دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	دور وسائل الاعلام فى مشاركة المرأة فى العمل السياسى
المصدر:	المجلة المصرية لبحوث الإعلام
الناشر:	جامعة القاهرة - كلية الإعلام
المؤلف الرئيسي:	عمران، أميمة محمد محمد
المجلد/العدد:	ع11
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2001
الشهر:	يونيه
الصفحات:	211 - 275
رقم MD:	953203
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	وسائل الإعلام، العمل السياسى، المشاركة السياسية، التوعية الثقافية، المرأة المصرية، حقوق المرأة
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/953203

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة فى العمل السياسى

د. أميمة محمد محمد عمران(*)

مدخـــل:

تلعب المرأة دوراً رئيسياً فى المجتمع الذى تعيش فيه، ودورها من الاتساع بحيث يستوعب مختلف نواحى الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والانسانية ومن الشمول بحيث لا يتقصر على نوعية معينة من النساء.

«وتؤكد إحدى وثائق الأمم المتحدة أن تحقيق النجاح التام فى مشروعات التنمية يتوقف على زيادة فهم المرأة ووعيها، وعلى كسب تعاونها ومشاركتها مشاركة فعالة ومستنيرة»(١).

وإذا نظرنا إلى المرأة المصرية ومشاركتها فى تنمية مجتمعها على مر العصور نجد أن التاريخ يذكر لنا أنها قامت بكثير من الأدوار فى المجالات السياسية والاجتماعية سواء فى العصور القديمة أو الحديثة، فعلى المستوى السياسى «سجل لنا التاريخ وصدقت عليه الآثار، أن المرأة فى عهد الفراعنة قد مارست السياسة ووصلت إلى العرش مثل سبك – نفرو وحتشبسوت وكليوباترا وغيرهن»(٢).

«وبدخول الإسلام مصر حظيت المرأة المصرية بمكانة لم تبلغها من قبل للمرأة حق المبايعة الدينية وهو حق إعلان رأيها، ولم يمنع الإسلام ألمرأة من الخروج من بيتها لأمور دينها ودنياها بحيث لا يتنافى ذلك مع ما تقتضيه الشريعة الإسلامية. وقد حكمت شجرة الدر مصر ثلاثة أشهر بمفردها وعشرين عاماً مع زوجيها الصالح والمعز بصفة رسمية»(٣).

(*)المدرس بقسم الإذاعة بكلية الآداب – جامعة أسيوط.

وعندما جاءت الحملة الفرنسية شاركت المرأة فى المعارك التى دارت ضد الفرنسيين، كما شاركت فى الثورة العرابية، وفى ١٩١٩، حيث شاركت فى الثورة العرابية، وفى ثورة ١٩١٩، حيث شاركت بصورة إيجابية لفتت الأنظار وكان لها كبير الأثر فى نفوس المصريين «وبرغم هذه المشاركة الإيجابية من المرأة صدر دستور ١٩٢٣ ولم يمنحها حقوقها السياسية، وقصر القانون رقم ١١ لسنة ١٩٢٣ حق الانتخاب والترشيح على الذكور، وبدأت المرأة معركة الحصول على حقوقها السياسية»(٤) .

«وشهدت سنة ١٩٤٩ أكبر حملة نسائية للمناداة بحقوق المرأة السياسية كما شهدت تأييداً وتدعيماً لحقوق المرأة من الرجال المستنيرين أمثال د. طه حسين، وسلامة موسى. وزكى عبدالقادر وفكرى أباظة»(٥) .

وبقيام ثورة يوليو منحت المرأة كثيراً من حقوقها الإجتماعية والسياسية وصدر دستور ١٩٥٦ «متضمناً حق المرأة فى الترشيح والانتخاب شأنها شأن الرجل سواءاً بسواء»(٦) .

كما أكد حقوق المرأة السياسية كذلك برنامج العمل الوطنى وورقة أكتوبر وفى عام ١٩٧٩ صدر القرار الجمهورى رقم ٤١ الذى جعل قيد المرأة فى جداول الانتخاب إجبارياً، ومن ثم اتيحت فرصة شرعية أكبر للمرأة للمشاركة فى صنع القرار، أيضاً صدر القانون ٢١ لعام ١٩٧٩ والذى منحت المرأة بموجبة ثلاثين مقعداً فى ثلاثين دائرة انتخابية مما أدى إلى ارتفاع نسبة تمثيل المرأة فى الدورة البرلمانية لعام ١٩٧٩ بنسبة ٨,٧٪.

وإذا كانت المرأة المصرية قد ناضلت على مر العصور من أجل الحصول على حقوقها السياسية، واستطاعت أن تقطع شوطاً كبيراً على صعيد العمل السياسى من خلال المشاركة فى المجالس النيابية والمؤسسات السياسية وشبه السياسية إلى جانب تقلدها كثيراً من المناصب السياسية والقيادية، فإن الواقع الحالى يعكس عزوفاً عاماً من جانب المرأة المصرية عن المشاركة فى صنع القرار السياسى ويمكن الاستدلال على صحة ذلك من خلال عدة مؤشرات لعل أبرزها:

– تشير الدراسات إلى أن «نسبة من يمارسن نشاطاً سياسياً ٦,٣٪ فقط، أما نسبة من ينتمين إلى حزب سياسى فهى ٠,٥٪ فقط»(٧) .

– مع إلغاء القانون ٢١ لسنة ١٩٧٩ من قبل المحكمة الدستورية بحجة مخالفته للاجراءات ولمبدأ المساواة المنصوص عليه فى الدستور أدى ذلك إلى تقلص مقاعد المرأة فى المجالس النيابية فى الدورات البرلمانية التالية "فقد انخفضت عضوية النساء فى مجلس الشعب من ١١٪ عام ١٩٨٤ إلى نحو ٢٪ عام ١٩٩٥م، كما انخفضت عضويتها فى المجالس المحلية من ١١,٢٪ عام ١٩٧٩ إلى ١,٢٪ علم ١٩٩٢»(٨) .

– تشير الاحصاءات إلى أن «عدد مقاعد المرأة فى مجلس الشعب فى انتخابات ١٩٩٥ تبلغ (٩) مقاعد تمثل ٢٪ منها خمسة مقاعد بالانتخاب وأربعة بالتعيين وأن هناك (١٥) مقعداً بمجلس الشورى من (٢٦٤) عضواً، أى ما يعادل ٥,٧٪ وهى بالتعيين»(٩) .

– لم تستطع أى سيدة صعيدية من القليلات اللاتى رشحن أنفسهن فى انتخابات ١٩٩٥ من الفوز بذلك لم تمثل المرأة الصعيدية خلال الدورة البرلمانية الأخيرة.

– أظهرت الانتخابات الأخيرة عام ١٩٩٥ عدم اهتمام الأحزاب السياسية بترشيح النساء وكانت هذه ظاهرة سلبية شملت الحزب الحاكم ومؤشراً على ضعف الإيمان الحقيقى بمشاركة المرأة.

ولاشك أن هذه الأرقام تعكس عزوفاً من جانب المرأة عن المشاركة السياسية، وهذا العزوف تكمن وراءه أسباب وعوامل معوقه تتراوح بين عوامل اجتماعية وأخرى شخصية وثالثة ثقافية، وتفشى هذه العوامل يؤدى إلى انتشار اللامبالاة والعزوف السياسى.

وإذا كان هناك صعوبة فى القضاء على تلك المعوقات فإنه يمكن التقليل منها وتقليص حجمها عن طريق العمل على تنمية المرأة وتزويدها بقدر من الثقافة السياسية التى تصقل خبرتها وتخلق لديها درجة من الوعى السياسى تساعدها على معرفة حقوقها وواجباتها السياسية. ومن خلال ذلك يمكن القضاء على بعض القيم المثبطة لعملية المشاركة خاصة فى المجتمعات التقليدية والريفية.

وتعد وسائل الإعلام فى المجتمع الحديث واحدة من المصادر الفعالة فى مجال التثقيف السياسى «حيث تمد المواطن عن طريق الكلمة المطبوعة والمسموعة والمرئية بما يحتاج إليه من معلومات سياسية ... وتلقى الضوء على الأحداث الموضوعات المختلفة مما يخلق لديه درجة من الوعى السياسى»(١٠) .

وفى إطار ذلك تقوم وسائل الإعلام «بعرض لوجهتى النظر المؤيدة والمعارضة للسياسات المختلفة علاوة على تقديمها للمعلومات السياسية التى يحتاجها الجمهور لكى يشارك فى صنع القرار السياسى»(١١) .

وتزداد أهمية وسائل الإعلام مع تضخم المعلومات وتعقيدها ومع تزايد قدرة هذه الوسائل على توضيح وتحليل وشرح وتفسير المعلومات التى تنقلها وتبسيطها. ولا تقتصر وسائل الإعلام على تفسير الأحداث وتحليلها بل تعمل على استقراء تلك الأحداث والوصول إلى توقعات مستقبلية.

وهذا الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام يخلق درجة من الوعى السياسى لدى جمهور المتلقين تحفزهم لمزيد من المشاركة فى صنع القرار.

علاوة على ذلك تعتبر وسائل الإعلام قنوات للتعبير السياسى «يمكن من خلالها نشر أفكار وآراء وقرارات النخبة الحاكمة إلى جانب تزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق حول القضايا والموضوعات مع اطلاعهم على سياسة الحكومة، وذلك بأسلوب مؤثر يساعدهم على فهم السياسة الحكومية والتأقلم معها ويؤكد الثقة فى النظام القائم، ومن ناحية أخرى تقوم وسائل الإعلام بوضع احتياجات الأفراد والجماعات أمام صانعى القرار وتساهم فى كشف الحاجات والمطالب السياسية، وإبرازها وبلورتها، وطرح بدائل مختلفة بشأنها. ووسائل الإعلام بهذا تلعب دور الوسيط بين النخبة الحاكمة والجماهير»(١٢) .

وهكذا فإن وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دوراً متميزاً فى تحفيز المرأة على المشاركة فى صنع القرار السياسى خاصة إذا ركزت على الايجابيات وناقشت هذه القضية بشكل مكثف، وأكدت على أهمية دور المرأة فى مختلف المجالات بما فيها المجال السياسى.

★ **الدراسات السابقة:**

أشارت كثير من الدراسات التى تناولت تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم إلى الدور الفعال الذى تلعبه تلك الوسائل على المستوى السياسى ونعرض هنا لابراز هذه الدراسات.

أولا: الدراسات العربية:

– دراسة نادية عبده المصرى – دور الاتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية(١٣).

تناولت هذه الدراسة الدور الذى يقوم به الاتصال المباشر والجماهيرى فى دفع المرأة للمشاركة فى صنع القرار السياسى، وألقت الضوء حول واقع المشاركة السياسية للمرأة المصرية والاهتمام الدولى والقومى بقضايا المرأة.

وأشارت إلى أسباب تراجع مشاركة المرأة فى الحياة السياسية ومنها صعوبة فهم نظام الانتخاب وفقدان الثقة فى نزاهة الانتخابات علاوة على الموروث الثقافى والاجتماعى الذى يحول دون المشاركة الفعالة للمرأة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين الاتصال واتجاهات المرأة نحو المشاركة إلى دور وسائل الاتصال الجماهيرى فى التعريف بمجالات المشاركة وتوعية المرأة بدورها السياسى.

– دراسة أميمة محمد محمد عمران – دور الصحافة الحزبية فى المشاركة السياسية.(١٤)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذى تقوم به الصحافة الحزبية فى عملية المشاركة السياسية من خلال دراسة تحليلية تعكس حجم اهتمام الصحف الحزبية بقضية المشاركة السياسية، وأخرى ميدانية تعكس تقييم القرار للدور السياسى للصحف الحزبية وتوضح العلاقة بين معدل تعرض الأفراد للصحف الحزبية وللمواد السياسية المنشورة بها وبين معدل إقبالهم على المشاركة فى صنع القرار السياسى.

ومن أبرز النتائج التى استفادت منها الباحثة:

أن هناك علاقة ذات دلالة بين تعرض الأفراد للصحف الحزبية ومعدل مشاركتهم فى صنع القرار السياسى حيث اثبتت الدراسة أن الأفراد الأكثر تعرضاً للصحف الحزبية أكثر مشاركة فى الاجتماعات السياسية، وأكثر اقبالاً على التصويت فى الانتخابات والترشيح فيها.

وقد استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامى والميدانى، والمنهج المقارن فى إطار ذلك تم استخدام تحليل المضمون والاستبيان كأدوات بحثية.

– دراسة نادية حسن سالم – تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصرى(١٥)

تناولت هذه الدراسة مدى تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية لدى المواطن وقد انطلقت من عدة فروض منها:

١ – تزاول وسائل الإعلام تأثيراً قوياً على المشاركة السياسية للمواطن المصرى الريفى، وإن كانت ليست سبباً أساسياً وحيداً.

٢ – تزاول وسائل الإعلام أثراً على نظرة المواطن المصرى الريفى إلى هويته.

★ ومن أبرز نتائج هذه الدراسة:

١ – تبين من التحليل الإحصائى أن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الإعلام ومعلومات المواطن المصرى الريفى عن الأجهزة السياسية.

٢ – تبين من النتائج أن للوسيلة الإعلامية دوراً غير أساسى فى ارتفاع نسبة المشاركة السياسية للمواطن المصرى الريفى.

٣ – فيما يتعلق بسلوك المواطن المصرى الريفى السياسى الفعلى أى مشاركتة الفعلية فى الانضمام للأحزاب السياسية المختلفة فإنه كلما تعرض المواطن للوسيلة الإعلامية كلما ازدادت رغبته فى المشاركة الفعلية.

– دراسة محمد سيد عتران بعنوان: «دور الاتصال فى عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية»(١٦)

تناولت هذه الدراسة الدور الذى يقوم به الاتصال المباشر والجماهيرى فى دفع الجماهير إلى المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وكذلك دور وسائل الاتصال فى التعريف بمجالات المشاركة وخلق اتجاه إيجابى نحوها.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن وصحيفة الاستبيان

* ومن أبرز النتائج التى توصلت إليها الدراسة وأفادت الباحثة: –

١ – تقوم وسائل الاتصال الجماهيرى بدور كبير فى خلق المعرفة والوعى والادراك لدى الجماهير بمجالات المشاركة، فى حين يكون الاتصال المباشر الدور الأكبر فى قيام الفرد بسلوك إيجابى مشارك.

٢ – أوضحت الدراسة أن لوسائل الاتصال الجماهيرية وخاصة الصحف دور كبير فى قيام الأفراد بالمشاركة فى المناقشات السياسية والندوات السياسية وعضوية الأحزاب.

– دراسة بدرية شوقى عبدالوهاب – المشاركة السياسية للمرأة(١٧).

استهدفت هذه الدراسة التعرف على المعوقات التى تقف أمام المشاركة السياسية للمرأة مع تحليل أسباب وجود هذه العقبات فى المجتمع، وقد أوضحت الدراسة أن أهم عقبات المشاركة السياسية للمرأة هى التنشئة الاجتماعية، والأمية، وضيق الوقت، والتقاليد، علاوة على السمات الشخصية، ومطالب الحياة السياسية، وطريقة المشاركة، والضغط الاجتماعى الذى تتعرض له المرأة فيمنعها من المشاركة السياسية سواء من جانب الأصدقاء أو التقاليد، أو ضغوط المرأة للرجل.

