

”أخلاقيات الصحافة النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية”

إعداد

مريم محمد إسماعيل - ياسمين عبد الله حسين

داليا حسام فوزي - خديجة سيد شعبان.

إسراء عبد الفضيل عارف

طالبات بتمهيدي ماجستير - قسم الصحافة والنشر

كلية الإعلام بنات - جامعة الأزهر

إشراف

أ.د. دعاء عبد الحكم الصعيدي

أستاذة الصحافة والنشر المساعد

كلية الإعلام بنات - جامعة الأزهر

أخلاقيات الصحافة النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية

مريم محمد إسماعيل، ياسمين عبد الله حسين، داليا حسام فوزي، خديجة
سيد شعبان، إسراء عبد الفضيل عارف
قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.
البريد الإلكتروني للباحث الرئيسي: zarimaryam105@gmail.com

ملخص البحث:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الصحف النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية، ومعرفة أهم المعلومات التي تقدمها الصحافة النسائية لإثراء القضايا المتعلقة بالمرأة المصرية، والوقوف على أهم المصادر التي تم الاعتماد عليها في طرح القضايا، وتوضيح أهم الأخلاقيات التي يجب على الصحف النسائية الالتزام بها، والكشف عن صورة المرأة المصرية في الصحف النسائية، بالإضافة إلى تقييم مساهمة الصحافة النسائية في تناول قضايا المرأة المصرية، وقد اتبعت الدراسة منهج المسح الإعلامي لمسح كافة المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة المصرية في الصحف النسائية، ومن أهم النتائج: أن الصحافة النسائية المصرية ركزت على موضوعات لا تمس أولويات المرأة المصرية، ولم يكن هناك تركيز قوي على القضايا الجوهرية مثل: تمكين المرأة أو تنميه وتطوير شخصية المرأة، فقد كان التركيز على تشجيع ثقافة الاستهلاك سواء في وصفات الطهي وغيره من الأغذية ومستحضرات التجميل والموضة والديكور والأشياء، كما تظهر ظاهرة تسليع المرأة وتحويلها لسلعة تعرض الأزياء ومستحضرات التجميل والساعات وأحدث صيحات الموضة في حين لا يوجد موضوعات تعمل على

تنمية وتطوير اخلاقيات المرأة، وإن تحدثت الصحف عن قضايا المرأة فإنها تتحدث على استحياء بما لا يتناسب مع ضخامة هذه الأزمات، كذلك ليست هناك موضوعات تمس الأمور التربوية لتنشئة الأطفال، وإن وجدت فلا توجد بمساحة تتناسب مع الموضوعات الأخرى المنشورة في مجال الطهي والوصف والتجميل، ويلاحظ أنه تم إغفال الجانب الديني بنسبة كبيرة في الصحف والمواقع عينه الدراسة، في حين اهتمت بالأبراج والخط.

الكلمات المفتاحية: الصحافة النسائية، الأخلاقيات، قضايا المرأة، صورة المرأة، الريادة النسائية، المرأة المصرية.

Ethics of Women's Journalism in Addressing Egyptian Women's Issues

**Maryam Mohammad Esmail, Yasmine Abdullah Hussein,
Dalia Hossam Fawzy, Khadija Sayed Shaaban, Israa Abdel
Fadil Aref**

**Department of Journalism and Publishing, Faculty of
Media (Female Students), Al-Azhar University, Cairo, Egypt
corresponding author email: zarimaryam105@gmail.com**

Abstract:

The study aims to identify the role of women's newspapers in addressing Egyptian women's issues, to know the most important information provided by women's newspapers to enrich issues related to Egyptian women, and to identify the most important sources relied upon in raising issues. It also aims to clarify the most important ethics that women's newspapers must adhere to, and to reveal the image of Egyptian women in women's newspapers, in addition to evaluating the contribution of women's newspapers in addressing Egyptian women's issues. The study followed the media survey method to survey all journalistic materials related to Egyptian women's issues in women's newspapers. Among the most important results: Egyptian women's newspapers focused on topics that do not affect the priorities of Egyptian women, and there was no strong focus on essential issues such as women's empowerment or developing and improving women's personalities. The focus was on encouraging a culture of consumption related to cooking, food, cosmetics,

fashion, décor, etc. Important issues such as women's ethics, raising children, and religious issues were ignored or marginally treated whereas issues related to horoscopes and beauty were focused on.

Keywords: Women's journalism, ethics, women's issues, women's image, women's leadership, Egyptian women.

المقدمة:

تعتبر الصحافة مهنة ذات طابع خاص إذ أنها تسعى دائماً للوصول إلى الحقيقة، والتحدث عن كل ما يشعر به الجمهور، فهي بمثابة مستوعب للمعلومات تعلم الناس بكل ما هو جديد من أحداث وتسعى لتفسيره وشرحه وتوضيحه، مما يسهل عليهم فهم الأمور بشكل أفضل، كما تعد ركناً أساسياً في تشكيل آراء وثقافة المجتمع الانساني، وحصيلة للتطور الحضاري للمجتمعات، بعد أن برزت الحاجة لتشكيل الرأي العام.

ونظراً لما تقوم به الصحافة من دور هائل في حماية النسيج الاجتماعي للمجتمع، باعتبارها النائب الذي ينوب عن الجماهير في التعبير عن قضاياهم ومشكلاتهم فقد تطورت الصحافة منذ نشأتها كوسيلة عامة إلى أن صارت مادة متخصصة جادة عميقة تلبي مستوى تطلعات القارئ ونهمه الإعلامي.

لتظهر لنا الصحافة النسائية -أحد أنواع الصحافة المتخصصة- للتعبير عن آمال المرأة ومساعدتها للمطالبة بحقوقها باعتبارها عنصر أساسي للنهوض بالأجيال الناشئة، فنحن أحوج لظهور ريادة نسائية مثقفة في المجتمع لبناء نموذجاً جديداً للمرأة العربية.

فكما تتناول الصحافة قضية المرأة في إطار الموضة والتجميل والطهي، فإن دورها الأساسي يجب أن يدور حول المسائل الشائكة ومواجهة المعوقات الاجتماعية والاقتصادية والإدارية التي تواجهها المرأة وتحول بينها وبين الانطلاق نحو آفاق أرحب من الابداع.

وتعد قضية اخلاقيات الإعلام مشكلة عالمية تثير اهتمام وقلق الكثير من دول العالم بسبب التوسع الشديد في نشر مساحات متزايدة عن الموضوعات المتعلقة بالجريمة والاثارة والتسلية المتدنية، وقد أصبحت هذه القضية تحتل مكانة هامة في المناقشات العلمية والأكاديمية خاصة في ظل التطور المستمر الذي تشهده تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات.

لذلك يهدف البحث دراسة أخلاقيات الصحف النسائية في معالجتها لقضايا المرأة المصرية، والتي أوجدت بدورها مشكلات أخلاقية كان من بينها، كما اثبتت بعض الدراسات تناقص مصداقية الصحف النسائية وبصفة خاصة الصحافة، الأمر الذي يهدد حريتها وشرعية وجودها.

مشكلة الدراسة:

تركز وسائل الإعلام على تناول الأحداث والوقائع والقضايا المثيرة المستقاة من المجتمع، وقضية المرأة تتربع على رأس هذه القضايا، فهي تعاني في العالم على وجه العموم والمرأة المصرية على وجه الخصوص من العديد من المشاكل والعقبات، ولذا كان لزاماً على الصحافة النسائية أن تدرس قضايا المرأة وتسعى للتعريف بمشكلاتها وتكون منبراً لها للتعبير عن آلامها وآمالها وطموحاتها، ومن هنا تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الصحافة النسائية في التعريف بالقضايا المتعلقة بالمرأة المصرية، والإجابة عن التساؤل التالي: ما دور الصحافة النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية؟ وما الأخلاقيات التي ينبغي عليها الالتزام بها في هذا السياق؟

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى معرفة كيف يمكن للصحافة النسائية أن تسهم مع غيرها من وسائل الإعلام ووسائل التنشئة الاجتماعية في تشكيل وعي المجتمع وتعديل القيم السلبية التي تعوق دور المرأة، فلا يمكن إغفال أن الصحافة النسائية دور هام في مناقشة قضايا المرأة، لذلك كان لا بد من التعرف على الاتجاهات التي تتبناها الصحافة في معالجتها لقضايا المرأة، وهذا بدوره يعكس مسؤولية الصحافة تجاه المجتمع.

أهداف الدراسة:

١- التعرف على دور الصحف النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية.

- ٢- التعرف على المصادر التي تم الاعتماد عليها في طرح قضايا المرأة المصرية.
- ٣- الوقوف على أهم المعلومات التي تقدمها الصحافة النسائية لإثراء القضايا المطروحة والمتعلقة بقضايا المرأة المصرية.
- ٤- معرفة أهم الموضوعات أو القضايا التي تهتم المرأة المصرية المطروحة في الصحف النسائية.
- ٥- الكشف عن صورة المرأة المصرية في الصحف النسائية.
- ٦- تقييم مساهمة الصحافة النسائية في تناول قضايا المرأة المصرية.
- ٧- تسليط الضوء على الاتجاهات التي تتبناها الصحافة النسائية في معالجتها لقضايا المرأة.
- ٨- توضيح أهم الأخلاقيات التي يجب على الصحف النسائية الالتزام بها خلال معالجتها لقضايا المرأة المصرية.

التساؤلات:

- ما دور الصحافة النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية؟
- ما المصادر التي اعتمدت عليها الصحف النسائية في معالجتها لقضايا المرأة؟
- ما أهم المعلومات التي تقدمها الصحافة النسائية لإثراء القضايا المطروحة والمتعلقة بقضايا المرأة المصرية؟
- ما أهم الموضوعات أو القضايا التي تهتم المرأة المصرية المطروحة في الصحف النسائية؟
- ما صورة المرأة المصرية في الصحف النسائية؟
- ما مدى مساهمة الصحافة النسائية في تناول قضايا المرأة المصرية؟

- الاتجاهات التي تتبناها الصحافة النسائية في معالجتها لقضايا المرأة ؟
- ما أهم الأخلاقيات التي يجب على الصحف النسائية الالتزام بها خلال معالجتها لقضايا المرأة المصرية؟
- ما قضايا المرأة التي تناولتها الصحف النسائية؟
- ما فنون التحرير الصحفي التي استخدمتها الصحف في تناولها قضايا المرأة؟
- هل توصلت الصحف النسائية إلى حلول لقضايا المرأة المصرية؟

الدراسات السابقة:

تم تقسيمها إلى محورين:

المحور الأول: دراسات متعلقة بالصحف النسائية:

١- دراسة سليمة بوغسيلة: صورة المرأة في الصحافة النسائية الإسلامية في الوطن العربي: (مجلة الزهور المصرية نموذجاً) دراسة وصفية تحليلية (٢٠٠٠-٢٠٠٧)^(١).

