

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع وتبنى مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

دراسة مسحية

د/ نهى عاطف العبد*

مقدمة:

ظهر مفهوم تحسين جودة الحياة خلال السنوات الأخيرة وارتبط بالكثير من الفاعليات التي تتمحور حول المرأة ولما كان هذا المفهوم يمس الدول النامية بشكل كبير، أصبح هناك ضرورة لتمكين المرأة على كل المستويات للضلع بهذا الدور المحورى وهو تحسين جودة الحياة وإلغاء التمايز الثقافى والاجتماعى بين الرجل والمرأة وتكريس الأدوار التقليدية للمرأة كأم معطاءة وزوجة خاضعة وابنة مطيعة مع اهمال واضح لنساء الريف والبوادى والعشوائيات وتكريس صورة المرأة الأنثى التي ومع تكرارها تدفع المرأة إلى الاقتناع بمحدودية دورها مما ينعكس بالسلب على تقدم المجتمع الذى يصبح مجتمع اعرج يسير على قدم واحدة كما أكد ذلك استاذنا أ.د. عاطف العبد فى رسالته حول المرأة الريفية منذ عقود مضت وتلك الصورة السلبية لم تتغير وهى من القضايا المسكوت عنها والتي تتطوى على الكثير من العنف البدنى والمعنوى ضد المرأة، حتى مع التوسع فى المساحات المخصصة إعلامياً للمرأة وفى ذلك الإطار تؤكد هذه الدراسة على ضرورة تبنى برامج المرأة مفاهيم تحسين جودة الحياة وعدم اقتصارها على تكريس الدور التقليدى للمرأة من تجميل وطبخ وديكور واستبدالها بالتركيز على توعية المرأة ثقافياً وسياسياً واجتماعياً وصحياً سعياً وراء

* الأستاذ المساعد بكلية الإعلام - جامعة بنى سويف.

النهوض بالمجتمع ككل حيث تمثل المرأة أكثر من نصفه، حيث أنها نصف المجتمع وتسهم في تربية وتنشئة النصف الآخر.

أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها:

انطلقت هذه الدراسة من موقفاً مشكلاً متمثلاً في الأوضاع المتردية للمرأة العربية وكثرة الممارسات السلبية ضدها من ناحية وتعاضم دورها في المجتمع بشكل متناقض من ناحية أخرى، واستمرار تكريس الدور التقليدي للمرأة في المضامين الإعلامية بوجه عام وبرامج المرأة بوجه خاص، لذلك تحاول هذه الدراسة تحليل مضمون برامج المرأة المفضلة لدى السيدات المصريات ومعرفة تأثيراتها عليهم واتجاهاتهم نحوها.

ثانياً: أهداف الدراسة:

تمثلت أهداف الدراسة في التعرف على ما يلي:

- الموضوعات المطروحة في برامج المرأة محل الدراسة.
- نوعيات السيدات المستهدفة من فقرات البرامج محل الدراسة.
- مدى تقديم نموذج إيجابي للمرأة ببرامج المرأة محل الدراسة.
- أسلوب طرح الموضوعات المختلفة بالبرامج محل الدراسة.
- معدلات مشاهدة برامج المرأة.
- برامج المرأة المفضلة لدى عينة الدراسة وأسباب هذا التفضيل.
- قنوات المرأة المتخصصة المفضلة لدى عينة الدراسة.
- دوافع وتأثيرات مشاهدة برامج المرأة لدى عينة الدراسة.

- مدى ورود بعض الموضوعات فى برامج المرأة ومدى كفايتها.
- الموضوعات التى تهم السيدات عينة الدراسة لمشاهدتها فى برامج المرأة.
- مقترحات عينة الدراسة لتطوير برامج المرأة.

ثالثاً: الإطار النظرى للدراسة (نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام):

قدم كل من ساندرابول - روكيتش وديفلور عام 1976 أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام⁽¹⁾ وتتلخص الفكرة الأساسية لنموذج الاعتماد فى أن المتلقى داخل المجتمعات الحديثة يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر معلومات تسهم فى تكوين معارفه، ويرصد النموذج نوعين من دوافع الاعتماد وهى الدوافع الطقوسية والنفعية ونوعين من التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية.⁽²⁾ ويقوم النموذج على عدة افتراضات رئيسية وهى:

تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات فى المجالات المختلفة، كما تؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور على اختلاف درجة اعتماده على وسائل الإعلام.⁽³⁾

واستفادت الباحثة من هذا النموذج فى تحديد دوافع اعتماد المرأة على البرامج الموجهة لها وتأثيرات هذا الاعتماد فى تبني مفهوم تحسين جودة الحياة فى حال طرح هذه البرامج له.

رابعاً: الدراسات السابقة:

- دراسة اشلى ايفانز **Evans, Ashley (2014)**⁽⁴⁾ حول "صورة الجسد لدى المرأة فى المضامين التليفزيونية وتأثيراتها عليها" وقد أجريت الدراسة على عينة من الإناث الأمريكيات من عمر 15-45 سنة قوامها 20 مبحوثة، وقد انطلقت

من نظرتي الغرس الثقافي والتعلم الاجتماعي وتم تحليل مضامين إعلامية تظهر بها المرأة في الشبكات التالية: ABC، CBS، NBC، Fox وقد اظهرت الدراسة أن المضامين الإعلامية تركز الصورة النموجية التقليدية وان المبحوثات تأثرن بهذه الصورة.

- دراسة ميليندا مورين لويس Lewis, Melinda Maureen (2014)⁽⁵⁾ حول "العنف والمضامين السياسية في برامج المرأة بالتلفزيون الأمريكي" حيث حاولت الدراسة تحليل مضمون برامج المرأة على مدار عشر سنوات منذ عام 2000 إلى 2010 ومدى تطور مضمونها من الاهتمام بالدور التقليدي للمرأة وصولاً إلى تركيز برامج المرأة على عرض شتى الموضوعات الثقافية والسياسية والاجتماعية إلى جانب الموضوعات التقليدية.
- دراسة كارن ال. كينج King, Karan L. (2013)⁽⁶⁾ حول "اعتماد الطالبات الإناث على التلفزيون كمصدر ثقافي" أكدت الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة قوامها 100 طالبة جامعية أمريكية بأنهن يعتمدن على التلفزيون بوجه عام ويشاهدن برامج المرأة بوجه خاص لكنهن غير راضيات عن الإطار التقليدي الذي تظهر فيه المرأة وتقلص أدوارها في تناقض واضح مع زيادة أدوارها في المجتمع.
- دراسة رونيشا ماركسمان Marksman, Ronisha (2013)⁽⁷⁾ حول "ظهور السيدات الأمريكيات من أصول أفريقية في برامج الواقع والصورة المقدمة لهن" حاولت الدراسة تحليل مضمون بعض برامج المسابقات وتلفزيون الواقع مثل برنامج الرقص هيب هوب وبرنامج زوجات لاعبي كرة السلة اللذان تم عرضهما على القنوات الأمريكية عام 2010 وتوصلت الدراسة إلى أن هذه

البرامج تقدم نموذج سئ للسيدات الأمريكيات من أصول أفريقية حيث ظهرن في عدد كبير من المشاهد يتبادلن السباب والضرب.

● دراسة حسن على قاسم (2013)⁽⁸⁾ حول "دور الفضائيات فى معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية" على عينة عمدية قوامها 536 مبحوث من الإناث المصريات من عمر 18 إلى 50 سنة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- تتابع (90%) من المبحوثات برامج المرأة التلفزيونية، ويهتم (85%) منهم بالموضوعات الصحية فى هذه البرامج.

- يعتمد (60%) من المبحوثات على وسائل الإعلام بشكل كامل فى التعرف على معلومات صحية.

● دراسة ريهام محمد عز الدين (2012)⁽⁹⁾ حول "العلاقة بين التعرض لبرامج المرأة فى الفضائيات العربية ونظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها" على عينة تحليلية من برامج المرأة على مدى دورة برمجية من قناتين متخصصة للمرأة وأربع قنوات فضائية عامة، وعينة عمدية قوامها 400 مبحوث من الذكور والإناث من القاهرة الكبرى، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- أهم الموضوعات المطروحة فى برامج المرأة عينة الدراسة هى: الموضوعات الخاصة بالتجميل والمظهر والاهتمامات المنزلية.

- ارتفاع نسبة المشاهدة غير المنتظمة لبرامج المرأة فى الفضائيات بنسبة (74.8%).

- أهم برامج المرأة المشاهدة هي: صبايا (28.6%)، كلام نواعم (20.8%)، المرأة فى الإسلام (18.5%)، آخر موضه (18.1%)، ومع جويل أعلى (13.9%).

● دراسة ادريا واى. جولدمان **Goldman, Adria Y. (2012)**⁽¹⁰⁾ حول "صورة السيدات الأمريكيات السود فى ست من برامج تليفزيون الواقع" حيث تم تحليل 6 برامج من تليفزيون الواقع تضمنوا 20 شخصية من السيدات الأمريكيات من أصول أفريقية وأكدت نتائج التحليل أنه تم إظهارهن فى إطار متحضر كأمهات ناجحات وسيدات عاملات وزوجات وذلك انطلاقاً من اقتناع القائمين على هذه البرامج بأهمية الصورة الذهنية المقدمة عن المرأة.

● دراسة على سلمان الجيورى **(2012)**⁽¹¹⁾ حول "دور برامج المرأة فى القنوات العراقية فى التوعية بقضايا المجتمع السياسية" على عينة قوامها 400 مبحوثة من الجمهور العراقى العام، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- أن أغلب المبحوثات عينة الدراسة تتابع قنواتى العراقية والفيحاء لما بها من برامج خاصة بتوعية المرأة العراقية من خلال تناولها الحقوق السياسية والدستورية، ويعد برنامج "السيدات أولاً" من أكثر البرامج مشاهدة.

