

اتجاهات الجمهور المصرى نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية 2023م-1444هـ " دراسة ميدانية "

The attitudes of the Egyptian public towards the image of the working woman in the Ramadan drama 2023 AD-1444 AH

سعاد محمد محمد المصرى

أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية – جامعة كفر الشيخ

<mailto:Soadelmasry04@gmail.com>

ملخص البحث:

لا شك أن الدراما التلفزيونية فى شهر رمضان تحتل مكانة خاصة بالنسبة إلى باقى المواد التى يقدمها التلفزيون؛ وخاصة أن القيمة الإعلامية للأعمال الدرامية وخاصة فى رمضان تكمن فى قدرتها بالتأثير على الجمهور تأثيراً غير مباشر، ولذلك كان لابد من التعرض للصورة التى تقدم فيها المرأة العاملة فى الدراما المصرية التلفزيونية فى رمضان كشكل إعلامى يحظى بجماهيرية كبيرة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور المصرى نحو صورة المرأة المصرية العاملة فى الدراما الرمضانية. وانقسمت الدراسة إلى: الدراسات السابقة، الإطار المعرفى للدراسة، الإطار النظرى للدراسة. ثم الإطار الميدانى (التطبيقي) ويشمل: منهج وعينة الدراسة: اتبعت الباحثة منهج المسح وذلك من خلال المسح بالعينة لعدد من الجمهور المصرى من خلال عينة عمدية ممن شاهدوا الدراما الرمضانية لعام 2023م-1444هـ، قوامها 300 مفردة، ممن تتراوح أعمارهم من 18-50 سنة من الجمهور المصرى من طلاب كلية التربية النوعية وكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بدسوق وقرية شباس الملح بمحافظة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بمحافظة الجيزة، أدوات الدراسة: اعتمدت الباحثة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات. وبعد ذلك تم تحليل نتائج الاستبيان ومناقشته. وتم التوصل لبعض النتائج من أهمها:-

- 1- توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كثافة تعرض الجمهور المصرى للدراما الرمضانية واتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية حيث كانت قيمة $(0.3 < r < 0.7)$ دالة عند مستوى دلالة 0.01
- 2- توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كثافة تعرض الجمهور المصرى للدراما الرمضانية، ومستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $(0.3 < r < 0.7)$ دالة عند مستوى دلالة 0.01

الكلمات المفتاحية:

الجمهور المصرى، المرأة العاملة، الدراما الرمضانية

المقدمة:

تجذب الدراما التلفزيونية عدداً كبيراً من مشاهدي التلفزيون بوجه عام والقنوات الفضائية بشكل خاص وتترك أثراً كبيراً على مشاهديها من خلال تقديم نماذج حياتية يتعاش معها المشاهد، بل في كثير من الأحيان يدرك الواقع المعاش من خلال ما تقدمه الأعمال الدرامية، وتتل الدراما الرمضانية اهتماماً خاصاً لما لها من تأثير كبير على الأسرة، لأنها تشهد التفافاً أسرياً هو الأكبر مقارنة بغيره من الشهور، حيث إن الدراما تؤثر في المجتمع بشكل كبير من خلال تقديم نماذج مختلفة تسهم في تأكيد الصور السائدة في المجتمع أو تغييرها أو تشويهها. (رانيا أحمد، 2017، ص21)

ويؤدى التلفزيون، بما يقدمه من مواد مختلفة دوراً مختلفاً في بناء الصورة الذهنية، ويزداد تأثير هذه الصور والقوالب بشكل أساسي عن طريق الأعمال الدرامية؛ ذلك لأن المشاهد عند متابعته لها يكون أكثر استرخاءً، ويكاد يتجرد من أدواته النقدية، فالدراما التلفزيونية تعد مصدراً مهماً في نقل الصور عن الأشخاص والمجتمعات وفي تكوينها في الأذهان بسبب انتشارها الواسع وقدرتها في الاستحواذ على أوقات المشاهدين، ولا ننسى أبداً الدور الكبير لوسائل الإعلام وخصوصاً التلفزيون في ترسيخ صورة مشوهة للمرأة العربية بما تقدمه من مسلسلات درامية. (يسرى زريقة، 2009، صص 109-183).

وتحتل المرأة دوراً هاماً وأساسياً في أى مجتمع، سواء كان هذا المجتمع نامياً، أم كان مجتمعاً متقدماً تتمتع فيه المرأة بجميع الحقوق التي يتمتع بها الرجل، ولقد أعز الإسلام المرأة فأباح لها العمل في جميع المجالات حيث لم يمنعها من العمل كمدرسة ومعلمة للرجال طالما لديها الإمكانيات والقدرة والتفوق. (بشيرة كانش، 2016، ص 9). فلقد شاركت المرأة منذ مطلع التاريخ مع الرجل في جميع مراحل الحياة وفي شتى المجالات، وساعدت في خلق المجتمعات. وعلى مر العصور يوضح لنا التاريخ أن المرأة أثبتت قدرتها على القيادة والريادة منذ قديم الزمن؛ فسطرت في العصور القديمة والحديثة صفحات من النجاح في جميع المجالات، حيث كانت ملكة وقاضية وشاعرة وفنانة وأديبة وفقيرة ومحاربة. (هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي، 2012، ص243)

وبالتالى يُعد عمل المرأة وخصوصاً في دول العالم الثالث من المواضيع التي يثار حولها الكثير من النقاش، فعمل المرأة يعد عاملاً مهماً في إعادة هيكلة علاقات النوع الاجتماعي في اتجاه تحقيق قدر كبير من المساواة في توزيع الإيرادات والقرارات والأدوار داخل الأسرة والمجتمع بصفة عامة، كما أنه من خلال العمل تستطيع المرأة أن تبرز في المجال العام. (أمانى عثمان، 2004، ص 49)

وأصبح موضوع صورة المرأة في وسائل الاعلام المصرية بشكل عام والدراما التلفزيونية على وجه الخصوص سواء المسلسلات أو تمثيليات السهرة أو الأفلام السينمائية التي ينتجها التلفزيون أو يختار عرضها من الموضوعات التي شغلت بال عشرات الباحثين منذ فترة طويلة ترجع إلى نهاية السبعينيات من القرن الماضى، ومازال هذا الاهتمام واضحاً حتى الآن سعيًا وراء رصد ملامح هذه الصورة والتطورات التي طرأت عليها وإلى أى مدى تقترب أو تبتعد عن الصورة الحقيقية للمرأة المصرية بمختلف فئاتها وقطاعاتها. (ليلى عبدالمجيد، 2006، ص44)

فأغلب الصور التي تعرضها وسائل الإعلام، لا تعبر عن الدور الحقيقى للمرأة الذى تلعبه في الواقع الاجتماعى، بل أنها تتجاهل أدواراً كثيرة تشغلها المرأة وتمارسها في المجتمع، فقد تعددت مجالات المرأة ونشاطاتها فشغلت وظائف حكومية وخاصة، كما ودخلت مجال الأعمال الحرة، ولكن رغم هذا فإن هناك

تشويهاً واضحاً لصورتها في بعديها الإنساني والاجتماعي، ما يجعلها لا تعكس مكانتها ووضعها الحقيقيين في المجتمع. (ريم بوش، 2014، ص107).

ولابد من التأكيد أن تقديم المرأة العاملة بالشكل الذي يليق فيها في وسائل الإعلام العربية لن يتحقق بين عشية وضحاها، مثلما أنه لن يتحقق نتيجة لجهد فردى تقوم فيه جهة بعينها، بل هو عملية تثقيفية وتوعوية وتربوية متكاملة تنتشر فيها جميع قطاعات المجتمع، كما أنه يجب اتخاذ قرارات مسئولة وواعية لإبراز إنجازات المرأة المعاصرة وتبيان دورها في المجتمع كشريك إيجابي، والابتعاد عن الصور النمطية السلبية في الحياة والإنجاز المهني. (حنان يوسف، 2007، ص28)

ولذلك كان لابد من التعرض للصورة التي تقدم فيها المرأة العاملة في الدراما المصرية التلفزيونية في رمضان كشكل إعلامي يحظى بجماهيرية كبيرة. ولا شك في أن الدراما التلفزيونية في شهر رمضان تحتل مكانة خاصة بالنسبة إلى باقى المواد التي يقدمها التلفزيون؛ وخاصة أن القيمة الإعلامية للأعمال الدرامية وخاصة في رمضان تكمن في قدرتها بالتأثير على الجمهور تأثيراً غير مباشر.