ثانياً الدراسات الأجنبية:

- دراسة روبرت لان (Robert, E., Lane) عن تأثير وسائل الإعلام فى المشاركة السياسية للأفراد»(١٨) .

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام فى حث الأفراد على المشاركة السياسية وقد اشتملت على دراسة تحليلية وأخرى ميدانية.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن:

هناك أرتباط قوى بين التعرض لوسائل الإعلام بصفة عامة والمشاركة السياسية حيث أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام وإدراكهم للمسائل السياسية، ومشاركتهم فى صنع القرار السياسى.

وأشارت إلى التعرض لوسائل الإعلام يعد حافزاً قوياً لكل شكل من أشكال المشاركة السياسية وخاصة الأشكال الإيجابية.

وتكمن أهمية هذه الدراسة فى اهتمامها بدراسة مدى تأثير المضمون على الجمهور، كما تكمن أهميتها فى مقارنتها بين تأثيرات الراديو والتليفزيون والصحف اليومية والمجلات كل على حدة.

- دراسة جيمس ستراوس (J. Strouse) عن تأثير وسائل الإتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسى(١٩) .

استهدفت هذه الدراسة معرفة مدى تأثير وسائل الإتصال على اتجاهات الفرد وسلوكة السياسى، وانطلقت من فرض أساسى مؤداه أن وسائل الإتصال لها تأثير فعال على الاتجاهات السياسية للأفراد وسلوكهم السياسى.

- وقد توصلت هذه الدراسة إلى اثبات صحة هذا الفرض، كما توصلت إلى مجموعة من النتائج الهامة هى:-

- أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه كما أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسى للفرد.

- يزداد تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد فى المناطق الريفية عنها فى المناطق الحضرية.

- دراسة سيدنى كروس ودنيس ديفز «تأثير وسائل الاتصال الجماهيرى على السلوك السياسى»(٢٠).

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير وسائل الإتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسى للمواطن الأمريكى: -

وقد توصلت الدراسة إلى أن لوسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة تأثير كبير على المواطنين الأمريكيين فيما يتعلق بقرار التصويت فى الانتخابات. وأن التليفزيون يأتى فى مقدمة الوسائل المؤثرة على قرار التصويت.

وفيما يتعلق بدور وسائل الاتصال الجماهيرى فى خلق المعرفة السياسية العامة تبين أن الراديو والتليفزيون أكثر تأثيراً من وسائل الاتصال المطبوعة، ففى الوقت الذى يقوم كل من الراديو والتليفزيون بالتعريف بالأحداث الجارية، فإن وسائل الاتصال المطبوعة تقوم بدور الشرح والتفسير والتوضيح.

وفيما يتعلق بالمشاركة السياسية واثارة المناقشات السياسية تبين أن وسائل الاتصال المطبوعة أكبر تأثيراً من الراديو والتليفزيون.

• مشكلة (الدراسة):

وهكذا من خلال الدراسات السابقة نلاحظ ندرة البحوث التى تتناول دور واسئل الإعلام فى عملية المشاركة السياسية للمرأة، فالدراسات معظمها تناولت دور الاتصال بشكل عام والاتصال الجماهيرى خاصة فى مجال المشاركة السياسية وطبقت تلك الدراسات على جمهور عام يضم ذكوراً وإناثاً.

من ناحية ثانية لم تنل قضية المشاركة السياسية للمرأة الريفية ودوافعها ومعوقاتها لديها حظاً وافراً من الدراسة، وهو جانب هام من جوانب قضية المرأة التى أصبحت تفرض نفسها بجوانبها المختلفة خاصة فى ظل إنشاء آلية جديدة تعنى بشئون المرأة بجوانبها المختلفة، وهى المجلس القومى للمرأة المصرية.

ومن هنا برزت الحاجة إلى الدراسة الراهنة والتى يمكن تلخيصها فى التساؤل التالى:-

ما الدور الذى يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية للمرأة الريفية؟ وما رؤية السيدات الريفيات للدور المنوط بوسائل الإعلام فى هذا المجال؟ وما العلاقة بين معدل التعرض لتلك الوسائل وما يعرض فيها من مواد سياسية ومعدل المشاركة السياسية لديهن؟ وما العلاقة بين معدل تعرض السيدات لوسائل الإعلام وسماتهن الشخصية؟

تنبع أهمية هذه الدراسة من عدة اعتبارات :

١ - أن هذه الدراسة تهتم بدراسة الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية للمرأة، وبالتالى فهى تعكس مسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع وتبرز الجانب التثقيفى والتنموى الذى تمارسه تلك الوسائل.

٢ - أن هذه الدراسة تتناول موضوع المشاركة السياسية للمرأة الريفية وهو جانب هام من جوانب قضية التنمية، خاصة وأن المشاركة السياسية تعد أحد المظاهر الحضارية للمجتمع «وإذا شاركت المرأة فى الجانب السياسى فإن فى هذا احترام لمكانة المرأة واحترام للمجتمع الذى تمت فيه هذه المشاركة ذلك لأن المجتمع الذى يعطى الفرصة للمرأة لتشارك سياسياً هو مجتمع وصل إلى أعلى درجات الرقى والتحضر وهذا اعتراف بالدور الهام الذى تقوم به المرأة فى مجالات أخرى»(٢١) .

٣ - أن هذه الدراسة تكتسب بعداً هاماً من منطلق خدمة العلم لقضايا المجتمع ومساهمته فى حل مشكلاته حيث أنها تتناول الدور الذى يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام فى توعية المرأة سياسياً من خلال ما تطرحه من موضوعات وآراء تسهم فى تشكيل مفاهيمها وتعمل على تثقيفها سياسياً، ومن ثم تدخل هذه الدراسة حيز الدراسات التطبيقية التى يمكن أن تسهم نتائجها فى مواجهة المشكلات واقتراح الحلول.

• أهداف الدراسة :-

تتبلور أهداف الدراسة فى هدف رئيسى هو: التعرف على الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية للمرأة الريفية من خلال دراسة العلاقة

بين تعرضها لوسائل الإعلام ومشاركتها بشكل واع وفعال فى صنع القرار السياسى من خلال أنماط المشاركة السياسية المختلفة.

وينبثق من هذا الهدف الرئيسى عدة أهداف أساسية:-

- التعرف على العلاقة بين تعرض المرأة الريفية للمواد السياسية بوسائل الإعلام، ومعدل إقبالها على المشاركة فى صنع القرار السياسى.

- التعرف على تقييم المرأة الريفية للدور السياسى لوسائل الإعلام.

- التعرف على ملامح المشاركة السياسية عند المرأة الريفية وأهم دوافعها ومعوقاتها لديها.

• فروض الدراسة:-

تحاول الدراسة التحقق من صحة الفروض التالية :

الفرض الأول : كلما زاد معدل تعرض المرأة لوسائل الإعلام زاد معدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى.

الفرض الثانى : كلما تعرضت المرأة للمواد السياسية بوسائل الإعلام زاد معدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى.

الفرض الثالث : توجد علاقة ذات دلالة بين السمات الشخصية لمفردات العينة والتعرض لوسائل الإعلام.

الفرض الرابع : توجد علاقة ذات دلالة بين السمات الشخصية لأفراد العينة ومتابعة المواد السياسية بوسائل الإعلام.

• نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها:-

• نوع الدراسة:-

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما تمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التى تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها»(٢٢) .

فهذه الدراسة عنيت بتوصيف البيانات التى تم جمعها من صحف الاستقصاء وتحليلها واستخلاص المعلومات والآراء منها التعرف على دور وسائل الإعلام فى المشاركة السياسية للمرأة من وجهة نظر المرأة الريفية.

• **مناهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهجين أساسيين: -

١ - **منهج المسح:** حيث تم استخدام هذا المنهج من خلال العينة فى جمع البيانات والمعلومات حيث أنه يتناسب مع امكانيات الدراسة.

٢ - **المنهج المقارن:** واعتمدت عليه الباحثة فى خلال المقارنة بين معدلات تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام ومعدلات اشتراكهن فى صنع القرار السياسى. وأيضاً المقارنة بين سمات العينة المدروسة وعلاقة ذلك بمعدل التعرض لوسائل الإعلام وللمواد السياسية المعروضة من خلالها.

• **أدوات جمع المعلومات :-** اعتمدت الباحثة فى هذه الدراسة على عدة أدوات بحثية فى إطار المناهج المستخدمة وهى: -

١ - **الاستبيان :** استخدام هذا الأسلوب فى إطار الدراسة بهدف التوصل إلى معرفة الآتى :

- مدى تعرض السيدات لوسائل الإعلام.
- أنماط المشاركة السياسية لسيدات العينة.
- الدور السياسى لوسائل الإعلام
- العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمواد ذات الطابع السياسى بها وبين المشاركة السياسية للسيدات.

٢ - **الملاحظة :** حيث استخدمت الباحثة أسلوب الملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة فى الحصول على انطباعات ومعلومات من المبحوثات لم يكن فى إمكان صحيفة الاستبيان أن تسجلها أو تعكسها، وقد اعتمدت الباحثة على هذه المعلومات فى تفسير بعض النتائج وتسجيل بعض الملاحظات.

٣ - **المعالجات الاحصائية :** استخدمت الباحثة اختبار التطابق ويرمز بالرمز (كا^{٢}) وذلك لاختبار وجود أو عدم وجود علاقة بين متغيرات الدراسة وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠١ ، ٠,٠٥ أو بحدود ثقة ٩٩٪ ، ٩٥٪.

• **تحديد مجالات الدراسة:** تضمنت الدراسة الراهنة المجالات الثلاثة الآتية:

- المجال الجغرافى :

تم اختيار مركز جهينة بمحافظة سوهاج كإطار جغرافى لإجراء الدراسة الإعلامية نظراً لبعدها الجغرافى عن تمركز النشاط البحثى فى القاهرة رغم أن الفهم الصحيح لدور الإعلام وتأثيره فى المجتمع يبدأ بدراسة المجتمعات المحلية.

- أن مركز جهينة من حيث موقعه الجغرافى يقع بعيداً عن خط السكة الحديد، ويضم من الناحية الإدارية عشر قرى، ومن ثم فهو مركز يغلب عليه الطابع الريفى الذى لائم الدراسة الراهنة التى تهتم بالمرأة الريفية.

- اهتمام الباحثة بمجتمع جهينة ورغبتها فى تنميته وتطويره نظراً لأنها من أبناء جهينة وتقطن بها وتعرف الكثير من خصائصها ومشكلاتها.

- المجال الزمنى :

حددت الباحثة شهرى مايو ويونيو ٢٠٠٠ إطاراً زمنياً لإجراء الدراسة الميدانية لأن هذه الفترة أعقبت الإعلان عن إنشاء المجلس القومى للمرأة المصرية فى مارس ٢٠٠٠، والذى يتبع رئيس الجمهورية مباشرة، ثم عقد المجلس للمؤتمرات والندوات عقب ذلك والتى ناقشت كثيراً من القضايا المتعلقة بالمرأة، خلال هذه الفترة كثفت وسائل الإعلام تناولها لقضايا المرأة ومنها قضية المشاركة السياسية للمرأة خاصة مع اقتراب موعد الانتخابات العامة لمجلس الشعب، ومن ثم كانت المرأة فى هذه الفترة أكثر تعرضاً للمواد المتعلقة بهذه القضية.

- المجال البشرى :

تضمنت الدراسة فى مجالها البشرى عينة تتكون من ١١٠ سيدة من العاملات اللاتى تقطن قرى مركز جهينة، وقد تم اختيار العينة من السيدات العاملات الريفيات للأسباب التالية: -

١ - أن السيدة العاملة تتاح لها فرصة الخروج من منزلها بصورة أكبر ومن ثم هناك فرصة أكبر لمشاركتها فى العمل السياسى.

٢ - أن المشاركة السياسية تعد أحد المظاهر الحضارية فى المجتمع وتتطلب درجة من الثقافة والوعى السياسى وهو ما يتوفر لدى السيدة المتعلمة العاملة أكثر من غيرها.

٣ - أن متابعة ما يعرض بوسائل الإعلام من مواد سياسية تتطلب درجة من الوعى والثقافة لدى جمهور المتلقين وهو ما يتوفر لدى السيدة المتعلمة أكثر من غيرها.

• نوع العينة وطريقة اختيارها :-

استخدمت الباحثة العينة لإجراء الدراسة نظراً لأن طريقة العينة «توفر الوقت والجهد والمال ... كما أنها تتيح للباحث فرصة جمع معلومات وافية دقيقة تهيئ له اصدار أحكام أكثر تعمقاً»(٢٣) .

وقد اعتمدت الباحثة على العينة العشوائية المنتظمة التى «تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها وقلة تكاليفها»(٢٤) إلى جانب أنها تناسب المجتمع الذى تجرى فيه الدراسة حيث قامت الباحثة بعمل حصر شامل لعدد السيدات العاملات بمختلف الوظائف الحكومية بمركز جهينة واللاتى ينطبق عليهن شروط العينة فبلغ عددهن (١١٠٠) سيدة وتم تحديد ١٠٪ من السيدات العاملات كعينة لإجراء الدراسة، وتم حساب حجم العينة كالتالى: -

$$\text{حجم العينة} = \frac{١٠ \times ١١٠٠}{١٠٠} = ١١٠ \text{ سيدة}$$

وبعد الفرز والتنقيح بلغ عدد الصحف التى خضعت للتحليل والدراسة (١٠٠) صحيفة استبيان تعبر عن اجابات (١٠٠) مبحوثة.

اجراءات الصدق والثبات: أولاً: الصدق: تم تحقيقه من خلال ما يلى:

١ - عرض الصحيفة على مجموعة من المحكمين المتخصصين فى موضوع البحث لإضفاء الصدق والموضوعية على الاستبيان والتأكد من صلاحيته، ثم إجراء بعض التعديلات على الصحيفة بناءاً على مقترحاتهم.

٢ – اجراء اختبار قبلى *Pre-test* على عينة قوامها (١١) مبحوثة اختيرت بطريقة عشوائية للتأكد من وضوح صحيفة الاستبيان واضافة ما يمكن اضافته.

ثانياً: الثبات:-

١ – تم إعادة تطبيق الصحيفة على عينة من المبحوثات (١١مبحوثة) تم اختيارهن بطريقة عشوائية، بعد أسبوع من تطبيق الاستبيان.

٢ – تم تطبيق معادلة كوبر لحساب النسبة المئوية للاتفاق بين التطبيق الأول والثانى وقد حدد كوبر مستوى الثبات بدلالة نسبة الاتفاق، فذكر أنه «إذا كانت نسبة الاتفاق ٨٥٪ فأكثر فهذا يدل على ارتفاع الثبات»(٢٥) .

وبحساب نسبة الاتفاق بين التطبيقيين باستخدام معادلة كوبر وجدت الباحثة أنها بلغت ٨٢٪ مما يشير إلى وجود ثبات مناسب طبقاً لما حدده كوبر.