● دراسة برلنت نزيه **(2011)**⁽¹²⁾ حول "أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة فى الصحف والتليفزيون المصرى: دراسة مسحية" على عينة قوامها 20 شخصية من الشخصيات القيادية من جماعات المصالح المهمة بالمرأة وعينة قوامها 20 شخصية من الإعلاميين والمهتمين بقضايا المرأة، وتم تحليل المواد الإعلامية التى تناولت قضايا المرأة فى التليفزيون والصحف خلال فترة الدراسة من فبراير إلى يوليو 2010، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- تطابقت أجندة جماعات المصالح وأجندة القائمين بالاتصال فى ترتيبهم لقضايا المرأة وهى: المشاركة السياسية للمرأة، العنف ضد المرأة، وقانون الأحوال الشخصية.
- أهم وسائل الإعلام التى تناولت قضايا المرأة من وجهة نظر المبحوثين هى: الصحف المستقلة والفضائيات الخاصة يليها القنوات الحكومية.
- دراسة نشوى عفيفى (2011)⁽¹³⁾ حول "العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للمادة الإخبارية فى وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية ومستوى مشاركتها السياسية" على عينة متاحة قوامها 400 مبحوث، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - أهم وسائل الاتصال من حيث أهميتها فى الإمداد بالمعلومات حول القضايا السياسية الداخلية المصرية: القنوات الفضائية المصرية (32.4%)، الانترنت (23.5%)، القنوات الفضائية العربية (22.8%)، والتلفزيون الأرضى (21.3%).
 - تنوع مستويات الاهتمام السياسى لدى المبحوثات كالتالى: مستوى مرتفع (29.8%)، مستوى متوسط (45.5%)، مستوى منخفض (24.8%).
- دراسة أسماء سمير (2009)⁽¹⁴⁾ حول "الموضوعات والقضايا التى تعالجها برامج المرأة فى القنوات الفضائية العربية" على عينة قوامها 200 مبحوثة من السيدات العربيات، وتحليل برامج المرأة فبالقناة الليبية والعُمانية والأردنية والفضائية المصرية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - أهم برامج المرأة المفضلة هى: كلام نواعم (65.5%)، وآخر موضة بدريم (17.5%).

- توجد فروق بين المبحوثات طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية في معدلات تعرضهم لبرامج المرأة في القنوات الفضائية.
- دراسة مايا البيضا (2008)⁽¹⁵⁾ حول "دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة" على عينة قوامها 630 مبحوثة من النساء اللبنانيات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - تشاهد (80%) من المبحوثات القنوات الفضائية العربية وأهم دوافع مشاهدتهم هي: الإلمام بالأحداث (86.6%)، التسلية (67.68%)، وأهم الإشباعات المتحققة هي: عرفت أخبار لبنان والعالم (87.9%)، وتحسين مستوى الثقافي والتعليمي (70.39%).
- دراسة وجدان القاسم (2008)⁽¹⁶⁾ حول "استخدامات المرأة البحرينية للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة" على عينة عمدية قوامها 400 مبحوثة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - تتوزع معدلات مشاهدتهم لبرامج المرأة على المشاهدة دائماً (9.8%)، أحياناً (51.3%)، و(31.8%) نادراً.
 - أهم برامج المرأة المشاهدة هي: كلام نواعم وسيرة حب بكثافة مشاهدة تزيد عن (40%) من إجمالي العينة.
- دراسة نهى العبد (2007)⁽¹⁷⁾ حول "استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية: دراسة ميدانية" على عينة عمدية قوامها 400 مبحوثة من السيدات العربيات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - أن أكثر القنوات العربية المفضلة لدى عينة الدراسة هي MBC بنسبة (45%)، وجاء دافع الحصول على معلومات مفيدة بنسبة (73.2%).

- دراسة المجلس القومي للمرأة (2003)⁽¹⁸⁾ حول "برامج المرأة والأسرة فى التلفزيون" على عينة قوامها 1300 مبحوثة من الإناث من سن 15-65 سنة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - أن (84.3%) من عينة الدراسة يشاهدن برامج المرأة بشكل مكثف، وتقاربت النسبة فى الريف والحضر.
 - أسباب مشاهدة برامج المرأة هى تقدم موضوعات مفيدة (71.5%)، تعلم مهارات كالطهى (67.8%)، وتقدم توعية حول رعاية الأبناء (50.1%).
- دراسة أميمة عمران (2001)⁽¹⁹⁾ حول "دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة فى العمل السياسى" على عينة قوامها 110 مبحوثة من الإناث العاملات بسوهاج، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - أن 67% من عينة الدراسة يشاهدون برامج المرأة لأنها تناقش المشكلات الفعلية التى تواجهها المرأة.
 - توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للمضامين الإعلامية السياسية وتشجيع المشاركة السياسية لدى المرأة الريفية.
- دراسة أبو بكر الوصيف (2004)⁽²⁰⁾ حول "استخدام المرأة للتلفزيون اللبى والإشباع المتحققة" على عينة عمدية قوامها 420 مبحوثة من السيدات الليبيات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:
 - أهم القنوات العربية المشاهدة هى MBC (79.8%)، وأهم القنوات الأجنبية المشاهدة هى CNN (50.9%).

- أهم دوافع مشاهدة التلفزيون الليبي هي التسلية بنسبة (89.6%)، والإمام بالأحداث المحلية (79.3%)، تشاهد (96.7%) من عينة الدراسة برامج المرأة.

● دراسة دياني جولى **Dianne, Julie (2005)** حول "دراسة تحليلية لبرامج المرأة التلفزيونية خلال الفترة من 1996-2005 ومدى التعرض لها" وأوضحت الدراسة محدودية الأدوار المعروضة للمرأة، إذ تدور أغلب الأدوار فى الإطار التقليدى المعروف بينما أوضحت الدراسة الميدانية أن المبحوثات اللاتي يبلغ عددهن 400 مبحوثة لا يشعرن بالرضا عن هذه الصورة الذهنية المقدمة للمرأة.

● دراسة آمال الغزاوى **(1989)** حول "الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة فى التلفزيون المصرى على برامج المرأة" بالقناة الأولى والثانية بالتلفزيون المصرى على مدار دورة برامجية، وعينة ميدانية من القائم الاتصال قوامها 23 مبحوث من معدى ومقدمى ومخرجى برامج المرأة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- ركزت برامج المرأة علىالمضامين المتعلقة بالموضه والتجميل مع تقلص الاهتمام بالموضوعات الثقافية والتعليمية والصحية مما يؤكد الانفصال بين التخطيط والتنفيذ لأهداف الخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون فى هذا المجال التي دعت للتركيز على الجوانب الثقافية والتعليمية.

- اعتبر (82.6%) من المبحوثين أن هذه البرامج تخاطب الأسرة ككل وهو توجه تقدمى.

● دراسة وليد فتح الله **(1986)** حول "دور الراديو فى معالجة القضايا والمشكلات السلوكية فى المجتمع المصرى" دراسة تحليلية على عينة من برامج

المرأة الإذاعية خلال عام 1984 وعينة ميدانية قوامها 18 مبحوث من القائمين بالاتصال فى هذه البرامج، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها.

- تعد العلاقات الأسرية هى الموضوعات الأكثر تكراراً فى برامج المرأة بنسبة (17.84%).

- أهم أهداف القائمين بالاتصال من برامجهم هى: نشر الوعى الاستهلاكى تليه توعية المرأة بقضايا المجتمع المختلفة.

خامساً: فروض الدراسة وتساؤلاتها:

تتطلب فروض الدراسة وتساؤلاتها من الإطار النظرى نموذج الاعتماد والإطلاع النقدى على نتائج الدراسات السابقة، مما مكن الباحثة من تطوير بعض الفروض والتساؤلات على النحو التالى:

أ - تساؤلات الدراسة:

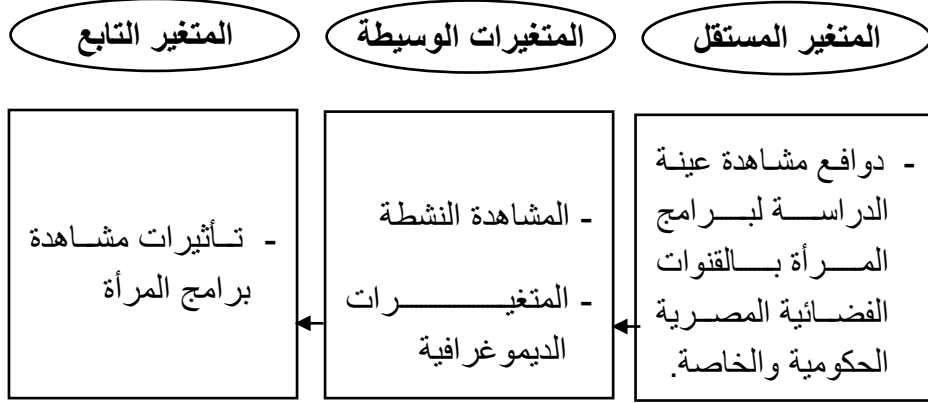
- ما الموضوعات المطروحة فى برامج المرأة محل الدراسة؟
- ما نوعيات السيدات المستهدفة من فقرات البرامج محل الدراسة؟
- ما مدى تقديم نموذج إيجابى للمرأة ببرامج المرأة محل الدراسة؟
- ما أسلوب طرح الموضوعات المختلفة بالبرامج محل الدراسة؟
- ما معدلات مشاهدة برامج المرأة؟
- ما برامج المرأة المفضلة لدى عينة الدراسة وأسباب هذا التفضيل؟
- ما قنوات المرأة المتخصصة المفضلة لدى عينة الدراسة؟
- ما دوافع وتأثيرات مشاهدة برامج المرأة لدى عينة الدراسة؟
- ما مدى ورود بعض الموضوعات فى برامج المرأة ومدى كفايتها؟
- ما الموضوعات التى تهم السيدات عينة الدراسة لمشاهدتها فى برامج المرأة؟
- ما مقترحات عينة الدراسة لتطوير برامج المرأة؟

ب- فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية بين دوافع الاعتماد على برامج المرأة لدى عينة الدراسة وتأثيرات مشاهدتها.
- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات مشاهدة برامج المرأة لدى عينة الدراسة ودوافع مشاهدتها.
- توجد فروق دالة بين المبحوثات طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية ومعدلات مشاهدتهم لبرامج المرأة.
- توجد فروق دالة بين المبحوثات طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية ودوافع تأثيرات مشاهدتهم لبرامج المرأة.
- توجد فروق بين ترتيب الموضوعات في برامج المرأة بين عينة الدراسة والمضمون محل التحليل.

سادساً: نوع الدراسة ومنهجها ومتغيراتها:

- أ - نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة "دراسة وصفية" تستهدف رصد المواقف والظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها.
- ب- منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على "منهج المسح" من خلال "مسح الجمهور والمضمون" على حد سواء.
- ج- متغيرات الدراسة: يوضح الشكل التالي متغيرات الدراسة المستقلة والوسيلة والتابعة.



شكل رقم (1)

متغيرات الدراسة

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ - الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

(أ/1) مجتمع الدراسة: برامج المرأة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

(أ/2) عينة الدراسة: قامت الباحثة بتحليل برنامجين للمرأة في القنوات الفضائية

المصرية الخاصة وهما: برنامج ست الحسن في قناة OnTv، وبرنامج الستات ما يعرفوش يكذبوا في قناة cbc على مدار دورة برمجية خلال الفترة من شهر مارس إلى شهر مايو 2015، وتم تحديد هذه البرامج بناء على نتائج دراسة استطلاعية أجريت على السيدات المصريات من عينة مشابهة لعينة الدراسة خلال الفترة من 15 يناير إلى 21 يناير 2015 والتي أوضحت أن أهم البرامج المشاهدة هي: البرامج عينة الدراسة مع عزوف مفردات العينة عن مشاهدة البرامج المخصصة لهم على القنوات الحكومية مما دفع الباحثة لتغيير العينة التحليلية بعد أن كانت دراسة مقارنة بين برامج المرأة في القنوات الحكومية والخاصة.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

(أ/3) أداة جمع البيانات:

تم الاعتماد على استمارة تحليل محتوى تضمنت سبع فئات وهي: موضوع الفقرة، المرأة المستهدفة من الفقرة، هدف الفقرة، مدى اتفاق المضمون المقدم مع قيم المجتمع، مدى تقديم نموذج إيجابي للمرأة، أسلوب طرح الموضوعات.

