولم توجد دراسات تركز على الجمع بين محتوى الدراسات الاجتماعية والإعلامية كأساس للمعالجة الإعلامية القائمة على اعتبارات مهنية وأخلاقية تعرض الواقع كما هو استناداً إلى الحقائق الكلية .

ويظهر موقع الدراسة بشكل متقاطع مع باقي الدراسات الاجتماعية والإعلامية السابقة

فتحاول هذه الدراسة معالجة الفجوة الموجودة بين الدراسات الاجتماعية المتخصصة وبين الدراسات الإعلامية وبين سياسات الإعلام وصانعيها وأجندتها كمحاولة لوضع تصور لسياسات إعلامية بديلة.

فصول الدراسة وأقسامها

تنقسم الدراسة إلى قسمين أولها القسم النظري وثانيها القسم المنهجي

فيشتمل القسم النظري على أربعة فصول وهي الآتي:

الفصل التمهيدي: المدخل العام للدراسة ويحتوي على مقدمة الدراسة ومشكلة الدراسة وأهمية الدراسة وأهداف الدراسة والتعريفات الإجرائية لبعض مصطلحات الدراسة وموقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة وفصول الدراسة وأقسامها.

الفصل الأول: النموذج الواقعي للمرأة المصرية الفقيرة ويركز على محورين أولها قضية الفقر والذي يعرض مفهوم الفقر وأنواعه وتعريف الفقراء وقياسه وفئات الفقراء وسياسات الدولة وأسبابه والعوامل المرتبطة به ونظريات حول الفقر. وثانيها المرأة الفقيرة ويعرض مفهومها ومظاهر الفقر عندها ومؤشراته والعوامل المرتبطة به وأبعاد فقرها ومكانة المرأة الفقيرة وأدوارها وفئاتها والدراسات والأبحاث ذات العلاقة بالمرأة الفقيرة ويختم الفصل بالمناقشة والتعقيب.

الفصل الثاني: النموذج الواقعي للمرأة المصرية المتزوجة و يتناول أربعة محاور أولها قضية الزواج ويعرض مفهوم الاختيار الزواجي والعوامل المؤثرة فيه وأساليبه والتوافق الزواجي ومشكلاته، ثانيها الأسرة والتغير ويحتوي على وظائف الأسرة والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي أثرت عليها والمنظورات السوسيولوجية حول مشكلات الأسرة ثالثها المرأة المصرية وأدوارها ومكانتها ونظرة الرجل إليها رابعها المرأة المتزوجة وأدوارها ومكانتها وعملها ونظرة الرجل إليها والعنف ضدها ويختم بالمناقشة والتعقيب.

الفصل الثالث: النموذج الواقعي للمرأة المصرية العاملة ويعرض محورين أولهما قضية عمل المرأة ويركز على أهم المداخل التي تناولت عملها، والمحددات غير الاقتصادية والثقافية التي تواجه النساء على مستوى الدولة والمستوى الثقافي والمستوى التشريعي والعوامل الاجتماعية المؤثرة على تحديد اتجاهات المرأة نحو العمل والتميز ضدها ونصيب المرأة من قوة العمل والعوامل المرتبطة به وسياسات الدولة والرؤى النظرية المفسرة لواقع المرأة وثانيها المرأة العاملة ويركز على مفهوم المرأة العاملة والخصائص الاجتماعية لها وفرص العمل المتاحة لها ومجال العمل والمكانة المهنية والاجتماعية وأدوارها ومشكلاتها.

الفصل الرابع: السياسات الإعلامية ومعالجة النماذج الواقعية للمرأة المصرية و يناقش أربعة محاور أولها سياسات الاتصال والإعلام ويحتوي على السياسات الإعلامية ومحددات الممارسة الإعلامية في وسائل الإعلام والنظم السياسية والتجربة الإعلامية العربية والمرأة

الإعلامية بين التشريع والممارسة والرؤى النظرية المفسرة لممارسة الإعلام، ثانيها الدراسات الإعلامية السابقة وتشتمل على الدراسات العربية الخاصة بالمرأة والإعلام المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة والقيادات الإعلامية النسائية والقضايا النسائية المستبعدة فى الإعلام والدراسات الأجنبية النقدية: المرأة والجنس والإعلام و الدراسات المصرية الخاصة بالمرأة والإعلام من حيث الصعوبات التى تواجه البحوث الإعلامية وتوصيات الدراسات السابقة لمعالجة قضايا المرأة وثالثها السياسات الإعلامية والنماذج الواقعية للمرأة المصرية والذى يركز على معالجة الإعلام للنماذج الثلاثة للمرأة الفقيرة والمتزوجة والعاملة ورابعها يختم بتقييم الدراسات الاجتماعية والإعلامية السابقة .

أما القسم المنهاجى ينقسم إلى ثلاثة فصول هما:

الفصل الخامس: الإطار النظرى والمنهاجى للدراسة الميدانية الذى يتناول التوجه النظرى و الرؤية السوسيو إعلامية للنماذج الواقعية للمرأة المصرية بالإضافة إلى الإطار التصورى العام للنماذج الثلاثة وعرض الجانب المنهاجى للدراسة الميدانية من خلال الإجراءات المنهاجية للدراسة وهى تىضم نوع الدراسة ومهاجية الدراسة وطريقة الدراسة وأداة الدراسة ومحتوى الأداة ومجالات الدراسة وعينة الدراسة ونوعها وفتاتها وشروط اختيارها وعرض المعلومات المستمدة من الدراسة وصعوبات الدراسة الميدانية.

والفصل السادس: تقييم أداء الإعلام لواقع المرأة من وجهة نظر علماء الاجتماع والنشطاء سياسياً ويعرض عينة أعضاء هيئات التدريس بتخصص السوسولوجيا وفئة النشطين سياسياً من المجتمع المدنى. أما الفصل السابع: تقييم أداء الإعلام لواقع المرأة من وجهة نظر المهنيين فى مجال الإعلام ويشتمل على ثلاثة فئات أولهما فئة أعضاء هيئات التدريس تخصص سوسولوجيا الاتصال والإعلام والإعلام (البحث) والإعلاميين (هيئة). ويختم بالنتائج الأولية للدراسة الميدانية بالإضافة إلى النتائج العامة للدراسة الميدانية لفئات الدراسة.

وتختم الدراسة بتقديم تصور علمى مقترح للسياسات الإعلامية البديلة لمعالجة النماذج الواقعية للمرأة المصرية واقتراح موضوعات للبرامج الإعلامية التى يمكن تنفيذها من خلال الإعلاميين للأخذ بها عند وضع قائمة الأولويات بالإضافة لتوصيات الدراسة.