* معادلة كوبر المستخدمة هى: نسبة الاتفاق = $\frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاتفاق – عدد مرات الاختلاف}}$

– إلى جانب ما سبق حرصت الباحثة أثناء الفرز على الاتساق الداخلى وعدم التناقض بين الاجابات المختلفة، وتم اسقاط الصحف التى اتسمت اجاباتها بالتناقض.

المفاهيم والمصطلحات المستخدمة فى الدراسة:-

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً ضرورياً فى البحث العلمى، ولذا قامت الباحثة بتحديد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة فى الدراسة.

• أولاً: المشاركة السياسية:-

تتعدد وتتنوع المفاهيم والتعريفات المتعلقة بالمشاركة السياسية وإن كانت تشير فى جوهرها إلى مشاركة المواطنين بشكل أو بآخر فى صنع القرار السياسى وتأخذ الباحثة بالتعريف التالى طبقاً لأهداف الدراسة:

«هى العملية التى من خلالها يلعب الفرد دوراً فى الحياة السياسية وتكون لديه الفرصة لأن يشارك فى وضع الأهداف العامة لذلك المجتمع، وكذلك أفضل الوسائل

لتحقيق وانجاز هذه الأهداف وأنها تشمل النشاطات السياسية المباشرة (الأولية) والنشاطات غير المباشرة (الثانوية)(٢٦) .

• ثانياً: المرأة الريفية:-

تحاول الباحثة توضيح المقصود بالمرأة الريفية فإذا اعتمدنا على المتغير المكانى نقول أن المرأة الريفية هى التى تقطن المجتمع الريفى، وتتنوع التعريفات التى تحدد ملامح المجتمع الريفى طبقاً لمقاييس ومعايير مختلفة، وهناك تعريف يستخدم فى كثير من المجتمعات الأفريقية والأسيوية يقوم على أساس مهنى، والمجتمع الريفى طبقاً لهذا التعريف» هو المجتمع الذى يعتمد غالبية سكانة على الزراعة فى معيشتهم وقد كان مجتمعنا العربى يأخذ بهذا التعريف حتى وقت قريب إلا أن مصلحة الاحصاء والتعداد قد أخذت فى المدة الأخيرة بتعريف ادارى للريف إذ اعتبرت المجتمع الحضرى ما كان عاصمة للمحافظة أو عاصمة للمركز باستثناء المناطق الصحراوية، على أن يكون المجتمع الريفى كل ما عدا ذلك»(٢٧) .

نتائج الدراسة الميدانية:-

أولا: خصائص عينة الدراسة :-

يهدف هذا الجزء إلى التعرف على خصائص عينة الدراسة من حيث السن والحالة التعليمية، حيث يعتبر التعرف على خصائص عينة الدراسة مؤشراً هاماً نظراً لاستناد الباحثة إليها فى كثير من التحليلات والتفسيرات الخاصة بالدراسة إلى جانب توضيح العلاقة بين تلك الخصائص ومحاور الدراسة المختلفة مما يسهم فى بلورة نتائج مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بتلك الخصائص.

- **خصائص العينة من حيث السن :**

جدول رقم (١) يوضح خصائص العينة طبقاً للسن

السن	التكرار	النسبة المئوية
٢٠ إلى أقل من ٣٠	٣٧	٣٧
٣٠ إلى أقل من ٤٠	٥٤	٥٤
٤٠ إلى ٥٠	٩	٩
المجموع	١٠٠	١٠٠

بالنسبة لمتغير السن حددت الباحثة السن فوق العشرين عاما على أساس أن الفئة العمرية أقل من ٢٠سنة لا تتوفر فى نطاق العمل الوظيفى، ومن ناحية ثانية توقفت الفئات العمرية عند سن ٥٠ سنة لأن الباحثة وجدت أن أكبر سيدة عاملة فى مجتمع البحث تبلغ ٥٠سنة ويشير الجدول رقم (١) إلى الآتى: -

- أن اللاتى تتراوح أعمارهن بين ٣٠ ، ٤٠ سنة هن أكثر فئات العينة حجماً حيث تبلغ نسبتهن ٥٤٪ من حجم العينة، تليهن الفئة العمرية من ٢٠ - ٣٠ سنة حيث بلغت نسبتها ٣٧٪، ويأتى فى المرتبة الأخيرة اللاتى تتراوح أعمارهن بين ٤٠، ٥٠ سنة حيث بلغت نسبتهن ٩٪ فقط.

- ويمكن تفسير ذلك بأن تطور مجتمع البحث واتاحة فرصة التعليم للمرأة بصورة أكبر أدى ذلك إلى ارتفاع نسبة النساء العاملات الأصغر سناً.

- **خصائص العينة من حيث الحالة التعليمية :**

جدول رقم (٢) يوضح خصائص العينة طبقاً للحالة التعليمية

السن	التكرار	النسبة المئوية
مؤهل متوسط	٣٣	٣٣
مؤهل فوق المتوسط	٣٢	٣٢
مؤهل جامعى	٣٥	٣٥
المجموع	١٠٠	١٠٠

– يتضح من الجدول السابق أن المؤهل الجامعى يأتى فى المرتبة الأولى من العينة بنسبة (٣٥٪)، وتأتى المؤهلات المتوسطة فى المرتبة الثانية (٣٣٪) أما المؤهل فوق المتوسط فقد جاء فى المرتبة الثالثة بنسبة (٣٢٪).

– ويلاحظ أن المؤهل الجامعى جاء فى المرتبة الأولى وهو ما يعكس أن الحاصلات على المؤهلات العليا أكثر حرصاً على النزول إلى العمل والحصول على وظيفة، ومن ناحية ثانية فإن كثيراً من المدرسات الحاصلات على مؤهل فوق المتوسط التحقن بكلية التربية فى إطار سياسة التأهيل التربوى التى تنتهجها الدولة. ولعل وجود فرع جامعة جنوب الوادى فى سوهاج كان له دور كبير فى رفع نسبة التعليم الجامعى بين فئات العينة.

ثانياً: - متابعة المرأة لوسائل الإعلام:-

- توزيع العينة من حيث معدل التعرض للصحف :

جدول رقم (٣) يوضح معدل تعرض أفراد العينة للصحف

مدى التعرض للصحف	التكـرار	النسبة المئوية
يومياً	٢١	٢١
أحياناً	٧٢	٧٢
لا	٧	٧
المجموع	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣) أن نسبة اللاتى تقرأن الصحف أحياناً (بمعدل متوسط) نسبة عالية جداً بلغت (٧٢٪) من جملة المبحوثات بينما كانت نسبة اللاتى تقرأن الصحف يومياً (بمعدل عالى) ٢١٪، وجاء فى المرتبة الأخيرة اللاتى لا تقرأن الصحف بنسبة (٧٪).

ومن ذلك نلاحظ أن نسبة اللاتى تقرأن الصحف بشكل غير مستمر تفوق كثيراً نسبة اللاتى تقرأن الصحف باستمرار ولعل ذلك ذلك يرجع إلى أن السيدات من أفراد

العينة لا تستطعن متابعة الصحف باستمرار وأما بسبب ضيق الوقت وهو ما أشارت إليه كثير من السيدات وأما بسبب العامل الاقتصادى وهو يعد أحد العوامل البارزة التى تعوق الأفراد من قراءة الصحف بشكل دائم فى ظل الدخول المنخفضة وارتفاع ثمن الصحف والمجلات بالنسبة لتلك المستويات، وهو ما لايوجد منفذ لتوزيع وبيع الصحف بمركز جهينة، وهو ما يمثل عائقاً أمام وجود الصحف بشكل دائم ومكثف فى مجتمع البحث.

الموضوعات التى تفضل مفردات العينة قراءتها بالصحف:

جدول رقم (٤) يوضح الموضوعات التى تفضل مفردات العينة قراءتها بالصحف

الموضوعات	التكـرار	النسبة المئوية
اقتصادية	٢٣	١٣,٧
سياسية	٥٨	٣٤,٥
فنية	٥٩	٣٥,١
رياضية	٢٨	١٦,٧
المجموع	١٦٨	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٤) الموضوعات التى تحرص السيدات على قراءتها فى الصحف وجاءت كالتالى:-

- جاءت الموضوعات الفنية فى مقدمة الموضوعات التى تحرص السيدات على قراءتها فى الصحف وذلك بنسبة (٣٥,١٪) تليها الموضوعات السياسية بنسبة (٣٤,٥٪) ثم الموضوعات الرياضية (١٦,٧٪) وأخيراً الاقتصادية (١٣,٧٪).

- ويلاحظ أن الموضوعات السياسية جاءت فى المرتبة الثانية من حيث تفضيلها لدى القارئات وهو ما يعكس أن جمهور القارئات على درجة من الوعى الفكرى والثقافى التى تجعلها تهتم بالموضوعات العامة والجادة إلى جانب الموضوعات الخفيفة.

- **توزيع العينة من حيث التعرض للتليفزيون :-**

جدول رقم (٥) يوضح معدل تعرض أفراد العينة للتليفزيون

مدى التعرض للصحف	التكـــرار	النسبة المئوية
يومياً	٨٢	٨٢
أحياناً	١٨	١٨
لا	-	-
المجموع	١٠٠	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٥) أن نسبة اللاتى تشاهدن التليفزيون يومياً عالية جداً حيث بلغت (٨٢٪) من جملة المبحوثات بينما كانت نسبة اللاتى تشاهدن التليفزيون بصفة غير مستمرة (١٨٪)، ولا توجد بالعينة من لا تشاهد التليفزيون، وهو ما يشير إلى أهمية التليفزيون وانتشاره وحرص الجماهير على متابعة المواد الإعلامية من خلاله بشكل مستمر، نظراً لما يتمتع به من مزايا وعوامل جذب للتلقى من خلال الصوت والصورة.

- **البرامج التى تفضل أفراد العينة مشاهدتها فى التليفزيون :**

جدول رقم (٦) يوضح البرامج التى تفضل أفراد العينة مشاهدتها فى التليفزيون

نوعية البرامج	التكـــرار	النسبة المئوية
جماهيرية	٢٣	١٢,٧
مسلسلات ودراما	٨٨	٣٥,١
سياسية	٦٧	٢٦,٧
برامج المرأة	٦٤	٢٥,٥
المجموع	٢٥١	١٠٠

- يشير الجدول رقم (٦) إلى أن المسلسلات والدراما كانت فى مقدمة المواد الإعلامية التى تحرص السيدات على مشاهدتها بنسبة (٣٥,١٪) تليها البرامج السياسية بنسبة (٢٦,٧٪) ثم برامج المرأة (٢٥,٥٪) وأخيراً الجماهيرية (١٢,٧٪).

وهو ما يعكس أن المبحوثات على درجة من الوعى والجدية ولعله من المفيد عرض بعض المواد التى تحفز المرأة على المشاركة سياسياً من خلال برامج المرأة ومن خلال الأعمال الدرامية إلى جانب برامج المرأة ومن خلال الأعمال الدرامية إلى جانب البرامج السياسية المباشرة.

- توزيع العينة من حيث الاستماع للراديو: -

جدول رقم (٧) يوضح معدل تعرض افراد العينة للراديو

مدى التعرض للراديو	التكرار	النسبة المئوية
يومياً	٢١	٢١
أحياناً	٥٩	٥٩
لا	٢٠	٢٠
المجموع	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٧) أن نسبة اللاتى تستمعن إلى الراديو بمعدل متوسط (أحياناً) نسبة عالية (٥٩٪) بينما تقاربت نسبة من تتابعن الراديو بمعدل مرتفع (يومياً) (٢١٪) ونسبة من لاتستمعن إلى الراديو (٢٠)، ولعل انتشار التليفزيون وما يتمتع به من مميزات جعل نسبة كبيرة تفضلن مشاهدته مما أثر على الراديو.

- **البرامج التى تفضل العينة الاستماع إليها فى الراديو :-**

جدول رقم (٨) يوضح متابعة أفراد العينة لما تعرضه وسائل الإعلام من مواد سياسية

البرامج	التكـــرار	النسبة المئوية
جماهيرية	٢٩	١٩,٩
مسلسلات ودراما	٣٤	٢٣,٣
سياسية	٣١	٢١,٢
برامج المرأة	٢٥	٣٥,٦
المجموع	١٤٦	١٠٠

- يشـير الجدول رقم (٨) إلى أن برامج المرأة كانت فى مقـدمـة البرامج التى تفضل السيدات الاستـمـاع إليـهـا بنسبـة (٣٥,٦٪) وتليـهـا المسلسـلات والدراما (٢٣,٣٪) ثم البرامج السياسية (٢١,٢٪) وأخيراً البرامج الجماهيرية (١٩,٩٪) وهو ما يؤكد على أهمية أن تتضمن برامج المرأة بالراديو قدراً من التوعية السياسية للمرأة وتبصيرها بحقوقها وواجباتها السياسية من خلال تلك البرامج.

- **ثالثاً: متابعة المرأة المواد السياسية بوسائل الإعلام :**

جدول رقم (٩) يوضح متابعة أفراد العينة لما تعرضه وسائل الإعلام من مواد سياسية

المتابعة	التكـــرار	النسبة المئوية
نعم	٧١	٧١
لا	٢٩	٢٩
المجموع	١٠٠	١٠٠

نظراً لأن الدراسة تتناول العلاقة بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام والمشاركة فى صنع القرار السياسى من جانب المرأة الريفية أثرت الباحثة توجيه

سؤال مباشر على أفراد العينة يمكن من خلاله قياس معدل متابعة السيدات المبحوثات للمواد السياسية فى وسائل الإعلام، وقد أوضح الجدول رقم (٩) أن نسبة (٧١٪) من مفردات العينة تحرص على متابعة ما تعرضة وسائل الإعلام من مواد سياسية، بينما تعزف ٢٩٪ من جملة المبحوثات عن متابعة تلك المواد وهو ما يشير إلى اهتمام السيدة الريفية العاملة بالشئون العامة والموضوعات الجادة.

- **أما عن أسباب متابعة المرأة للمواد السياسية فيوضحها الجدول التالى :**

جدول رقم (١٠) يوضح أسباب متابعة أفراد العينة للمواد السياسية

البرامج	التكـرار	النسبة المئوية
لفهم ما يدور على الساحة السياسة	٤٣	٢٧,٨
لأنها تفيد فى معرفة خلفيات القرارات	٢٥	١٦,١
لمتابعة الأحداث الجارية	٥٤	٣٤,٨
لتكوين رأى تجاه القضايا السياسية المطروحة	٣٣	٢١,٣
المجموع	١٥٥	١٠٠

– ومن الجدول يتضح أن الرغبة فى متابعة الأحداث الجارية كانت فى مقدمة الأسباب التى جعلت السيدات تتابعن المواد السياسية فى وسائل الإعلام وذلك بنسبة ٣٤,٨٪.

– وكانت الرغبة فى فهم ما يدور على الساحة السياسية ثانى الأسباب بنسبة ٢٧,٨٪.