الدراسات السابقة:

وبمسح التراث الاجتماعي حول موضوع صورة المرأة العاملة، لم تجد الباحثة دراسات مباشرة اهتمت بتناول اتجاهات الجمهور المصرى نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية 2023م-1444هـ، وإنما وجدت دراسات تتحدث عن صورة المرأة بشكل عام، وأخرى تناولت موضوعات مشابهة، ولما كانت مساحة البحث لا تسمح بتناول كل هذه الدراسات فيمكن تناول نماذج قليلة منها على النحو التالي:

أولاً: الدراسات السابقة التي تناولت صورة المرأة بأشكال متنوعة

سعت دراسة نوال عبدالله حزورة (٢٠١٠): إلى معرفة مدى التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في المجتمع، ومعرفة الصورة الدرامية المقدمة عن المرأة في الأدوار الاجتماعية المختلفة، ومدى التقارب والاختلاف في هذه الصورة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، ومن نتائج الدراسة: أن الدراما تعكس بيئة المرأة الاجتماعية وأدوارها في الحقيقة بنسبة ٧٣,٧ %، وأن الدراما تظهر واقع المرأة كما هو موجود فعلاً في مجتمعاتنا بنسبة ٧١,٢ %). (نوال عبدالله حزورة، ٢٠١٠) كما استهدفت دراسة Guo, Dawei (2010): التعرف على الصورة التي تقدم بها المرأة في الأسرة الصينية عبر المسلسلات التلفزيونية ومدى توافق هذه الصورة مع واقع المرأة الصينية المعاصرة، وانعكاس الهوية الصينية بهذه المسلسلات. وتم الاعتماد على أداة تحليل المضمون لثلاثة من المسلسلات الصينية التي اشتهرت بين الجمهور والنقاد بالصين. وأظهرت الدراسة أن صورة المرأة في الدراما كانت تقليدية إذ اقتصر على خدمة الأسرة والحفاظ على القيم الأسرية، ولكن ظهر التمييز لصالح الرجل في قضية العمل والتوظيف. (Guo, Dawei, 2010)

وللتعرف على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية كانت دراسة علاء حسين عبد دخیل (٢٠١٦): وتم استخدام المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 400 طالباً وطالبة من طلبة الجامعات الأردنية، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الطلبة في الجامعات الأردنية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لفترة طويلة مما يجعلهم قادرين على تقييم دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة تبعاً لاختلاف متغير العمر بدرجات متفاوتة. وقد أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الصورة الإيجابية للمرأة

ومكانتها في الأسرة والمجتمع، ودورها في التنمية الاجتماعية بإبراز صورة المرأة العاملة المنتجة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. (علاء حسين عبد خليل، ٢٠١٦)

واستهدفت دراسة هبه محمد عفت خطاب (٢٠١٦): التعرف على صورة المرأة الريفية في المسلسلات العربية التي يقدمها التلفزيون المصري وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتمثلت أدوات الدراسة في: صحيفة استقصاء تم تطبيقها على عينة مكونة من 400 فرداً من محافظات القاهرة والجيزة. وصحيفة تحليل المضمون، لتحليل مضمون عينة من المسلسلات العربية التلفزيونية، وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن المرأة الريفية تظهر في المسلسلات التلفزيونية وهي تقوم غالباً بأدوار ثانوية وذلك بنسبة 50.75%، بينما جاءت الأدوار الرئيسية التي قامت بها المرأة الريفية في المسلسلات التلفزيونية في الترتيب الأخير حيث بلغت نسبة 19.40%. (هبه محمد عفت خطاب، ٢٠١٦)

كما هدفت دراسة رانيا أحمد (2017): إلى تحليل صورة المرأة في بعض المسلسلات التلفزيونية والتي عرضت في شهر رمضان عام ٢٠١٦ للتعرف على أنماط ونماذج المرأة التي تم تقديمها. وأكدت الدراسة أن الدراما التلفزيونية تجذب عددا كبيرا من مشاهدي التلفزيون بوجه عام والقنوات الفضائية بشكل خاص وتترك أثراً كبيراً على مشاهديها من خلال تقديم نماذج حياتية يتعاش معها المشاهد، بل في كثير من الأحيان يدرك الواقع المعاش من خلال ما تقدمه الأعمال الدرامية. (رانيا أحمد، 2017)

وللتعرف على ملامح صورة المرأة المقدمة في الدراما المدبلجة وعلاقتها بإدراك الفتاة الجامعية لواقعها الاجتماعي كانت دراسة سحر حسنى غريب أحمد (2020): وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على استخدام المسح الإعلامي. وهي دراسة تحليلية فتم تحليل مضمون عينة من الأفلام والمسلسلات الهندية المدبلجة على قناتي Zee وأفلام Mbc بوليوود، وعينة الدراسة الميدانية تم تطبيقها على عينة عمدية من فتيات الجامعات قوامها 400 مفردة من جامعة الدلتا. ومن نتائج الدراسة: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للدراما الهندية المدبلجة وإدراك الفتاة الجامعية لواقعها الاجتماعي عند مستوى دلالة 0.001. (سحر حسنى غريب أحمد، 2020)

كما هدفت دراسة حمدان العكلة (2021): إلى الوقوف على نماذج من صور المرأة عبر بعض الأعمال الدرامية، وترصد من خلال تلك النماذج الأدوار الاجتماعية والسياسية الجديدة التي وقعت على كاهل المرأة، وقد اختيرت تلك المسلسلات بعيداً عن الأعمال المشتركة التي شهدتها الدراما السورية خلال الثورة للتركيز على قضايا المجتمع السوري والمرأة خصوصاً، مع الحرص على التنوع في الاختيار لتوضيح الصورة. (حمدان العكلة، 2021)

ثانياً: الدراسات السابقة التي تناولت صورة المرأة العاملة

هدفت دراسة Zhang, Yan Fe (2010): إلى نقد أساليب استجابة الجمهور لصورة المرأة العاملة المعروضة في الأعمال الدرامية التلفزيونية التي تم بثها في السنوات الأخيرة. وأكدت أن هناك ما يقرب من 80% من النساء يتحملن المسؤولية الرئيسية عن فشل الزواج بسبب عملهن، كما كانت صورة المرأة في الدراما تُعرض عادةً بطريقة متحفظة، لكن الصورة أصبحت أكثر وضوحاً بعد المسلسل التلفزيوني الشهير "Hand in Hand" الذي تم بثه في عام 2000. (Zhang, Yan Fe, 2010)

كما بحثت دراسة Zheng, Zhuyi (2011): في كيفية تصوير النساء في المسلسلات التلفزيونية الصينية في أوقات الذروة من 1979 إلى 2008. وهي تحقق في ما إذا كانت مهن الشخصيات النسائية قد تغيرت بمرور الوقت أم لا. ولقد تم إجراء تحليل لمحتوى 63 مسلسلاً تلفزيونياً في أوقات الذروة لتحديد ما

إذا كانت البرامج تعزز أو تتحدى الصورة النمطية للمرأة العاملة. وأكدت النتائج أن: الشخصيات النسائية في المسلسلات التلفزيونية كان لها مجموعة متنوعة من المهن، ومع ذلك نادراً ما تم تصويرهم على أنهم يتمتعون بسلطة إدارية عليا في مكان العمل. كما أن تنوع ونوع المهن المعروضة في المسلسل التلفزيوني تعكس الواقع جزئياً فقط. كما أن الصورة النمطية للمرأة على شاشات التلفزيون قد تغيرت. (Zheng, Zhu, 2011) وبحثت دراسة Alkarimeh, Baker (2014): في تصورات الناس عن الصورة النمطية للمرأة العاملة في الأفلام من خلال مسح 804 مشارك من طلبة الجامعات. وتقسّم الصورة النمطية للمرأة في الأفلام إلى أدوار المرأة؛ المرأة كهدف والعنف ضد المرأة؛ وتكشف النتائج أن: المشاركين لديهم تصورات مختلفة عن الصورة النمطية للمرأة، وأن النساء يعترضن على مكانة الذكور، كما تواجه المرأة العديد من التحديات المتعلقة بأدوارها وجنسها وعرقها، وتسعى جاهدة للتخلص من هيمنة الرجل والعنف الموجه ضدها. (Alkarimeh, Baker, 2014)

ولمعرفة مدى وعي الجمهور الأردني لصورة المرأة العاملة الأردنية كما تقدمها الدراما التلفزيونية الأردنية جاءت دراسة يارا سعود مصباح القبيلات (2015): واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وأداة الاستبانة، والتي وزعت على 500 من أفراد المجتمع الأردني، وتم اعتماد 442 استبانة، ومن نتائج الدراسة: أن نسبة كبيرة من المجتمع الأردني غير متابع لما تقدمه الدراما الأردنية من مسلسلات وأفلام، كما أثبتت النتائج بأن الجمهور الأردني يفضل رؤية المرأة الأردنية بصورة المرأة المتحضرة والمتحملة للمسؤولية، وليست بصورة الضعف. (يارا سعود مصباح القبيلات، 2015)

هدفت دراسة محمد محمد فراج (2016): إلى التعرف على دور التوعية الثقافية السياحية في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب عن عمل المرأة في القطاع السياحي. ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من خلال استمارة استبيان تم توزيعها على عينة عشوائية بسيطة من الشباب بمنطقتين جغرافيتين مختلفتين هما: إقليم القاهرة الكبرى وإقليم شمال الصعيد. وقد أظهرت نتائج الدراسة: ضعف تأثير الإعلام بسبب ضعف اهتمامه بقضايا عمل المرأة في القطاع السياحي. لذا اقترحت الدراسة ضرورة تفعيل دور الأسرة والمؤسسات التعليمية والإعلام والمجتمع في تحسين الصورة الذهنية لدى الشباب عن عمل المرأة. (محمد محمد فراج، 2016)