هدفت هذه الدراسة للتعريف بالصحافة النسائية الإسلامية من حيث النشأة التاريخية والخصائص والمفهوم والأهداف، وتبيان ضرورة تفعيل العمل الإعلامي للمرجعية الإسلامية المتعلقة بالمرأة سواء في مجال الممارسة الإعلامية أو في مجال العمل الأكاديمي، والكشف عن الصورة التي تريدها الصحافة النسائية الإسلامية للمرأة انطلاقاً من استنادها إلى المرجعية الإسلامية.

(١) سليمة بوغسيلة: صورة المرأة في الصحافة النسائية الإسلامية في الوطن العربي: مجلة الزهور المصرية (نموذجاً) دراسة وصفية - تحليلية، رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام (٢٠١٥-٢٠١٦).

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح باعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، وتم توظيف هذا المنهج بإتباع أسلوب مسح لعينة من مجلة الزهور خلال الفترة الممتدة من ٢٠٠٠ إلى ٢٠٠٧، واعتمدت على أداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج ارتبط بعضها بالجانب النظري، والآخر بالجانب التطبيقي، فيما يخص الجانب النظري: أبرزت الدراسة أن الصحافة النسائية تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي من بينها التحسين الثقافي الذاتي للمرأة المسلمة التي هي في أمس الحاجة إلى تعريفها بدينها وتعريفها بحقوقها التي منحها إياها الإسلام وكذا التوعية بواقع المرأة وقضاياها محلياً ودولياً.

أما الجانب التطبيقي فقد حاولت مجلة الزهور المصرية كتجربة إعلامية ضمن الصحافة النسائية الإسلامية أن تسعى إلى التفرد في أبوابها وأهدافها بتقديم صورة ايجابية للمرأة.

٢- دراسة أسلافي عائشة وبرماتي جمعة: دور الصحافة النسوية في التعريف بقضايا المرأة مجلة الحياة الجزائرية أنموذجاً^(١).

هدفت الدراسة إلى إبراز دور الصحافة النسوية بالتعريف بقضايا المرأة الجزائرية، من خلال مجلة الحياة، محاولة لتوضيح أهمية هذه القضايا التي تحملها المجلة للمرأة، واعتمدت على المنهج الوصفي وأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتحليل المضمون لتحليل محتوى ١٥ عدد من مجلة الحياة، واستخدمت الباحثين نظرية ترتيب الأولويات.

(١) دراسة أسلافي عائشة وبرماتي جمعة: دور الصحافة النسوية في التعريف بقضايا المرأة مجلة الحياة الجزائرية أنموذجاً رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم صحافة، (٢٠١٨-٢٠١٩).

وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن مجلة الحياة استطاعت أن تبرز أهم قضايا المرأة ومشاكلها في حياتها اليومية، وكانت ملمة بمعظم القضايا الاجتماعية الصحية، الثقافية، الرياضية، الاقتصادية، مما جعلها مصدر جذب الجمهور عريض يتفاعل مع محتواها من مختلف الجوانب بطريقة غير مباشرة.

المحور الثاني: دراسات متعلقة بقضايا المرأة:

١- دراسة محمد عبد اللطيف: معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع أو الصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تحليلية^(١).

استهدفت هذه الدراسة تحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، واعتمدت على نظريتي تحليل الخطاب الإعلامي وبناء الأجندة، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المضمون على عينة من المواقع والصفحات النسائية الإلكترونية المصرية المعنية بقضايا المرأة المصرية خلال الإطار ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢١.

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود اهتمام من جانب المواقع والصفحات النسائية بالحقوق السياسية للمرأة بنسبة ٢٤,٢% وقضايا الحماية والأمن بنسبة ٢٢,٢% والحقوق الاقتصادية بنسبة ٢٠,٧%.

وكانت أبرز القضايا السياسية التي عالجتها المواقع والصفحات النسائية قضايا التوعية السياسية للمرأة وحقها في التمثيل النيابي، وتمثلت أبرز

(١) دراسة محمد عبد اللطيف: معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع أو الصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تحليلية قسم الإعلام كلية الآداب جامعة الزقازيق ٢٠٢٢.

القضايا الاقتصادية في زيادة إنتاجية المرأة وتوفير فرص عمل لها، وكانت أبرز قضايا حماية المرأة في توفير الأمن لها في الحماية من العنف حفظ حقها في الميراث.

٢- دراسة شكريّة كوكز خضر السراج: التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد حرب ٢٠٠٣ دراسة تحليلية في عينة من صحف بغداد^(١).

هدفت الدراسة إلى إبراز دور المرأة العراقية وتعزيز مكانتها الاجتماعية والثقافية وعلى المستويات كافة بعدها خلية في الجسم المجتمعي العراقي فهي صورة عاكسة لمجمل انجازاته وأهدافه المستقبلية.

وأوضحت الدراسة أن الصحافة العراقية بعد الحرب تناولت موضوعات المرأة وبشكل مكثف، وأسفرت الدراسة عن نتائج عدة منها موضوع العنف والمرأة من أكثر الموضوعات التي تناولتها الصحف اليومية العامة.

نوع ومنهج الدراسة:

يصنف هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التفسيرية، وهي تلك البحوث التي تستهدف وصف وقائع معينة من خلال البيانات، ولا تقف عند حدود الوصف، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية بهدف اكتشاف الحقائق وتعميمها.

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على:

• منهج المسح الإعلامي:

يستخدم لمسح كافة المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة المصرية في الصحف النسائية، ويقوم بالربط بين البيانات للتوصل إلى فهم أعمق للظاهرة

(١) دراسة شكريّة كوكز خضر السراج: التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد حرب ٢٠٠٣ دراسة تحليلية في عينة من صحف بغداد، مجلة الإعلام، قسم الصحافة.

موضع الدراسة، فضلاً عن كونه من أكثر المناهج استخداماً في بحوث الإعلام وملائم لأهداف الدراسة.

الإطار النظري للدراسة

اعتمد البحث على نظرية المسؤولية الاجتماعية وهي نظرية أخلاقية تقول أن المؤسسات الصحفية تعمل لصالح المجتمع وتستهدف وضع ضوابط أخلاقية للصحافة، والالتزام تجاه المجتمع بالصدق والموضوعية وتسعى النظرية إلى تحقيق التوازن بين حرية الصحافة والمسؤولية الاجتماعية.

فبعد أن تعرضت نظرية الحرية لكثير من الانتقادات كان لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فظهرت بعد الحرب العالمية الثانية نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية.

من المبادئ التي وضعت لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

- ليس للحكومة سلطان على الصحف وتحديدًا الصحف التي يملكها أفراد أو مؤسسات أهلية أو خاصة؛ لأنها تقوم بالتعبير عن وجهات متعددة ومتنوعة، ويقيدها فقط الضمير الإعلامي.
- الجمهور له الحرية في اختيار الوسيلة التي تناسب ميوله، كما أن له الحرية في التعبير عن آرائه حتى وإن خالفت رأي السلطات العليا.
- أن يزود الإعلام الجمهور بالمعلومات بشرط أن يلتزم بصحة هذه المعلومات وصدقها، ويمثل وجهات النظر المختلفة بعدالة.
- إعطاء الفرصة للجمهور في الاطلاع على المعلومات اللازمة.
- نشر قيم المجتمع وأهدافه وتوضيحها، باعتبار أن الإعلام وسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية.

الإطار المعرفي مفاهيم الدراسة:

الصحافة: هي مهنة جمع الأخبار وتحليلها والتحقق من مدى مصداقيتها قبل تقديمها للجمهور، سواء كانت سياسية أو ثقافية أو محلية أو رياضية، وتشمل كتابة أو ترجمة المقالات والأعمدة والتحقيقات والتحليلات والرسم الكاريكاتيري والتصوير والإخراج الصحفي.

الصحافة النسائية: تعني النشاط الصحفي الذي يقوم على أساس إصدار الجرائد والمجلات التي توجه إلى جمهور يتسم بالتجانس هو قطاع النساء وتحمل مضمونا نسائياً متخصصاً.

قضايا المرأة: هي كل ما يتعلق باهتمامات وشؤون المرأة في حياتها اليومية.

مدخل للصحافة النسائية:

تعد الصحافة النسائية من التطورات التي وصل إليها الإعلام المتخصص، والتي ارتبطت بتطور المرأة وتقدمها في مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وجاءت تعبيراً عن آمال المرأة ومساعيها للمطالبة بحقوقها.

أولاً: تعريف الصحافة:

تعرف الصحافة على أنها المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالباً ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة.

ثانياً: ظهور الصحافة المتخصصة:

ظهرت الصحافة المتخصصة لأول مرة في فرنسا عام ١٦٦٥م عندما صدرت مجلة العلماء، أما ظهورها في الوطن العربي في أول الأمر كصحافة متخصصة، ففي مصر كانت أول جريدة ظهرت باسم (جورنال الخديوي) عام ١٨٢٨.

ومن التسمية التي تحملها بأنها تلك الصحيفة التي تركز اهتماماتها على موضوع واحد من فروع التخصصات لقطاع معين من القراء بالتالي فهي ليست عامة إلا بالقدر الذي تتسع به الشريحة.

ثالثاً: أنواع الصحافة المتخصصة:

١- الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء فالصحيفة النسائية أو الطبية أو الاقتصادية تقدم مادة صحفية متخصصة لقراء متخصصين.

٢- الصفحات المتخصصة في الصحف العامة التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء كالصحيفة الرياضية أو الفنية في صحفية الأهرام.