– أما السبب الثالث فكان الرغبة فى تكوين رأى تجاه القضايا السياسية المطروحة بنسبة (٢١,٣٪)، وكان السبب الرابع اقتناع البعض بأن متابعة المواد السياسية تفيد فى معرفة خلفيات القرارات وذلك بنسبة (١٦,١٪)، ومن خلال هذه الإجابات يتضح الآتى:

– أن هناك حرصاً من جانب المتابعات على معرفة ومتابعة الأحداث السياسية وهو ما يسهم فى إدراكهن لما يدور فى الشارع السياسى من تطورات وما يثار من قضايا، وهو ما يشير إلى وجود قدر من الوعى والإدراك لدى هؤلاء يدفعهن إلى متابعة ما يدور حولهن على الساحة السياسية من أحداث وما يثار من قضايا.

أيضاً يلاحظ مما سبق أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً فى صقل الوعى السياسى للأفراد وهى مصدر أساسى من مصادر المعرفة السياسية لديهم.

– أما عن الوسائل الإعلامية التى تفضل المرأة الريفية متابعة المواد السياسية من خلالها فيوضحها الجدول التالى :

جدول رقم (١١)

يوضح الوسيلة التى تفضل أفراد العينة متابعة المواد السياسية من خلالها

البرامج	التكرار	النسبة المئوية
جماهيرية	٦٢	٤٨,٨
الصحف	٤٧	٣٧
الراديو	١٨	١٤,٢
المجموع	١٢٧	١٠٠

– أوضحت النتائج أن التليفزيون يأتى فى مقدمة الوسائل التى تعتمد عليها المبحوثات فى متابعة المواد السياسية وذلك بنسبة (٤٨,٨٪) وكانت الصحف فى المرتبة الثانية بنسبة (٣٧٪) وجاء الراديو فى المركز الأخير بنسبة ١٤,٢٪.

ومن ذلك نلاحظ أن :

– البرامج السياسية بالتليفزيون تحظى بأعلى نسبة مشاهدة بين المتابعات ولعل ذلك يرجع إلى ما يتمتع به التليفزيون من امكانيات ومزايا تنقل المشاهد إلى مواقع الأحداث.

من ناحية أخرى لعل مشاهدة نسبة عالية من المبحوثات للتليفزيون بشكل يومى يجعلهن أكثر تعرضاً للمواد السياسية من خلاله.

- ويلاحظ أيضاً أن كثيراً من المبحوثات تهتم بمتابعة الموضوعات السياسية من خلال الصحف ولعل ذلك يرجع إلى ما تتمتع به الصحيفة من مميزات؛ منها أن القارئ يستطيع الرجوع إليها فى أى وقت ويقرأها بالسرعة التى تناسبه، إلى جانب اهتمام الصحف بالجانب التفسيرى والتحليلى للأحداث والقضايا السياسية.

كل هذه المزايا جعلت من الصحف وسيلة مفضلة لدى المبحوثات وقد ذكرت كثيرات منهن أن قراءتهن للصحيفة تكون بعد انتهائهن من أعمالهن سواء فى المجال الوظيفى أو فى المنزل.

رابعاً: - المشاركة السياسية للمرأة الريفية: -

فى هذا الجزء تحاول الباحثة التعرف على ملامح مشاركة المرأة الريفية فى صنع القرار السياسى ودوافعها ومعوقاتها لديها:

- مدى المشاركة فى مناقشة الموضوعات السياسية: -

جدول رقم (١٢) يوضح مدى مشاركة العينة فى مناقشة الموضوعات السياسية

مدى المشاركة	التكـرار	النسبة المئوية
نعم	٤٥	٤٥
لا	٥٥	٥٥
المجموع	١٠٠	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (١٢) أن (٤٥٪) من جملة العينة تحرص على المشاركة فى المناقشات السياسية بينما تعزف (٥٥٪) منهن عن المشاركة فى مثل هذه المناقشات، وهو ما يشير إلى ميل المرأة الريفية إلى عدم المشاركة فى الأمور السياسية بالرغم من تعلمها وخروجها للعمل.

- أما عن الأسباب التى تجعلها تعزف عن المشاركة فى المناقشات السياسية فيوضحها الجدول التالى:

جدول رقم (١٣) يوضح أسباب عدم المشاركة فى المناقشات السياسية

البرامج	التكـرار	النسبة المئوية
لأننى لا أهتم بالسياسة	١٦	٢٥
لأنها موضوعات تخص الرجل أكثر	٥	٧,٨
لأن العادات والتقاليد تمنع ذلك	٢١	٣٢,٨
لا يوجد لدى وقت فراغ	٢٢	٣٤,٤
المجموع	٦٤	١٠٠

– يبين الجدول (١٣) أن عدم وجود وقت فراغ لدى المبحوثات يأتى فى مقدمة الأسباب التى تجعلهن تعزفن عن المشاركة فى المناقشات السياسية وذلك بنسبة (٣٤,٤٪)، وكانت العادات والتقاليد الصارمة هى ثانى الأسباب التى تمنع المرأة الريفية من المشاركة فى المناقشات السياسية، وذلك بنسبة (٣٢,٨٪)، أما السبب الثالث فكان عدم اهتمام بعضهن بالسياسة وذلك بنسبة ٢٥٪، كما رأت (٧,٨٪) من العينة أن الموضوعات السياسية تخص الرجل أكثر. ومما سبق نلاحظ أن : –

– تعدد المسئوليات لدى المرأة الريفية وخاصة العاملة حيث أنها تتحمل كافة الأعباء المنزلية بالإضافة إلى أعبائها الوظيفية، حيث أن كثيرات منهن ذكرن للباحثة بإقتنائهن طيور ومواشى، بل أن بعضهن تقمن بمساعدة أزواجهن فى بعض أعمال الحقل، ومن ثم فليس لديهن وقت لمناقشة الموضوعات السياسية.

– أن صرامة العادات والتقاليد فى الريف المصرى وخاصة بالصعيد مازالت تلقى بظلالها على المرأة حتى وأن تعلمت وخرجت للعمل ومن ثم كانت عائقاً أمام مشاركة الكثيرات فى المناقشات السياسية.

- **مدى حيازة أفراد العينة للبطاقة الانتخابية:**

جدول رقم (١٤)

يوضح حيازة أفراد العينة للبطاقة الانتخابية

مدى امتلاك بطاقة انتخابية	التكـرار	النسبة المئوية
نعم	٤٠	٤٠
لا	٦٠	٦٠
المجموع	١٤٦	١٠٠

- يوضح الجدول السابق مدى امتلاك المبحوثات لبطاقة انتخابية باعتبار أنها أحد المؤشرات التى تدلل على الحرص على المشاركة فى صنع القرار السياسى حيث ذكرت ٦٠٪ من جملة المبحوثات بأنه ليس لديهن بطاقة انتخابية، بينما ذكرت ٤٠٪ منهن بأن لديهن بطاقة انتخابية، ولاشك أن هذه النتيجة تعكس اتجاهاً سلبياً لدى المرأة نحو المشاركة فى صنع القرار.

- أما أعن أسباب عدم حيازة بطاقة انتخابية من جانب بعض المبحوثات فقد أوضحها الجدول رقم ١٥ كالتالى :

جدول رقم (١٥) يوضح أسباب عدم حيازة بطاقة انتخابية

الأسباب	التكـرار	النسبة المئوية
لأننى لدى علم بالإجراءات	١٦	٢٢,٥
لأننى لا أشارك فى الانتخابات	١٨	٢٥,٤
العادات والتقاليد لا تسمح بذلك	٢١	٢٩,٦
لا أعتقد أن هناك أهمية لذلك	١٦	٢٢,٥
المجموع	٧١	١٠٠

– كانت العادات والتقاليد العقبة الأولى أمام المبحوثات فى الحرص على حيازة بطاقة انتخابية وذلك بنسبة (٢٩,٦٪).

– وكان عدم المشاركة فى الانتخابات هو ثانى الأسباب وذلك بنسبة ٢٥,٤٪ وتساوت نسبة عدم معرفة اجراءات استخراج البطاقة الانتخابية مع نسبة الاعتقاد بعدم أهمية امتلاك البطاقة وذلك بنسبة ٢٢,٥٪ لكل منهما.

– ومن ذلك نلاحظ أن العادات والتقاليد تمثل أحد المعوقات التى تعوق المرأة عن المشاركة فى صنع القرار، أيضاً ليس لدى المرأة الريفية المعرفة الكافية بإجراءات استخراج البطاقة الانتخابية، ومن ثم تقع على وسائل الإعلام مسئولية التوعية بهذه الأمور خاصة فى الوقت المخصص لاستخراج تلك البطاقات وهى شهرى ديسمبر ويناير من كل عام.

- **مدى مشاركة العينة من خلال التصويت فى الانتخابات :**

جدول رقم (١٦)

يوضح مدى مشاركة العينة بالتصويت فى الانتخابات

حجم التصويت	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٥٧	٥٧
لا	٤٣	٤٣
المجموع	١٠٠	١٠٠

– يعتبر التصويت من أهم المؤشرات لقياس درجة المشاركة السياسية، ويوضح الجدول رقم (١٦) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمشاركتهن فى التصويت حيث تحرص (٥٧٪) من جملة المبحوثات على التصويت فى الانتخابات بينما تعزف (٤٣٪) منهن عن الادلاء بأصواتهن، ولا شك أن ذلك يعكس نتيجة إيجابية من حيث مشاركة المرأة الريفية فى صنع القرار السياسى.

- **الانتخابات التى أدلين فيها بالتصويت :-**

جدول رقم (١٧)

يوضح الانتخابات التى شاركن بالتصويت فيها

الانتخابات	التكـرار	النسبة المئوية
مجلس الشعب	٥١	٥٠,٥
مجلس الشورى	٢٧	٢٦,٧
المجالس المحلية	٥	٤,٩
الاتحادات الطلابية	١٨	١٧,٨
المجموع	١٠١	١٠٠

- أما عن الانتخابات التى أدلت فيها المبحوثات بأصواتهن فقد جاء ترتيبها كالتالى طبقاً للجدول (١٧):

- كانت انتخابات مجلس الشعب فى مقدمة الانتخابات التى أدلت فيها المبحوثات بأصواتهن بنسبة ٥٠,٠٥٪.

- وجاءت انتخابات مجلس الشورى فى المركز الثانى بنسبة ٢٦,٧٪.

- أما انتخابات الاتحادات الطلابية فجاءت فى المركز الثالث بنسبة ١٧,٨٪.

- وجاءت المجالس المحلية فى المركز الأخير بنسبة ٤,٩٪.

ومما تقدم نلاحظ أن انتخابات مجلس الشعب احتلت المركز الأول وتلتها انتخابات مجلس الشورى وذلك ترتيب منطقى يتماشى مع أهمية تلك الانتخابات وما تستحوذ عليه من اهتمام ودعاية سواء بين الجماهير أو المسئولين أو عبر وسائل الإعلام.

- **أسباب المشاركة بالتصويت فى الانتخابات :-**

- أما عن الأسباب أو الدوافع التى دفعت هؤلاء للتصويت فى الانتخابات المختلفة فكانت طبقاً للجدول (١٨) كالتالى: -

جدول رقم (١٨)

يوضح أسباب المشاركة بالتصويت فى الانتخابات

الأسباب	التكـرار	النسبة المئوية
للمشاركة فى اختيار المرشح المناسب	٣٣	٣٦,٣
لأن المرشح قريبنا أو من بلدنا	٣٠	٣٢,٩
لأن التصويت واجب وطنىّ وحق دستورى	٢٨	٣٠,٨
لتجنب الغرامة	-	-
المجموع	٩١	١٠٠

- كان الحرص على المشاركة فى اختيار المرشح المناسب فى مقدمة الأسباب التى جعلت المبحوثات تشاركن بالتصويت وذلك بنسبة (٣٦,٣٪)، وكان السبب الثانى للتصويت هو كون المرشح قريب أو من البلد وذلك بنسبة (٣٢,٩٪).

- أما السبب الثالث فكان الادراك بأن التصويت واجب وطنى وحق دستورى بنسبة ٣٠,٨٪ ومما تقدم نلاحظ: -

- أن هناك حرصاً من جانب نسبة معقولة من المبحوثات على اختيار المرشح المناسب الذى يمثلهن ويعبر عنهن فى مناقشة قضايا بلدهن.

- كان للعصبية تأثير كبير فى سلوك السيدات التصويتى وكان دافعاً قوياً لهن للذهاب للتصويت لصالح أقربائهن من المرشحين، وذلك أمر غير مستغرب فى مجتمع ريفى فى الصعيد مازالت تغلب عليه العصبية لدرجة كبيرة .

- **دور الإعلام فى التحفيز على التصويت :-**

جدول رقم (١٩)

يوضح دور الإعلام فى التحفيز على التصويت

الوسيلة أو المصدر	التكـرار	النسبة المئوية
التليفزيون	٣٥	٣٣,٧
الراديو	١٩	١٨,٣
الجرائد	٢٠	١٩,٢
الزملاء والجيران	٣٠	٢٨,٨
المجموع	١٠٤	١٠٠

- بالنسبة للوسيلة أو المصدر الذى شجع المبحوثات على المشاركة فى التصويت فقد أوضحها الجدول رقم (١٩) وكان ترتيبها كالتالى :

- كان التليفزيون فى مقدمة الوسائل أو المصادر التى شجعت الأفراد على التصويت وذلك بنسبة ٣٣,٧٪.

- احتل الزملاء والجيران المركز الثانى بنسبة ٢٨,٨٪، وجاءت الصحف والمجلات فى المركز الثالث بنسبة ١٩,٢٪، أما الراديو فاحتل المركز الأخير بنسبة ١٨,٣٪، ومن ذلك نلاحظ: -

أن للتليفزيون تأثير كبير على المبحوثات، وكان مصدراً هاماً يشجعهن على التصويت، ولعل ما يتمتع به التليفزيون من امكانيات وعوامل جذب للمشاهد قادراً على امتلاك هذه المكانة.

- كما يلاحظ أن للزملاء وللجيران دوراً كبيراً فى التأثير على المرأة الريفية، وهذه

نتيجة منطقية إذا أخذنا فى الاعتبار طبيعة المجتمع الريفى الذى يغلب عليه طابع العصبية والتكتلات الأسرية.

- **أسباب العزوف عن المشاركة بالتصويت :**

جدول رقم (٢٠)

يوضح أسباب العزوف عن المشاركة بالتصويت فى الانتخابات

الأسباب	التكـرار	النسبة المئوية
لأننى غير مقتنع بنزاهة الانتخابات	١٦	٢٦,٧
لأن العادات والتقاليد تمنع ذلك	٢٦	٤٣,٣
لأن المرشحون لا يفعلون شيئاً	١٣	٢١,٧
ليس لدى وقت	٥	٨,٣
المجموع	٦٠	١٠٠

- وعلى الجانب الآخر تنوعت معوقات التصويت عند المرأة الريفية حيث يوضح الجدول رقم (٢٠) أسباب عزوف بعض المبحوثات عن التصويت، وكانت كالتالى :

- كانت صرامة العادات والتقاليد فى مقدمة الأسباب التى تحد من مشاركة المرأة الريفية فى التصويت فى الانتخابات وذلك بنسبة ٤٣,٣٪، وكان السبب الثانى من وجهة نظر المبحوثات هو عدم الاقتناع بنزاهة الانتخابات وذلك بنسبة ٢٦,٧٪، وثالث الأسباب هو اقتناعهن بأن المرشحين لا يفعلون شيئاً بنسبة (٢١,٧٪)، أما السبب الخير فكان عدم وجود وقت فراغ لديهن بنسبة ٨,٣٪ ومما سبق نلاحظ أن العادات والتقاليد فى المجتمع الريفى من أبرز المعوقات التى تقف حجر عثرة فى وجه المرأة الريفية وتحول دون مشاركتها بفاعلية فى صنع القرار السياسى.