(ب) الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

(ب/1) مجتمع الدراسة: السيدات المصريات اللاتي يشاهدن برامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة على حد سواء.

(ب/2) عينة الدراسة: تم الاعتماد على عينة عشوائية طبقية من السيدات المصريات قوامها 400 مبحوثة موزعة بالتساوى على الحضر والريف للوقوف على تأثير محل الإقامة على استخدام برامج المرأة والاهتمام بها، وموزعة على متغيرات العمر والمستوى التعليمى والمستوى الاقتصادى الاجتماعى، وفيما يلى جدول يوضح توزيع العينة.

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
محل الإقامة	حضر	200
	ريف	200
المستوى التعليمى	أقل من متوسط	41
	متوسط	111
	جامعى	214
	دراسات عليا	28
المستوى الاقتصادى الاجتماعى	منخفض	27
	متوسط	256
	مرتفع	111
العمر	أقل من 18 سنة	31
	18-25 سنة	275
	25-35 سنة	11
	35-45 سنة	29
	أكثر من 45	48

(ب/3) أداة جمع البيانات:

استخدمت الباحثة صحيفة استقصاء بالمقابلة والتي مرت في إعدادها بعدة مراحل وهي:

تحديد أهداف الدراسة وتحديد البيانات المطلوبة جمعها وتحديد نوع صحيفة الاستقصاء وهي صحيفة استقصاء يملئ المبحوث بياناتها بنفسه وتم إعداد الصحيفة بصورتها الأولية حيث تم حصر مجموعة من رؤوس الموضوعات تغطي أهداف الدراسة ثم تم كتابة أسئلة تتدرج تحت رأس كل موضوع وتم مراجعة الصحيفة علمياً ومنهجياً من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء (*) ثم تم إجراء دراسة استطلاعية Pilot study خلال الفترة من 15 إلى 21 يناير 2014 لتحديد برامج المرأة المفضلة التي سيتم تحليلها ثم تم إجراء الاختبار القبلي خلال الأسبوع الذي يسبق إجراء الدراسة الميدانية على جزء يمثل (10%) من العينة الأصلية بواقع (40) مبحوثة للتأكد من وضوح الصحيفة وقابليتها للتطبيق ثم تم إعداد الصحيفة فنشكها النهائي بعد تطويرها بناء على ملاحظات المحكمين ثم تم إعداد الصحيفة في شكلها النهائي بعد حذف الأسئلة المرحجة والمكررة وغير المفهومة حيث كانت الصحيفة 24 سؤال وتم تخفيضها إلى 22 سؤال، وتم العمل الميداني خلال الفترة من شهر مايو إلى شهر يونيو 2015.

(*) أسماء السادة المحكمين (مرتبة أبجدياً)

- أ.د. خالد صلاح الدين الأستاذ بقسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د. عادل عبد الغفار عميد كلية الإعلام جامعة بنى سويف والأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د. عبد العزيز قبلان مدرس الإعلام بجامعة دمشق
- أ.د. عدلى رضا الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د. منى الحديدى الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د. هويدا مصطفى عميد معهد الشروق والأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة

وتم مراجعة الصحف ميدانياً ومكتبياً قبل البدء في المعالجة الاحصائية وتمت مراجعة أسئلة الصدق من خلال ربط زوج الأسئلة حول أسماء برامج المرأة المشاهدة. وجاءت درجات اختبار الصدق بنسبة (94%) كما تم إجراء "اختبار الثبات" على 40 مبحثاً وذلك بفواصل زمنية أسبوع ما بين التطبيقين وذلك في الأسبوع الأخير من شهر يونيو 2015 للتأكد من ثبات اجابتهم وتم إدخال صحف الاستقصاء في التطبيق الأول وصحف الاستقصاء في اختبار الثبات وبلغ معامل الثبات لأسئلة الرأي (94%) ومعامل الثبات لأسئلة الحقائق (97%) ومعامل الثبات الكلي (95.5%) واعتبرت الباحثة هذه النسبة مناسبة.

(ب/4) المقاييس المستخدمة:

تم الاعتماد على مقياس كثافة المشاهدة والمشاهدة النشطة، دوافع الاعتماد، تأثيرات الاعتماد.

ثامناً: نتائج الدراسة:

(أ) نتائج الدراسة التحليلية:

يتم استعراض نتائج تحليل ١٢٠ حلقة من برنامج الستات ما يعرفوش يكذبوا وست الحسن علي مدار "دورة برمجية" ثلاث شهور بواقع ٦٠ حلقة لكل برنامج وتم التحليل من خلال فئات: موضوع الفقرة، نوعية المرأة المستهدفة، هدف الفقرة، الموضوعات المطروحة في الفقرات، ومدى تقديم نموذج إيجابي للمرأة، والأسلوب المستخدم في طرح الموضوعات، وفيما يلي عرض مفصل لنتائج الدراسة التحليلية:

- موضوع الفقرات في برامج المرأة عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (2) توزيع إجابات موضوعات الفقرات المتضمنة في البرامج عينة الدراسة.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

جدول رقم (2)

توزيع إجابات موضوعات الفقرات المتضمنة في البرامج عينة الدراسة

Z	المجموع			ست الحسن			الستات ما يعرفوش يكذبوا			البرنامج موضوع الفقرة
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.44	10	1.4	3	9	1.0	1	8	1.7	2	سياسى
3.31	2	26.7	58	1	37.3	38	2	17.4	20	اجتماعى
0.16	9	1.8	4	8	2	2	8	1.7	2	اقتصادى
0.84	6	5.5	12	4	6.9	7	5	4.3	5	تعليمى وثقافى
0.25	4	7.4	16	4	6.9	7	3	7.8	9	صحى
4.23	3	12.4	27	2	22.5	23	7	3.5	4	نفسى
0.54	8	5.1	11	6	5.9	6	5	4.3	5	ديكور واهتمامات منزلية
0.23	6	5.5	12	6	5.9	6	4	5.2	6	موضه وماكياج
8.58	1	27.6	60	-	-	-	1	52.2	60	طبخ
3.02	5	6.5	14	3	11.8	12	8	1.7	2	فنى
	217			102			115			المجموع

تدل بيانات الجدول السابق علي عدة نتائج منها:

- أهم موضوعات الفقرات بالبرامج عينة الدراسة - بالترتيب - هي: فقرات الطبخ (٢٧,٦%)، فقرات اجتماعية (٢٦,٧%)، فقرات نفسية (١٢,٤%)، فقرات صحية (٧,٤%) وتأتي الموضوعات الأخرى بنسب أقل.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- وظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائيا في تناول بعض الموضوعات وهي الاجتماعية والنفسية والطبخ والفنية في البرنامجين وذلك لخصوصية السياسة التحريرية لكل منهما حيث لا تعرض فقرات طبخ في ست الحسن بل هناك برنامج طبخ مستقل بنفس الاسم كما توجد فقرات فنية ثابتة وهو ما تلتزم به الستات ما يعرفوش يكذبوا لذا كل برنامج توزيع فقراته مختلف.

- طبيعة المرأة المستهدفة من فقران برامج المرأة عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (3) توزيع إجابات طبيعة المرأة المستهدفة من فقرات برامج المرأة عينة الدراسة.

جدول رقم (3)

توزيع إجابات طبيعة المرأة المستهدفة من فقرات برامج المرأة عينة الدراسة

Z	المجموع			ست الحسن			الستات ما يعرفوش يكذبوا			البرنامج المرأة المستهدفة
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
1.12	1	90.8	197	1	93.1	95	1	88.7	102	المرأة عموماً
0.25	2	3.2	7	2	2.9	3	3	3.5	4	المرأة العاملة
0.16	4	1.8	4	3	2.0	2	4	1.7	2	ربة المنزل
0.44	5	1.4	3	4	1.0	1	4	1.7	2	الطالبة
1.48	3	2.8	6	4	1.0	1	2	4.3	5	غير محدد
		217			102			115		المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- تعد فئات المرأة المستهدفة من البرنامج عينة الدراسة - بالترتيب - هي: المرأة
عموماً (90.8%)، المرأة العاملة (3.2%)، غير محدد (2.8%)، ربة المنزل
(1.8%)، والطالبة (1.4%).

- وأظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً في فئات المرأة
المستهدفة من البرامج عينة الدراسة.

- هدف الفقرات في البرنامج عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (4) توزيع إجابات هدف الفقرات في البرامج عينة
الدراسة.

جدول رقم (4)

توزيع إجابات هدف الفقرات في البرامج عينة الدراسة

Z	المجموع			ست الحسن			الستات ما يعرفون يكذبوا			البرنامج هدف الفقرة
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.12	2	36.9	80	2	37.3	38	1	36.5	42	تقديم أفكار جديدة لتحسين جودة الحياة
0.99	4	2.8	6	4	3.9	4	4	1.7	2	دعم أفكار خيالية
2.88	3	11.5	25	3	4.9	5	3	17.4	20	دحض أفكار قديمة ضارة
1.41	1	48.8	106	1	53.9	55	2	44.3	51	تقرير واقع
		217			102			115		المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع أهداف الفقرات في البرامج عينة الدراسة - بالترتيب - على: تقرير واقع (48.8%)، تقديم أفكار جديدة لتحسين جودة الحياة (36.9%)، دحض أفكار قديمة ضارة (11.5%)، ودعم أفكار خيالية (2.8%).
- وأظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين البرامج عينة الدراسة في دحض أفكار قديمة ضارة حيث بلغت قيمة Z (2.88) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة (99%).

4- الموضوعات النوعية للفقرات بالبرامج عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (5) توزيع إجابات الموضوعات النوعية للفقرات بالبرامج عينة الدراسة.