٣- المحتوى العلمي المتخصص أي الصحف العلمية المتخصصة.

رابعاً: ظهور الصحافة النسائية:

الصحافة النسائية هي نوع من الصحافة التي تركز على قضايا المرأة وتهتم بالحصول على حقوقها في المجتمع، وقد ظهرت الصحافة النسائية لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٨٣١، ثم ظهرت صحيفة (France Marie) الفرنسية التي في الأرياء وتصاميمها ورسوماتها، وقد كانت تطبع ٣٠٠ ألف نسخة بطباعة فاخرة من حيث الورق والألوان.

خامساً: الصحافة النسائية في الوطن العربي:

كانت بداية ظهور الصحافة النسائية في العالم العربي في مصر حيث أنشأت "هند نوفل" في مدينة الإسكندرية عام ١٨٩٢م، مجلة حملت اسم "الفتاة"، وأولت عنايتها لكافة اهتمامات المرأة؛ وفقاً لظروف العصر الذي ظهرت فيه والدفاع عن حقوق المرأة والتعبير عن وجهة نظرها، وحينها لم يكن المجتمع يتقبل أن تكتب النساء في الصحافة مما جعل عدداً منهن ينشرن بعض الموضوعات بأسماء مستعارة.

ثم أسست لبيبة هاشم مجلة "فتاة الشرق" ١٩٠٦م، وعرفت على أنها مجلة أدبية، تاريخية وروائية، ثم الكاتبة بلسم عبد المالك والتي أسست مجلة "المرأة المصرية"، ولذلك فقد كان لمصر فضل السبق في ظهور الصحافة النسائية في العالم العربي، ثم توالى ظهور الصحف النسائية بالوطن العربي.

سادساً: مجالات الصحافة النسائية:

إن التغطية الصحفية للشؤون النسائية تركز على الموضوعات التي تهتم بها المرأة مثل:

- ١- شؤون التجميل والمكياج المناسب للبشرة.
- ٢- شؤون الموضة والأزياء والاناقة والمتابعة المستمرة لابتكارات بيوت الأزياء المحلية والعالمية.
- ٣- شؤون الطعام والمطبخ.
- ٤- شؤون الأثاث و الديكور.
- ٥- شؤون الزواج وعلاقة الرجل والمرأة وتعزيز التفاهم بين الطرفين.
- ٦- شؤون المرأة العاملة وتشجيعها على ارتياد مجالات عمل جديدة وتقديم النصائح لها.

ولكن هذا لا يعني الحصر في المجالات السابقة فهناك مجالات أخرى لا تقل عنها أهمية مثل تربية الأطفال ورعايتهم، والمشكلات النفسية للمرأة والعلاقات الاجتماعية لها، وتتعدد التغطية الصحفية وفق الدور الإنتاجي الذي تقوم به المرأة في المجتمع الحديث، ففي كل مرحلة من مراحل تطور المرأة وتقدمها في كل مجالات الحياة يضاف مجال جديد للتغطية الصحفية.

سابعاً: النتاج الصحفي النسائي:

عندما ظهرت الكتابات الصحفية النسوية، كانت منبراً لتعبّر فيه المرأة عن هموم بنات جنسها، ومشاكل الوطن وتحريره، وأسهمت كاتبات رائدات

في عملية تحرير المرأة، ومن ثم العمل على دمجها في مختلف قطاعات ومجالات المجتمع.

وكانت المجالات النسوية مُتنفسًا للكاتبات للتعبير عن إرادتهن وقدراتهن، في خوض غمار المشاركة جنبًا إلى جنب مع الرجل، ما أدى إلى مشاركتها في النضال ضد المستعمر، إلى أن نالت الدول العربية استقلالها.

وتشير التحليلات المتعلقة بصحافة المرأة، إلى أنها نبعت من عمق مشكلات المرأة العربية، وطموحاتها وحقوقها، حيث أنها لم تنشغل قديمًا بمسألة الإعلانات والأرباح، ولم يكن جُلّ تركيزها على الموضة والأزياء والنجوم، إنما اتسمت بالأصالة والجدية واحترام مبادئ الدين والتقاليد والعادات المترسخة لدى المرأة العربية.

ولذلك فتحت صحافة المرأة آنذاك ذراعيها للمرأة الشاعرة والمهندسة والطبيبة والأديبة، من أجل التعبير عن الآراء المختلفة، واستطاعت تلك الصحافة أن تشارك في تكوين الرأي العام وإيصال صوت المرأة للمجتمع كافة.

ثامنًا: دور الصحافة المصرية في دعم الحركة النسائية:

لعبت الصحافة المصرية دورًا مهمًا في دعم الحركة النسائية في مصر خلال أوائل القرن العشرين، في ذلك الوقت الذي كانت فيه حقوق المرأة محدودة، ولم يُسمح لها بالمشاركة في الحياة العامة، وساعدت الصحافة في رفع مستوى الوعي حول القضايا التي تواجهها المرأة في المجتمع.

فقد كانت الصحافة المصرية أداة قوية في النهوض بالحركة النسائية في مصر، حيث وفرت منصة لسماع صوت المرأة ورفع مستوى الوعي حول أهمية المساواة بين الجنسين.

مدخل لقضايا المرأة:

تتعدد قضايا المرأة واحتياجاتها اليومية، والتي تقوم الصحافة بكافة أشكالها في تليبيتها، فالمرأة تبحث عن مكانتها ودورها في هذا المجتمع، وفي

ضوء ذلك ظهرت الحاجة إلى إعلام متخصص " الصحافة النسائية التي كانت بمثابة المتنفس لتعبير المرأة عن طموحاتها.

قضايا المرأة:

أوضحت الدراسات أن تحديد رؤية واضحة نحو قضايا المرأة تعتبر الإشكالية الرئيسية والتحدي الأساسي الذي يواجه المرأة، فهي مرتبطة بالأزمة الفكرية التي تواجه ثقافة المجتمع.

➤ قضايا المرأة السياسية:

جاءت حقوق المرأة في التشريعات والإعلانات الدولية ومواثيق حقوق الإنسان انسجاماً مع إقرار مبدأ المساواة بين الجنسين في الحقوق والواجبات، وانهقدت مؤتمرات دولية لمعالجة أوضاع المرأة في الأسرة والمجتمع، حيث يعتبر العمل بالنسبة للمرأة حق سياسي، فالنساء يجب أن يقتحن كل الوظائف الصناعية والسياسية حتى يمكنهن المشاركة في صنع القرار السياسي للدولة.

وتمثلت قضايا المرأة السياسية في: (المشاركة السياسية للمرأة، حق المرأة في الانتخاب، حق المرأة في البرلمان والتمثيل النيابي، حق المرأة في المجالس المحلية، حقها في تولي المناصب العليا، حقها في تولي المناصب القضائية، حقها في التشريع، الاتفاقيات والعهود الدولية الخاصة بالمرأة).

➤ قضايا المرأة الاقتصادية:

لا تزال مساهمة المرأة في النشاط الاقتصادي متدنية مقارنة مع مساهمة الرجل، حيث تعاني المجتمعات العربية عامة من محدودية مشاركة المرأة في الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

وتمثلت قضايا المرأة الاقتصادية في: (حق المرأة في العمل، البطالة بين الإناث المعاشات والتأمينات، التمييز المجحف في العمل، حرية التنقل، حقها في المشروعات).

➤ قضايا المرأة الصحية:

صحة المرأة تشمل العديد من القضايا الصحية المختلفة مثل: (رعاية الأمومة والطفولة، التأمين الصحي، المرأة من ذوى الاحتياجات الخاصة، الصحة الإيجابية للمرأة، الصحة النفسية للمرأة).

➤ قضايا المرأة الاجتماعية:

وتعتبر من أكثر أنواع القضايا التي تشغل المرأة وتتمثل في: (المساواة بين المرأة والرجل، العنف ضد المرأة والعنف الأسري، التحرش الجنسي، تجارة الجنس، قضايا الأحوال الشخصية، زواج القاصرات، ختان الإناث، قضايا المرأة المعيلة، قضايا المرأة المسنة، قضايا المرأة الفقيرة، حق الجنسية لأبناء الأم المصرية، حق الميراث، حق الوصاية، حق المرأة الصعيدية، قضايا المرأة النوبية، قضايا المرأة الريفية، قضايا المرأة البدوية (السيناوية)، قضايا المرأة في العشوائيات، قضايا اللاجئات والمهاجرات).

➤ قضايا المرأة الثقافية:

توجد العديد من القضايا الثقافية التي تشغل المرأة منها: (تعليم المرأة، المشاركة في الأنشطة الثقافية، التعليم الفني والتقني، التدريب المهني، الاهتمام بالباحثات المخترعات، حقها في الملكية الفكرية).

الإطار التطبيقي للدراسة:

مجتمع الدراسة

تم اختيار عينة الصحف متمثلة في:

١- مجلات نسائية متخصصة ورقية مصرية مثل مجلة نصف الدنيا وهي مجلة نسائية اجتماعية أسبوعية تصدر عن مؤسسة الأهرام، صدر العدد الأول منها في عام ١٩٩٨.

٢- مواقع إلكترونية نسائية مثل: هير نيوز (وهو موقع مصري متخصص في شؤون المرأة وأخبارها).

٣- وصفحات متخصصة للمرأة في مواقع الكترونية صحفية مصرية مثل:

- أخبار اليوم (باب المرأة والطفل).
- اليوم السابع (باب منوعات ومراة).
- صدى البلد (باب المراة).
- فيتو (باب صحة ومراة).

الإطار الزمني للدراسة:

يتمثل المجال الزمني للدراسة من ٧ ديسمبر ٢٠٢٣ حتى ٢١ يناير ٢٠٢٤.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون، الذي يعد من أنسب الأدوات والأساليب البحثية المستخدمة في تحليل المواد الصحفية، وقد تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون، وذلك بهدف تحليل المواد المنشورة في صحف الدراسة والخاصة بقضايا المرأة من حيث الشكل والمضمون.

وحدة تحليل المضمون:

في هذه الدراسة تم تحديد (وحدة القضية/ الفكرة) كوحدة للقياس للحصول على المعلومات المتعلقة بمعالجة الصحف لقضايا المرأة وفقا لما تناولته صحف الدراسة حيث تم تحليل كافة قضايا المرأة المنشورة في الصحف عينة الدراسة.