- وإن الشك فى مصداقية العملية الانتخابية من الأسباب الأساسية التى تؤدى إلى عزوف البعض عن التصويت فى الانتخابات وهذا الشك يكرس مزيداً من السلبية

السياسية لدى الجماهير. أيضاً الشك فى مصداقية المرشحين واسرافهم فى الوعود من خلال الدعاية الانتخابية، ثم عدم تنفيذهم لتلك الوعود بعد نجاحهم، ويكرس لدى البعض نوعاً من الشك والسلبية السياسية.

- **مدى مشاركة العينة من خلال الترشيح فى الانتخابات:-**

جدول رقم (٢١)

يوضح مدى مشاركة المبحوثات بالترشيح فى الانتخابات

مدى الترشيح	التكـرار	النسبة المئوية
نعم	١٠	١٠
لا	٩٠	٩٠
المجموع	١٠٠	١٠٠

تعتبر المشاركة من خلال الترشيح فى الانتخابات من أكثر أنماط المشاركة السياسية إيجابية، ويوضح الجدول رقم (٢١) مدى مشاركة المبحوثات بالترشيح فى الانتخابات حيث كانت نسبة من رشحن أنفسهن فى الانتخابات (١٠٪) أما نسبة من لم ترشحن أنفسهن (٩٠٪) من جملة المبحوثات.

ويلاحظ من ذلك أن نسبة عالية جداً من المبحوثات عزفن عن الترشيح ولعل ذلك يرجع إلى أن عملية الترشيح تتطلب توافر قدر من المقومات المادية والثقافية والشخصية التى لا تتوافر لدى الكثيرات، إلى جانب أن العادات والتقاليد فى المجتمع الريفى والتى تفرض على المرأة سياج من المحاذير واعلاء لمكانة الرجل، كل ذلك يجعل المرأة الريفية تحجم عن الترشيح فى الانتخابات.

- **الانتخابات التى تقدمن للترشيح لها :**

جدول رقم (٢٢)

يوضح الانتخابات التى تقدمن للترشيح فيها

الانتخابات	التكـرارات	النسبة المئوية
مجلس الشعب	–	–
مجلس الشورى	–	–
المجالس المحلية	–	–
الاتحادات الطلابية	١٠	١٠٠
المجموع	١٠	١٠٠

– يوضح الجدول (٢٢) الانتخابات التى تقدمن لها بعض المبحوثات، وقد انحصرت فى انتخابات الاتحادات الطلابية بنسبة (١٠٠٪)، ولم تجرؤ أى سيدة على التقدم للترشيح لانتخابات مجلسى الشعب أو الشورى أو حتى المجالس المحلية رغم أن البحث مطبق على المرأة الريفية العاملة وهو ما يعكس شدة تمسك المرأة فى الريف بالعادات والتقاليد وبالقيم الاجتماعية السائدة فى المجتمع والتى ترى أن الرجل أكثر صلاحية للترشيح فى الانتخابات العامة.

- **مدى مشاركة العينة من خلال الانتماء الحزبى :**

جدول رقم (٢٣)

يوضح مدى مشاركة العينة من خلال الانتماء الحزبى

مدى الترشيح	التكـرار	النسبة المئوية
نعم	١١	١١
لا	٨٩	٨٩
المجموع	١٠٠	١٠٠

- يوضح الجدول السابق أن هناك عزوفاً من جانب السيدات عن المشاركة فى عضوية الأحزاب، حيث بلغت نسبة السيدات المشاركات ١١٪ بينما بلغت نسبة السيدات غير المشاركات ٨٩٪.

- ويمكن القول أن ضعف الأحزاب السياسية الموجودة، وعدم وجود أمانات فرعية لها فى جهينة ما عدا الحزب الوطنى، إلى جانب العادات والتقاليد الصارمة كانت وراء العزوف الشديد من جانب المبحوثات عن الانتماء الحزبى.

- أما عن أسباب الانضمام لعضوية الأحزاب من جانب المبحوثات فقد بلورها الجدول رقم (٢٤) كالتالى :-

جدول رقم (٢٤)

يوضح أسباب الانضمام لعضوية الأحزاب

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
لأنه حزب الأغلبية والحكومة	٨	٤٢,١
لاقتناعى بمبادئه وبرامجه	٦	٣١,٦
لأننى أرى ضرورة المشاركة فى العمل الحزبى	٣	١٥,٨
لأنه يعبر عن مشاكل الجماهير	٢	١٠,٥
المجموع	١٩	١٠٠

- كان الانضمام للحزب لأنه حزب الأغلبية والحكومة فى مقدمة أسباب الانتماء الحزبى لدى المبحوثات وذلك بنسبة ٤٢,١٪. .

- أما السبب الثانى فكان الاقتناع بمبادئ الحزب وبرامجه بنسبة (٣١,٦٪) وكان السبب الثالث الاقتناع بضرورة المشاركة فى العمل الحزبى (١٥,٨٪) أما السبب الأخير فكان الاقتناع بأن الحزب يعبر عن الجماهير (١٠,٥٪).

ومن ذلك نلاحظ أن فاعلية الحزب الوطنى وسيطرته على الشارع السياسى فى مقدمة الأسباب التى تجعل السيدات تقبلن على الانضمام لعضويته.

- **دور الإعلام فى التحفيز على الانتماء الحزبى:-**

جدول رقم (٢٥)

يوضح دور الإعلام فى التحفيز على الانتماء الحزبى

الوسيلة أو المصدر	التكـرار	النسبة المئوية
التليفزيون	٧	٣١,٨
الراديو	٤	١٨,٢
الصحف والمجلات	٦	٢٧,٣
الزملاء والجيران	٥	٢٢,٧
المجموع	٢٢	١٠٠

– عن أكثر المصادر والوسائل التى دفعت المشاركات إلى الانتماء الحزبى، أوضح الجدول رقم (٢٥) أن ترتيبها كالتالى:

– جاء التليفزيون فى مقدمة الوسائل الإعلامية التى حفزت المشاركات على الانتماء الحزبى وذلك بنسبة (٣١,٨٪)، واحتلت الصحف والمجلات المركز الثانى بنسبة (٢٧,٣٪)، أما الزملاء والجيران فجاء ترتيبهم الثالث بنسبة ٢٢,٧٪ واحتل الراديو المركز الأخير بنسبة ١٨,٢٪.

ومن ذلك نلاحظ أن التليفزيون بامكانياته المتنوعة كان وسيلة اساسية فى تحفيز المشاركات على الانتماء الحزبى، ولعل مداومة التليفزيون على عرض انجازات الحكومة كانت عاملاً مؤثراً فى تكوين اتجاه إيجابى نحو الحزب الوطنى الذى تنتمى إليه ثمانى سيدات من جملة المشاركات فى العينة وعددهن إحدى عشر سيدة. ومن ناحية ثانية فإن الصحف بما تنشره من مواد تفسيرية وتحليلية كان لها تأثيراً إيجابياً وكانت عاملاً محفزاً لبعض المشاركات على الانتماء الحزبى.

– أيضاً أن الاتصال الشخصى بين الزملاء والجيران وتبادل الآراء والأفكار له

تأثيره الإقناعى الفعال الذى يدفع الأفراد للقيام بسلوك سياسى إيجابى مثل الانضمام لعضوية حزب من الأحزاب.

- **أسباب العزوف عن الانتماء الحزبى:-**

جدول رقم (٢٦)

يوضح أسباب العزوف عن الانتماء الحزبى

الأسباب	التكـرار	النسبة المئوية
لأننى لا أفضل الانتماء لحزب معين	١٧	١٦,٢
لأن ذلك من مسئوليات الرجل	٣	٢,٨
لأن العادات والتقاليد لا تسمح بذلك	٤٧	٤٤,٨
ليس لدى وقت فراغ	٣٨	٣٦,٢
المجموع	١٠٥	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٢٦) أسباب عزوف معظم المبحوثات عن الانتماء الحزبى وهى:

- جاءت العادات والتقاليد فى مقدمة الأسباب أو المعوقات التى تمنع السيدات فى الريف من المشاركة فى عضوية الأحزاب وذلك بنسبة ٤٤,٨٪.

- وكان عدم وجود وقت فراغ لدى السيدات هو السبب الثانى وراء هذا العزوف بنسبة (٣٦,٢٪).

- أما تفضيل عدم الانتماء لحزب سياسى معين فكان السبب الثالث بنسبة ١٦,٢٪.

- أما السبب الأخير فكان الاعتقاد بأن الانتماء الحزبى من مسئوليات الرجل بنسبة (٢,٨٪)، ومن ذلك نلاحظ أن: -

– أن العادات والتقاليد فى مجتمع البحث تمثل معوقاً لمشاركة المرأة فى العمل الحزبى وأن كثيراً من المبحوثات تفضلن ممارسة النشاط السياسى بدون التقيد بمبادئ أو برامج أى حزب من الأحزاب.

- **مدى مشاركة العينة فى عضوية الجمعيات التطوعية:-**

جدول رقم (٢٧)

يوضح مدى مشاركة العينة من خلال العضوية فى الجمعيات التطوعية

مدى المشاركة	التكـرار	النسبة المئوية
نعم	٨	٨
لا	٩٢	٩٢
المجموع	١٠٠	١٠٠

تعتبر الجمعيات الأهلية والتطوعية مؤسسات شبه سياسية يمكن للمرأة من خلالها المشاركة فى صنع القرار، ويوضح الجدول رقم (٢٧) مدى مشاركة، أفراد العينة فى عضوية الجمعيات التطوعية حيث أوضح أن هناك عزوف شديد من جانب المبحوثات عن المشاركة فى الجمعيات، فقد بلغت نسبة المشاركات ٨٪ فقط بينما تعزف (٩٢٪) من جملة العينة عن المشاركة من خلال الجمعيات التطوعية.

ويبدو أن تعدد الأدوار التى تؤديها المرأة الريفية سواء على المستوى الأسرى أو العملى لم يجعل لدى المرأة وقتاً كافياً للمشاركة فى الأنشطة العامة والتطوعية وتؤكد ذلك فلوراستر فرج فى دراستها حيث أوضحت أن «تعدد الأدوار التى تقوم بها المرأة فى الأسرة تعتبر من أكثر المعوقات التى تعانى منها المرأة»[٢٩] .

– وعن الدوافع التى دعت المشاركات إلى ممارسة العمل التطوعى من خلال تلك الجمعيات، فكانت كالتالى طبقاً للجدول (٢٨).

جدول رقم (٢٨) يوضح أسباب الانضمام للجمعيات الأهلية

الأسباب	التكـرار	النسبة المئوية
لأنها تخدم المنطقة	١	١٠
للاستفادة بخدمات الجمعية	–	–
لقضاء وقت الفراغ	١	١٠
للمشاركة فى مشروعات التنمية	٨	٨٠
المجموع	١٠	١٠٠

– كانت الرغبة فى المشاركة فى مشروعات التنمية فى مقدمة الدوافع التى جعلت المبحوثات المشاركات تقبلن على عضوية الجمعيات الأهلية.

– أما الدافع الثانى فكان الاقتناع بأن هذه الجمعيات تخدم المنطقة وذلك بنسبة ١٠٪ من جملة المشاركات، أيضاً كانت الرغبة فى قضاء وقت الفراغ ضمن الأسباب التى دعت المشاركات إلى الانضمام لعضوية هذه الجمعيات.

ومن ذلك نلاحظ أن المرأة الريفية لديها الإحساس بضرورة المشاركة فى تنمية مجتمعها من خلال المشروعات التنموية.

- **دور الإعلام فى التحفيز على العضوية فى الجمعيات التطوعية:**

جدول رقم (٢٩) يوضح دور الإعلام فى التحفيز على العضوية بالجمعيات التطوعية

الوسيلة أو المصدر	التكـرار	النسبة المئوية
التليفزيون	٤	٢٨,٦
الراديو	١	٧,١
الصحف والمجلات	٦	٤٢,٩
الزملاء والجيران	٣	٢١,٤
المجموع	١٤	١٠٠

– يوضح الجدول رقم (٢٩) دور الإعلام فى التحفيز على العضوية بالجمعيات الأهلية حيث جاءت الصحف والمجلات فى مقدمة الوسائل أو المصادر التى شجعت المشاركات على العضوية بنسبة (٤٢,٩٪).

– وكان التليفزيون المصدر الثانى بنسبة (٢٨,٦٪)، وجاء الزملاء والجيران فى المرتبة الثالثة بنسبة (٢١,٤٪).

ويلاحظ من ذلك أن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً فى تحفيز السيدات على المشاركة فى صنع القرار وبالتالى تقع على عاتقها مسئولية تفعيل دورها فى هذا المجال.

- **أسباب العزوف عن العضوية فى الجمعيات التطوعية:**

جدول رقم (٣٠)

يوضح دور الإعلام فى التحفيز على العضوية بالجمعيات التطوعية

الأسباب	التكـرار	النسبة المئوية
لا توجد جمعيات أهلية بالمنطقة	٤٢	٣١,٦
ليس من مسئولياتى المشاركة فى الأعمال التطوعية	١٠	٧,٥
العادات والتقاليد لا تسمح بذلك	٤٢	٣١,٦
ليس لدى وقت فراغ	٣٩	٢٩,٣
المجموع	١٣٣	١٠٠

– من ناحية أخرى عكست النتائج عزوفاً من جانب نسبة عالية من المبحوثات عن الانضمام لعضوية الجمعية الأهلية، وكانت أسباب ذلك طبقاً للجدول ٣٠ تتمثل فى :

– جاءت العادات والتقاليد فى مقدمة الأسباب التى حالت دون مشاركة المبحوث فى عضوية الجمعيات، وذلك بنسبة (٣١,٦٪) وتساوى فى النسبة سبب آخر وهو عدم

وجود جمعيات أهلية بالمنطقة، أما السبب الثالث فكان آخر وهو عدم وجود جمعيات أهلية بالمنطقة، أما السبب الثالث فكان عدم وجود وقت فراغ لديهن وذلك بنسبة (٢٩,٣٪)، وكان السبب الأخير الاعتقاد بأنه ليس من مسئوليات المرأة المشاركة فى الأعمال التطوعية وذلك بنسبة (٧,٥٪).

ومما تقدم نلاحظ أن العادات والتقاليد كانت سبباً رئيسياً وراء عزوف الكثيرات عن المشاركة فى الجمعيات الأهلية بل أكاد أجزم أنها سبب وراء عدم معرفتهن بوجود جمعيات أهلية بالمنطقة فى حين أن هناك أكثر من جمعية تطوعية موجودة بالفعل ولها نشاطاتها.