جدول رقم (5)

توزيع إجابات الموضوعات النوعية للفقرات بالبرامج عينة الدراسة

Z	المجموع			ست الحسن			الستات ما يعرفوش يكذبوا			البرنامج الموضوعات النوعية للفقرات
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.44	11	1.4	3	10	1.0	1	9	1.7	2	أحداث سياسية
0.16	10	1.8	4	7	2.0	2	9	1.7	2	الوضع الاقتصادى
1.75	7	5.1	11	5	7.8	8	8	2.6	3	عمل المرأة
5.66	2	20.7	45	1	37.3	38	5	6.1	7	المشاكل الزوجية
0.96	4	10.6	23	3	12.7	13	2	8.7	10	تربية الأبناء
0.25	5	7.4	16	6	6.9	7	3	7.8	9	صحة المرأة
3.02	6	6.5	14	4	11.8	12	9	1.7	2	الفنية
0.96	9	3.2	7	7	2.0	2	7	4.3	5	الديكور
8.58	1	27.6	60	-	-	-	1	52.2	60	إعداد الطعام
1.25	8	3.7	8	7	2.0	2	6	5.2	6	الماكياج
2.01	3	12.0	26	2	16.7	17	3	7.8	9	العنف ضد المرأة
	217			102			115			المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم الموضوعات النوعية للفقرات - بالترتيب - هي: فقرات إعداد الطعام (27.6%)، المشاكل الزوجية (20.7%)، العنف ضد المرأة (12%)، تربية الأبناء (10.6%)، صحة المرأة (7.4%) وتأتى الموضوعات الأخرى بنسب أقل.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- أوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في تناول البرامج عينة الدراسة لبعض الموضوعات وهي المشاكل الزوجية، الموضوعات الفنية، إعداد الطعام حيث بلغت قيمة Z المحسوبة قيماً أعلى من القيمة الجدولية (2.58) المثبتة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (99%)، وتوجد فروق بين البرامج عينة الدراسة في تناول العنف ضد المرأة حيث بلغت قيمة Z (2.51) حيث توجد فروق بمستوى ثقة (95%).

- مدى اتفاق ما يقدم في البرامج عينة الدراسة مع قيم المجتمع:

يوضح الجدول التالي رقم (6) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى اتفاق ما يقدم بالبرامج مع قيم المجتمع.

جدول رقم (6)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى اتفاق ما يقدم بالبرامج مع قيم المجتمع

Z	المجموع			ست الحسن			السنات ما يعرفوش يكذبوا			البرنامج مدى اتفاق ما يقدم مع قيم المجتمع
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.53	1	94.0	204	1	93.1	95	1	94.8	109	يتفق
0.53	2	6.0	13	2	6.9	7	2	5.2	6	لا يتفق
	217			102			115			المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- يتفق مضمون (94%) من فقرات البرامج عينة الدراسة مع قيم المجتمع،
واظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين البرامج عينة
الدراسة في تناول موضوعات تتفق أو لا تتفق مع قيم المجتمع.

- أسلوب طرح الموضوعات بالبرامج عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (7) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسلوب طرح
الموضوعات بالبرامج.

جدول رقم (7)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسلوب طرح الموضوعات بالبرامج

Z	المجموع			ست الحسن			الستات ما يعرفون يكذبوا			البرنامج أسلوب طرح الموضوعات
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.49	1	77.0	167	1	75.5	77	1	78.3	90	تقديم معلومات
0.33	4	12.9	28	4	13.7	14	4	12.2	14	مناقشة أسباب
3.54	2	46.1	100	2	58.8	60	2	34.8	40	طرح حلول
2.94	3	33.2	72	3	43.1	44	3	24.3	28	عرض عدة آراء
		217			102			115		المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم أساليب طرح الموضوعات بالبرامج عينة الدراسة - بالترتيب - هي: تقديم
معلومات (77%)، طرح حلول (46.1%)، عرض عدة آراء (33.2%)،
ومناقشة الأسباب (12.9%).

- مدى تقديم نموذج إيجابي للمرأة بالبرامج عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى تقديم نموذج إيجابي للمرأة.

جدول رقم (8)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسلوب لمدى تقديم نموذج إيجابي للمرأة

Z	المجموع			ست الحسن			الستات ما يعرفون يكذبوا			البرنامج تقديم نموذج إيجابي للمرأة
	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.24	2	47.9	104	2	47.1	48	2	48.7	56	يوجد
0.24	1	52.1	113	1	57.9	54	1	51.3	59	لا يوجد
	217			102			115			المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تقدم (47.9%) من فقرات البرامج عينة الدراسة نموذج إيجابي للمرأة، وظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين البرامج عينة الدراسة في تقديم نموذج إيجابي للمرأة.

نتائج الدراسة الميدانية:

معدل مشاهدة المبحوثات للقنوات الفضائية:

يوضح الجدول التالي رقم (9) توزيع عينة الدراسة طبقا لمحل الإقامة ومعدل مشاهدتهن للقنوات الفضائية.

جدول رقم (9)

توزيع عينة الدراسة طبقا لمحل الإقامة ومعدل مشاهدتهن للقنوات الفضائية

المجموع		ريف		حضر		محل الإقامة		معدل المشاهدة	
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%		ك
٢	36.5	١٤٦	١	٤٣	٨٦	٢	٣٠	٦٠	دائما
١	47.5	١٩٠	٢	٤٢	٨٤	١	٥٣	١٠٦	أحيانا
٣	14.5	٥٨	٣	١٤	٢٨	٣	١٥	٣٠	نادرا
٤	1.5	٦	٤	١	٢	٤	٢	٤	لا
	1٠٠	٤٠٠		١٠٠	٢٠٠		١٠٠	٢٠٠	المجموع

$$\chi^2 = 7,913, \text{ درجة الحرية} = 3, \text{ مستوى المعنوية} = 0,048$$

تدل بيانات الجدول السابق علي عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية علي: المشاهدة دائما (36,5%)، المشاهدة أحيانا (47,5%)، المشاهدة نادرا (14,5%)، وعدم المشاهدة بنسبة (1,5%)، وأصبحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثات من الحضر والريف في معدلات المشاهدة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.048) وهي قيمة دالة إحصائيا.

- أهم المضامين المشاهدة من قبل عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (10) توزيع إجابات المبحوثات عينة الدراسة طبقاً
لمحل الإقامة وأهم المضامين التي يشاهدونها.

جدول رقم (10)

توزيع إجابات المبحوثات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم المضامين التي
يشاهدونها

مستوى المعنوية	كا ²	المجموع		ريف		حضر		محل الإقامة المضامين المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.760	0.093	97.3	389	97.5	195	97	194	برامج المرأة
0.038	4.318	70.3	281	75	150	65.5	131	المسلسلات
1.00	0.00	68	272	68	136	68	136	الأفلام
0.298	1.08	36	144	33.5	67	38.5	77	برامج المنوعات
0.097	2.74	28.8	115	25	50	32.5	65	البرامج الدينية
0.084	2.980	25.3	101	21.5	43	29	58	نشرات الأخبار
1.00	0.00	0.5	2	0.5	1	0.5	1	الرسوم المتحركة
		400		200		200		جملة من ستلوا

* درجة الحرية = (1) لكل عنصر

- معدلات مشاهدة برامج المرأة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (11) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة
ومعدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة.

جدول رقم (11)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة ومعدلات مشاهدتهم لبرامج المرأة

المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة معدلات مشاهدة برامج المرأة
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
3	9.5	38	3	9.5	19	3	9.5	19	دائماً
1	54.8	219	1	53	106	1	56.5	113	أحياناً
2	34.3	137	2	36.5	73	2	32	64	نادراً
4	1.5	6	4	1	2	4	2	4	لا
٤٠٠			٢٠٠			٢٠٠			المجموع

كا^٢ = 1.482 ، درجة الحرية = ٣ ، مستوي المعنوية = ٠,687

تدل بيانات الجدول السابق علي عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات مشاهدة برامج المرأة على: المشاهدة دائماً (9.5%)، المشاهدة أحياناً (54.8%)، المشاهدة نادراً (34.3%)، وعدم المشاهدة (1.5%)، وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثات من الحضر في معدلات مشاهدتهم لبرامج المرأة حيث أنه سلوك اتصالي شائع بغض النظر عن محل الإقامة وهو ما أكدته المشاكات بالبرنامج من خلال الاتصالات الهاتفية في البرامج محل الدراسة من كافة المحافظات.

- أسباب عدم مشاهدة برامج المرأة:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

يوضح الجدول التالي رقم (12) توزيع إجابات مفردات عينة الدراسة طبقاً
لمحل الإقامة وأسباب عدم مشاهدتهم لبرامج المرأة.

جدول رقم (12)

توزيع إجابات مفردات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأسباب عدم مشاهدتهم
لبرامج المرأة

المجموع		ريف		حضر		محل الإقامة أسباب عدم المشاهدة
%	ك	%	ك	%	ك	
100	6	100	2	100	4	مضمونها ممل
83.3	5	100	2	75	3	مواعيدها غير مناسبة
83.3	5	100	2	75	3	تكسر الدور التقليدي للمرأة
66.7	4	50	1	75	3	أفكارها قديمة
66.7	4	50	1	75	3	مستواها ضعيف
66.7	4	50	1	75	3	ليس لدى وقت لمشاهدتها
6		2		4		جملة من سئلوا

تدل بيانات الجدول السابق علي عدة نتائج منها:

- أهم أسباب عدم مشاهدة بعض مفردات عينة لبرامج المرأة هي: مضمونها ممل (100%)، مواعيدها غير مناسبة وتكسر الدور التقليدي للمرأة بنسبة (83.3%) لكل منهما، أفكارها قديمة ومستواها ضعيف وليس لدى وقت لمشاهدتها بنسبة (66.7%) لكل منهم.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- معدلات مشاهدة برامج المرأة فى الفضائيات المصرية:

يوضح الجدول التالى رقم (13) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة
ومعدلات مشاهدتهن برامج المرأة فى الفضائيات المصرية.

جدول رقم (13)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة ومعدلات مشاهدتهن برامج المرأة
فى الفضائيات المصرية

مستوى المعنوية	ك ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة البرامج ومعدلات المشاهدة	
		ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
0.718	1.349	1	33.5	132	2	30.8	61	1	36.2	71	دائماً	الستات ما يعرفوش يكذبوا
		2	30.2	119	1	31.8	63	2	28.6	56	أحياناً	
		4	16.5	65	4	17.2	34	3	15.8	31	نادراً	
		3	19.8	78	3	20.2	40	3	19.4	38	لا	
0.087	6.571	4	8.4	33	4	5.6	11	2	11.2	22	دائماً	ست الحسن
		3	13.5	53	3	11.6	23	1	15.3	30	أحياناً	
		2	21.6	85	2	21.2	42	4	21.9	43	نادراً	
		1	56.6	223	1	61.6	122	4	51.5	101	لا	
0.684	1.492	4	7.9	31	4	7.1	14	3	8.7	17	دائماً	الليلة مع شريف
		3	11.7	46	3	10.1	20	2	13.3	26	أحياناً	
		2	19.5	77	2	19.7	39	1	19.4	38	نادراً	
		1	60.9	240	1	63.1	125	3	58.7	115	لا	
0.574	1.992	2	9.9	39	3	38.6	17	4	11.2	22	دائماً	كعب على
		3	9.1	36	4	8.1	16	2	10.2	20	أحياناً	
		4	18	71	2	17.2	34	1	18.9	37	نادراً	
		1	62.9	248	1	66.2	131		59.7	117	لا	
		394			198			196			جملة من سئلوا	

* درجة الحرية = (3) لكل عنصر.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات المشاهدة على برامج المرأة كما هو موضح أعلاه وتعد البرامج الأكثر تفضيلاً بالترتيب هي: الستات ما يعرفوش يكذبوا، ست الحسن، كعب عالي، والليلة مع شريف، وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثات طبقاً لمحل الإقامة في معدلات مشاهدتهن لهذه البرامج.