فئات التحليل:

بناء على متابعة صحيفة الدراسة، وفي إطار أهداف الدراسة التحليلية تم وضع فئات التحليل التالية:

١- فئة ماذا قيل ؟ ٢- فئة كيف قيل؟

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل)؟

هي التي صاحبت المادة التحريرية الخاصة بقضايا المرأة في صحيفة الدراسة، وشملت ٣ فئات رئيسية:

- ١- فئة أشكال العرض الصحفي (تقرير، حوار، مقال، تحقيق).
 - ٢- فئة مصادر المادة الصحفية (جهات رسمية حكومية، خبراء ومتخصصون، شخصيات اجتماعية مؤثرة، مشاركات الجمهور).
 - ٣- فئة وسيلة الإقناع (العرض الموضوعي المتوازن، الاستمالات العاطفية).
- ثانياً: فئات المضمون (ماذا قيل)؟

وهي نوعية قضايا المرأة في الصحيفة عينة الدراسة وتشمل:

- ١- فئة توزيع قضايا المرأة بالمجلة (قضايا اجتماعية، قضايا ثقافية، قضايا اقتصادية، قضايا سياسية، قضايا صحية).
 - ٢- فئة توزيع قضايا المرأة مقارنة بغيرها من الموضوعات الأخرى (قضايا المرأة، صحة ورشاقة، طهي، موضة وأزياء، أدب وفنون، ديكور، نجوم وأخبار، علوم وتكنولوجيا، متاحف ومعارض، عالم الزهور).
 - ٣- فئة هدف المعالجة الصحفية (إعلام وتعريف، شرح تفسير وتحليل، توعية وتنقيف، إقناع).
 - ٤- فئة طريقة العرض الصحفي للقضية (طرح الأفكار، تقديم حلول).
 - ٥- فئة اتجاه الخطاب الإعلامي (داعم بقوة، داعم بشكل معتدل، محايد، رافض).
- أولاً: تحليل النتائج الخاصة بمجلة نصف الدنيا:
- أولاً: فئات الشكل:

- ١- فئة أشكال العرض الصحفي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٦%	٤	تقرير
٢٤%	٦	حوار
٢٠%	٥	مقال
٤٠%	١٠	تحقيق
١٠٠%	٢٥	المجموع

نلاحظ من الجدول أن فئة التحقيق الصحفي أكثر الفئات تكرارًا بنسبة ٤٠%، وهذا يدل أن مجلة نصف الدنيا اعتمدت على التحقيق الصحفي بشكل كبير في تغطية قضايا المرأة؛ لكونه أكثر القوالب المناسبة لهذا النوع من القضايا، وذلك لتقديمه وجهة نظر شاملة عن الموضوع، كما أنه القالب الأنسب لطرح حلول مناسبة للقضايا.

وجاء الحوار الصحفي في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤% بهدف توفير المعلومات والتفاصيل عن قضايا المرأة، كما أنه يساعد على زيادة الوعي بالموضوع المطروح للنقاش ويؤثر بشكل مباشر على الأشخاص.

وكان المقال الصحفي في المكانة الثالثة بنسبة ٢٠% كونه من أنسب الوسائل للتعبير عن قضايا المرأة واقناع القراء بها واستمالتهم نحوها.

جاء التقرير الصحفي أقل الأنواع استخدامًا بنسبة ١٦% لكونه مجرد عرض للوقائع والاحصائيات، فهو يساعد على التعريف بقضايا المرأة بشكل مباشر إلا أنه لا يقدم مساهمة بشكل كبير كما يفعل التحقيق والحوار.

٢- فئة مصادر المادة الصحفية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٣٦%	٩	جهات رسمية حكومية
٢٨%	٧	خبراء ومختصون
٢٤%	٦	شخصيات اجتماعية مؤثرة
١٢%	٣	مشاركات الجمهور
١٠٠%	٢٥	المجموع:

نلاحظ من الجدول السابق أن الجهات الرسمية الحكومية أكثر المصادر التي اعتمدت عليها مجلة نصف الدنيا في التعريف بقضايا المرأة وجاء ذلك بنسبة ٣٦% وهذا يدل على اهتمام الحكومة والسلطات بقضايا المرأة واعطائها الأولوية في التعريف بها والرد على الشبهات والتساؤلات التي تثار

حولها، كما نشرت المجلة العديد من المبادرات الحكومية مثل: (مبادرة محافظة صديقة للأشخاص ذوي الإعاقة) التي أقامها المجلس القومي للمرأة لمساندة قضايا المرأة ذات الإعاقة، وكذلك (مبادرة صحة الأجنة) لمعالجة المشكلات التي تواجه الأجنة حتى تحظى المرأة بحمل سليم، كما يوجد (مبادرة بر أمان) لمناهضة العنف ضد النساء.

واحتل الخبراء والمختصون المرتبة الثانية بنسبة ٢٨% للتحدث عن شؤون المرأة منهم أساتذة في علم النفس والاجتماع والتربية والقانون. بينما جاءت الشخصيات الاجتماعية المؤثرة في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٤% لتقدم مبادرات مختلفة لحل قضايا المرأة منهن:

• داليا حسن منسقة ابتكار في شركة سمينز هيلثينيرز للشرق الأوسط وافريقيا التي ابتكرت (بلوم) وهو تصميم متطور للأطراف الصناعية ثلاثية الأبعاد، للجزء العلوي من الساق، للمتضررين في أطرافهم بسبب الحروب.

- نور إمام مؤسسة منصة Motherbein للعناية بقضايا صحة المرأة.
 - نهى السيد مؤسسة مبادرة صوت لدعم حقوق المرأة.
 - هند جوزيف نائبة الصعيد في قبة الشيوخ.
- جاءت مشاركات الجمهور في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٢% للسماح للمرأة المصرية في التعبير عن رأيها وتوفير منبر خاص لها.

٣- فئة وسيلة الإقناع

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٨٠%	٢٠	العرض الموضوعي المتوازن
٢٠%	٥	الاستمالات العاطفية
١٠٠%	٢٥	المجموع:

اعتمدت أغلب الموضوعات في مجلة نصف الدنيا على أسلوب العرض الموضوعي المتوازن القائم على الإقناع بنسبة ٨٠% من خلال طرح الأفكار ووجهات النظر المختلفة ومناقشتها وتحليلها وتفسيرها والتوعية بها ومحاولة تقديم حلول لها كل ذلك بأسلوب منطقي سليم. وكانت الاستمالات العاطفية بنسبة أقل ٢٠%.

ثانياً: فئات المضمون:

١- فئة توزيع قضايا المرأة بالمجلة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٤٠%	١٠	قضايا اجتماعية
٢٠%	٥	قضايا سياسية
١٢%	٣	قضايا اقتصادية
٤%	١	قضايا ثقافية
٢٤%	٦	قضايا صحية
--	--	قضايا دينية
١٠٠%	٢٥	المجموع:

يتضح من الجدول السابق أن اهتمام مجلة نصف الدنيا بمعالجة قضايا المرأة الاجتماعية جاء في المرتبة الأولى من حيث الأولويات بنسبة ٣٢% ناقشت فيها قضايا مثل: (زواج القاصرات، الطلاق قبل الزفاف، نفقة الزوجة، الزواج العرفي، العنف ضد المرأة، حق المرأة العاملة والطمع في راتب الزوجة، حقوق المرأة المسنة، حق المرأة الصعيدية، حق المرأة في الوصاية على الأبناء، ختان الإناث).

واحتلت قضايا المرأة الصحية المرتبة الثانية من الاهتمام بنسبة ٢٤% ومن هذه القضايا: (صحة المرأة الجسدية، سرطان الثدي، الصحة الانجابية للمرأة واكتئاب ما بعد الولادة، الدعم النفسي للمرأة، متلازمة الحياة المؤجلة، العناية بالمرأة ذات الاحتياجات الخاصة).

بينما جاءت قضايا المرأة السياسية في المرتبة الثالثة من حيث الأولوية بنسبة ٢٠% منها: (التمكين السياسي للمرأة، تولي المرأة المناصب القيادية، حق المرأة في الانتخاب، تولي المرأة للمناصب العليا، التمثيل البرلماني للمرأة).

وجاءت قضايا المرأة الاقتصادية في المرتبة الرابعة بنسبة ١٢% ومن القضايا التي تم العناية بها: (تدبير الميزانية، الاعتراف بأهمية دور المرأة في العمل والحرف، التمكين الاقتصادي للمرأة).

وكانت القضايا الثقافية أقل القضايا عناية في مجلة نصف الدنيا بنسبة ٤% ومن القضايا التي أشارت إليها المجلة: (حماية الملكية الفكرية للمرأة).

ونلاحظ من الجدول السابق أن مجلة نصف الدنيا أغفلت العناية بقضايا المرأة الدينية.

٢- فنة توزيع قضايا المرأة مقارنة بغيرها من الموضوعات الأخرى

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٢,٥%	٢٥	قضايا المرأة
٣%	٦	رشاقة وتجميل
٦%	١٢	طهي
٣,٥%	٧	موضة وأزياء
٤%	٨	أدب وفنون
٣,٥%	٧	ديكور
٢٠,٥%	٤١	نجوم وأخبار
٤%	٨	علوم وتكنولوجيا
٣,٥%	٧	متاحف ومعارض
٣,٥%	٧	عالم الزهور
٣,٥%	٧	طب واكتشافات علمية
١%	٢	اكتشافات أثرية
٤%	٨	خواطر أحوال العاشق

أخلاقيات الصحافة النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٠,٥%	٢١	مقالات نص الكلام
٦%	١٢	مقالات مكان في القلب
٢,٥%	٥	أشعار
٤%	٨	أبراج
١٠٠%	٢٠٠	المجموع:

نلاحظ من الجدول السابق أن العناية بقضايا المرأة المصرية على صفحات مجلة نصف الدنيا يحتل نسبة ضئيلة للغاية تصل نحو الثمن تقريباً بنسبة ١٢,٥% مقارنة بالموضوعات الأخرى التي لا تركز على واقع المرأة، وكانت القضايا قليلة بالنسبة لمجلة متخصصة في قضايا المرأة تحتاج إلى الزيادة عن ذلك بشكل أكبر.