كما هدفت دراسة نصيرة بن الشيخ (2016): إلى معرفة العلاقة بين صراع الأدوار والضغط النفسي لدى المرأة العاملة في أحد أهم القطاعات وهي المؤسسة التربوية، وقد تم استخدام المنهج الوصفي، ومن نتائج الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين صراع الأدوار والضغط النفسي لدى النساء العاملات، وخرجت الدراسة بمجموعة من الاقتراحات منها: تعريف الرجل والمرأة بحقوقهم وواجباتهم وأدوارهم في الحياة والمشاركة في اتخاذ القرارات. وتوفير الأخصائيين النفسيين المتمكنين وذوى الكفاءة العالية للجوء لهم عند الحاجة خصوصاً في فترات الضغط ومواجهة بعض الصعوبات. (نصيرة بن الشيخ، 2016)

استهدفت دراسة مداخل زيد عبدالرحيم التيماني (2017): معرفة الصورة العامة للمرأة السعودية ودورها الاجتماعي كما تدرّكها السعوديات من خلال الدراما الخليجية في قناة mbc الفضائية، وقد استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي، وأداة الاستبيان وتم التطبيق على عينة من التربويات بلغت 380 مفردة في المدارس الثانوية الحكومية في مدينة الرياض، ومن نتائج الدراسة: أنه يوجد هناك مجموعة من الصفات

السلبية للمرأة السعودية هي الأكثر انتشاراً وتمثيلاً للمرأة السعودية العاملة في الدراما الخليجية التي تعرض على قناة mbc وهي: أنها منشغلة بالمظاهر والشكليات. (مداخل زيد عبدالرحيم التيماني، 2017) وجاءت دراسة Ibrahim, Faridah; Yunus, Norzita (2017): لمعرفة صورة المرأة العاملة في وسائل الإعلام وخاصة الدراما التلفزيونية، وأكدت أن دور المرأة العاملة يتغير باستمرار، ولقد قامت الدراسة بتحليل نوعي للمحتوى لخمس مسرحيات تلفزيونية ماليزية شهيرة، وأكدت النتائج: أن التعميمات النمطية لصور المرأة العاملة لا تزال موجودة ولكن بدرجة أقل، فالمواقف الحالية التي أحدثتها العولمة والابتكارات المتطورة في التكنولوجيا الجديدة لم تخلق فقط فهماً جديداً للعالم من حولنا، بل أدت أيضاً إلى توعية المجتمع نحو عمل المرأة، فمن العوامل المهمة التي يمكن أن تحدد نجاح المرأة صورتها في الإعلام، ومن خلال المناصب التي تشغلها. (Ibrahim, Faridah; Yunus, Norzita, 2017)

هدفت دراسة اسراء عاطف إبراهيم الغزالي (٢٠١٨): إلى معرفة صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، والتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين طبيعة الصورة المقدمة والواقع الحقيقي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، ومن نتائج الدراسة: أن هناك تباين بين المشكلات التي عرضتها الدراما ومشكلات المرأة الواقعية بالرغم من أنها تدور في فلك واحد مثل المشكلات الأسرية، والمشكلات الاقتصادية. وكذلك وجود توافق بين السمات الإيجابية والسلبية التي تظهر بها المرأة العاملة والتي تظهر بها المرأة في الواقع. (اسراء عاطف إبراهيم الغزالي، ٢٠١٨)

وجاءت دراسة بسنت خيرت حمزة (2018): للتعرف على صورة المرأة المصرية العاملة في السينما المصرية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من سبعة أفلام ركزت على الصورة التي قدمتها السينما المصرية للمرأة العاملة خلال العشر سنوات الأخيرة. ومن نتائج الدراسة: أن أفلام السينما المصرية خلال العقد الأخير كانت أكثر ميلاً إلى تقديم صورة إيجابية للمرأة العاملة وهو ما يحفز المجتمع على زيادة نسبة النساء العاملات اللاتي يشاركن بشكل إيجابي في عملية التنمية، ولكن على الرغم من ذلك جاءت نسبة تقترب من الثلث من مجموع الأفلام المنتجة تقدم صورة سلبية لعمل المرأة مما يؤدي إلى خوف المجتمع وبالتالي معارضته لخروج المرأة للعمل. (بسنت خيرت حمزة، 2018)

كما هدفت دراسة أنيس شهيد محمد (2019): للتعرف على العنف الموجه إلى المرأة الذي يقوم به أفراد أسرته تجاهها وهي المرأة العاملة التي أدخلت نفسها في معترك حياة صعبة والتي ضحت وتضحي من أجل إسعاد أسرته، ولقد تم اختيار عينة مكونة من 120 مفردة لقياس العنف الأسري الموجه ضد المرأة العاملة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان للحصول على البيانات، ومن نتائج الدراسة: أن المرأة العاملة التي يتراوح عمرها ما بين 20-30 عاماً هن أكثر فئة عمرية معرضة للعنف الأسري، وأن أكثر الفئات التعليمية تعرضاً للعنف من أصحاب الشهادات الجامعية، كما تبين أن المبحوثات اللاتي يعملن أكثر عرضة للعنف الأسري. (أنيس شهيد محمد، 2019)

وللتعرف على المسؤول عن العنف الموجه ضد المرأة العاملة وتحديد رد فعلها حياله كانت دراسة بانياس عدنان جلوب المطيري (2019): وهدفت إلى معرفة أثر المتغيرات مثل الحالة الاجتماعية، مصدر العنف والمستوى التعليمي على المرأة العاملة المعنفة لفظياً، وتكونت عينة الدراسة من 100 مبحوثة عاملة في

الجامعة المستنصرية في مدينة بغداد. وأظهرت النتائج أن: الزوج هو مصدر العنف الأول التي تعاني منه المرأة العاملة المعنفة لفظياً، وأن أكثر نوع من أنواع العنف اللفظي هو الشتم والسب، مما يتطلب من الجانب الإعلامي الاهتمام بهذا الموضوع بشكل أوسع وأعمق. (بانياس عدنان جلوب المطيري، 2019)

كما جاءت دراسة **بوئينة مزارى (2019): لتسلط الضوء على الوضع المهني والاجتماعي للمرأة العاملة في القطاع الإعلامي**، ولتجيب عن الوضع المهني والاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وعلى الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وتم التوزيع على عينة قوامها 40 مفردة من النساء العاملات بقطاع الإعلام، وتم الاعتماد على نظرية النوع الاجتماعي ومن أهم النتائج: أن المرأة استطاعت التوفيق بين حياتها المهنية والاجتماعية برغم كل العوائق والتحديات. (بوئينة مزارى، 2019)

وهدفت دراسة **Fatima, Anam (2019): إلى التحليل النقدي للمسلسلات الدرامية ومعرفة إلى أي مدى تشمل أدوار المرأة العاملة في المسلسلات الدرامية الباكستانية المعاصرة**، ومعرفة تاريخ المرأة في باكستان، مع التعرف على صورة المرأة الشريفة بوسائل الإعلام، وتم استخدام تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات. وعلى الرغم من زيادة تعليم الإناث ومشاركتهن في العمل، ولا يزال موضوع الشرف هو السمة الأكثر شيوعاً في حياة المرأة على الشاشة وفي الثقافة الشعبية، كما أبرزت المسلسلات مشاركة المرأة في العمل. (Fatima, Anam 2019)

هدفت دراسة **Kley, Stefanie (2019): إلى تشجيع المرأة على العمل نظراً للظروف الاقتصادية**، فقد يحتاج كلا الشريكين إلى المساهمة في دخل الأسرة. لكن الحياة الزوجية تعيق مشاركة المرأة في العمل. كما هدفت الدراسة إلى انتقال المرأة إلى سوق العمل، وتم استخدام أداة الاستبيان لعدد 1334 من النساء. ومن نتائج الدراسة: تشجيع المرأة ذات الدخل المنخفض للنزول لسوق العمل. مما جعل النساء تلجأ إلى التوظيف للمساهمة في بناء الأسرة ولرفع مستوى المعيشة. (Kley, Stefanie, 2019)

كما هدفت دراسة **آية عبدالشافى أبو سليم (2020): إلى دراسة إدارة الضغوط الحياتية وعلاقتها بالاحترق النفسي لدى المرأة العاملة**. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واشتملت عينة البحث على 500 امرأة عاملة بشرط أن تكون متزوجة منذ خمس سنوات على الأقل ولديها أبناء، واشتملت أدوات البحث على استمارة البيانات العامة للأسرة (تجيب عنها السيدات العاملات)، وتوصلت النتائج إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للبحث وإدارة الضغوط الحياتية بأبعادها الخمسة والاحترق النفسي، ومن أهم التوصيات: تفعيل دور وسائل الإعلام بكافة أجهزته من خلال تقديم برامج تهدف إلى نشر الوعي عن المرأة العاملة. (آية عبدالشافى أبو سليم، 2020)