- برامج المرأة الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (14) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسماء برامج المرأة الأكثر تفضيلاً لديهن.

جدول رقم (14)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسماء برامج المرأة الأكثر تفضيلاً لديهن

المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	البرنامج المفضل
1	65.2	257	1	66.2	131	1	64.3	126	الستات ما يعرفوش يكذبوا
2	15.7	62	2	16.7	33	2	14.8	29	ست الحسن
4	8.9	35	3	7.6	15	3	10.2	20	كعب عالي
3	10.2	40	4	9.6	19	3	10.7	21	الليلة مع شريف
394			198			196			المجموع

كا² = 1.160 ، درجة الحرية = 3 ، مستوى المعنوية = 0.763 ،

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- أهم برامج المرأة المفضلة لدى عينة الدراسة - بالترتيب - هي: الستات ما يعرفوش يكذبوا (65.2%)، ست الحسن (15.7%)، كعب عالي (8.9%)، والليله مع شريف (10.2%)، وظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثات من الحضر والريف في تفضيلاتهم لبرامج المرأة.
- أسباب تفضيل أحد برامج المرأة لدى عينة الدراسة:
- يوضح الجدول التالي رقم (15) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأسباب تفضيلهن لأحد برامج المرأة.

جدول رقم (15)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأسباب تفضيلهم لأحد برامج المرأة

مستوى المعنوية	2 _{يا}	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة البرامج ومعدلات المشاهدة
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.223	1.48	1	47	185	1	50	99	1	43.9	86	مضمونه جيد
0.775	0.081	2	35.5	140	2	34.8	69	2	36.2	71	يقدم أحدث صيحات الموضه
0.086	2.95	3	29.7	117	3	25.8	51	3	33.7	66	يزيد من ثقافتى
0.530	0.394	4	2.27	107	3	25.8	51	4	28.6	56	يقدم أحدث أساليب الطبخ
0.764	0.090	5	23.6	93	5	24.2	48	7	23	45	يقدم موضوعات متعلقة بتربية الأبناء
0.196	1.67	6	20.8	82	6	18.2	36	6	23.5	46	تميز مقدمى البرامج
0.00	17.664	7	20.1	79	7	11.6	23	4	28.6	56	ايقاعه سريع
		394			198			196			جملة من سئلا

معالجة برامج المرأة بالفئات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

* درجة الحرية = 1 لكل عنصر.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم أسباب تفضيل عينة الدراسة لبرنامج معين هي: مضمونه جيد (50%)، يزيد من ثقافتهن (34.8%)، يقدم أحدث صيحات الموضة (29.7%)، يقدم أساليب الطبخ (27.2%)، يقدم موضوعات متعلقة بالأبناء (23.6%)، تميز مقدمى البرامج (20.8%)، وإيقاعه سريع (20.1%)، وظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات من الحضر والريف لصالح الحضر فى "إيقاعه سريع" حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.00) وهى قيمة دالة إحصائية وذلك لأهمية عامل الوقت من الحضر وضغوط الحياة وتعقيدات أكثر من الريف.

- معدلات مشاهدة برامج المرأة فى فئات المرأة المتخصصة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالى رقم (16) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة ومعدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة فى فئات المرأة المتخصصة.

جدول رقم (16)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة ومعدلات مشاهدتهم لبرامج المرأة فى فئات المرأة المتخصصة

المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	معدل المشاهدة
3	4.8	19	4	3.5	7	3	6	12	دائماً
1	53.5	214	1	47.5	95	1	59.5	119	أحياناً
2	37.8	151	2	45	90	2	30.5	61	نادراً

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

4	4	16	3	4	8	4	4	8	لا
400			200			200			المجموع

$$F_{(3, 200)} = 9.577, \text{ درجة الحرية} = 3, \text{ مستوى المعنوية} = 0.023$$

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات مشاهدة برامج المرأة فى قنوات المرأة المتخصصة على: المشاهدة دائماً (4.8%)، المشاهدة أحياناً (53.5%)، نادراً (37.8%)، ولا تشاهد (4%) من عينة الدراسة، وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات عينة الدراسة فى معدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة فى قنوات المرأة المتخصصة طبقاً لمحل الإقامة.

- أهم قنوات المرأة المتخصصة المشاهدة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالى رقم (17) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم قنوات المرأة المتخصصة المشاهدة.

جدول رقم (17)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم قنوات المرأة المتخصصة المشاهدة

مستوى المعنوية	F ₂	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة القنوات
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.498	0.459	1	71.4	274	1	69.8	134	1	72.9	140	CBC سفرة
0.014	6.043	2	35.2	135	2	29.2	56	2	41.1	79	فتافيت
0.005	7.99	3	22.1	85	3	16.1	31	3	28.1	54	فأشون عربية
0.418	0.655	4	11.2	43	4	9.9	19	4	12.5	24	النيل للأسرة والطفل
0.262	1.259	5	5.5	21	5	4.2	8	5	6.8	13	سميرة
0.239	1.384	6	4.9	19	7	3.6	7	6	6.3	12	هى
0.241	1.376	7	3.1	12	5	4.2	8	7	2.1	4	بانوراما فود
				384			192			192	جملة من سئلوا

* درجة الحرية = 1 لكل عنصر.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم قنوات المرأة المتخصصة المشاهدة لدى عينة الدراسة - بالترتيب - هي: cbc سفرة (71.4%)، فتافيت (35.2%)، فاشون عربية (22.1%)، النيل للأسرة والطفل (11.2%)، سميرة للأشغال اليدوية (5.5%)، هي اللبنانية (4.9%)، بانوراما فود (3.1%)، وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثات من الحضر والريف في مشاهدتهن لقناتي فتافيت وفاشون عربية لصالح المبحوثات من الحضر، حيث بلغت قيم مستويات المعنوية (0.014، 0.005) على التوالي وهي قيم دالة إحصائياً.

- أهم دوافع مشاهدة برامج المرأة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (18) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم دوافع مشاهدتهن لبرامج المرأة.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

جدول رقم (18)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم دوافع مشاهدتهن لبرامج
المرأة

مستوى المعنوية	ن ₂	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة	
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	دوافع	
0.368	2.002	2	35.3	139	2	34.3	68	2	36.2	71	دائماً	تعرفني أحدث صحيحات الموضة
		1	47.2	186	1	45.5	90	1	49	69	أحياناً	
		3	17.5	69	3	20.2	40	3	14.8	29	نادراً	
0.672	0.795	2	35.8	141	2	36.4	72	2	35.2	69	دائماً	تعرفني أساليب تنسيق المنزل
		1	44.4	175	1	42.4	84	1	46.4	91	أحياناً	
		3	19.8	78	3	21.2	42	3	18.4	36	نادراً	
0.029	7.115	2	35.5	140	2	31.8	63	2	39.3	77	دائماً	تعرفني حقوق وواجبات المرأة
		1	44.4	175	1	42.9	85	1	45.9	90	أحياناً	
		3	20.1	79	3	25.3	50	3	14.8	29	نادراً	
0.381	1.930	2	30.5	120	2	31.8	63	2	29.1	57	دائماً	تعرفني أساليب تربية الأبناء
		1	52.3	206	1	49	97	1	55.6	109	أحياناً	
		3	17.3	68	3	19.2	38	3	15.3	30	نادراً	
0.314	2.318	2	28.9	114	2	32.3	64	2	25.5	50	دائماً	تعرفني معلومات صحية
		1	51.5	203	1	48.5	96	1	54.6	107	أحياناً	
		3	19.5	77	3	19.2	38	3	19.9	39	نادراً	
0.265	2.654	2	25.9	102	2	27.3	54	2	24.5	48	دائماً	تعرفني معلومات عامة تقيدهن
		1	56.3	222	1	52.5	104	1	60.2	118	أحياناً	
		3	17.8	70	3	20.2	40	3	15.3	30	نادراً	
0.313	2.323	2	24.1	95	2	21.7	43	2	26.5	52	دائماً	تساعدني على فهم القضايا
		1	55.8	220	1	59.6	118	1	52	102	أحياناً	
		3	20.1	79	3	18.7	37	3	21.4	42	نادراً	

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تابع جدول رقم (18)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم دوافع مشاهدتهن لبرامج المرأة

مستوى المعنوية	2 _ي	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة		الدوافع
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	ك	دائماً	
0.287	2.494	3	23.1	91	3	22.7	45	2	23.5	46	دائماً	تعرفني السلوكيات السليمة والاتيكية	
		1	50.5	199	1	47.5	94	1	52.6	105	أحياناً		
		2	26.4	104	2	29.8	59	3	23	45	نادراً		
0.476	1.485	3	18	71	3	17.7	35	3	18.4	36	دائماً	تعطيني موضوعات للنقاش مع آخرين	
		1	47	185	1	44.4	88	1	49.5	97	أحياناً		
		2	35	138	2	37.9	75	2	32.1	63	نادراً		
0.017	8.129	3	10.4	41	3	6.1	12	3	14.8	29	دائماً	الهروب	
		2	34.8	137	2	35.9	71	2	33.7	66	أحياناً		
		1	54.8	216	1	58.1	115	1	51.5	101	نادراً		
0.989	0.021	3	9.9	39	3	10.1	20	3	9.7	19	دائماً	بحكم العادة	
		1	46.7	184	1	46.5	92	1	46.9	92	أحياناً		
		2	43.4	171	2	43.4	86	2	43.4	85	نادراً		
0.830	0.373	3	14.5	57	3	13.6	27	3	15.3	30	دائماً	التسلية	
		1	43.9	173	1	43.4	86	1	44.4	87	أحياناً		
		2	41.6	164	2	42.9	85	2	40.3	79	نادراً		
0.703	0.705	3	11.9	47	3	11.1	22	3	12.8	25	دائماً	حلولاً لمشكلاتي	
		1	49	193	1	51	101	1	46.9	92	أحياناً		
		2	39.1	154	2	37.9	75	2	40.3	79	نادراً		
0.750	0.575	3	14.5	57	3	13.1	26	3	15.8	31	دائماً	معلومات سياسية	
		2	40.9	161	2	41.4	82	2	40.3	79	أحياناً		
		1	44.7	176	1	45.5	90	1	43.9	86	نادراً		
		394			198			196			جملة من سئلا		

* درجة الحرية = 2 لكل عنصر.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم دوافع مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة - بالترتيب - هي: تعرفنى أحدث صيحات الموضة، أساليب تنسيق المنزل والديكور، تعرفنى حقوق وواجبات المرأة، وتعرفنى أساليب تربية الأبناء وتأتى الدوافع الأخرى بنسب أقل، وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات من الحضر والريف فى دافع معرفة حقوق وواجبات المرأة والهروب من المشكلات حيث جاءت قيم مستويات المعنوية قيماً دالة إحصائياً.