ومن الملاحظ بمراجعة صفحات المجلة أنه في المناسبات الخاصة مثل عيد الميلاد والكريسماس تنحسر الصفحات المخصصة لقضايا المرأة على حساب المناسبة.

٣- فئة هدف المعالجة الصحفية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٢٤%	٦	إعلام وتعريف بالقضية
٤٤%	١١	شرح وتفسير وتحليل
١٦%	٤	توعية وتنقيف
٢٠%	٥	إقناع
١٠٠%	٢٥	المجموع:

نلاحظ من الجدول السابق أن هدف المعالجة الصحفية في مجلة نصف الدنيا ركز على الشرح والتفسير وتحليل قضايا المرأة وعرض وجهات النظر المختلفة وذكر الظواهر والأسباب للظاهرة وتقديم وصف كافي لها وكان لذلك الأولوية بنسبة ٤٤%.

وكان الإعلام والتعريف بالقضايا في الأولوية الثانية للمجلة بنسبة ٢٤% خاصة في القضايا التي لا يسלט عليها الضوء كثيراً مثل: قضية الطلاق قبل الزفاف وقضية متلازمة الحياة المؤجلة وغيرها من القضايا. بينما احتل الإقناع والتوعية والتثقيف المرتبة الثالثة والرابعة لتبين أهمية قضايا المرأة وتوعية المجتمع بها واقناع الجهات المسؤولة بضرورة تمكين المرأة في شتى المجالات.

٤- فئة طريقة العرض الصحفي للقضية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٤٤%	١١	طرح الأفكار
٥٦%	١٤	تقديم حلول
١٠٠%	٢٥	المجموع:

اعتنت مجلة نصف الدنيا بتقديم حلول لقضايا المرأة المطروحة على صفحاتها وعرض المبادرات الرسمية التي ساعدت على ذلك وكان ذلك بنسبة ٥٦% ومن ضمن القضايا التي طرحت لها حلولاً:

- قضية الطلاق قبل الزفاف التي قدمت فيها نماذج لنساء تعرضن للطلاق قبل الزفاف وتناولت المجلة الموضوع بالشرح والتفسير بالاستعانة بأخصائية ارشاد أسري ونفسي وتربوي وأستاذة للتربية بالجامعة وإحدى المحاميات المؤسسات لمبادرة صوت لدعم حقوق المرأة، ومن الحلول المطروحة تفعيل دور المؤسسات الدينية وتقديم الخطاب الديني الذي يوضح للشباب كيفية الحفاظ على رباط الزواج وكذلك تنفيذ العديد من البرامج والحملات التوعوية لتقديم الارشاد والتوجيه للمقبلين على الزواج.
- حقوق المرأة ذات الاحتياجات الخاصة التي اعتمدت على جهات رسمية مثل المجلس القومي للمرأة الذي أطلق مبادرة (محافظات صديقة للنساء ذات الإعاقة) وفرت حلولاً للنساء منها اتاحة أرصفة الشوارع الرئيسية

والمنتزهات ودور العبادة وأماكن التعليم وتوفير طواقم تدريس مدربة للتعامل معهن وتمكينهن اقتصاديًا.

- قضية العنف ضد المرأة التي عُرضت على خشبة المسرح تحت عنوان أبو الفنون يساند قضايا المرأة بـ ٢٥ ضلع، كما تم تنظيم مبادرة (بر أمان) ضمن مشروع الحماية التشريعية لمناهضة العنف ضد النساء واتخاذ الاجراءات والتدابير اللازمة لحماية المرأة من العنف وإنشاء عيادات للمرأة المعنفة، حيث تم افتتاح عيادات جديدة من عيادات المرأة الآمنة بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة لتقديم خدمات شاملة للنساء اللاتي تعرضن للعنف.
- قضية ختان الاناث حيث تم إطلاق الدليل الوطني لخدمات ضحايا ختان الإناث والذي تم تنظيمه بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للسكان واستهدف عددًا من الأطباء القائمين على وحدات المرأة الآمنة بكليات الطب
- قضية حماية الملكية الفكرية للمرأة أشارت المجلة لإطلاق المجلس القومي للمرأة مشروع الملكية الفكرية وريادة الأعمال للسيدات في مصر بالتعاون مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية لدعم تسهيل العلامة التجارية للمرأة. بينما كان طرح الأفكار العامة ومناقشة وجهات النظر بنسبة ٤٤% من المجلة.

٥- فئة اتجاه الخطاب الإعلامي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٦٠%	١٥	داعم بقوة
٤٠%	١٠	داعم بشكل معتدل
--	--	محايد
--	--	رافض
١٠٠%	٢٥	المجموع:

من الاطلاع على عينة البحث كان اتجاه الخطاب الإعلامي في مجلة نصف الدنيا مؤيد لقضايا المرأة واختلفت نسبة التأييد من موضوع لآخر حسب هدف المعالجة وطريقة الطرح، لكن كان الاتجاه الداعم بقوة هو الذي احتل الصدارة بنسبة ٦٠%.

صورة المرأة المصرية في مجلة نصف الدنيا:

طرح مجلة نصف الدنيا صورة مثالية للمرأة المصرية من خلال نماذج من الشابات الرائدات في مجالات مختلفة من أجل تسليط الضوء على النساء الناجحات اللاتي تغلبن على التحديات وحققن أهدافهن لتقديم الأمل للمرأة المصرية حتى تواصل تحقيق أهدافها، منهن:

- ميار شريف أول لاعبة مصرية تشارك في بطولة جراند سلام للتنس.
- هنا جودة أصغر لاعبة تفوز بكأس الاتحاد الدولي لتنس الطاولة في افريقيا.
- بسنت حميدة أول لاعبة مصرية تفوز بالميدالية الذهبية في سباق ١٠٠ متر.
- سارة سمير أول امرأة عربية تفوز بميدالية في رفع الأثقال في الألعاب الأولمبية.
- يمنى جعفر محللة اقتصادية في الشؤون المالية في صندوق النقد الدولي.
- د.إيمان الغزاوي أول مصورة فوتوغرافية في مصر تشارك في معرض (تغريدات برية).
- د.جيهان توماس أفضل محامية في كاليفورنيا على مدار ٤ سنوات.
- أمير زهرة عازفة الكمان المصرية العالمية سفيرة مصر بالخارج التي تروج للفن المصري حول دول العالم.
- هدير شلبي شريكة مؤسسة والرئيس التنفيذي لموقع فريزيانا دوت كوم وهو عبارة عن سوق الكترونية تمكن الأفراد والشركات من شراء وبيع مجموعات متنوعة من المنتجات اليدوية العتيقة.

- منة زغول شريكة في تأسيس برنامج (تسريع استشارات) للتركيز على الشركات الناشئة في مراحلها المبكرة.
 - إسراء صالح صاحبة أول منصة لتعليم العربية على الانترنت.
 - ماجريت عازر أول نائبة مصرية وعربية في البرلمان الدولي.
 - مارثا محروس نائبة التسامح في البرلمان المصري.
- ثانيًا: تحليل موقع (أخبار اليوم):
- تحليل باب المرأة والطفل في موقع أخبار اليوم
- أولًا: من حيث الفن الصحفي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٧,٥%	٢٧	خبر
٨٢,٥%	١١٨	تقرير
—	—	تحقيق
—	—	حوار
—	—	مقال
—	—	انفوجراف
—	—	فن الكاريكاتير
١٠٠%_	١٥٥	المجموع

يلاحظ من الجدول الآتي أن فن التقرير الصحفي جاء في المركز الأول بواقع ١١٨ تقرير صحفي، وبنسبة مئوية بلغت ٨٢,٥%، وتناولت النسبة العظمى من تلك التقارير وصفات الطهى وطرق ونصائح اجتماعية في الحياة بمجالات مختلفة.

أما الأخبار فجاءت في المركز الثاني بواقع ٢٧ خبر، والنسبة العظمى منها يتناول تغطية أحداث وفعاليات المجلس القومي للمرأة.

ولم تكتب المادة الإعلامية المرصودة في الفترة الزمنية محل الدراسة بعينة الدراسة أي من فنون التحقيق أو الحوار أو الكاريكاتير والمقال الصحفي أو الانفوجراف، مما يمثل فقر هذا الموقع في تناول هذه الفنون الهامة لتغطية موضوعات المرأة وقضاياها.

ثانياً: من حيث الجمهور المستهدف:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٣,٥%	٢١	جمهور عام
٨٦,٥%	١٣٤	جمهور المرأة
١٠٠%	١٥٥	المجموع

يلاحظ من الجدول الآتي توجيه بوابة أخبار اليوم المواد الصحفية في باب المرأة الطفل لنوعين من الجمهور اولا جمهور المرأة بواقع، ١٣٤ مفردة في المركز الأول، وثانيا الجمهور العام والذي يمكن أن يقرأه أي فئة عمرية من الرجال والمرأة أيضا، أي ليس مخصصا للمرأة فقط بواقع ٢١ مفردة.

ثالثاً: من حيث استخدام الصورة مع المادة الإعلامية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٠٠%	١٥٥	توجد صورة
صفر	-	لا توجد صورة
١٠٠%	١٥٥	المجموع

يلاحظ من الجدول الآتي اعتماد بوابة أخبار اليوم بباب المرأة و الطفل استخدام الصور الصحفية في جميع الموضوعات عينة الدراسة.

رابعاً نوع الصورة (حية / أرشيفية):

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٠%	١٥	صور حية
٩٠%	١٤٠	صور ارشيفية
١٠٠%	١٥٥	المجموع

يوضح الجدول السابق استخدام بوابة أخبار اليوم بباب المرأة والطفل للصور الارشيفية بالنسبة الأكبر حيث جاءت في المركز الأول بواقع ١٤٠ صورة ثم في المركز الثاني الصور الحية بواقع ١٥ صورة، حيث لاحظت الباحثة وجود فقر في نسبة استخدام الصور الحية للموضوعات.