أيضاً عدم وجود وقت فراغ لدى المبحوثات كان عاملاً أساسياً وراء عزوفهن عن الانضمام لهذه الجمعيات بل وراء عدم معرفتهن بنشاط تلك الجمعيات.

- وهكذا يتضح من خلال الاستعراض السابق لأنماط المشاركة السياسية أن هناك عزوفاً عاماً من جانب المرأة الريفية عن المشاركة فى صنع القرار السياسى، حيث لوحظ أن ٢٨ سيدة من جملة المبحوثات لا تشاركن فى أى نمط من أنماط المشاركة.

- **خامساً: دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة فى صنع القرار السياسى:**

- تقييم العينة للدور السياسى لوسائل الإعلام.

جدول رقم (٣١)

يوضح تقييم العينة للدور السياسى لوسائل الإعلام

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٩٧	٩٧
لا	٣	٣
المجموع	١٠٠	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٣١) تقييم المبحوثات للدور السياسى لوسائل الإعلام، حيث ذكرت (٩٧٪) من جملة العينة أن وسائل الإعلام تلعب دوراً متميزاً فى مشاركة المرأة فى صنع القرار السياسى، بينما ذكرت (٣٪) فقط أن وسائل الإعلام ليس لها دور أما عن طبيعة هذا الدور فقد وضحه الجدول رقم (٣٢) حيث أشارت (٦٩,١٪) من المبحوثات أن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً ومحفزاً للمرأة على المشاركة وذكرت (٣٠,٩٪) منهن أن وسائل الإعلام تلعب دوراً سلبياً.

من ذلك نلاحظ أن هناك اقتناعاً كاملاً لدى المبحوثات بالدور المتميز الذى تلعبه وسائل الإعلام فى مجال مشاركة المرأة فى العمل السياسى حتى من جانب هؤلاء اللاتى لا تشاركن فى أى نشاط من الأنشطة السياسية موضع الدراسة.

كذلك يلاحظ أن معظم المبحوثات ترى أن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً فى تحفيز المرأة على المشاركة فى العمل السياسى، بينما ترى نسبة أخرى أنها تلعب دوراً سلبياً فى حين أشارت مجموعة من المبحوثات أن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً وآخر سلبياً فى الوقت نفسه.

جدول رقم (٣٢)

يوضح طبيعة الدور السياسى لوسائل الإعلام

طبيعة الدور	التكرار	النسبة المئوية
إيجابى	٩٦	٦٩,١
سلبى	٤٣	٣٠,٩
المجموع	١٣٩	١٠٠

- **رؤية أفراد العينة للدور الإيجابى لوسائل الإعلان :**

جدول رقم (٣٣)

يوضح رؤية أفراد العينة للدور الإيجابى لوسائل الإعلام فى مشاركة المرأة سياسياً

الدور الإيجابى	التكـرار	النسبة المئوية
من خلال المرأة على مباشرة حقوقها السياسية	٦٠	٣٧
من خلال التوعية السياسية للمرأة	٥٠	٣٠,٩
من خلال تركيزها على الإيجابيات والابتعاد عن السلبيات	٢٥	١٥,٤
من خلال المشاركة فى تشكيل الرأى العام وتوجيهه	٢٧	١٦,٧
المجموع	١٦٢	١٠٠

– يوضح الجدول رقم (٣٣) أن وسائل الإعلام – من وجهة نظر المبحوثات – تقوم بدور إيجابى فى مشاركة المرأة سياسياً من خلال عدة وسائل جاء ترتيبها كالتالى:

– حث المرأة على مباشرة حقوقها السياسية فى مقدمة الطرق التى تتبعها وسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية بنسبة (٣٧٪).

– أما التوعية السياسية للمرأة فكانت ثانى الوسائل وذلك بنسبة (٣٠,٩٪).

– أما الرأى الثالث فى الترتيب فيرى أن وسائل الإعلام تقوم بدور إيجابى من خلال التركيز على الايجابيات والابتعاد عن السلبيات وذلك بنسبة (١٥,٤٪).

وقد لوحظ أن بعض المبحوثات أشارت بأن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً من خلال كل هذه الوسائل مجتمعه دون فصل بينها.

ومما تقدم نلاحظ أن العمل على بث الوعى السياسي للمرأة وحثها على مباشرة حقوقها السياسية تعد من أبرز المهام والمسئوليات التى تقوم بها وسائل الإعلام ولها تأثيرا الإيجابى على المرأة فى مجال المشاركة السياسية.

- **رؤية أفراد العينة للدور السلبى لوسائل الإعلام:-**

جدول رقم (٣٤)

يوضح رؤية أفراد العينة للدور السلبى لوسائل الإعلام فى مشاركة المرأة سياسياً

الدور الإيجابى	التكـرار	النسبة المئوية
من خلال عدم الاهتمام بقضية المشاركة السياسية للمرأة	٢٣	٣٢,٩
من خلال حصر مسئولية المرأة فى الأعباء المنزلية والأسرية	٢٨	٤٠
من خلال التركيز على السلبيات والمعوقات دون الإيجابيات	٧	١٠
من خلال تهميش دور المرأة السياسى	١٢	١٧,١
المجموع	٧٠	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٣٤) رؤية المبحوثات للدور السلبى لوسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية والذى يكون من خلال :

- العمل على حصر مسئولية المرأة فى الأعباء المنزلية والأسرية وذلك بنسبة (٤٠٪) إلى جانب عدم الاهتمام بقضية المشاركة السياسية للمرأة وذلك بنسبة (٣٢,٩٪) أما قيام وسائل الإعلام بتهميش الدور السياسى للمرأة فكان ثالث الأساليب التى لها تأثير سلبى على مشاركة المرأة سياسياً وذلك بنسبة (١٧,١٪).

- وكان آخر الأساليب هو التركيز على السلبيات والمعوقات دون الايجابيات بنسبة (١٠٪).

ومما تقدم نلاحظ أن ما تقدمه وسائل الإعلام من مواد إعلامية تحصر مسئولية المرأة فى الأعباء المنزلية والأسرية يترتب عليه مزيد من السلبية السياسية لدى المرأة وقد كان ذلك مثار ونقد من جانب بعض السيدات، ويرتبط بذلك أيضاً عدم اهتمام

وسائل الإعلام بقضية المشاركة السياسية للمرأة وعدم وضعها فى المكان اللائق بها عند ترتيب أولويات قضايا المرأة، بل والاقتصار على مناقشة هذه القضية فى أوقات محددة ومتباعدة هى أوقات الانتخابات العامة.

- **مقترحات العينة لزيادة فاعلية دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة سياسياً:-**

جدول رقم (٣٥)

يوضح مقترحات المبحوثات لزيادة فاعلية دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة سياسياً

المقترحـــــات	التكـــرار	النسبة المئوية
عرض نماذج ناجحة للسيدات والعاملات فى المجال السياسى.	٥٣	٢٦,٥
تشجيع المرأة وحثها على مباشرة حقوقها السياسية.	٥١	٢٥,٥
ضرورة المداومة على تناول قضية المشاركة السياسية.	٢٤	١٢
الاستعانة بمجموعة من المفكرين والسياسيين المتميزين لتنمية روح المشاركة عند المرأة.	٢٢	١١
تخصيص جزء من برامج المرأة بالإذاعة والتليفزيون وصفحات المرأة بالصحف لمناقشة موضوعات المشاركة السياسة.	٥٠	١١
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٣٥) مجموعة المقترحات والرؤى التى تطرحها المبحوثات باعتبارها وسائل وأساليب يمكن أن تزيد من فاعلية وسائل الإعلام فى عملية المشاركة السياسية للمرأة، وجاءت كالتالى.

- كانت ضرورة عرض نماذج للسيدات العاملات فى المجال السياسى فى مقدمة المقترحات وذلك بنسبة (٢٦,٥٪) من جملة المبحوثات.

- وجاء العمل على تشجيع المرأة وحثها على مباشرة حقوقها السياسية فى المرتبة الثانية بنسبة (٢٥,٥٪).

– أما الاقتراح بتخصيص جزء من برامج المرأة بالإذاعة والتليفزيون وصفحات المرأة بالصحف لمناقشة موضوعات المشاركة السياسية فقد جاءت فى المرتبة الثالثة بنسبة ٢٥٪.

– وكان الاقتراح بأهمية المداومة على تناول قضية المشاركة السياسية فى الترتيب الرابع بنسبة ١٢٪، وجاء فى الترتيب الأخير الاقتراح بالاستعانة بمجموعة من المفكرين والسياسيين المتميزين لتنمية روح المشاركة عند المرأة.

ومما تقدم نلاحظ أن: –

– وسائل الإعلام لا تهتم بتقدير النماذج الناجحة من السيدات العاملات فى المجال السياسى بل على العكس تعمل على تهميش دور المرأة السياسى، ومن ثم تكرس مزيداً من السلبية السياسية عند المرأة وخاصة الريفية ولذلك تطالب المبحوثات بتقديم النموذج والقدوة حتى يكون ذلك دافعاً لهن للاقتداء والمشاركة بشكل أكثر فاعلية فى مجال العمل السياسى.

– أن المرأة فى حاجة إلى قدر من المعلومات السياسية حول المشاركة وانماطها وقنواتها وكيفية مباشرتها وهذه المسئولية تقع على عاتق وسائل الإعلام، ولذلك تطالب المبحوثات بضرورة تخصيص جزء من برامج المرأة بالإذاعة والتليفزيون وجزء من صفحات المرأة بالصحف المختلفة لمناقشة قضية المشاركة السياسية للمرأة.

– أن المرأة فى حاجة إلى قدر مكثف من المعلومات والآراء التى تخلق نوعاً من الوعى السياسى لديها ولذلك تطالب المبحوثات بضرورة المداومة على تناول قضية المشاركة وعدم قصرها على فترات الانتخابات البرلمانية فقط بما يخلق لدى المرأة الوعى بأهمية المشاركة السياسية ويغرس بداخلها الاحساس الدائم بالمسئولية بما يدفعها إلى مزيد من المشاركة فى العمل السياسى.

– أن كتابات ولقاءات المفكرين والسياسيين من ذوى الخبرة والمكانة لها تأثيرها الإيجابى فى عملية المشاركة السياسية من جانب الجمهور، فعلى وسائل الإعلام أن تحرص على استقطاب هذه الشخصيات وافساح الصفحات والبرامج لكتاباتهم ولقاءاتهم لتنمية روح المشاركة عند المرأة.

- **سادساً: العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام ومعدل المشاركة السياسية للمرأة :-**
- **العلاقة بين معدل التعرض للصحف ومعدل المشاركة السياسية فى العمل السياسى:**

جدول رقم (٣٦) يوضح دلالة العلاقة بين حجم التعرض للصحف ومعدل المشاركة

معدل التعرض / معدل المشاركة	يومياً		أحياناً		لا		مستوى دلالة كا٢
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
مرتفع	٣	١٤,٣	٢	٢,٨	–	–	غير دالة
متوسط	٥	٢٣,٨	١٤	١٩,٤	١	١٤,٣	
منخفض	١٣	٦١,٩	٥٦	٧٧,٨	٦	٨٥,٧	
المجموع	٢١	١٠٠	٧٢	١٠٠	٧	١٠٠	

- يتضح من الجدول السابق (٣٦) ومن خلال تطبيق اختبار (كا٢) أنه لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمعدل المرأة الريفية للصحف ومعدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى.
- حيث تبين بمقارنة قيمة كا٢ المحسوبة بقيمة كا٢ الجدولية عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين معدل التعرض للصحف ومعدل المشاركة، ولعل ذلك يرجع إلى عدم انتظام (٧٢٪) من جملة العينة فى قراءة الصحف علاوة على عزوف (٧٪) عن قراءتها ومن ثم لا تتوفر فرصة التعرض بشكل للصحف، مما يقلل من فرصة وجود علاقة ذات دلالة بين التعرض للصحف ومعدل المشاركة السياسية كما لوحظ أن نسبة ٢٣,٧٪ ممن تتعرضن للصحف بشكل عام لا تشاركن فى صنع القرار من خلال أى نمط من أنماط المشاركة.

- **العلاقة بين معدل التعرض للتليفزيون ومعدل المشاركة السياسية:**

جدول رقم (٣٧) يوضح العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومعدل المشاركة

معدل التعرض / معدل المشاركة	يومياً		أحياناً		لا		مستوى دلالة كا٢
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
مرتفع	٥	٦,١	–	–	–	–	غير دالة
متوسط	١٨	٢١,٩	٢	١١,	–	–	
منخفض	٥٩	٧٢	١٦	٨٨,٨	–	–	
المجموع	٨٢	١٠٠	١٨	١٠٠	–	–	

– اتضح من الجدول رقم (٣٧) ومن خلال تطبيق اختبار كا^2 أنه لا توجد فروق معنوية ذات دلالة احصائية فيما يتعلق بالعلاقة بين معدل التعرض للتليفزيون ومعدل المشاركة السياسية للمبحوثات حيث تبين من خلال المقارنة بين قيمة كا^2 الجدولية وكا^2 المحسوبة عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية، ولعل ذلك يرجع إلى عدم تعرض المبحوثات لموضوع المشاركة السياسية بشكل مكثف فى التليفزيون فبالرغم من المشاهدة المكثفة للتليفزيون من جانب المبحوثات (٨٢٪) إلا أن معظمهن تتابعن مواداً غير سياسية، ومن ثم فإن كثافة التعرض هنا لا تعنى وجود علاقة بينها وبين السلوك السياسى للسيدات الريفيات. ويؤكد ذلك أن نسبة (٣٤,١٤٪) من السيدات اللاتى تتعرضن للتليفزيون لا تشاركن فى أى وجه من وجوه المشاركة.

- **العلاقة بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة السياسية:-**

جدول رقم (٣٨)

يوضح دلالة العلاقة بين حجم التعرض للراديو ومعدل المشاركة

معدل التعرض / معدل المشاركة	يومياً		أحياناً		لا		مستوى دلالة كا^2
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
مرتفع	٣	١٤,٣	٢	٣,٤	–	–	دالة عند ٠,٠١
متوسط	٦	٢٨,٦	١٣	٢٢	١	٥	
منخفض	١٢	٥٧,١	٤٤	٧٤,٦	١٩	٩٥	
المجموع	٢١	١٠٠	٥٩	١٠٠	٢٠	١٠٠	

– يوضح الجدول رقم (٣٨) ومن خلال تطبيق كا^2 أن هناك علاقة ذات دلالة بين معدل التعرض للراديو وإجمالى معدل المشاركة السياسية للمبحوثات ونتعرض لملامح هذه العلاقة.

– يوضح الجدول رقم (٣٨) أن نسبة (١٤,٣٪) من السيدات اللاتى تتعرضن للراديو يومياً (بمعدل مرتفع) تشاركن كذلك بمعدل مرتفع فى العمل السياسى.

- أيضاً أتضح أن نسبة (٣,٤٪) من السيدات اللاتى تتعرضن للراديو بمعدل متوسط تشاركن بمعدل مرتفع فى صنع القرار السياسى.