- أهم تأثيرات مشاهدة برامج المرأة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالى رقم (19) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم تأثيرات مشاهدة برامج المرأة لديهن.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

جدول رقم (19)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم تأثيرات مشاهدة برامج المرأة لديهن

مستوى المعنوية	ن ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة	
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	التأثيرات	
0.276	2.577	2	34.8	137	2	32.8	65	2	36.7	72	دائماً	عرفتني على أحدث صيحات الموضة
		1	45.2	178	1	43.9	87	1	46.4	91	أحياناً	
		3	20.1	79	3	23.2	46	3	16.8	33	نادراً	
0.175	3.489	2	29.7	117	2	28.8	57	2	30.6	60	دائماً	عرفتني أساليب تنسيق المنزل
		1	50.8	200	1	48	95	1	53.6	105	أحياناً	
		3	19.5	77	3	23.2	46	3	15.8	31	نادراً	
0.391	1.880	2	28.7	113	2	31.3	62	2	26	51	دائماً	عرفتني معلومات في كافة المجالات
		1	52.3	206	1	49	97	1	55.6	109	أحياناً	
		3	19	75	3	19.7	39	3	18.4	36	نادراً	
0.440	1.641	2	29.2	115	2	27.3	54	2	31.1	61	دائماً	عرفتني حقوق وواجبات المرأة
		1	50	197	1	49.5	98	1	50.5	99	أحياناً	
		3	20.8	82	3	23.2	46	3	18.4	36	نادراً	
0.064	5.512	2	25.6	101	3	22.7	45	2	28.6	56	دائماً	عرفتني معلومات صحية
		1	52.3	206	1	50.5	100	1	54.1	106	أحياناً	
		3	22.1	87	2	26.8	53	3	17.3	34	نادراً	
0.424	1.715	2	20.3	80	3	17.7	35	2	23	45	دائماً	ساعدتني على فهم القضايا المختلفة
		1	59.9	236	1	62.1	123	1	57.7	113	أحياناً	
		3	19.8	78	2	20.2	40	3	19.4	38	نادراً	
0.770	0.523	3	19.8	78	3	20.7	41	3	18.9	37	دائماً	عرفتني السلوكيات السليمة
		1	55.3	218	1	53.5	106	1	57.1	112	أحياناً	
		2	24.9	98	2	25.8	51	2	24	47	نادراً	

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تابع جدول رقم (19)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم دوافع مشاهدتهن لبرامج المرأة

مستوى المعنوية	n ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة	
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	دائماً	أحياناً
0.314	2.320	3	19.3	76	3	17.2	34	3	21.4	42	دائماً	سلتنى
		1	55.8	220	1	55.1	109	1	56.6	111	أحياناً	
		2	24.9	98	2	27.8	55	2	21.9	43	نادراً	
0.527	1.280	1	13.7	54	3	12.1	24	3	15.3	30	دائماً	عرفتني حلول للمشكلات
		2	53	209	1	52.5	104	1	53.6	105	أحياناً	
		3	33.2	131	2	35.4	70	2	31.1	61	نادراً	
0.126	4.141	3	15	59	3	13.1	26	3	16.8	33	دائماً	عرفتني معلومات سياسية
		1	47	185	1	43.9	87	1	50	98	أحياناً	
		2	38.1	150	2	42.9	85	2	33.2	65	نادراً	
0.375	1.963	3	12.2	48	1	10.1	20	3	14.3	28	دائماً	ساعدتني على الهروب من مشكلاتي
		1	48.5	191	2	51	101	1	45.9	90	أحياناً	
		2	39.3	155	3	28.9	77	2	39.8	78	نادراً	
0.107	4.466	3	21.1	183	3	17.2	34	3	25	49	دائماً	أعطتني موضوعات للتقاش مع آخرين
		1	50	197	1	50.5	100	1	49.5	97	أحياناً	
		2	28.9	114	2	25.5	50	2	25.5	50	نادراً	
		394			198			196			جملة من سئلا	

* درجة الحرية = 2 لكل عنصر.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- أهم تأثيرات مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة - بالترتيب - هي: عرفتني على أحدث صيحات الموضة، عرفتني أساليب تنسيق المنزل والديكور، عرفتني معلومات في كافة المجالات، وعرفتني حقوق المرأة وواجباتها وتأتي التأثيرات الأخرى بنسب أقل، وأظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثات في التأثيرات باختلاف محل الإقامة.

- تقييم عينة الدراسة لبرامج المرأة:

يوضح الجدول التالي رقم (20) تقييم عينة الدراسة لبرامج المرأة المصرية من حيث مدى كفايتها العددية ومدى اشباعاتها للاحتياجات.

جدول رقم (20)

تقييم عينة الدراسة لبرامج المرأة المصرية من حيث مدى كفايتها العددية ومدى اشباعاتها للاحتياجات

المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة	
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	معيان التقييم	
3	11.9	47	3	11.6	23	3	12.2	24	نعم	مدى الكفاية العددية (*)
1	62.4	246	1	62.6	124	1	62.2	122	إلى حد ما	
2	25.6	101	2	25.8	51	2	25.5	50	لا	
3	16.8	66	3	15.7	31	3	17.9	35	نعم	مدى اشباعها للاحتياجات (**)
1	64.5	254	1	65.7	130	1	63.3	124	إلى حد ما	
2	18.8	74	2	18.7	37	2	18.9	37	لا	
394			198			196			المجموع	

(*) كا² = 0.037، درجة الحرية = 2، مستوى المعنوية = 0.982.

(**) كا² = 0.374، درجة الحرية = 2، مستوى المعنوية = 0.829.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع إجابات عينة الدراسة في تقييمهم لمدى الكفاية العددية لبرامج المرأة على: الموافقة (11.9%)، إلى حد ما (62.4%)، وغير كافية (25.6%) بينما ترى (16.8%) من العينة أن البرامج تشبع احتياجاتهن بشكل كامل و(64.5%) ترى أنها تشبعها إلى حد ما و(18.8%) ترى أنها لا تشبعها.

- وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمحل الإقامة في تقييمهم الكمي أو الكيفي لبرامج المرأة.

- مدى تأثير برامج المرأة على سلوك المشاهدة:

يوضح الجدول التالي رقم (21) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة ومدى تأثير برامج المرأة على سلوك المشاهدة من وجهة نظرهن.

جدول رقم (21)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة ومدى تأثير برامج المرأة على سلوك المشاهدة من وجهة نظرهن

المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
2	29.9	118	2	33.8	67	2	26	51	إلى حد كبير
1	60.7	239	1	59.1	117	1	62.2	122	إلى حد ما
3	9.4	37	3	7.1	14	3	11.7	23	لا تؤثر
394			198			196			المجموع

كا² = 4.453، درجة الحرية = 2، مستوى المعنوية = 0.108،

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- ترى (90.5%) من العينة أن برامج المرأة تؤثر في سلوك المشاهد ويتراوح التأثير بين التأثير بشكل كبير وإلى حد ما، وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثات طبقاً لمحل الإقامة في رأيهن في مدى تأثير برامج المرأة.

- الموضوعات المفضلة في برامج المرأة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (22) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم الموضوعات المفضلة لديهن من برامج المرأة.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

جدول رقم (22)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم الموضوعات المفضلة لديهن
من برامج المرأة

مستوى المعنوية	ك ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة الموضوعات المفضلة	
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك		
0.143	3.89	1	50.3	198	1	45.5	90	1	55.1	108	دائماً	موضوعات الموضة والتجميل
		2	41.1	162	2	44.4	88	2	37.8	74	أحياناً	
		3	8.6	34	3	10.1	20	3	7.1	14	نادرًا	
0.138	3.96	1	49.2	194	1	52.5	104	1	45.9	90	دائماً	الموضوعات الاجتماعية
		2	42.1	166	2	41.4	82	2	42.9	84	أحياناً	
		3	8.6	34	3	6.1	12	3	11.2	22	نادرًا	
0.139	3.941	1	47	185	1	42.9	85	1	51	100	دائماً	موضوعات الاهتمامات المنزلية
		2	38.8	153	2	39.9	79	2	37.8	74	أحياناً	
		3	14.2	56	3	17.2	34	3	11.2	22	نادرًا	
0.960	0.082	3	16.5	112	2	27.8	55	2	29.1	57	دائماً	الموضوعات القانونية
		1	55.1	217	1	55.6	110	1	54.6	107	أحياناً	
		2	28.4	112	3	16.7	33	3	16.3	32	نادرًا	
0.823	0.391	2	39.3	155	2	37.9	75	2	40.8	80	دائماً	الموضوعات الصحية
		1	52	205	1	53	105	1	51	100	أحياناً	
		3	8.6	34	3	9.1	18	3	8.2	16	نادرًا	
0.077	5.137	2	25.1	99	2	20.2	40	2	30.1	59	دائماً	الموضوعات الدينية
		1	58.9	232	1	62.6	124	1	55.1	108	أحياناً	
		3	16	63	3	17.2	34	3	14.8	29	نادرًا	
0.893	0.226	3	21.3	84	2	22.2	44	3	20.4	40	دائماً	الموضوعات التعليمية
		1	56.3	222	1	56.1	111	1	56.6	111	أحياناً	
		2	22.3	88	3	21.7	43	2	23	45	نادرًا	
0.036	6.650	3	15	59	3	16.7	33	3	13.3	26	دائماً	الموضوعات الاقتصادية
		1	53.8	212	1	58.1	115	1	49.5	97	أحياناً	
		2	31.2	123	2	25.3	50	2	37.2	73	نادرًا	
0.136	3.99	3	18.5	73	3	22.2	44	3	14.8	29	دائماً	الموضوعات السياسية
		1	46.4	183	1	42.9	85	1	50	98	أحياناً	
		2	35	138	2	34.8	69	2	35.2	69	نادرًا	
		394			198			196			جملة من سؤلوا	

* درجة الحرية = 2 لكل عنصر.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم الموضوعات المفضلة لدى عينة الدراسة - بالترتيب - هي: موضوعات الموضة والتجميل، الموضوعات الاجتماعية، موضوعات الاهتمامات المنزلية، الموضوعات القانونية، الموضوعات الصحية وتأتي الموضوعات الأخرى بنسب أقل، وتوجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات فى الريف والحضر فى تفضيلهن للموضوعات الاقتصادية.