ولمحاولة التعرف على أوضاع بعض المعلمات في المجتمع المصري، ومدى حصولهن على حقوقهن في بيئة عملهن بما يتفق مع مبادئ حقوق الإنسان بشكل عام، وحقوق المرأة العاملة بشكل خاص جاءت دراسة **حنان محمد حافظ (2020):** واعتمدت الدراسة على أداة المقابلة مع بعض المعلمات المصريات. وتم التطبيق على بعض المدارس الثانوية العامة الحكومية للبنات بمحافظة الجيزة لعينة عشوائية من المعلمات المصريات، قوامها (65) حالة. واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن دور وسائل الإعلام ليس فقط الدفاع عن حقوقهن، بل تسهم الأعمال الدرامية في تشويه صورتهم، وصورة المعلمين بشكل عام. (حنان محمد حافظ، 2020)

كما بحثت دراسة **Kachalmi, Kobra Mohammadpour; Fee, Lee Yok (2020): في مدى أهمية التحليل النقدي لوسائل الإعلام للنساء الإيرانيات العاملات من وجهة نظر الناشطات النسويات الإيرانيات**. باستخدام المنهج الوصفي، وتم استخدام المقابلة شبه المنظمة مع (15) ناشطة نسوية إيرانية، كما حاول التلفزيون الإيراني إضفاء الشرعية على التحيز الجنسي وهيمنة الذكور على العمل، ومن نتائج الدراسة

أن: القراءة النقدية للرسائل الإعلامية يمكن أن تمكن النساء الإيرانيات من فهم كيف يعزز التلفزيون الإيراني الصور النمطية والأدوار للمرأة العاملة. (Kachalmi, Kobra Mohammadpour; Fee, 2020, Lee Yok)

كما هدفت دراسة سميرة بن يحيى (2021): إلى التعرف على محتوى قنوات اليوتيوب باعتبارها أحد أوجه الإعلام الجديد، وإبراز أثرها على ثقافة الاستهلاك لدى المرأة العاملة في الجزائر. ولتحقيق هذا الغرض أجريت دراسة ميدانية وتم توزيع استبيان على عينة مكونة من 271 امرأة عاملة، وتم التوصل إلى أن أفراد العينة يطلعون على محتوى قنوات اليوتيوب ويشتركون فيها ويتفاعلون مع ما تقدمه، لذلك فكل ما يُعرض في هذه القنوات أصبح له أثر على ثقافة الاستهلاك لدى المرأة العاملة ببعديها المادى والرمزى. (سميرة بن يحيى، 2021)

وهدف دراسة منى كحلوش (2021): إلى التعرف على استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على أهم الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، وتأثيرات هذه المواقع على الحياة الشخصية والمهنية للمرأة، نظرا للزواج الذى تشهده الشبكات الاجتماعية اليوم والدور الذى تلعبه فى حياة الفرد، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على المنهج المسحى وأداة الاستبيان الذى طبق على عينة بحثية تمثلت فى معلمات التعليم الابتدائى بولاية سوق أهراس. (منى كحلوش، 2021)

وجاءت دراسة Payne, Chelsea L (2021): لتوضح مدى تغير المواقف تجاه المرأة العاملة بشكل جذرى بعد الحرب العالمية الثانية، وتم تشجيع النساء على العمل كواجب وطنى بعد ذلك، وبالتالي واصلت ملايين النساء العمل لمتابعة حياتهم المهنية. ففي الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضى كانت المرأة العاملة تهتم بالعمل فى وقت كان من المتوقع أن تتبنى فيه المرأة الحياة المنزلية. وكانت النساء يعملن فى الموضة ويقمن بتقديم ملابس أنيقة وبأسعار معقولة، مما أدى إلى رفع مستوى الموضة للجماهير ودعم النجاح المتزايد لصناعة الأزياء الأمريكية فى فترة ما بعد الحرب. وبالتالي كان للمرأة دور فى تقديم الموضة. (Payne, Chelsea L, 2021)

كما كشفت دراسة Singha, Surjit (2021): التحديات التى تواجهها المرأة العاملة فى الحفاظ على ظروف عمل إيجابية، كما تناولت تأثير المرأة العاملة فى تكوين المناخ التنظيمى وفعاليتها فى هذا العصر التنافسى. وواجهت النساء العاملات تحديات متعددة، كما أنشأت القيادات النسائية مبادرات لتمكين المرأة وتشجيع المجتمع على الاهتمام بالمساواة بين الجنسين. وتم جمع البيانات من خلال استبيان منظم لعينة قوامها 124 امرأة عاملة فى البنوك فى الهند. وتم تحليل البيانات كمياً باستخدام مقياس ليكرت، وأظهرت النتائج أن: المشاكل الكبيرة التى تواجهها المرأة العاملة هو الحفاظ على مناخ صحى لأنهم يعانون من التوتر والقلق والاكتئاب المرتبط بالعمل. (Singha, Surjit, 2021)

كما هدفت دراسة Tunji-Olayeni, P F , Kajimo -Shakantu, K (2021): إلى تسخير مواهب وقدرات المرأة العاملة، لأن صناعة البناء لا تزال يهيمن عليها الذكور أكثر من النساء، مع ضرورة المساواة والإنصاف بين الجنسين والتى من شأنها تحسين ظروف العمل فى الصناعة ولزيادة القدرة التنافسية. واستخدمت الدراسة الاستبيانات لتحقيق الغرض البحثى. واستندت الدراسة على عينة هادفة من النساء العاملات فى نيجيريا. وتم استخدام الإحصاء الوصفى لتحليل البيانات. (Tunji-Olayeni, P F , Kajimo-Shakantu, K, 2021)

كما هدفت دراسة Zhou, Yuhang; Yang, Fan; Yang, Jialin (2023): التعرف على محتوى الدراما السينمائية والتلفزيونية باعتبارها أحد أوجه الإعلام، وإبراز أثرها على المرأة العاملة، كما تكشف الدراسة عن صورة النساء فى هذه الدراما، ووضحت النتائج أن: الدراما تقدم صورة للمرأة العاملة بنماذجها

المختلفة. (Zhou, Yuhan; Yang, Fan; Yang, Jialin; Wang, Huiying, 2023).
التعليق على الدراسات السابقة العربية والأجنبية ومدى الاستفادة منها:

من خلال مراجعة الباحثة للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة وجدت الباحثة ما يلي:-

- أثمر الاطلاع على جميع الدراسات السابقة العربية والأجنبية في إثراء وتوسيع معارف الباحثة، إلى جانب اختيار الإطار النظري والنظرية المناسبة، كما أنها تدرج ضمن البحوث الوصفية والتي اتبعت منهج المسح كـ بعض الدراسات المذكورة، وفي تحديد إشكالية الدراسة، وبالتالي تم الاستفادة منها في صياغة المشكلة البحثية وتحديد الهدف منها وأهميتها، والتعرف على أهم الأدوات والأساليب المستخدمة في هذه الدراسات، وكيفية الاستفادة منها في الدراسة الحالية، وكذلك المنهج المستخدم والعينة البحثية التي تم استخدامها، وكذلك تصميم صحيفة الاستبيان ومناقشة النتائج.

- وعلى الرغم من تنوع الأساليب البحثية لكن ظلت غالبية الدراسات حبيسة تحليل المضمون **كدراسة بسنت خيرت حمزة (2018)** وهدفت الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة المصرية العاملة في السينما المصرية ودراسة (2019, Fatima, Anam) وهدفت إلى التحليل النقدي للمسلسلات الدرامية ومعرفة إلى أي مدى تشمل أدوار المرأة العاملة في المسلسلات الدرامية الباكستانية المعاصرة، وهو أداء تقليدية في مجال دراسة الصورة، لذلك تسعى الباحثة لاستخدام أساليب بحثية جديدة بعيداً عن تحليل المضمون بصورته التقليدية حيث كانت الدراسة الحالية ميدانية.

- وترى الباحثة أنها قد استفادت كثيراً من التراث النظري المتوفر حول دراسة الصورة التي تقدمها الدراما التلفزيونية لنماذج مجتمعية تؤثر دون شك في تشكيل وعي الرأي العام حول هذه النماذج المجتمعية، لكن تظل صورة المرأة العاملة كما تناولتها الدراما الرمضانية لم تُدرس من قبل، لذلك تسعى الدراسة الراهنة لرصد هذه الصورة خلال شهر رمضان 2023م-1444هـ.

- ويلاحظ اتفاق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة أيضاً في تناول صورة المرأة، وتأتي دراستنا الحالية مكملة للدراسات السابقة حيث ركزت على موضوع اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة العاملة (على وجه الخصوص) في الدراما الرمضانية 2023م-1444هـ، وعلى حد علم الباحثة لم تتناولها أي دراسة أخرى عربية أو أجنبية.

- كما استفادت الباحثة من عرض نتائج الدراسات السابقة للمقارنة بينها وبين النتائج التي تم التوصل إليها لمعرفة مدى الاتفاق والاختلاف في هذه النتائج.

مشكلة الدراسة:

تعتبر الدراما التلفزيونية من أهم الأشكال الدرامية الأكثر رواجاً في الخريطة التلفزيونية خاصة في شهر رمضان المعظم، والتي تؤثر تأثيراً بالغاً في الفرد والمجتمع، لما تتمتع به الدراما الرمضانية من نسبة مشاهدة مرتفعة من جانب الجمهور المشاهد، وقد اتسمت الدراما هذا العام بالتركيز على المرأة العاملة وتقديم نماذج متعددة من صور المرأة في المجتمع، إلا أن إبراز صورة المرأة العاملة في الدراما المصرية في رمضان تظل محدودة القيمة والفاعلية، إذا لم تقترن بتطوير حقيقى يعكس نفسه فيما يقدمه التلفزيون المصري من صورة المرأة العاملة والأدوار التي تقوم بها.