- ويوضح الجدول أيضاً أن نسبة (٢٨,١٪) من السيدات اللاتى تتعرضن للراديو يومياً أى بمعدل عالى تشاركن بمعدل متوسط فى العمل السياسى.

- كما يوضح أن نسبة (٢٢٪) من السيدات اللاتى لا تعرضن للراديو أحياناً (بمعدل متوسط) تشاركن بمعدل متوسط فى العمل السياسى.

- بينما تشارك (٥٪) فقط من السيدات اللاتى لا تعرضن للراديو بمعدل متوسط فى صنع القرار السياسى.

- من ناحية أخرى يوضح الجدول أن (٧٤,٦٪) من السيدات اللاتى تتعرضن للراديو أحياناً (بمعدل متوسط) تشاركن بمعدل منخفض فى صنع القرار السياسى ويتضح من الجدول أيضاً أن نسبة (٩٥٪) ممن لا تتعرضن للراديو تشارك بمعدل منخفض فى العمل السياسى.

- وبتطبيق اختبار كا^{٢} تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة فى صنع القرار السياسى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠١٪) أى بحدود ثقة (٩٩٪).

- ونستخلص مما سبق أن هناك علاقة قوية بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة فى صنع القرار السياسى، فكلما تعرضت المرأة بشكل مكثف ويومى للراديو شاركت بصورة أكبر فى صنع القرار السياسى من خلال ممارسة أكثر من صورة من صور المشاركة السياسية، وهو ما يشير إلى أن الراديو يمكن أن يقوم بدور فعال فى مجال المشاركة السياسية للمرأة الريفية ومن ثم تقع عليه مسئولية الدور السياسى للمرأة من خلال برامجة المختلفة، وخاصة تلك التى تقبل المرأة على مشاهدتها كبرامج المرأة والمسلسلات والدراما.

- **سابعاً : العلاقة بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة السياسية للمرأة :**

جدول رقم (٣٩)

يوضح دلالة العلاقة بين حجم التعرض للصحف ومعدل المشاركة

معدل التعرض / معدل المشاركة	نعم		لا		مستوى دلالة كا٢
	ك	٪	ك	٪	
مرتفع	٥	٧	–	–	دالة عند ٠,٠١
متوسط	١٩	٢٦,٨	١	٣,٤	
منخفض	٤٧	٦٦,٢	٢٨	٩٦,٦	
المجموع	٧١	١٠٠	٢٩	١٠٠	

– اتضح من الجدول رقم (٣٩) ومن خلال تطبيق اختبار كا٢ وجود علاقة ذات دلالة بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة السياسية للمبحوثات ونتعرض لملامح هذه العلاقة:

– يوضح الجدول رقم (٣٩) أن نسبة (٧٪) من اللاتى تتعرضن للمواد السياسية بوسائل الإعلام تشاركن بمعدل مرتفع من صنع القرار السياسى.

– ويوضح الجدول نفسه أن نسبة (٢٦,٨٪) ممن تتعرضن للمواد السياسية بوسائل الإعلام تشاركن بمعدل متوسط فى العمل السياسى، وأن نسبة (٣,٤٪) ممن لا تتعرضن للمواد السياسية بوسائل الإعلام تشاركن بمعدل متوسط فى صنع القرار السياسى.

– وأوضح الجدول كذلك أن نسبة (٩٦,٦٪) ممن لا تتعرضن للمواد السياسية بوسائل الإعلام تشاركن بمعدل منخفض فى العمل السياسى.

– وبتطبيق اختبار كا٢ تبين وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة السياسية للسيدات الريفيات وذلك

عند مستوى معنوية ٠,٠١ أى بحدود ثقة (٩٩٪).

– ونستخلص من ذلك أن هناك علاقة قوية ذات دلالة بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومشاركة المرأة الريفية فى صنع القرار السياسى فكلما احجمت المرأة عن متابعة المواد السياسية زاد معدل سلبيتها السياسية وعزوفها عن العمل السياسى.

- **ثامناً: العلاقة بين متغيرات الدراسة ومعدل التعرض لوسائل الإعلام. وما يعرض بها من مواد سياسية.**

– أثبتت كثير من الدراسات أن هناك علاقة بين السمات الشخصية للأفراد وبين التعامل مع وسائل الإعلام، وفى هذا الجزء تتناول العلاقة بين السمات الشخصية والتى ترتكز فى هذه الدراسة على محورين هما: السن والحالة التعليمية وبين التعرض لوسائل الإعلام وللمواد السياسية بها.

- **نتائج الدراسة فى ضوء متغير السن :-**

تبين من نتائج الدراسة الراهنة أن للسن تأثير فى التعامل مع بعض المحاور حيث اتضح أن هناك علاقة ذات دلالة احصائية فيما يتعلق بالسن والتعرض للصحف ومتابعة المواد السياسية بوسائل الإعلام، ومن ناحية ثانية اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة بين السن والتعرض لكل من التليفزيون والراديو ويتضح ذلك مما يلى:

جدول رقم (٤٠)

يوضح دلالة العلاقة بين السن ومعدل التعرض للصحف

خصائص العينة	المفردات	التكرارات			النسبة المئوية			مستوى دلالة كا٢
		يومياً	أحياناً	لا	يومياً	أحياناً	لا	
السن	٢٠ – أقل من ٣٠	١٠	٢٥	٢	٤٧,٦	٣٤,٧	٢٨,٦	دالة عند ٠,٠٥
	٣٠ – أقل من ٤٠	٩	٤٢	٣	٤٢,٩	٥٨,٤	٤٢,٨	
	٤٠ – ٥٠	٢	٥	٢	٩,٥	٦,٩	٢٨,٦	
المجموع		٢١	٧٢	٧	١٠٠	١٠٠	١٠٠	

– تبين من الجدول رقم (٤٠) ومن خلال تطبيق اختبار كا^2 وجود علاقة ذات دلالة بين متغير السن ومعدل التعرض للصحف حيث ارتفعت قيمة كا^2 المحسوبة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وهو ما يعنى وجود دلالة إحصائية بدرجة ثقة (٩٥٪)، وتتضح ملامح هذه العلاقة كالآتى:

– احتلت السيدات اللاتى تتراوح أعمارهن بين ٣٠ – ٤٠سنة المرتبة الأولى بالنسبة للتعرض للصحف تليهن فى الترتيب السيدات اللاتى أعمارهن بين ٢٠ – ٣٠ عاماً ويأتى فى المرتبة الأخيرة السيدات اللاتى تتراوح أعمارهن بين ٤٠ – ٥٠ عاماً والمتأمل للجدول ويلاحظ أن الشباب أكثر حرصاً على قراءة الصحف، ولعل ذلك يرجع إلى أن مسئولياتهن العائلية والوظيفية أقل، كما أن معظمهن من الحاصلات على مؤهلات جامعية وفوق المتوسطة.

- **العلاقة بين السن ومعدل التعرض للتليفزيون :-**

جدول رقم (٤٢)

يوضح دلالة العلاقة بين السن ومعدل التعرض للراديو

خصائص العينة	المفردات	التكرارات			النسبة المئوية			مستوى دلالة كا^2
		يومياً	أحياناً	لا	يومياً	أحياناً	لا	
السن	٢٠ – أقل من ٣٠	٧	٢٤	٦	٣٣,٣	٤٠,٧	٣٠	غير دالة
	٣٠ – أقل من ٤٠	١٢	٣١	١١	٥٧,٢	٥٢,٥	٥٥	
	٤٠ – ٥٠	٢	٤	٣	٩,٥	٦,٨	١٥	
المجموع		٢١	٥٩	٢٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	

– يتضح من الجدول رقم (٤٢) ومن خلال تطبيق كا^2 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السن والتعرض للراديو، فبالمقارنة تبين زيادة قيمة كا^2 الجدولية عن قيمة كا^2 المحسوبة وهو ما يعكس عدم وجود علاقة ذات دلالة بين السن والتعرض للراديو وهو ما يعنى أن الراديو تستمع إليه كافة الفئات العمرية.

- **العلاقة بين السن والتعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام**

جدول رقم (٤٣)

يوضح دلالة العلاقة بين السن والتعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام

خصائص العينة	المفردات	التكرارات		النسبة المئوية		مستوى دلالة كا٢
		نعم	لا	نعم	لا	
السن	٢٠ – أقل من ٣٠	٢٩	٨	٤٠,٩	٢٧,٦	
	٣٠ – أقل من ٤٠	٣٩	١٥	٥٤,٩	٥١,٧	دالة عند ٠,٠٥
	٤٠ – ٥٠	٣	٦	٤,٢	٢٠,٧	
المجموع		٧١	٢٩	١٠٠	١٠٠	

– يتضح من الجدول السابق (٤٣) ومن خلال استخدام اختبار كا٢ وجود فروق معنوية فبالمقارنة تبين أن قيمة كا٢ المحسوبة أكبر من قيمة كا٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وهو ما يعكس وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير السن والتعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام وذلك بحدود ثقة ٩٥٪، وكانت ملامح العلاقة كالتالى:

– كانت الفئة العمرية من ٣٠ – أقل من ٤٠ سنة أكثر الفئات إقبالاً على التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام حيث بلغت نسبتها (٥٤,٩٪) وتلتها الفئة العمرية من ٢٠ – أقل من ٣٠ عاماً وذلك بنسبة (٤٠,٩٪)، وجاءت فى المرتبة الأخيرة العمرية ٤٠ – ٥٠ عاماً بنسبة (٤,٢٪) وهو ما يعكس أن الشباب أكثر إقبالاً على التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام وهو ما يعنى أن وسائل الإعلام تعد مصدراً أساسياً من مصادر المعرفة السياسية للمرأة الريفية.

- **نتائج الدراسة فى ضوء متغير الحالة التعليمية:**

عندما نتحدث عن وسائل الإعلام المختلفة خاصة المطبوعة منها، فلابد من الحديث عن التعليم كمتغير أساسى يلعب دوراً هاماً فى التعامل مع هذه الوسائل، وقد ثبت من نتائج الدراسة الراهنة أن للحالة التعليمية تأثير فى التعامل مع بعض المحاور حيث

اتضح أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالتعليم والتعرض للصحف، ومتابعة المواد السياسية بوسائل الإعلام، ومن ناحية ثانية اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة بين الحالة التعليمية والتعرض لكل من التليفزيون والراديو.

- **علاقة الحالة التعليمية بقراءة الصحف:**

جدول رقم (٤٤)

يوضح دلالة العلاقة بين الحالة التعليمية ومعدل التعرض للصحف

خصائص العينة	المفردات	التكرارات			النسبة المئوية			مستوى دلالة كا٢
		يومياً	أحياناً	لا	يومياً	أحياناً	لا	
الحالة التعليمية	مؤهل متوسط	٦	٢٣	٤	٢٨,٦	٣١,٩	٥٧,١	دالة عند ٠,٠١
	مؤهل فوق المتوسط	٢	٢٩	١	٩,٥	٤٠,٣	١٤,٣	
	مؤهل جامعى	١٣	٢٠	٢	٦١,٩	٢٧,٨	٢٨,٦	
المجموع		٢١	٧٢	٧	١٠٠	١٠٠	١٠٠	

– اتضح من الجدول رقم (٤٤) ومن خلال تطبيق كا٢ وجود علاقة ذات دلالة بين متغير الحالة التعليمية ومعدل التعرض للصحف حيث ارتفعت قيمة كا٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠١ وهو ما يعنى وجود دلالة احصائية بدرجة ثقة ٩٩٪.

– وقد أوضح الجدول أن ذوات المؤهل الجامعى هن أكثر الفئات تعرضاً للصحف بمعدل مرتفع، ومن ناحية أخرى أوضح الجدول أن ذوات المؤهل المتوسط هن أكثر الفئات تعرضاً للصحف بمعدل منخفض. والمتأمل لهذه النتيجة يلمح تأثير التعليم على المرأة حيث يجعلها أكثر استعداداً وتقبلاً للإعلام والتثقيف ويمنحها القدرة على ممارسة حقوقها ومسئولياتها.

– وهذه النتيجة تتفق مع القول بأن «هناك ارتباطاً كبيراً بين قراءة الصحف ودرجة التعليم»(٢٩).

– أيضاً تتفق مع دراسة خيرى عدلان حيث أوضحت أن «لمتغير التعليم تأثيره على التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة»(٣٠).

- **علاقة الحالة التعليمية بالتعرض للتليفزيون :**

جدول رقم (٤٥)

يوضح دلالة العلاقة بين الحالة التعليمية ومعدل التعرض للتليفزيون

خصائص العينة	المفردات	التكرارات			النسبة المئوية			مستوى دلالة كا٢
		يومياً	أحياناً	لا	يومياً	أحياناً	لا	
الحالة التعليمية	مؤهل متوسط	٢٧	٦	–	٣٢,٩	٣٣,٣	–	غير دالـــة
	مؤهل فوق المتوسط	٢٤	٨	–	٢٩,٣	٤٤,٥	–	
	مؤهل جامعى	٣١	٤	–	٣٧,٨	٢٢,٢	–	
المجموع		٨٢	١٨	–	١٠٠	١٠٠	–	

– يتضح من الجدول رقم (٤٥) ومن خلال تطبيق اختبار كا٢ عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الحالة التعليمية ومعدل التعرض للتليفزيون، وذلك نظراً لارتفاع قيمة كا٢ الجدولية عند قيمة كا٢ المحسوبة، وهو ما يعكس عدم وجود تلك العلاقة ومعنى ذلك أن التليفزيون تقبل على مشاهدته كافة الفئات بغض النظر عن المستوى التعليمى ولعل ذلك يرجع إلى تنوع المواد الإعلامية التى يبثها مما يرضى مختلف الأذواق والمستويات التعليمية.

- **العلاقة بين الحالة التعليمية والتعرض للراديو :**

جدول رقم (٤٦)

يوضح دلالة العلاقة بين الحالة التعليمية ومعدل التعرض للراديو

خصائص العينة	المفردات	التكرارات			النسبة المئوية			مستوى دلالة كا٢
		يومياً	أحياناً	لا	يومياً	أحياناً	لا	
الحالة التعليمية	مؤهل متوسط	٤	٢١	٨	١٩	٣٥,٦	٤٠	غير دالـــة
	مؤهل فوق المتوسط	٩	١٨	٥	٤٢,٩	٣٠,٥	٢٥	
	مؤهل جامعى	٨	٢٠	٧	٣٨,١	٣٣,٩	٣٥	
المجموع		٢١	٥٩	٢٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	

– يتضح من الجدول رقم (٤٦) ومن خلال تطبيق اختبار كا^2 عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الحالة التعليمية ومعدل التعرض للراديو، وذلك لارتفاع قيمة كا^2 الجدولية عند قيمة كا^2 المحسوبة، ومعنى ذلك أن الراديو تستمع إليه كل المستويات التعليمية ولعل ذلك يرجع إلى تعدد الإذاعات وتنوع المواد الإعلامية التى تبثها، وإن كان الجدول من خلال النسب المئوية يشير إلى أن ذوات المؤهل الجامعى هن أكثر الفئات تعرضاً للراديو بشكل يومى ٦١,٩٪ وأن ذوات المؤهل المتوسط هن أكثر الفئات اعراضاً عن الاستماع إلى الراديو بنسبة (٥٧,١٪).