- اهتمام عينة الدراسة بالقضايا المختلفة:

يوضح الجدول التالى رقم (23) مدى اهتمام عينة الدراسة بالقضايا المختلفة.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

جدول رقم (23)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل إقامتهم ومدى اهتمامهم بالقضايا المختلفة

مستوى المعنوية	ن ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة	
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	القضايا المختلفة	
0.218	3.045	1	49.7	196	1	54	107	1	45.4	89	مهتم	تربية الأبناء
		2	40.2	159	2	37.4	74	2	43.4	85	إلى حد ما	
		3	9.9	39	3	8.6	17	3	11.2	22	غير مهتم	
0.624	0.945	1	49.2	194	1	47	93	1	51.5	101	مهتم	الصحة والتجميل
		2	40.6	160	2	42.9	85	2	38.3	75	إلى حد ما	
		3	10.2	40	3	10.1	20	3	10.2	20	غير مهتم	
0.851	0.322	1	50	197	1	49.5	98	1	50.5	99	مهتم	عمل المرأة
		2	37.3	147	2	36.9	73	2	37.8	74	إلى حد ما	
		3	12.7	50	3	13.6	27	3	11.7	23	غير مهتم	
0.454	1.577	1	48.5	191	1	46	91	1	51	100	مهتم	صحة المرأة
		2	39.8	157	2	42.9	85	2	36.7	72	إلى حد ما	
		3	11.7	46	3	11.1	22	3	12.2	24	غير مهتم	
0.759	0.552	2	41.6	164	2	39.9	79	2	43.4	85	مهتم	العنف ضد المرأة
		1	47.5	187	1	48.5	96	1	46.4	91	إلى حد ما	
		3	10.9	43	3	11.6	23	3	10.2	20	غير مهتم	
0.773	0.514	1	44.9	177	1	46	91	1	43.9	86	مهتم	ديكور المنزل
		2	40.6	160	2	38.9	77	2	42.3	83	إلى حد ما	
		3	14.5	57	3	15.2	30	3	13.8	27	غير مهتم	
0.203	3.194	1	42.6	168	1	44.9	89	1	40.3	79	مهتم	الحقوق السياسية للمرأة
		2	36.8	157	2	40.9	81	2	38.8	76	إلى حد ما	
		3	17.5	69	3	14.1	28	3	20.9	41	غير مهتم	
0.280	2.543	1	42.9	169	1	41.4	82	1	44.4	87	مهتم	أساليب إعداد الطعام
		2	40.9	161	2	39.4	78	2	42.3	83	إلى حد ما	
		3	16.2	64	3	19.2	38	3	13.3	26	غير مهتم	
0.838	0.354	1	40.4	159	1	41.4	82	1	39.3	77	مهتم	المشكلات الزوجية
		2	39.3	155	2	39.4	78	2	39.3	77	إلى حد ما	
		3	20.3	80	3	19.2	38	3	21.4	42	غير مهتم	

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تابع جدول رقم (23)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمحل إقامتهم ومدى اهتمامهم بالقضايا المختلفة

مستوى المعنوية	ن ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة	
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	ك	ت
0.526	1.284	2	33	130	2	35.4	70	2	30.6	60	مهتم	الوضع الأمني
		1	39.8	157	1	37.4	74	1	42.3	83	إلى حد ما	
		3	27.2	107	3	27.3	54	3	27	53	غير مهتم	
0.00	15.86	2	31.2	123	1	37.4	74	3	25	49	مهتم	أحداث الإرهاب
		1	37.8	149	3	28.3	56	1	47.4	93	إلى حد ما	
		3	31	122	2	34.3	68	2	27.6	54	غير مهتم	
0.014	8.499	3	23.6	93	2	29.8	59	3	17.3	34	مهتم	الوضع الاقتصادي
		1	51.3	202	1	47.5	94	1	55.1	108	إلى حد ما	
		2	25.1	99	3	22.7	45	2	27.6	54	غير مهتم	
0.517	1.318	3	21.1	83	3	23.2	46	3	18.9	37	مهتم	الانتخابات
		1	47.2	186	1	44.9	89	1	49.5	97	إلى حد ما	
		2	31.7	125	2	31.8	63	2	31.6	62	غير مهتم	
		394			198			196			المجموع	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- أهم القضايا التي تهتم المبحوثات بمتابعتها فى برامج المرأة - بالترتيب - هى:
تربية الأبناء، الصحة والتجميل، عمل المرأة، صحة المرأة، العنف ضد المرأة،
ديكور المنزل، الحقوق السياسية للمرأة، وأساليب إعداد الطعام وتأتى
القضايا الأخرى بنسب أقل، وأظهرت البيانات وجود فروق دالة إحصائياً بين
المبحوثات طبقاً لمحل الإقامة فى اهتمامن بقضايا الإرهاب والوضع
الاقتصادى حيث بلغت قيم المعنوية (0.00، 0.14) على التوالى وهى قيم
دالة إحصائياً.

- أهم مقترحات تطوير برامج المرأة لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالى رقم (24) توزيع إجابات المبحوثات عينة الدراسة طبقاً
لمحل الإقامة وأهم مقترحاتهن لتطوير برامج المرأة.

جدول رقم (24)

توزيع إجابات المبحوثات عينة الدراسة طبقاً لمحل الإقامة وأهم مقترحاتهن لتطوير
برامج المرأة

مستوى المعنوية	كا ²	المجموع			ريف			حضر			محل الإقامة المقترحات
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.620	0.246	1	65	256	1	66.2	131	1	63.8	125	توعية المرأة بالقضايا المختلفة
0.456	0.555	2	60.9	240	2	59.1	117	2	62.8	123	فقرات تخاطب كل فئات المرأة
0.052	3.77	3	38.6	152	3	33.8	67	3	43.4	85	عرض برامج المرأة بمواعيد تناسبها
				394			198			196	جملة من سئوا

* درجة الحرية = 1 لكل عنصر.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- أهم مقترحات عينة الدراسة لتطوير برامج المرأة هي: توعية المرأة بالقضايا المختلفة (65%)، تقديم فقرات تخاطب كل فئات المرأة (60.9%)، وعرض برامج المرأة بمواعيد تناسبها (38.6%)، وازهرت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات طبقاً لمحل الإقامة في مقترحاتهن لتطوير برامج المرأة.

(ج) نتائج إختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة ودوافع وتأثيرات المشاهدة.

ولدراسة العلاقة الارتباطية استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (25)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين معدلات مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة ودوافع وتأثيرات المشاهدة

معدل مشاهدة البرامج الخاصة القنوات الفضائية المصرية الخاصة		معدل المشاهدة
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	الدوافع والتأثيرات
0.001	0.160	دافع الفهم
0.974	0.002	دافع التسلية
0.274	0.055	دافع التوجيه
0.010	0.130	التأثيرات المعرفية
0.170	0.069	التأثيرات الوجدانية
0.014	0.124	التأثيرات السلوكية
394		ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من دافع الفهم والتأثيرات المعرفية والسلوكية ومعدلات مشاهدة برامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من دوافع وتأثيرات مشاهدة برامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

ولدراسة العلاقة الارتباطية استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الموضحة نتيجته فى الجدول التالى:

جدول رقم (26)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين دوافع وتأثيرات مشاهدة برامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة

دوافع التوجيه		دوافع التسلية		دوافع الفهم		الدوافع التأثيرات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.00	0.528	0.00	0.250	0.00	0.720	التأثيرات المعرفية
0.00	0.466	0.00	0.458	0.00	0.457	التأثيرات الوجدانية
0.00	0.400	0.04	0.145	0.00	0.401	التأثيرات السلوكية
394						ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من دوافع وتأثيرات مشاهدة برامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية المختلفة فى معدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبارى "ت" أو "ف" المبين
نتيجته فى الجدول التالى:

جدول رقم (27)

اختبارى "ت" و "ف" للفروق بين المبحوثين طبقاً لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية
فى معدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة

المعدل	المتغير	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة "ت" أو "ف"	درجة الحرية	مستوى المعنوية
معدل مشاهدة برامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة	حضر	194	4.86	1.480	1.887	380,76	0.060
	ريف	198	4.60	1.257			
	أقل من 18 سنة	31	4.55	1.207	0.416	4,389	0.797
	18-25 سنة	275	4.75	1.390			
	25-35 سنة	11	5.09	1.640			
	35-45 سنة	29	4.59	1.296			
	أكثر من 45 سنة	48	4.75	1.422			
	أقل من متوسط	41	4.39	1.202	2.111	3,390	0.098
	متوسط	111	4.92	1.389			
	جامعى	214	4.74	1.379			
	دراسات عليا	28	4.39	1.474			
	منخفض	27	4.15	1.099	4.658	2,391	0.010
متوسط	256	4.68	1.328				
مرتفع	111	4.99	1.498				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اظهر استخدام تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة فى معدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة لصالح المبحوثين من المستوى
الاقتصادى الاجتماعى المرتفع حيث بلغ متوسطهم الحسابى (4.99) مقابل
(4.15، 4.68) للمستويات الأخرى.

جدول رقم (28)

مصدر التباين بين المبحوثات من المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة فى
معدلات مشاهدتهن لبرامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة

المعدل	المستوى الاقتصادى	المستوى الاقتصادى المقارن	الفروق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
معدل مشاهدة برامج المرأة	المنخفض	المتوسط	0.532	0.055
		المرتفع	0.843	0.004
	المتوسط	المرتفع	0.311	0.045

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات من المستويات الاقتصادية
الاجتماعية والمنخفضة والمرتفعة، والمبحوثات من المستويات الاقتصادية
الاجتماعية المتوسطة والمرتفعة، حيث بلغت مستويات المعنوية (0.004،
0.045) على التوالى، وذلك لصالح المبحوثات من المستوى الاقتصادى
الاجتماعى المرتفع حيث بلغ متوسطى الحسابى (4.99) مقابل (4.15،
4.68) للمستويات الأخرى.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات طبقاً لمتغيرتهن
الديموغرافية المختلفة فى دوافع وتأثيرات تعرضهن لبرامج المرأة فى
القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبارى "ت" و اختبار "تحليل

التباين" الموضحة نتيجته فى الجدول التالى:

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

جدول رقم (29)