ومن هذا المنطق تكمن مشكلة الدراسة في الوقوف على أنماط ونماذج المرأة العاملة التي تقدمها بعض الأعمال الدرامية التي عرضت في شهر رمضان 2023م، بما يمكن أن تؤثر في إدراك المشاهدين للواقع وما يتكون لديهم من صور ذهنية تساعدهم على تفسير الواقع من حولهم.

ومن هنا يمكن أن تُستغل الدراما التليفزيونية في معرفة دور المرأة العاملة في المجتمع، ويجب ألا ننظر إلى الدراما التليفزيونية على أنها نوع من شغل أوقات الفراغ والترفيه فقط، بل يجب الاستفادة من هذا الشكل الفني الذي يجذب الجماهير خاصة في شهر رمضان كأداة لتطوير المجتمع والاهتمام بعمل المرأة. وبالتالي استندلت الباحثة على مشكلة الدراسة من خلال مشاهدتها للدراما المقدمة في شهر رمضان لعام 2023م-1444هـ، وهي تحتل مساحة كبيرة على خريطة البرامج والفقرات المختلفة، وتركيزها على المرأة المصرية العاملة في بعض أعمالها الدرامية، والتعرف على صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما المصرية.

وإذا كانت صورة المرأة العاملة في الواقع تلعب دوراً مهماً في مشاركتها في عملية التنمية داخل المجتمع، فإن الصورة التي تبثها الدراما الرمضانية عن المرأة العاملة تلقى بظلالها على الواقع الاجتماعي، بحيث يمكن أن تؤثر إيجابياً أو سلبياً في الرأي العام المصري، حيث تعطى الصورة الإيجابية حافز للرأي العام لتشجيع المرأة العاملة على الاستمرار في العمل والمشاركة في تنمية المجتمع، أو العكس وبالتالي يخسر المجتمع جزء هام من قواه المنتجة المشاركة في عملية التنمية.

ونظراً لأهمية دور المرأة العاملة في بناء المجتمعات والتنمية الشاملة على مختلف الأصعدة. ومن أجل الوقوف على طبيعة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة بشكل أدق، والتعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م، ووصولاً لتحديد دقيق لمشكلة الدراسة، أجريت الباحثة دراسة استكشافية ميدانية باستخدام أداة الاستبيان على عينة عشوائية من الجمهور خلال الفترة من 27 إلى 30 مارس 2023م، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة:

1- أن المبحوثين يتابعون الدراما الرمضانية وخاصة المسلسلات التليفزيونية، وجاءت في المركز الأول في متابعتهم بنسبة 98%.

2- يغلب على أنماط مشاهدة الدراما الاستخدام اليومي لأكثر من خمس ساعات، بينما أكثر الأوقات تفضيلاً للاستخدام هي أوقات المساء والسهرة. وتحاول الدراسة الحالية معرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م.

أهمية الدراسة:

وتكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة: في تركيزها على اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م، أما الأهمية التطبيقية: فتتمثل فيما تنتهي إليه الدراسة من تقديم رؤية قد تسهم في معرفة صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م، كما تستمد الدراسة الحالية أهميتها فيما يلي:-

1- من أنها تتناول بالدراسة ركيزة أساسية في المجتمع وهي المرأة العاملة التي تمثل الأم التي تربي والزوجة والعائلة، وضرورة تقديمها في صورة تحافظ على مكانتها بالمجتمع، ذلك المجتمع الذي لا يستقيم إلا إذا استقامت أعمدته الرئيسية والتي تمثل المرأة العاملة واحدة منها.

2- كما أنها تتناول صورة المرأة العاملة من خلال واحد من أهم أشكال الفنون المرئية وهي الدراما الرمضانية كون هذا الشكل حقق حضوراً وحيزاً عبر مختلف القنوات الفضائية، وبالتالي الإسهام في خلق صورة ذهنية

- إيجابية من خلال عرضها لواقع المرأة العاملة في الدراما التلفزيونية والتحديات والصعوبات التي تواجهها في العمل.
- 3- قلة الدراسات في حدود علم الباحثة التي تناولت الحديث عن موضوع صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م واتجاهات الجمهور المصري نحوها.
- 4- اختبار نظرية الغرس الثقافي بالتطبيق على الدراما الرمضانية المصرية ومعرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة العاملة بها.
- 5- ستكون هذه الدراسة مفيدة للقائمين على وسائل الإعلام وخصوصاً القائمين على الأعمال الفنية (المؤلفين، والمخرجين، والممثلين)؛ لمعرفة نقاط القوة والضعف التي تخللت أعمالهم في معالجة أو تناول الضغوطات التي واجهت صنّاع الدراما في تناولهم للمرأة العاملة.
- 6- تأمل الباحثة أن تساعد نتائج وتوصيات الدراسة الجهات المعنية في وضع خطط واستراتيجيات تساهم في تدعيم الصورة الذهنية للمرأة العاملة، وإثراء المكتبة العلمية العربية بالدراسة حول هذا الموضوع.
- أهداف الدراسة:**

تحدد أهداف الدراسة في:

- 1- التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:-
- 2- معرفة مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها الدراما الرمضانية.
- 3- الكشف عن أهم الملامح الإيجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية.
- 4- الكشف عن أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية.
- 5- معرفة أهم الموضوعات التي تهم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية.
- 6- التعرف على الأدوار التي ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية.
- 7- معرفة أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية.

مصطلحات الدراسة:

- 1- **الاتجاه:** هو تنظيم أو نظام ثابت نسبياً من عناصر المعرفة والشعور والميل أو الاستعداد السلوكي نحو موضوع أو شخص أو شيء معين، وهو يمثل مرحلة سابقة للسلوك الفعلي أو الاستجابة ويرتبط بها بشكل تفصيلي أي من حيث الرفض أو القبول. (السيد بخيت ٢٠٠٦، ص 22)
- 2- **الجمهور:** هو مجموعة كبيرة من الناس من مختلف المهن والأدوار والمراكز الاجتماعية وكل فرد منهم مجهول الهوية لا يتفاعل مع الآخرين ولا يتبادل معهم المشورة.
- 3- **الجمهور لأغراض هذه الدراسة:** هم الناس الذين لا تربطهم أي روابط عرقية أو طائفية مشتركة وهم لا يعرفون بعضهم البعض، ويتكونون من عدد كبير من الناس بمختلف توجهاتهم الثقافية أو السياسية أو الاقتصادية، إلا أنهم قد يجتمعون على اهتمام واحد يتم عرضه عبر وسائل الإعلام، بما يتماشى مع المحيط البيئي والإقليمي والدولي السائد بحيث يكون ذا اهتمام مشترك.
- 4- **الصورة:** هي أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس، ولقد ارتبطت وظيفتها سواء كانت إخبارية، رمزية، ثائقية أو ترفيهية بكل أشكال الاتصال والتواصل. والصورة هي واقع متحقق في حياتنا، ويسهل تعريفها بالإشارة إلى تجلياتها المختلفة، وهذا الاختلاف هو سمة من سمات الصورة رغم وحدة كينونتها كجنس فني محدد. (حميدة مخلوف، 2004، 18).

5- **الصورة الإعلامية:** تمثل الصورة المقدمة عبر وسائل الإعلام باعتبارها تصورات نخبة من المثقفين كما أنها هي تلك التي ظهرت نتيجة لتغلغل وسائل الإعلام في حياتنا المعاصرة، واعتمادنا الذي أصبح شبه كامل عليها في التعرف على الحياة وما يدور بها. (أيمن منصور ندا، ٢٠٠٤، ص31)

6- **المرأة العاملة:** هي خروج المرأة للعمل خارج البيت أو خارج وظائفها التقليدية التي تتم دون أجر، وبالتالي ترى الباحثة أن المقصود بالمرأة العاملة هنا هو عمل المرأة بأجر ومشاركتها في عملية الإنتاج ومساهمتها في عملية التنمية داخل مجتمعها. (بسنت خيرت حمزة، 2018، ص211)

7- **الدراما التلفزيونية:** حكاية لجانب من الحياة الإنسانية، يعرضها ممثلون يقلدون الأشخاص الأصليين في لباسهم وأقوالهم وأفعالهم، ويقصد بها الأعمال الفنية من مسلسلات وأفلام تمثيلية والتي تعرض على شاشة التلفزيون. (أنيس وآخرون، 2008، ص16)

ويُقصد بالدراما الرمضانية في هذه الدراسة: هي المسلسلات التلفزيونية التي تم اذاعتها على شاشة التلفزيون المصري في شهر رمضان لعام 2023م والتي تعرض لها الجمهور بشكل مكثف وحازت على أعلى نسبة مشاهدة بناءً على الدراسة الاستطلاعية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى دراسة أطروحة أساسية وهي التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية 2023م، وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:-

- 1- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة في الدراما الرمضانية؟
- 2- ما معدل تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية؟
- 3- ما أسباب مشاهدة الجمهور المصري للدراما الرمضانية؟
- 4- ما مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها الدراما الرمضانية؟
- 5- ما أهم الملامح الإيجابية والسلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية؟
- 6- ما أهم الموضوعات التي تهتم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية؟
- 7- ما أهم الأدوار التي ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية؟
- 8- ما أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية؟

فروض الدراسة:

- 1- **الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية واتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية.
- 2- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، ومستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.
- 3- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور المصري نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية، باختلاف المتغيرات الديمغرافية (النوع - محل الإقامة - السن - مستوى الدخل - المؤهل).
- 3(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.