- **العلاقة بين الحالة التعليمية والتعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام:**

جدول رقم (٤٧)

يوضح دلالة العلاقة بين الحالة التعليمية والتعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام

خصائص العينة	المفردات	التكرارات		النسبة المئوية		مستوى دلالة كا^2
		نعم	لا	نعم	لا	
السن	مؤهل متوسط	١٧	١٦	٢٣,٩	٥٥,٢	دالة عند ٠,٠٥
	مؤهل فوق المتوسط	٢٥	٧	٣٥,٢	٢٤,١	
	مؤهل جامعى	٢٩	٦	٤٠,٩	٢٠,٧	
المجموع		٧١	٢٩	١٠٠	١٠٠	

– يتضح من الجدول رقم (٤٧) ومن خلال تطبيق اختبار كا^2 عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الحالة التعليمية والتعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام حيث ارتفعت قيمة كا^2 المحسوبة عن قيمة كا^2 الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠,٠٥) وهو مايعنى وجود دلالة احصائية بدرجة ثقة ٩٥٪.

– حيث أوضح الجدول أن ذوات المؤهل الجامعى هى أكثر الفئات متابعة للمواد السياسية بوسائل الإعلام بنسبة ٤٠,٩٪، وتليهن ذوات المؤهل فوق المتوسط بنسبة (٣٥,٢٪)، وأخيراً ذوات المؤهل المتوسط (٢٣,٩٪).

– ولاشك أن هذه الفروق تعكس أهمية التعليم فى التعامل مع ما يعرض من

موضوعات سياسية فى وسائل الإعلام حيث أن الفئة الأكثر تعلماً هى الأكثر حرصاً على متابعة السياسية بوسائل الإعلام. وهذه نتيجة منطقية إذا ما أخذنا فى الاعتبار أن المواد السياسية ذات طابع جاد ودسم وتحتاج إلى قدر من التعليم والثقافة لمن يتعرض لها من الجمهور، وهذا إلى جانب ما ذكرناه آنفاً من تأثير التعليم على المرأة وعلى ميلها نحو التعليم والتثقيف.

الخلاصـــة

يمكننا أن نوجز خلاصة النتائج التى تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية فى النقاط التالية:

- أن المرأة الريفية تقبل على قراء الصحف والاستماع إلى الراديو بمعدل متوسط بينما تحرص على متابعة التليفزيون بمعدل مرتفع.

- تحرص المرأة الريفية على متابعة ما تعرضه وسائل الإعلام من مواد وموضوعات سياسية وذلك من أجل متابعة الأحداث الجارية وفهم ما يدور على الساحة السياسية من وقائع وما يطرح من قضايا ومشكلات.

- جاء التليفزيون فى مقدمة الوسائل التى تعتمد عليها المرأة فى متابعة المواد السياسية ويليه الصحف ثم الراديو.

-أن هناك عزوفاً من جانب المرأة الريفية عن المشاركة فى صنع القرار السياسى بشكل عام وعن ممارسة أشكال المشاركة السياسية.

- كانت العادات والتقاليد، وتعدد مسئوليات المرأة الريفية، والشك فى مصداقية العملية الانتخابية فى مقدمة المعوقات التى دعت السيدات إلى الإحجام عن المشاركة فى العمل السياسى.

- جاء التليفزيون فى مقدمة الوسائل التى تلعب دوراً متميزاً فى إقناع السيدات بالمشاركة فى صنع القرار، بينما احتلت الصحف والزملاء والجيران والراديو مراكز تالية.

- إذا كانت وسائل الإعلام تقوم بدور إيجابى وفعال فى المشاركة السياسية للمرأة وحثها على مباشرة حقوقها السياسية، إلى جانب مساهمتها فى تشكيل الرأى العام وتوجيهه، فإنه يقلل من فاعلية هذا الدور بعض الممارسات الخاطئة من خلال عرضها لمواد تحصر مسئولية المرأة فى الأعباء المنزلية والأسرية، وعدم اهتمامها بقضية المشاركة السياسية للمرأة علاوة على تهميشها للدور السياسى للمرأة بشكل عام.

- هناك علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة السياسية للمرأة الريفية.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للصحف ومعدل المشاركة السياسية للمرأة، وأيضاً لا توجد علاقة بين معدل التعرض للتليفزيون ومعدل المشاركة السياسية للمرأة.

- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة فى العمل السياسى.

- توجد علاقة ذات دلالة بين متغير السن وقراءة الصحف، بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السن والتعرض للتليفزيون والراديو.

- واثبتت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين السن ومتابعة المواد السياسية بوسائل الإعلام.

- توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة التعليمية وقراءة الصحف، بينما لا توجد علاقة ذات دلالة بين الحالة التعليمية وحجم التعرض لكل من الراديو والتليفزيون.

- كما أثبتت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة التعليمية ومتابعة المواد السياسية بوسائل الإعلام.

الخاتمـــة

نخلص من خلال النتائج السابقة إلى ما يلى: -

- بالنسبة للفرض الأول القائل بأنه كلما زاد معدل تعرض المرأة لوسائل الإعلام زاد معدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى.

- أثبتت النتائج صحة هذا الفرض بشكل جزئى حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المرأة للراديو ومعدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى فالسيدات الأكثر تعرضاً للراديو أكثر مشاركة فى العمل السياسى. وفى المقابل توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المرأة لكل من الصحف والتليفزيون ومعدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى.

- وأثبتت النتائج صحة الفرض الثانى القائل بأنه: كلما تعرضت المرأة للمواد السياسية بوسائل الإعلام زاد معدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى حيث اثبتت الدراسة أن هناك علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المرأة للمواد السياسية بوسائل الإعلام المختلفة ومعدل مشاركتها فى صنع القرار السياسى.

- وأثبتت الدراسة عدم صحة الفرض الثالث القائل بأنه: توجد علاقة ذات دلالة بين السمات الشخصية لأفراد العينة ومعدل التعرض لوسائل الإعلام.

- حيث أثبتت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة بين متغير السن والتعرض لكل من التليفزيون والراديو.

- كما أثبتت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة بين الحالة التعليمية ومعدل التعرض لكل من الراديو والتليفزيون.

- وفى إطار الفرض نفسه أكدت النتائج وجود علاقة ذات دلالة بين الحالة التعليمية من ناحية، وقراءة الصحف من ناحية أخرى.

- وأكدت الدراسة صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ذات دلالة بين السمات الشخصية للعينة ومتابعة المواد السياسية بوسائل الإعلام حيث أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرى السن والحالة التعليمية من ناحية ومتابعة

المواد السياسية بوسائل الإعلام من ناحية أخرى.

تعقيب :

وهكذا تشير نتائج الدراسة إلى تنامى اتجاه المشاركة السياسية لدى المتابعات للمواد السياسية بوسائل الإعلام، وهو ما يؤكد على أهمية الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية للمرأة من خلال ما تعرضه من مواد سياسية وما تطرحة من قضايا ومشكلات.

فإذا كان واقع المشاركة السياسية فى مصر يشير إلى وجود أزمة مشاركة بشكل عام وعزوف من جانب السيدات عن المشاركة فى صنع القرار السياسى. على الرغم من نص القانون والدستور على المساواة فى مباشرة الحقوق السياسية بين الرجل والمرأة، وحصول المرأة على كثير من حقوقها المدنية، وعلى الرغم من وجود العديد من الأحزاب السياسية المختلفة المبادئ والتوجهات، إلى جانب وجود العديد من المؤسسات شبه السياسية من نقابات مهنية وعمالية وطلابية وجمعيات أهلية وتطوعية واتخاذ العديد من الاجراءات التى تستهدف توسيع نطاق المشاركة فى الانتخابات العامة. فإن وسائل الإعلام تستطيع أن تقوم بدور فعال فى مجال المشاركة السياسية للمرأة من خلال العمل على خلق وعى بأهمية المشاركة السياسية للمرأة والعمل على تدعيم صورها وأشكالها المختلفة، والحرص على إمداد المرأة بقدر من المعلومات السياسية حولها، ومن خلال العمل على تشجيع المرأة لممارسة دورها السياسى وعدم تهميشه.

توصيات الدراسة :

تقترح الدراسة فى ضوء ما أسفرت عنه من نتائج – مجموعة من التوصيات للدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام فى مجال المشاركة السياسية للمرأة.

– أهمية نشر ثقافة سياسية تزيد من درجة الوعى السياسى للمرأة بما يحفزها للمشاركة فى صنع القرار، وتجعل الرجال أكثر إدراكاً بأهمية المشاركة السياسية للمرأة.

– ضرورة الحرص على حث المرأة على مباشرة حقوقها السياسية من خلال حثها

على القيد بالجداول الانتخابية، وامتلاك البطاقات الانتخابية والتصويت فى الانتخابات المختلفة إلى جانب المشاركة من خلال الانتماء الحزبى، والجمعيات الأهلية والتطوعية وغير من المؤسسات شبه السياسية.

- العمل على تكوين رأى عام فى المجتمع يوضح أهمية مشاركة المرأة فى مختلف المجالات بما فيها المجال السياسى، مع عرض نماذج ناجحة للسيدات العاملات فى المجالات السياسية.

- ضرورة تخصيص جزء من برامج المرأة بالإذاعة والتليفزيون وصفحات المرأة بالصحف لمناقشة موضوع المشاركة السياسية مع الاستعانة بمجموعة من المفكرين والسياسيين المتميزين لتنمية روح المشاركة عند المرأة.

- ضرورة استخدام الفنون المتنوعة والتمثيليات والدراما إلى جانب الأسلوب المباشر فى تناول قضية المشاركة السياسية للمرأة.

- ضرورة المداومة على تناول قضية المشاركة السياسية للمرأة عبر وسائل الإعلام فى كل الأوقات وعدم الاقتصار على فترات الانتخابات البرلمانية فقط بما يخلق لدى المرأة الوعى بأهمية تلك القضية ويغرس بداخلها الاحساس الدائم بالمسئولية بما يدفعها إلى المشاركة فى صنع القرار السياسى.

المراجـــــع

١ - الفاروق زكى يونس، تنمية المجتمع فى الدول النامية (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٦٧) ص ١١.

٢ - عاطف عدلى العبد، المرأة الريفية، سلسلة إقرأ (القاهرة: دار المعارف، فبراير ١٩٨٣) ص ٨٣.

٣ - ماجدة محمد أمين، تعليم المرأة فى محافظة أسيوط فى ضوء الاتجاهات السائدة نحو مكانة المرأة وتعليمها. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة أسيوط، كلية التربية ١٩٨١) ص ٣٦

لمزيد من التفاصيل انظر:

أحمد طه محمد، المرأة المصرية بين الماضى والحاضر (القاهرة: مطبعة دار التأليف، ١٩٧٩) ص ص ٢٥ - ٢٦.

٤ - عاطف عدلى العبد، مرجع سابق، ص ٤٨.

٥ - زيدان عبدالباقى، المرأة بين الدين والمجتمع، الكتاب الثانى (القاهرة: مطبعة السعادة، ١٩٧٧) ص ٢٨١.

٦ - المرجع السابق، ص ٢٨٥.

٧ - نادية عبدالمصرى، دور الاتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٠)

٨ - شهيدة البان، الحركة النسائية فى مصر، أعمال الندوة الفكرية «المرأة العربية فى مواجهة العصر، على هامش المعرض الأول لكتاب المرأة العربية ط ١ (القاهرة: دار المرأة العربية، ١٩٩٦) ص ١١٠.

٩ - صحيفة الأهرام، ٢١ يوليو ٢٠٠٠، ملحق الجمعة ص ٦

١٠ - أميمة محمد محمد عمران، دور الصحافة الحزبية فى المشاركة السياسية دراسة تحليلية للعدد الأسبوعى من صحف الأحرار والأهالى والشعب والعربى والوفد

ومايو فى الفترة من ١٩٩٤ - ١٩٩٦ مع دراسة ميدانية على القراء بسوهاج «دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا، كلية الآداب، ١٩٩٩) ص ١٩٠.

11- Douglas wass, Government and The Governed BBC Rieth Lectures, Rou Tledge, Kegan Poul, London, 1984, P. 110

١٢ - أميمة محمد محمد عمران، مرجع سابق، ص ٢٠٠.

١٣ - نادية عبده المصرى، مرجع سابق.

١٤ - أميمة محمد محمد عمران - المرجع السابق.

١٥ - نادية حسن سالم، تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصرى، دراسة تجريبية على عينة من الريف (القاهرة: المجلة الاجتماعية المجلد السابع عشر العدد ٢ - ٣ مايو - سبتمبر، ١٩٨٠).

١٦ - محمد سيد عتران، دور الاتصال فى عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، دراسة تطبيقية مقارنة على قريتين مصريتين، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩١م).

١٧ - بدرية شوقى عبدالوهاب، المشاركة السياسية للمرأة، مجلة كلية الآداب بسوهاج، العدد الرابع ١٩٨٦).

18 - Robert E. Lane, "Political Life, Why People Getinvolved in Politics, "The free press, Second printing United states, August, 1961.

19 - James Strous, " The Mass Media, Public opinion, and Publicpolicy Analysis" Iinkage Explorations, Columbus: Abel Howell Company, 1975.

20 - Sidney Kraus and Dennis Davis, "The Effects of Mass Communication of Politcal Behaviour, The Pennsylvania State University Press, United States, 1976.

٢١ - بدرسة شوقى عبدالوهاب، مرجع سابق ص ١٤٨.

٢٢ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب ١٩٧٦) ص ١٢٧.

٢٣ - عبدالباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعى ط٩ (القاهرة: مكتبة وهبة، ١٩٨٥) ص ٤٣٨.

٢٤ - عاطف العبد - زكى عزمى، الأسلوب الاحصائى واستخداماته في بحوث الرأى العام والإعلام، ط١ (القاهرة: دار الفكر العربى ١٩٩٣) ص ١٤٩.

25 - Cooper, Measurement and analysis of behavioral Techniques, Columbus. Ohiocharles E., Merrill, 1974.

نقلاً عن أحمد حسين الصغير: الدور التربوى للأحزاب السياسية فى المجتمع المصرى، دكتوراه غير منشورة (جامعة جنوب الوادى، كلية التربية بسوهاج ١٩٩٧) ص ص ١١٣ - ١١٤.

٢٦ - لجوهرى، أصول علم الاجتماع السياسى (الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية ١٩٩٦) ص ٢٥.

٢٧ - غريب سيد أحمد، أصول علم الاجتماع الريفى، ط١ (الأسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠) ص ٢٠.

٢٨ - فلورا استرا فرج، مشاركة ربة الأسرة العاملة - رسالة ماجستير غير منشورة (المعهد العالى للاقتصاد المنزلى ١٩٧٣) ص ١٣٤.

٢٩ - چيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربى ١٩٧٨) ص ٥٢٨.

٣٠ - خيرت معوض عدلان، دور الاتصال فى التنمية السياسية، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٢) ص ٧٥٦.