خامساً: نوع اللغة المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٩٥%	١٤٧	عربية فصحي
٥%	٨	خليط ما بين العامية والعربية
١٠٠%	١٥٥	المجموع

من خلال هذا الجدول الذي يوضح نوع اللغة المستخدمة في بوابة أخبار اليوم بقسم المرأة والطفل، يتبين أن اللغة العربية تحتل المركز الأول ثم اللغة العربية المطعمة ببعض الكلمات العامية وهما النسبة الأقل، وقد يرجع هذا لأن موقع اخبار اليوم يعد موقع اخباري حكومي يعتمد على اللغة العربية الفصحى في المقام الأول.

سادساً: نوع القضية الإعلامية المطروحة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٣,٥%	٦	قضية سياسية
٧٧,٥%	١١٩	قضية اجتماعية
—	—	قضية دينية
٦%	١	قضية اقتصادية
—	—	قضية فنية
—	—	قضايا تربية وتعليم
٣,٤%	٥	قضية ثقافية
١٥%	٢٤	قضايا جمال وموضة
١٠٠%	١٥٥	المجموع

يلاحظ من الجدول الآتي والذي يوضح نوع القضايا الذي يتبناها موقع اخبار اليوم في معالجة موضوعاته الصحفية بباب المرأة والطفل، أن جاءت القضايا الاجتماعية في المركز الأول بواقع ١١٩ مفردة وجاء في طليعة القضايا الاجتماعية قضايا (العنف ضد المرأة وخروجها للعمل)، ثم جاءت موضوعات الطبخ ووصفات الطهي في المركز الثاني بواقع ٦٣ مفردة، وجاءت موضوعات الموضة والجمال في المركز الثالث بواقع ٢٤ مفردة، ثم قضايا السياسية في المركز الرابع بواقع ٦ مفردات، ثم القضايا الثقافية في المركز الخامس بواقع ٥ مفردات، ثم القضايا الاقتصادية في المركز الأخير بواقع مفردة واحدة.

وتلاحظ الباحثة تركيز البوابة الإخبارية على القضايا الاجتماعية وإهمال القضايا السياسية والدينية والاقتصادية والتعليمية أيضاً.

ثالثاً: تحليل بوابة هير نيوز:

موقع هير نيوز هو موقع مصري متخصص في شؤون المرأة المصرية.

أولاً: من حيث الفن الصحفي المستخدم:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٢٢٪	٤٥	الخبر
٦٨,٥٪	١٣٩	التقرير
—	—	التحقيق
—	—	الحوار
٧,٥٪	١٥	المقال
٢٪	٤	الانفوجراف
—	—	الكراتير
١٠٠٪	٢٠٣	المجموع

يلاحظ من الجدول الاتي الذي يوضح استخدام موقع هير نيوز للفنون الصحفية، حيث جاء فن التقرير في المركز الأول بواقع ١٣٩ تقرير، بينما جاء في المركز الثاني فن الخبر الصحفي بواقع ٤٥ مفردة وفي المركز الثالث فن المقال الصحفي بواقع ١٥ مقال، وفي المركز الرابع فن الانفوجراف بواقع ٤ مفردات، ولم يتناول الموقع عينه الدراسة اي من موضوعات الدراسة في فن التحقيق الصحفي او الكاريكاتير او فن الحوار الصحفي مما يثبت تجاهل الموقع لهذه الفنون الصحفية في تغطيه مواده الإعلامية.

ثانيا: من حيث الجمهور المستهدف:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
%٤٠	٧٢	جمهور عام
%٦٠	١٣١	جمهور المرأة
%١٠٠	٢٠٣	المجموع

يوضح الجدول الاتي الجمهور المستهدف الذي يستهدفه موقع هير نيوز في الموضوعات عينه الدراسة حيث جاء الجمهور المراه في المركز الاول بواقع ١٣١ مفردة وفي المركز الثاني الجمهور العام بواقع ٧٢ مفردة، وبرغم ان القضايا التي تخص المراه اكثر من قضايا الجمهور العام ولكن الموقع بشكل عام موجه لقضايا المرأة، وترى الباحثة أنه يجب التركيز على القضايا التي تخص المراه فحسب بوجه أكبر من هذا.

ثالثا: من حيث اللغة المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
%٩٤,٥	١٩٢	لغة عربية
%٥,٥	١١	خليط ما بين العامية والعربية
%١٠٠	٢٠٣	المجموع

رابعاً: من حيث وجود صورة صحفية مع المادة الإعلامية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٠٠%	٢٠٣	توجد صورة
—	—	لا توجد صورة
١٠٠%	٢٠٣	المجموع

يلاحظ من الجدول الآتي استخدام موقع هير نيوز الصور الصحفية في جميع الموضوعات عينة الدراسة.

خامساً: نوع الصورة الصحفية المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
—	—	صورة حية
١٠٠%	٢٠٣	صورة أرشيفية
١٠٠%	٢٠٣	المجموع

يوضح الجدول الآتي استخدام موقع هير نيوز الصور الصحفية الأرشيفية بنسبه ١٠٠% في كافة الموضوعات عيینه الدراسة وهو ما يوضح بشده وجود نقص حاد في استخدام الموقع للصور الحية.

سادساً: من حيث نوع القضية المطروحة بواسطه المادة الإعلامية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٤٦,٥%	٩٣	قضية اجتماعية
٢,٥%	٥	قضية سياسية
١٠%	٢٠	قضية ثقافية
٤%	٨	قضية اقتصادية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٣١%	٦٣	قضية دينية
١,٥%	٣	قضايا تربية وتعليم
٣%	٦	قضايا مجال وموضة
٢,٥%	٥	قضايا فن
١٠٠%	٢٠٣	المجموع

يلاحظ من الجدول الاتي أن تغطيه القضايا الاجتماعية في موقع هير نيوز جاءت في المركز الأول بواقع ٩٣ مفردة وقد شملت قضايا الأسرة والأحوال الشخصية والزواج والطلاق وعلاقه الزوج والزوجة)، ثم قضايا العنف ضد المرأة والتي شغلت مفردة واحدة مما يلاحظ وجود تفصيل له التركيز غلة مثل هذا النوع.

ثم جاءت القضايا الدينية في المركز الثاني وقضايا تفسير أحلام بواقع ٦٣ مفردة، ومن أبرز القضايا التي تناولها التوقع في المجال الديني (حكم المرأة اللي تصفف شعرها عند الرجل وأطفال الانايبب)، وفي المركز الثالث جاءت موضوعات الطهي وصفاته بواقع ٣٧ مفردة، ثم القضايا الثقافية في المركز الرابع بواقع ٢٠ مفردة، ثم قضايا الاقتصاد والصحة العامة في المركز الخامس بواقع ٨ مفردات، ثم الفن والسياسة في المركز الخامس بواقع ٥ مفردات لكل نوع، ثم الجمال والموضة في المركز الأخير بواقع ٦ مفردات ومع القضايا التعليمية بواقع ٣ مفردات أيضاً.

ويلاحظ فقر في تغطية القضايا السياسية والتربوية بنسبة ملحوظة في الموقع عينة الدراسة.

رابعاً: تحليل نتائج صفحة المرأة بموقع اليوم السابع:

تحليل باب منوعات ومرأة في موقع اليوم السابع

أولاً: من حيث الفنون الصحفية المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١١,٥%	٢١	الخبر
٨٦%	١٦٤	التقرير
—	—	التحقيق
٥,٢%	٥	الحوار
—	—	المقال
—	—	الانفوجراف
—	—	الكاريكاتير
١٠٠%	١٩٠	المجموع

يلاحظ من الجدول الآتي مجيء فن التقرير في المركز الاول بواقع ١٦٤ تقرير، وفي المركز الثاني فن الخبر الصحفي بواقع ٢١ خبر، وفي المركز الثالث جاء فن الحوار الصحفي بواقع ٥ حوارات أحدهما تم إجراؤه مع مصممة أزياء من السودان، وآخر مع فنانة تشكيلية قامت بعمل مجسم لمسرحية فنية بمصر، وبالنسبة لفن للتحقيق الصحفي وفن المقال والكاريكاتير والانفوجراف فلم يتم تناول العينة أي من هذه الفنون، وهو ما يثبت تجاهل الموقع لتغطية هذه الأنواع من الفنون الصحفية في المواد عينة الدراسة بباب المرأة .

ثانياً: من حيث الجمهور المستهدف:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٤١,٥%	٧٩	جمهور عام
٥٨,٥%	١١١	جمهور المرأة
١٠٠%	١٩٠	المجموع

أخلاقيات الصحافة النسائية في معالجة قضايا المرأة المصرية

يلاحظ من الجدول الآتي استهداف موقع اليوم السابع لنوعين من الجمهور في الموضوعات عينه الدراسة حيث جاء في المركز الأول الموضوعات التي تستهدف جمهور المرآه بواقع ١١١ مفردة وفي المركز الثاني الموضوعات التي تستهدف الجمهور العام اي الرجل والمرآه والطفل بواقع ٧٩ مفردة.

ثالثا: من حيث اللغة المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٧٧٪	١٢٧	لغة عربية فصحي
٣٣٪	٦٣	خليط ما بين العامية والعربية
١٠٠٪	١٩٠	المجموع

يوضح الجدول الآتي استخدام موقع يوم السابع للغتين متباينتين في تغطيته للمواد الاعلاميه في باب المرآه بالموقع حيث استخدم اللغة العربية الفصحى في ١٢٧ مفردة بالمركز الأول، وأيضا استخدم موضوعات باللغة العربية مطعمة بالكلمات العامية وغالبا ما استخدم الكلمات العامية في عناوين المواد الإعلامية في هذه العينات التي جاءت في المركز الثاني بوقعه ٦٣ مفردة.

رابعا: مدى وجود صورة مع الموضوع:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١٠٠٪	١٩٠	توجد صورة
.	٠	لا توجد صورة
١٠٠٪	١٩٠	المجموع

خامسا: نوع الصورة المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٧,٥	١٤	حية
٩٢,٥	١٧٦	ارشيفية
١٠٠٪	١٩٠	المجموع

يلاحظ من الجدولين السابقين استخدام موقع اليوم السابع للصور الصحفية في جميع العينات التي تم دراستها في البحث بنسبه ١٠٠%، كما يلاحظ اعتماد الموقع ايضا على الصور الأرشيفية في باب المرآه بواقع ١٧٦ مفردة في المركز الاول ثم اعتماده على الصور الحيه في المركز الثاني وبصوره ضعيفة بواقع ١٤ مفردة من اجمالي ١٩٠.