اختباري "ت" و "ف" للفروق بين المبحوثات طبقاً لاختلاف متغيرتهن الديموغرافية في
دوافع وتأثيرات تعرضهن لبرامج المرأة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة "ت" أو "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغير	الدوافع والتأثيرات
0.211	389.84	1.252	1.573	5.05	194	حضر	دافع التوجيه
			1.475	4.85	198	ريف	
0.950	4 389	0.177	1.118	3.87	31	أقل من 18 سنة	
			1.236	3.82	275	25-18 سنة	
			1.421	3.73	11	35-25 سنة	
			1.198	3.69	29	45-35 سنة	
			1.184	3.71	48	أكثر من 45 سنة	
0.085	3 390	2.226	1.280	3.37	41	أقل من متوسط	
			1.274	3.94	111	متوسط	
			1.189	3.81	214	جامعي	
			1.031	3.79	28	دراسات عليا	
0.120	2 391	2.136	1.334	3.37	27	منخفض	
			1.265	3.86	256	متوسط	
			1.057	3.75	111	مرتفع	
0.452	392	0.753	3.694	18.41	194	حضر	دافع الفهم
			3.736	18.13	198	ريف	
0.998	4 389	0.035	3.603	18.42	31	أقل من 18 سنة	
			3.738	18.25	275	25-18 سنة	
			4.803	18.55	11	35-25 سنة	
			3.226	18.24	29	45-35 سنة	
			3.796	18.19	48	أكثر من 45 سنة	
0.041	3 390	2.769	3.787	16.83	41	أقل من متوسط	
			3.991	18.13	111	متوسط	
			3.598	18.53	214	جامعي	
			2.872	18.89	28	دراسات عليا	
0.260	2 391	1.353	3.378	17.22	27	منخفض	
			3.715	18.26	256	متوسط	
			3.773	18.53	111	مرتفع	

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تابع جدول رقم (29)

اختبارى "ت" و "ف" للفروق بين المبحوثات طبقاً لاختلاف متغيرتهن الديموغرافية فى
دوافع وتأثيرات تعرضهن لبرامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة "ت" أو "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغير	الدوافع والتأثيرات
0.211	389.84	1.252	1.573	5.05	194	حضر	دافع التسلية
			1.475	4.85	198	ريف	
0.797	4، 389	0.415	1.334	4.77	31	أقل من 18 سنة	
			1.553	3.82	275	25-18 سنة	
			1.979	4.72	11	35-25 سنة	
			1.513	5.17	29	45-35 سنة	
			1.609	5.08	48	أكثر من 45 سنة	
0.163	3، 390	1.716	1.362	4.46	41	أقل من متوسط	
			1.26	4.94	111	متوسط	
			1.47	5.02	214	جامعى	
			1.604	5.14	28	دراسات عليا	
0.734	2، 391	0.310	1.66	4.81	27	منخفض	
			1.55	4.99	256	متوسط	
			1.407	4.88	111	مرتفع	
0.211	389.84	1.252	1.573	5.05	194	حضر	تأثيرات معرفية
			1.475	4.85	198	ريف	
0.798	4، 389	0.415	1.334	4.77	31	أقل من 18 سنة	
			1.533	4.93	275	25-18 سنة	
			1.979	4.73	11	35-25 سنة	
			1.513	5.17	29	45-35 سنة	
			1.609	5.08	48	أكثر من 45 سنة	
0.163	3، 390	1.716	1.362	4.46	41	أقل من متوسط	
			1.63	4.94	111	متوسط	
			1.47	5.02	214	جامعى	
			1.604	5.14	28	دراسات عليا	
0.734	2، 391	0.310	1.665	4.81	27	منخفض	
			1.554	4.99	256	متوسط	
			1.457	4.88	111	مرتفع	

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

تابع جدول رقم (29)

اختبارى "ت" و "ف" للفروق بين المبحوثات طبقاً لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية فى
دوافع وتأثيرات تعرضهن لبرامج المرأة فى القنوات الفضائية المصرية الخاصة

0.067	391.9	1.838	1.516	5.73	194	حضر	تأثيرات وجدانية
			1.510	5.45	198	ريف	
0.616	4، 389	0.666	1.435	5.48	31	أقل من 18 سنة	
			1.533	5.60	275	18-25 سنة	
			2.098	6.00	11	25-35 سنة	
			1.246	5.86	29	35-45 سنة	
			1.498	5.40	48	أكثر من 45 سنة	
0.353	3، 390	1.089	1.487	5.29	41	أقل من متوسط	
			1.559	5.55	111	متوسط	
			1.515	5.70	214	جامعى	
			1.397	5.39	28	دراسات عليا	
0.379	2، 391	0.973	1.441	5.33	27	منخفض	
			1.483	5.56	256	متوسط	
			1.61	5.74	111	مرتفع	
0.994	391.6	0.008	0.654	1.95	194	حضر	تأثيرات سلوكية
			0.681	1.95	198	ريف	
0.680	4، 389	0.576	0.547	1.97	31	أقل من 18 سنة	
			0.686	1.97	275	18-25 سنة	
			0.751	1.82	11	25-35 سنة	
			0.593	1.93	29	35-45 سنة	
			0.663	1.83	48	أكثر من 45 سنة	
0.233	3، 390	1.433	0.652	1.78	41	أقل من متوسط	
			0.702	1.92	111	متوسط	
			0.642	1.98	214	جامعى	
			0.716	2.07	28	دراسات عليا	
0.331	2، 391	1.109	0.577	1.78	27	منخفض	
			0.681	1.95	256	متوسط	
			0.657	1.99	111	مرتفع	
394							ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أظهر استخدام "اختبار تحليل التباين" وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات من المستويات التعليمية المختلفة في دافع الفهم لصالح المبحوثات الحاصلات على الدراسات العليا حيث بلغت قيمة متوسطن الحسابي (18.89) مقابل (16.83، 18.13، 18.53) للمستويات التعليمية الأخرى على التوالي.

جدول رقم (30)

مصدر التباين بين المبحوثات من المستويات التعليمية المختلفة في بعض دوافع وتأثيرات مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة

الدوافع والتأثيرات	المتغير	المتغير المقارنة	الفروق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
دافع الفهم	مؤهل أقل من متوسط	مؤهل متوسط	1.297	0.055
		مؤهل عالي	1.703	0.007
		دراسات عليا	2.064	0.023
	مؤهل متوسط	مؤهل عالي	0.407	0.347
		دراسات عليا	0.767	0.326
		دراسات عليا	0.360	0.627
تأثير معرفي	مؤهل أقل من متوسط	مؤهل متوسط	1.218	0.057
		مؤهل عالي	1.756	0.003
		دراسات عليا	0.889	0.299
	مؤهل متوسط	مؤهل عالي	0.538	0.187
		دراسات عليا	0.329	0.655
		دراسات عليا	0.868	0.216

تدل نتائج الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثات من المؤهل الأقل من المتوسط وكل من المبحوثات من المؤهل العالي والحاصلات على الدراسات العليا في دافع الفهم كأحد دوافع مشاهدة برامج المرأة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة

حيث بلغت قيم مستويات المعنوية (0.007، 0.023) على التوالي، والفارق لصالح المبحوثات من الحاصلات على الدراسات العليا، كما توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثات من المؤهل الأقل من المتوسط والمؤهل العالي حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.003).

خلاصة الدراسة:

اظهرت الدراسة اهتماماً وإقبالاً ملحوظاً من المبحوثات بغض النظر عن متغيراتهم الديموغرافية في اهتمامهن ببرامج المرأة واعتمادهن عليها في اشباع احتياجاتهم المعلوماتية والثقافية إلى جانب اعتبارها مضموناً ترفيهياً يرتبطن به ولذا أصبح لزاماً على الإعلام والقائمين عليه الاهتمام بمضمون هذه البرامج انطلاقاً من دورها التثقيفي والتعليمي والترويجي بالغ الأثر على المرأة وهي نصف المجتمع.

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

مراجع الدراسة:

- 1- William, Loges & Sandra, Rokeach. Dependency Relations and Newspaper Readership. In: *Journalism Quarterly*, Vol. 70, No. 3, 1993. p. 603.
- 2- McQuil & Windahl, Seven. *Communication Models: The Study of Mass Communication* (London: Longman, 1991) pp. 65-70.
- 3- Loges, Willam. Perception of threat and System Dependency Relation. In: *Communication Research*, Vol. 1, 1994, pp. 78-79.
- 4- Evans Ashley, Female body and the Mass Media: A content analysis of Prime time Television and how they lead to body Image of women, *M.A.* (USA: Washington University, 2014).
- 5- Lewis, Melinda Maureen. That's what she said: Politics, Violence in American Television. *Ph.D.* (USA: Bowling Green State Univeristy, 2014).
- 6- King, Karan L. Using Television: How undergraduate female students utilize television as a cultural Resource. *Ph.D.* (USA: State University of New York, 2013).
- 7- Marksman, Ronissha. African American Woman in Reality Tv: An addiction To Glamor & Fighting. *M.A.* (USA: Long Island University, 2013).
- 8- حسن على قاسم. "دور الفضائيات في معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية" رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013).
- 9- ربهام محمد عز الدين. العلاقة بين التعرض لبرامج المرأة في الفضائيات العربية ونظرة المرأة لذاتها ونظرة المجتمع لها. رسالة ماجستير. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012).
- 10- Goldman, Adria Y. Constructing a woman's Reality: Examining Image of African – American Women in Six Selected Reality Television Docusoaps. *Ph.D.* (USA: Howard Unviersity, 2012).
- 11- على سلمان الجيوري. "دور برامج المرأة في القنوات العراقية في التوعية بقضايا المجتمع السياسية". رسالة ماجستير. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2012).
- 12- برلنت نزيه. "أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون المصري: دراسة مسحية". رسالة دكتوراه. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011).
- 13- نشوى عفيفي. "العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للمادة الإخبارية في وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية ومستوى مشاركتها السياسية". رسالة ماجستير. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011).

معالجة برامج المرأة بالفضائيات المصرية الخاصة لقضايا المجتمع
وتبني مفهوم جودة الحياة وتأثيراتها على المرأة المصرية

- 14- أسماء سمير. "الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة فبالقنوات الفضائية العربية".
رسالة ماجستير. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009).
- 15- مايا البيضاء. "دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة".
رسالة ماجستير. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008).
- 16- وجدان القاسم. "استخدامات المرأة البحرينية للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة".
رسالة ماجستير. (القاهرة: معهد البحوث العربية، جامعة الدول العربية، 2008).
- 17- نهى العبد. "استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية: دراسة ميانية". *في: المجلة المصرية
لبحوث الرأي العام*، العدد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، إبريل - يونيو، 2001، ص
125-97.
- 18- <http://www.Egyptradio.Tv/woman>. In: (15-3-2015)
- 19- أميمة عمران. "دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي". *في: المجلة
المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 11، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، إبريل - يونيو 2001،
ص 211-275.
- 20- أبو بكر الوصيف. "استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباع المتحققة". *رسالة ماجستير*.
(القاهرة: معهد الدراسات والبحوث العربية، جامعة الدول العربية، 2004).
- 21- Dianne, Juile, Poer Versus empowerment: A textual analysis of
Television superpowered women 1996-2005 and The view Amount of
it. In: *Mass Communication*, Vol. 66, 2005, p. 1986.
- 22- أمال الغزاوي. "الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في التلفزيون المصري على
برامج المرأة". *رسالة ماجستير*. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1989).
- 23- وليد فتح الله. "دور الراديو في معالجة القضايا والمشكلات السلوكية في المجتمع المصري".
رسالة دكتوراه. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1986).