3(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.

3(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الفئات العمرية في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.

3(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات فئات الدخل في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.

3(هـ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مستوى التعليم في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.

4- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، باختلاف المتغيرات الديمغرافية (النوع – محل الإقامة – السن – مستوى الدخل – المؤهل).

4(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية.

4(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية.

4(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الفئات العمرية في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية.

4(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات فئات الدخل في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية.

4(هـ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مستوى التعليم في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية.

منهج وعينة الدراسة:

استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلاني بشقه الميداني وهو يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الإعلامية، حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها. (محمد عبد الحميد، ١٩٩٥، ص ٩٢)

وفي إطار الدراسة الوصفية استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة باعتباره جهداً علمياً منظماً يُستخدم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة محل الدراسة لمسح الجمهور المصري – عينة الدراسة – للتعرف على اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية 2023م-1444هـ، من خلال عينة عمدية قوامها 300 مفردة ممن يشاهدون الدراما الرمضانية، ولقد حددت الباحثة مجتمع الدراسة الذي يتم اختيار العينة منه والذين تتراوح أعمارهم من 18-50 سنة من الجمهور المصري من طلاب كلية التربية النوعية وكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بدسوق وقرية شباس الملح بمحافظة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بمحافظة الجيزة.

مبررات اختيار العينة:

- 1- أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة الحالية وهي الجمهور المصري من 18-50 سنة ، وهي تشكل قطاعاً هاماً في المجتمع، كما أنهم يعتبرون من أكثر الفئات تعرضاً للدراما الرمضانية.
- 2- تم اختيار عينة الدراسة من الجمهور المصري كما تم تطبيق البحث على طلاب كلية التربية النوعية وكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بدسوق وقرية شباس الملح بمحافظة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال بمحافظة الجيزة، حيث مكان إقامة الباحثة ما بين محافظتي الجيزة وكفر الشيخ، حيث يسهل عليها التطبيق، ولوجود اختلاف كبير بينهم في التقدم والتطور التكنولوجي وفي العادات والتقاليد والاهتمامات مما يساعد على إعطاء ثراء وتنوع في نتائج البحث.

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
%	ك		
57.3	172	ذكور	النوع
42.7	128	إناث	
100	300	جملة	
50	150	ريف	الإقامة
50	150	حضر	
100	300	جملة	
10	30	أقل من 2000 جنية	متوسط دخل الأسرة
58	174	من 2000 : 4000 جنيها	
32	96	4000 جنية فأكثر	
100	300	جملة	
17.3	52	أقل من 20 سنة	السن
53.7	161	من 20-40 سنة	
29	87	أكثر من 40 سنة	
100	300	جملة	
6.7	20	دون المتوسط	المؤهل
20.3	61	تعليم متوسط	
65	195	مؤهل عالي	
8	24	دراسات عليا	
100	300	جملة	

من حيث النوع: نسبة 57.3% من أفراد العينة ذكور ونسبة 42.7% منهم إناث.
من حيث الإقامة: نسبة 50% من أفراد العينة مقيمين بالريف، ونسبة 50% منهم مقيمين بالحضر.

من حيث الدخل: نسبة 10% من أفراد العينة دخلهم أقل من 2000 جنيها، ونسبة 58% منهم دخلهم ما بين 2000 إلى 4000 جنيها، ونسبة 32% منهم دخلهم أكثر من 4000 جنيها.

من حيث السن: نسبة 17.3% من أفراد العينة سنهم أقل من 20 سنة، ونسبة 53.7% منهم سنهم من 20-40 سنة، ونسبة 29% منهم سنهم أكثر من 40 سنة.

من حيث المؤهل: نسبة 6.7% من أفراد العينة تعليم دون المتوسط، ونسبة 20.3% منهم تعليم متوسط، ونسبة 65% منهم تعليم عالي، ونسبة 8% منهم حاصلين على دراسات عليا.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من الجمهور المصري من الذكور والاناث من سن 18-50 سنة من طلاب كلية التربية النوعية وكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بمحافظة كفر الشيخ والجيزة.

حدود الدراسة:

- 1- الحدود الموضوعية:** اختارت الباحثة التلفزيون (كوسيلة) والاتجاه نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية لدى الجمهور المصري (كجمهور).
- 2- الحدود المكانية:** أجريت الدراسة الميدانية وتم التطبيق على الجمهور المصري من 18-50 سنة من طلاب كلية التربية النوعية وكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بدسوق وقرية شباس الملح بمحافظة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بمحافظة الجيزة.
- 3- الحدود الزمنية:** حددت الباحثة الفترة الزمنية لإجراء المسح الميداني الشامل للجمهور المصري بعد شهر رمضان 2023م/1444هـ مباشرة، أي تم التطبيق خلال شهرى إبريل ومايو لعام 2023م.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة فى هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات من العينة المبحوثة والإجابة عن التساؤلات المطروحة، حيث تم توزيعها عن طريق المقابلة، ويرجع استخدامنا لهذا النوع على الرغم مما يتطلبه من جهد ووقت إلى احتمال عدم فهم الأسئلة من طرف بعض المبحوثين، خاصة إذا كان مستواهم التعليمي محدود أو لا يملكون معلومات سابقة حول الموضوع، وتضمنت هذه الصحيفة فى مجموعها عدد (15) سؤالاً من الأسئلة المقننة، وجميعها من النوع المغلق النهائية حتى يكون من السهل إجراء عملية التحليل الإحصائي للبيانات، وقد تم تصميم الاستبيان على ضوء مشكلة الدراسة، حيث تم تغطية كل أهداف البحث بشكل كامل بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التى حققت الأهداف وأجابت على التساؤلات. ومن محاور الاستبيان:-

مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التى تعرضها الدراما الرمضانية، واشتمل على (3) عبارات، مدى نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم صورة حقيقية للمرأة المصرية العاملة واشتمل على (3) عبارات، أهم الملامح الايجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية واشتمل على (6) عبارات، أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية واشتمل على (7) عبارات، أهم الموضوعات التى تهتم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية واشتمل على (6) عبارات، طبيعة الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية واشتمل على (3) عبارات، أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية واشتمل على (12) عبارة، موقف واتجاه الجمهور المصري نحو صورة المرأة المصرية العاملة فى الدراما الرمضانية 2023م-1440هـ واشتمل على (3) اختيارات (موافق، غير موافق، غير موافق جداً)، ولقد طبق الاستبيان بعد شهر رمضان

2023م/1444هـ مباشرة، أى تم التطبيق بعد شهر رمضان 2023م/1444هـ مباشرة، خلال شهرى إبريل ومايو لعام 2023م.
إعداد أدوات الدراسة:

ويشتمل على استمارة الاستبيان للتعرف على اتجاهات الجمهور المصرى نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية. وقد مر إعداد استمارة الاستبيان بالمراحل الآتية :-

1- تحديد البيانات: وذلك من خلال تحديد نوعية البيانات والمعلومات المطلوب جمعها من الميدان بعد التحديد الدقيق للمشكلة البحثية وتحديد هذه البيانات والمعلومات التى من خلالها تستطيع الباحثة التعرف على اتجاهات الجمهور المصرى نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية.

2- تحديد الأسئلة: ولقد تم تحديد الأسئلة فى استمارة الاستبيان، ثم تم عرضها على بعض الأساتذة المحكمين(*) فى الدراسات الإعلامية، وتم إجراء بعض التعديلات عليها بحيث تغطى أهداف البحث ككل.

3- إعداد صحيفة الاستبيان فى صورتها الأولية: وذلك من خلال الاختبار القبلى للصحيفة، فلقد تم إعداد بعض صحائف الاستبيان لاستخدامها وتجربتها على عينة مماثلة للعينة الأصلية للتعرف على مدى وضوح الأسئلة قبل التطبيق النهائى للاستبيان، وأفادت الدراسة الأولية فى التعرف على مدى ملائمة الأسئلة.

4- الإعداد النهائى لصحيفة الاستبيان: بعد ذلك تم الإعداد النهائى لصحيفة الاستبيان فى صورتها النهائية وتم التطبيق على الجمهور المصرى من 18-50 سنة، وجاءت عينة الدراسة من الجمهور المصرى على طلاب كلية التربية النوعية وكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بدسوق وقرية شباس الملح بمحافظة كفر الشيخ، وبعض المدرسين والموظفين والعمال ببعض المدارس بمحافظة الجيزة، وتم إجراء الاستبيان وبعد التطبيق تم مراجعة الصحائف قبل عمل الإحصاء اللازم لها، وبعد ذلك تم استخراج النتائج النهائية وقامت الباحثة بتفسيرها.

إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة الميدانية:

1- الصدق: صدق المحكمين وذلك للتأكد من صدق الاستبيان، فلقد قامت الباحثة بعرض الاستبيان على بعض الأساتذة المحكمين(*) فى مجال الإعلام وذلك لمراجعة أسئلة الاستبيان ولإبداء رأى فيها؛ حول مدى ملائمة فقرات الأداة من حيث المحتوى والمضمون وارتباطها مع الهدف الذى تقيسه مع قابلية الحذف أو الإضافة أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التى رأى الباحث أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية، وبعدها تم إجراء التعديلات اللازمة. ولقد أجريت الباحثة تطبيقاً مبدئياً للاستمارة على عينة من الجمهور المصرى قوامها (10% من العينة) (مناصفة بين الذكور والإناث) وذلك للتعرف على مدى وضوح أسئلة الاستمارة ، ولقد أسفرت نتائج الدراسة على وضوح الأسئلة.

2- الثبات: تم قياس الثبات فى أداة الدراسة وهى الاستبيان من خلال إعادة تطبيق الاستبيان، حيث تم تطبيقه على عينة من الجمهور المصرى قوامها (10% من العينة) من الذكور والإناث، وبعد مرور أسبوع تم إعادة الاستبيان مرة أخرى على نفس العينة، ووجدت الباحثة أن النتيجة واحدة فى كلا الاختبارين بنسبة تتجاوز 96% وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلى، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS

Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية فى تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
 - اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
 - اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
 - تحليل التباين ذى البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
 - الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) اختبار LSD لدلالة الفروق الثنائية لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- الإطار النظري للدراسة:**

نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory

تعتمد هذه الدراسة فى إطارها النظرى، وصياغة فروضها وتحليل نتائجها على نظرية الغرس الثقافى، ولقد ظهرت نظرية الغرس الثقافى فى الولايات المتحدة الأمريكية خلال السبعينات من القرن الماضى كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعليم العرضى الناتج عن تراكم التعرض لوسائل الإعلام المختلفة بخاصة التلفزيون، حيث يعرف المتلقى حقائق الواقع الاجتماعى من هذا التعرض المكثف لوسائل الإعلام، ويعد (جورج جربنر) الأب الروحى والمؤسس لنظرية الغرس الثقافى. (حسن عماد مكاوى، 1993، ص11)

وهى واحدة من النظريات التى تقيس تأثيرات الرسالة الإعلامية على الجمهور دون مبالغة وتراعى عدداً من الاعتبارات الهامة فى بنائها، وتركزت نظرية الغرس الثقافى على دراسة دور التلفزيون فى غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام والفئات التى تجلس طويلاً أمامه مثل الأطفال وقضايا الترفيه والعنف على الرغم من أن معطياتها يمكن تجربتها على بقية القضايا وفئات أخرى من الجمهور. (رضا عكاشة، 2006، ص32)

كما تُعد نظرية الغرس امتداداً لدور وسائل الإعلام فى عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، حيث أن كلاً منهما يقوم على التفاعل الاجتماعى بين الفرد والوسائل التعليمية والتنشئة الاجتماعية، وتهدف إلى إكساب الفرد اتجاهات وسلوكيات تتناسب مع دوره الاجتماعى، تسهل له عملية التفاعل والاندماج فى حياته الاجتماعية. فالتعرض المستمر للدراما الرمضانية ومنها المسلسلات والتفاعل معها يؤثر على الواقع الاجتماعى للأفراد ويسيطر على عالمهم الرمضى.

وبناءً على هذه النظرية فإن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث فى العالم الخارجى، وإنما تنمى هذه الوسائل عالماً يبدو حقيقياً أو يتحول إلى واقع بالنسبة للجمهور، وقد يتقبل المتلقى هذا الواقع لكونه غير واع بالعمليات التى تحدث فى تكوينه، فهو يشعر فقط بأنه يتعرض للتسلية والترفيه، ثم يصبح العالم الذى كونه وسائل الإعلام حقيقياً فى ذهنه بعد ذلك، وقد لا يستطيع أن يميز بين هذا العالم المصطنع والعالم الواقعى. (حسن عماد مكاوى، 1997، ص56)

فروض نظرية الغرس الثقافى

تعتمد نظرية الغرس الثقافى فى بناءها على الفروض النظرية التالية:-

- 1- كلما زاد الوقت الذى يقضيه الفرد فى مشاهدة التلفزيون، أدرك الواقع بصورة أقرب إلى النماذج والأفكار التى يقدمها التلفزيون عن الواقع الحقيقى.

- 2- يعد التلفزيون وسيلة أساسية للغرس مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري الأخرى.
- 3- تشكل رسائل التلفزيون نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافات المختلفة. (p102 ، Elizabeth M. Perse، 2000)

ولقد اعتمدت الباحثة على نظرية الغرس الثقافي كإطار نظري للدراسة الحالية؛ وذلك في صياغة بعض فروضها البحثية، ويتفق الفرض الرئيسي لنظرية الغرس مع الفرض الرئيسي الذي تتبناه الدراسة الحالية، ومفاده أن الجمهور المصري كثيف المشاهدة للدراما التلفزيونية الرمضانية يختلفون في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة عن أولئك الذين لا يشاهدون أو قليل المشاهدة لهذه الدراما، ويتكون هذا الاختلاف في الدرجة الأولى نتيجة لما يشاهدونه من دراما عبر التلفزيون، ومع التأثير التراكمي لتكرار مشاهدة الجمهور المصري للدراما الرمضانية يظهر اتجاههم نحو صورة المرأة العاملة، وما يرتبط بها من أحداث وتأثيرات تقدم من خلال التلفزيون، وتم توظيف نظرية الغرس الثقافي منهجياً في التعرف على تأثير الفروق في كثافة المشاهدة وتأثير بعض الخصائص الديموغرافية على درجة إدراك الاتفاق بين الواقع المدرك لصورة المرأة العاملة لدى الجمهور المصري، والواقع الذي تعكسه الدراما الرمضانية.

الإطار المعرفي للدراسة: دوافع عمل المرأة

نصف النساء يعملن ليعشن أو ليعلن أنفسهن أو أسرهن، بينما البعض يعتبر الراتب بالنسبة لهن دخل اضافي، والبعض الآخر يتخذ العمل هدفاً في ذاته أو كضمان ضد الزمن أو لإيجاد هدف للحياة أو لتغيير نمط الحياة، أو لإيجاد علاقات انسانية جديدة.

ولقد تناولت العديد من الدراسات والبحوث الدوافع التي وراء خروج المرأة لميدان العمل. وتعددت النتائج وتتنوع آراء واتجاهات ومذاهب الباحثين، فبعضهم اهتم بإظهار وانعكاسات عمل المرأة الأم على أسرته وأطفالها والبعض الآخر اهتم بدراسة الاتجاهات والقيم الدافعة لعمل المرأة، وفريق ثالث رأى أن التحولات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية أفرزت أزمات اجتماعية ومادية حادة اعترضت طريق المرأة وحياتها الأسرية، وكانت دافعاً قوياً بخروج المرأة إلى العمل الذي ساعد على تخطي تلك الأزمات المادية منها بشكل خاص وقد أظهرت نتائج الدراسة في هذا المجال أن أهم دوافع عمل المرأة هي:-

1- العامل الاقتصادي

رأى البعض أنه عندما تخرج المرأة للعمل، إما أن تكون بحاجة لكسب قوتها، أو قوت أسرته، وبالتالي لا يمكن الاستغناء عن عملها، وإما أن يكون عملها عاملاً مساعداً في رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للأسرة، ومعظم الدراسات في الوطن العربي حول دوافع خروج المرأة إلى العمل أكدت على أهمية العامل الاقتصادي. (محمد سيد فهمي، 2004، ص120)

2- العامل الثقافي والنفسي والاجتماعي

أصبح العمل ضرورة وحاجة إنسانية، وكثير من النساء قبل انخراطهن بالعمل كن يشعرن بالنظرة الدونية لذاتهن وبأنهن عديمات الفائدة، إضافة إلى إحساسهن بالملل من القيام بالأعباء المنزلية وخدمة الزوج والأطفال، ولكن بعد دخولهن ميدان العمل اختلفت حياتهن وتغيرت كل تلك الأمور، وبالتالي يمكن القول إن للدافع الاقتصادي أهميته وشأنه الكبير في خروج المرأة للعمل، فهو يساعدها في تقوية شخصيتها وفي تحسين صورتها عن ذاتها وبممكنها من أن تكون عنصراً فعالاً في الأسرة لها القدرة على المشاركة في القرار، إضافة

إلى إمكانية تثقيف ذاتها وإنماء خبراتها ومهاراتها، وتخليصها من روتين الحياة المنزلية وأعبائها الأسرية، ويضيف إليها إمكانية تربية أولادها تربية نفسية اجتماعية صحيحة. (ياسين أبو علي، 1992، ص125)

الصعوبات التي تواجهها المرأة العاملة

تواجه المرأة العربية العاملة الكثير من الصعوبات والتحديات التي تحد في كثير من الأحيان من وصولها وتوليها المناصب الإدارية العليا، كما تعاني من العديد من الصعوبات والتي تتراوح بين الصعوبات النابعة من العادات والتقاليد الأسرية، بالإضافة إلى الصعوبات التي تواجهها في مكان العمل. مثل الانتقال منه وإليه وكذلك صعوبات في تربية أطفالها والعناية بهم، والقيام بالالتزامات المنزلية والزوجية بالتزامن مع أدائها لعملها، كما وقد تصاب المرأة العاملة بأضرار نفسية نتيجة تواجدها في بيئة عمل محاطة بالكثير من الطابع والشخصيات والأفكار المختلفة، التي قد يصعب التعامل معها، بالإضافة إلى بعض الظروف والعوائق التي تصادف السيدات بشكل خاص، والتي تجعلهن يجدن صعوبة في التوفيق بين الحياة العملية والأسرية لكثرة الضغوطات النفسية، وعدم الإرتياح في بيئة العمل، الأمر الذي يزيد من معاناة المرأة والتي قد تضطرها إلى أن تلجأ للهروب من عملها والتخلي عن مستقبلها المهني. (الشيخ أسيل عبد الرحيم، 2018، ص26).