سادسا: نوع القضية التي تتناولها المادة الإعلامية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
٥٥%	١٠٥	قضية اجتماعية
—	—	قضية سياسية
—	—	قضية اقتصادية
—	—	قضية دينية
٩%	١٧	قضية ثقافية
٧,٥%	١٤	قضية فنية
٢٧,٥%	٥٢	قضايا موضه وجمال
١%	٢	قضايا تربيه وتعليم
١٠٠%	١٩٠	المجموع

يوضح هذا الجدول نوع القضايا الذي تناولها موقع اليوم السابع في قسم المرأة، حيث جاءت القضايا الاجتماعية في المركز الاول بواقع ١٠٥ مفردة وتضمنت القضايا الاجتماعية نصائح عامة في مختلف مجالات الحياة للمرأة والشئون الأسرية، ثم جاءت موضوعات الموضة والجمال في الموقع بالمركز الثاني بواقع ٥٢ مفردة، ثم القضايا الثقافية في المركز الثالث بواقع ١٧ مفردة، ثم الفن في المركز الرابع بواقع ١٤ مفردة، ثم قضايا التربية والتعليم بواقع مفردتين ويلاحظ فقر تغطية الموقع لقضايا التعليم مقارنة بالقضايا الاجتماعية والجمالية.

ولم تتناول العينة محل الدراسة أي قضايا سياسية أو دينية أو اقتصادية في هذه الفترة.

وجاء استخدام الموقع لقضايا تخص الأبراج وقراءة الطالع بواقع ٣٣ مفردة تحت عنوان حظك اليوم داخل قسم المرأة وهو ما اعتبرته الباحثة مخالفة لقواعد العقيدة الدينية الإسلامية وبشكل صريح لا مجال للشك لم يتم رصد أي قضايا دينية في باب المرأة.

خامساً وسادساً: تحليل نتائج صفحة المرأة بموقعي فيتو وصدى البلد:

جدول رقم ١ يوضح عدد المواضيع التي تناولت موضوعات عن المرأة

عدد موضوعات المرأة	الصحف
٣٠٩	فيتو
٢٢٠	صدى البلد

يوضح الجدول السابق عدد موضوعات المرأة التي تناولها الموقعين، حيث حصل موقع فيتو على المرتبة الأولى بالنسبة لعدد المواضيع التي تناولت موضوعات عن المرأة، إذ بلغت ٣٠٩ موضوع، بينما حصل موقع صدى البلد على المرتبة الثانية بالنسبة للموضوعات التي تناولت موضوعات عن المرأة إذ بلغت ٢٢٠ موضوع.

جدول رقم ٢ يوضح حصر تغطية الصحف بالمجالات الآتية:

النسبة	تجميل	نصائح	الطعام والطبخ	المجالات الصحف
٩٦%	٨٠ (٢٥%)	١٢٤ (٤٠%)	٩٤ (٣٠,٤%)	فيتو
٩٠%	١٢ (٤%)	٩٧ (٤٤%)	٩٠ (٤٠,٩%)	صدى البلد

يوضح الجدول السابق أنه احتل موقع فيتو المرتبة الأولى الخاصة بمجالات الطبخ والنصائح والتجميل إذ حصلت على نسبة ٩٦%، بينما حصل موقع صدى البلد على المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٩٠%.

جدول رقم ٣ يوضح حصر تغطية الصحف بمجال التجميل:

النسبة	الجسم	البشرة	الشعر	المجال الصحف
٢٥%	١٣ (٤%)	٤٦ (١٤%)	١٩ (٦%)	فيتو
٤%	٢ (٠,٩%)	٤ (١%)	٤ (١%)	صدى البلد

احتل موقع فيتو المرتبة الأولى الخاصة بمجال التجميل (الشعر بنسبة ٦،
إذ حصلت على نسبة ٢٥%، بينما احتل موقع صدى البلد المرتبة الثانية
بمجال التجميل وذلك بنسبة ٤%.

جدول رقم ٤ يوضح نوع الموضوعات التي تناولها موقع فيتو:

النسبة	المرتبة	العدد	نوع الموضوع	التسلسل
٣,٩%	السابعة	١٢	نصائح حمل	١
٣,٥%	الثامنة	١١	نصائح بعد الولادة	٢
٣٠,٤%	الأولى	٩٤	طبخ	٣
٦,١%	الخامسة	١٩	نصائح للشعر	٤
١٤,٨%	الثانية	٤٦	نصائح للبشرة	٥
٧,٧%	الثالثة	٢٤	نصائح لطفلك	٦
٤,٢%	السادسة	١٣	نصائح لجسم أفضل	٧
٦,٧%	الرابعة	٢١	نصائح للمرأة	٨

يوضح الجدول السابق أنه احتلت المواضيع الخاصة بالطبخ المرتبة
الأولى بنسبة ٣٠,٤%، والمواضيع الخاصة بالبشرة المرتبة الثانية بنسبة
١٤,٨%، والمواضيع الخاصة بالطفل المرتبة الثالثة بنسبة ٧,٧%،
والمواضيع الخاصة بالمرأة المرتبة الرابعة بنسبة ٦,٧%، والمواضيع
الخاصة بالشعر المرتبة الخامسة بنسبة ٦,١%، والمواضيع الخاصة بالجسم

المرتبة السادسة بنسبة ٤,٢%، والمواضيع الخاصة بالحمل المرتبة السابعة بنسبة ٣,٩%، والمواضيع الخاصة بالرضع المرتبة الثامنة بنسبة ٣,٥%.

جدول رقم ٥ يوضح نوع الموضوعات التي تناولها موقع صدى البلد:

التسلسل	نوع الموضوع	العدد	المرتبة	النسبة
١	نصائح للحمل	٩	السادسة	٤%
٢	نصائح بعد الولادة(الرضع)	١٠	الخامسة	٤,٥%
٣	طبخ	٩٠	الأولى	٤٠,٩%
٤	نصائح للشعر	٤	السابعة	١,٨%
٥	نصائح للبشرة	٤	السابعة	١,٨%
٦	نصائح لطفلك	٢٤	الثالثة	١٠,٩%
٧	نصائح لجسم أفضل	١٤	الرابعة	٦,٣%
٨	نصائح للمرأة	٢٩	الثانية	١٣,٢%

يوضح الجدول السابق أنه احتلت المواضيع الخاصة بالطبخ المرتبة الأولى بنسبة (٤٠,٩%)، والمواضيع الخاصة بالمرأة المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٢%)، والمواضيع الخاصة بالطفل المرتبة الثالثة بنسبة (١٠,٩%)، والمواضيع الخاصة بالجسم المرتبة الرابعة بنسبة (٦,٣%)، والمواضيع الخاصة ببعدها الولادة المرتبة الخامسة بنسبة (٤,٥%)، والمواضيع الخاصة بالحمل المرتبة السادسة بنسبة (٤%)، والمواضيع الخاصة بالبشرة والشعر المرتبة السابعة بنسبة (١,٨%).

النتائج العامة:

توصلت الباحثات في تحليل مجلة نصف الدنيا إلى عدة نتائج أبرزها:

١- أوضحت الدراسة قلة اهتمام المجالات النسائية الممثلة في (نصف الدنيا) بقضايا المرأة حيث كان التركيز الأكبر على باب الأخبار والنجوم.

- ٢- ركزت مجلة نصف الدنيا على تقديم موضوعات ترفيهية بشكل أكبر مقارنة بعرض القضايا التي تهتم المرأة المصرية وتتطابق مع مجتمعها.
- ٣- أغفلت مجلة نصف الدنيا العناية بقضايا المرأة الدينية حيث لم تظهر على صفحاتها في عينة الدراسة.
- ٤- ركزت مجلة نصف الدنيا في قضايا المرأة على إبراز المشكلات التي تعاني منها المرأة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية وضعف الاهتمام بالجانب الثقافي.
- ٥- أعطت مجلة نصف الدنيا الأولوية في النشر لقضايا المرأة في صفحاتها الأولى، بينما في المناسبات الخاصة مثل عيد الميلاد الكريسماس وغيره انحسرت الصفحات المخصصة لقضايا المرأة وتكاد تكون معدومة.
- ٦- استخدمت مجلة نصف الدنيا المعالجة التفسيرية فيما يتعلق بقضايا المرأة في المجتمع المصري.
- ٧- ركزت مجلة نصف الدنيا في معالجتها لقضايا المرأة على التعريف بالقضايا وتوضيحها وتفسيرها، وزيادة الوعي بها.
- ٨- نسبة المواضيع الاجتماعية في مجلة نصف الدنيا كانت أكبر مقارنة بنوعية القضايا الأخرى؛ مما يؤكد أن المجلة هدفها اجتماعي وبالتالي فهي تسهم في زيادة الوعي الاجتماعي بقضايا المرأة.
- ٩- أكثر موضوعات قضايا المرأة التي تناولتها صحيفة الدراسة (مجلة نصف الدنيا) هي قضية حق المرأة في الانتخاب حيث تم طرحها في ٣ أعداد مختلفة من عينة الدراسة ولعل ذلك لتصادف عينة الدراسة مع وقت الانتخابات الرئاسية المصرية.
- ١٠- أهملت مجلة نصف الدنيا بعض القضايا الخاصة بالمرأة مثل قضايا المرأة الريفية وتعليم المرأة بالرغم من أهمية هذه القضايا.

- ١١- اعتمدت مجلة نصف الدنيا بشكل أكبر على التحقيق الصحفي لعرض الأفكار ووجهات النظر المختلفة حول القضية والسعي لتقديم حلول لها.
- ١٢- اعتمدت نصف الدنيا على توظيف الأسلوب المتكامل وهو العرض الموضوعي المتوازن الذي يقوم على التركيز على أكثر من زاوية لعرض الأسباب والمظاهر والحلول.
- ١٣- قدمت مجلة نصف الدنيا بعض الحلول وعرضت المبادرات التي اهتمت بقضايا المرأة المصرية.
- ١٤- أوضحت الدراسة أن نسبة الموضوعات التي تعالج قضايا المرأة المصرية في مجلة نصف الدنيا تُقدر بالثلث مقارنة بالموضوعات الأخرى وهي نسبة ضعيفة لصحيفة متخصصة.
- ١٥- عرضت مجلة نصف الدنيا القضايا التي تناولتها بشكل فعال ومؤثر.
- ١٦- اعتمدت مجلة نصف الدنيا على مصادر متنوعة لمناقشة قضايا المرأة سواء جهات رسمية أو خبراء ومتخصصون أو شخصيات اجتماعية مؤثرة.
- ١٧- أظهرت الدراسة أن مجلة نصف الدنيا اتاحت الفرصة للنساء للتعبير عن آرائهن تجاه القضايا والمشكلات من خلال مشاركات الجمهور.
- ١٨- قدمت مجلة نصف الدنيا صورة مثالية للمرأة المصرية من خلال عرض نماذج رائدة في مجالات مختلفة تشجيعاً للنساء على تحقيق أحلامهن.

النتائج الخاصة بالمواقع (اليوم السابع - اخبار اليوم - هير نيوز)

- ١٩- اهتمام المواقع عينة الدراسة بالقضايا الاجتماعية خصوصا وصفات الطهي والنصائح المنزلية للتعامل مع الابناء وقضايا الاحوال الشخصية ثم القضايا الاجمالية والترفيهية.

٢٠- اغفال المواقع عينة الدراسة القضايا السياسيـه والدينيـه والاقتصاديـه والثقافيـه والتعليميـه والتركيز فقط على الجانب الاجتماعي مما يوضح حاجة ملحه للتركيز على هذه القضايا والتوعية بدور المرأة سياسيا واقتصاديـا.

٢١- اغفال الجانب الديني بنسبه كبيره في الموضوعات المطروحة في المواقع عينه الدراسه، في الوقت الذي تم فيه تغطية مواد تتكلم عن الابراج والحظ بنسب ومساحات كبيرة .

٢٢- استخدام فنون صحفية بكثرة على حساب فنون صحفية أخرى فتم استخدام فنون التقرير الصحفي والخبر الصحفي، واغفال فن التحقيق والحوار الصحفي والمقال والفنون البصرية الأخرى من الانفوجراف والكاريكاتير

٢٣- اعتماد الموقع عينه الدراسه على استخدام الصور الارشيفيه بنسبة كبيرة جدا مقابل استخدامها للصور الحيه.

توصلت الباحثات في تحليل موقعي فيتو وصدى البلد إلى عدة نتائج أبرزها ما يلي:

٢٤- إغفال الموقعين الموضوعات التي تهم المرأة كالعنف ضد المرأة، ودور المرأة في المجتمع، والمشاكل التي تواجهها المرأة والقضايا المتعلقة بها كالطلاق والنفقة والحضانة وغيرها، في الوقت الذي تم فيه التغطية.

٢٥- اهتمام الموقعين بالقضايا الاجتماعية كالطبخ ونصائح للشعر ونصائح لجسم أفضل ونصائح للطفل ونصائح قبل وبعد الولادة، ونصائح للبشرة.

٢٦- إغفال الموقعين الجانب الديني في موضوعات عينة الدراسة في كلا الموقعين، في الوقت الذي تم فيه التغطية.

٢٧- اعتماد الموقعين على استخدام الصورة الأرشيفية بنسبة كبيرة جدا.

أخلاقيات الصحف النسائية في معالجتها لقضايا المرأة المصرية:

على الرغم من الاهتمام الذي بدأ يظهر مؤخراً على الساحة من قبل الصحف النسائية ووضعها لقضايا المرأة المصرية في الحسبان، إلا أن الخطاب الإعلامي في الصحف النسائية ما يزال حتى الآن يمرر صوراً نمطية للمرأة، كما حصرها في نماذج محددة، وهذا يتناقض مع الواقع الاجتماعي للنساء، ويظهر ذلك في الخطابات والصور والإيحاءات والتوجهات التي تروجها العديد من المواد الإعلامية التي تساهم في خلق سلوكيات اجتماعية وأفكاراً ومواقف مسيئة للنساء ومهيئة لمكانتهن داخل المجتمع، وتحصرها في أدوار اجتماعية نمطية لا تراعي المكانة التي بدأت تشغلها النساء في المجتمع كفاعلات في التنمية، في حين أن باستطاعتها القيام بدور أكثر إيجابية لتحسين صورة المرأة وتقديم نماذج لنساء رائدات يحتذى بها.

وطبقاً لنتائج الدراسة:

- ركزت الصحافة النسائية المصرية على موضوعات لا تمس أولويات المرأة المصرية لم يكن هناك تركيز قوي على القضايا الجوهرية مثل: تمكين المرأة أو تنميه وتطوير شخصية المرأة.
- كان التركيز على تشجيع ثقافة الاستهلاك سواء في وصفات الطهي وغيره من الأغذية ومستحضرات التجميل والموضة والديكور والأشياء، كما تظهر ظاهرة تسليع المرأة وتحويلها لسلعة تعرض الأزياء ومستحضرات التجميل والساعات وأحدث صيحات الموضة في حين لا يوجد موضوعات تعمل على تنمية وتطوير أخلاقيات المرأة .
- ليست هناك موضوعات تمس الأمور التربوية لتنشئة الأطفال وإن وجدت فلا توجد بمساحة تتناسب مع الموضوعات الأخرى المنشورة في مجال الطهي والوصف والتجميل، وإن تحدثت الصحف عن قضايا المرأة فإنها تتحدث على استحياء بما لا يتناسب مع ضخامة هذه الأزمت.

• إغفال الجانب الديني بنسبه كبيرة في الصحف والمواقع عينه الدراسة، في حين اهتمت بالأبراج والحظ.

بعد تحليل العينة والوصول للنتائج البحثية توصلت الباحثة إلى مجموعة من الأخلاقيات ينبغي أن تتحلى بها الصحف النسائية في معالجتها لقضايا المرأة المصرية:

١- الحد من التشجيع على ثقافه الاستهلاك في صحافه النسائيه المصريه والتركيز على الجانب الديني.

٢- لا بد من التركيز على القضايا الأخلاقية والتوعوية للمرأة ، وإلقاء الضوء على القضايا التي تتعلق بمشاركة المرأة السياسية والاقتصادية وتمكين المرأة ودورها القيادي والريادي في المجتمع.

٣- التركيز على إنشاء إعلام للأسرة قائم بذاته بعيداً عن الطابع التجاري والاستهلاكي.

٤- يجب على الصحافة النسائية أن تراعي التوازن في التغطية الاخبارية لقضايا المرأة وألا تغفل جانب على حساب جانب.

٥- أن تقدم الصحف النسائية نماذج رائدة يحتذى بها، وتسليط الضوء على النساء الناجحات اللاتي تغلبن على التحديات وحققن أهدافهن، لمواجهة المسلسلات التي تحط من شأن المرأة وكذلك الإعلانات التي تتاجر بجسد المرأة.

٦- أن تتعاون الصحف النسائية مع المنظمات التي تدعم حقوق المرأة من خلال المقابلات والحملات المشتركة.

٧- يجب أن تلعب الصحف النسائية دوراً في زيادة ثقة المرأة بنفسها، كإنسانة تمتلك مقومات الإبداع والتميز وقادرة عن تحقيق الانجازات في كافة مجالات الحياة.

- ٨- أن تشارك الصحافة النسائية في الجهود والسياسات لمعالجة القضايا التي تواجهها النساء، من خلال مقالات الرأي والرسائل الموجهة إلى صناع السياسات ومبادرات التوعية المجتمعية.
- ٩- النظر إلى قضية المرأة كجزء لا يتجزأ من قضايا المجتمع ودورها الحقيقي في تنمية وتطور مجتمعتها والعمل على دمج المرأة في كافة الأنشطة السياسية والاقتصادية المختلفة وتأكيد فكرة أن النهوض بالمجتمع والرقي به لن يتم الا بمشاركة المرأة والرجل.
- ١٠- تحتاج الصحافة النسائية لرفع الوعي حول القضايا التي تواجهها النساء في المناطق الريفية والنائية، مثل نقص التعليم والرعاية الصحية والفرص الاقتصادية، ومن خلال تسليط الضوء على هذه القضايا، ولفت انتباه صانعي السياسات وعامة الناس إليها، مما يؤدي إلى دعم أكبر لمعالجة هذه القضايا.
- ١١- عدم التلاعب بالصور أو نشر صور تقلل من قيمة ومكانة المرأة.
- ١٢- إعطاء النساء فرصة ولوج مجال الإعلام وتحسين صورتهم إعلاميًا.

المراجع

- ١- سليمة بوغسيلا: صورة المرأة في الصحافة النسائية الإسلامية في الوطن العربي: مجلة الزهور المصرية (نموذجاً) دراسة وصفية - تحليلية، رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام (٢٠١٥-٢٠١٦).
- ٢- دراسة أسلافي عائشة وبرماتي جمعة: دور الصحافة النسوية في التعريف بقضايا المرأة مجلة الحياة الجزائرية أنموذجاً رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم صحافة، (٢٠١٨-٢٠١٩).
- ٣- دراسة محمد عبد اللطيف: معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع أو الصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تحليلية قسم الإعلام كلية الآداب جامعة الزقازيق ٢٠٢٢.
- ٤- دراسة شكريه كوكز خضر السراج: التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد حرب ٢٠٠٣ دراسة تحليلية في عينة من صحف بغداد، مجلة الإعلام، قسم الصحافة.

الفهرس

الصفحة

م

المخلص	١
المقدمة	٢
مشكلة الدراسة	٣
أهمية الدراسة	٤
أهداف الدراسة	٥
التساؤلات	٦
الدراسات السابقة	٧
نوع ومنهج الدراسة	٨
الإطار النظري للدراسة	٩
الإطار المعرفي للدراسة	١٠
مدخل للصحافة النسائية	١١
مدخل لقضايا المرأة	١٢
الإطار التطبيقي للدراسة	١٣
مجتمع الدراسة	١٤
الإطار الزمني للدراسة	١٥
أدوات جمع البيانات	١٦
وحدة تحليل المضمون	١٧
فئات التحليل	١٨
تحليل النتائج	١٩
أخلاقيات الصحافة النسائية	٢٠
المراجع	٢١
الفهرس	٢٢