وتتمثل المشاكل التي تواجه المرأة العربية العاملة بشكل عام في القيود الأسرية والاجتماعية والثقافية والمهنية التي تؤثر على مشاركتها في التنمية، كما تتمثل أيضا في عدم توليها الوظائف الإدارية والنظر إليها على أنها أقل كفاءة وتدريب، وبالتالي استغلالها في إعطائها وظائف أقل أهمية. (بتول عوان بشير اللحام، 2019، ص56)

المرأة العاملة في وسائل الإعلام

تعكس الطريقة التي ترسم بها وسائل الإعلام صورة المرأة من خلال تناول قضاياها وموقف المجتمع من المرأة وشؤونها، فهي علاقة تأثر وتأثير متبادلة بين أفراد المجتمع ووسائل الإعلام. إن معالجة موضوع صورة المرأة في وسائل الإعلام تبدو معالجة محدودة جداً في الإعلام والصحافة وفي الإذاعة والتلفزيون، حيث تظهر تلك الوسائل أن نشاطات المرأة واهتماماتها لا تتعدى حدود العائلة والبيت ومن صفاتها الجوهرية أنها تابعة ورومانسية، ومن النادر أن تصور المرأة على أنها إنسان منطقي أو صاحبة نشاطات أو باستطاعتها أن تتخذ مواقف حاسمة. وإن أكثر قيمة تروج لها وسائل الإعلام وتتعلق بالمرأة هي أن معظم النساء وقضاياهن تافهة لا تستحق الالتفات إليها، وفي الوقت نفسه تقوم بتغطية أخبارهن على أنهن زوجات أو بنات أو أمهات الرجال الذين يصنعون الأخبار ولهن كل الحق في أن يصنعن الأخبار الرئيسية ولكن في مجال الموضة أو كعنصر للترفيه، ويتم استغلالهن في الإعلانات من الناحيتين الجسدية والجنسية. (يسرى زريقة، 2009، ص162)

إضافة إلى ذلك فإن وسائل الإعلام قلما تصور المرأة وهي تشارك في جوانب ذات شأن في العمل أو تقوم بوظائف ذات مستقبل، بل أنه وحتى في المواقف العائلية الشخصية تبدو النساء كما لو كن عاجزات عن اتخاذ القرارات دون توجيه الرجال، وعادة لا تولى وسائل الإعلام عناية كافية للقضايا التي تهم المرأة بصفة خاصة، وفي المسلسلات التي يعرضها التلفزيون جدية كانت أم فكاهية، تصور المرأة على أنها لا تستعين بذاتها، بل تتوكل على غيرها، وتؤمن بالخرافات والدجل ولا تتحكم في عواطفها.

وهكذا نجد أن تضامير الجهود الرسمية وغير الرسمية، كان له أثر بالغ في ازدياد الوعي بأهمية دور المرأة في الحياة، وبضرورة خروجها إلى العمل، بحيث نرى تزايد في مشاركة المرأة في العمل، وفي شغلهن مهن ووظائف كانت محظورة عليهن في السابق. ولا يستطيع أحد أن ينكر التطور الملحوظ في تقلد المرأة المناصب الحكومية والإدارية، فقد شغلت المرأة منصب نائب رئيس الجمهورية، وأصبحت وزيرة وقاضية ومديرة.

ونرى أن وسائل الإعلام تملك إمكانيات هائلة تستطيع من خلالها تغيير أوضاع المرأة إذا أحسن توظيفها التوظيف الأمثل، فالإعلام له دور كما أن عليه مسئولية من خلال الإشادة بالجهود التي تبذلها المرأة العاملة في المجتمع وإبراز دورها في الحياة الثقافية والسياسية والاجتماعية. (يسرى زريقة، 2009، ص168)

الإطار التطبيقي للدراسة:

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

(1)- مدى متابعة الدراما الرمضانية 2023م

جدول رقم (2)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للدراما الرمضانية 2023م

مستوى الدلالة د ح 2	كا	الاستجابة		مدى متابعة الدراما الرمضانية 2023م
		%	ك	
0.001	61.940	29	87	دائما
		53.7	161	أحيانا
		17.3	52	نادرا
		100	300	الجملة

يتضح من الجدول السابق رقم (2) أن نسبة 29% من أفراد العينة تابعوا الدراما الرمضانية 2023م دائماً، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (يارا سعود القبيلات، 2015، ص72) والتي جاءت في الترتيب الأول بنسبة 29%، ونسبة 53.7% منهم تابعوها أحياناً، ونسبة 17.3% منهم تابعوها نادراً. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة في مدى متابعة الدراما الرمضانية 2023م، حيث كانت قيمة كا² = 61.940 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، مما يعنى ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين تابعوا الدراما الرمضانية 2023م.

(2)- أسباب مشاهدة أفراد العينة للدراما الرمضانية

جدول رقم (3)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب مشاهدتهم للدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 1	كا	الترتيب	الاستجابة ن=300		أسباب مشاهدة أفراد العينة للدراما الرمضانية
			%	ك	
0.001	67.213	1	73.7	221	لقضاء وقت الفراغ
0.001	18.253	2	62.3	187	لمتابعة الصورة التي تقدمها عن المرأة المصرية العاملة
0.01	7.680	3	58	174	لأنها ممتعة ومسلية
0.05	5.880	4	57	171	تساعدني على معرفة أنماط الحياة لدى المرأة المصرية العاملة
0.001	10.453	5	40.7	122	أتعرف من خلالها على مشكلات المجتمع
0.001	13.653	6	39.3	118	لأنها انعكاس للواقع الذي نعيش فيه
0.001	15.413	7	38.7	116	لأنها تناقش قضايا المجتمع
0.001	18.253	8	37.7	113	للتخلص من ضغط العمل
0.001	20.280	9	37	111	لأنها تزودني بالمعلومات

يوضح الجدول السابق رقم (3) أن نسبة 73.7% من أفراد العينة يشاهدوا الدراما الرمضانية لقضاء وقت الفراغ، ونسبة 62.3% منهم يشاهدونها لمتابعة الصورة التي تقدمها عن المرأة المصرية العاملة، ونسبة 58% منهم يشاهدونها لأنها ممتعة ومسلية، ونسبة 57% منهم يشاهدونها لتساعدهم على معرفة أنماط الحياة لدى المرأة المصرية العاملة، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب مشاهدة أفراد العينة للدراما الرمضانية، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

(3)- أهم المصادر التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى أفراد العينة عن المرأة المصرية العاملة

جدول رقم (4)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأهم المصادر التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لديهم عن المرأة المصرية العاملة

مستوى الدلالة د ح 1	2 ك	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم المصادر التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى أفراد العينة عن المرأة المصرية العاملة
			%	ك	
0.001	12.000	1	60	180	مواقع التواصل الاجتماعي
0.204 غير دالة	1.613	2	53.7	161	الدراما الرمضانية
0.644 غير دالة	0.213	3	51.3	154	الانترنت
1.000 غير دالة	0.000	4	50	150	التعامل المباشر معها
0.001	12.000	5	40	120	الأصدقاء والأقارب
0.001	18.253	6	37.7	113	الصحف
0.001	36.053	7	32.7	98	الندوات والمؤتمرات

أكدت نتائج الجدول السابق رقم (4) أن نسبة 60% من أفراد العينة يروا أن أهم المصادر التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لديهم عن المرأة المصرية العاملة مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 53.7% منهم يروا أنها الدراما الرمضانية، ونسبة 51.3% منهم يروا أنها الانترنت، ونسبة 50% منهم يروا أنه التعامل المباشر مع المرأة العاملة. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المصادر التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى أفراد العينة عن المرأة المصرية العاملة، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001، فيما عدا الدراما الرمضانية، الانترنت والتعامل المباشر معها، لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

(4)- أهم الأشكال الدرامية التي تشاهدها أفراد العينة في شهر رمضان 2023م

جدول رقم (5)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأهم الأشكال الدرامية التي يشاهدونها في شهر رمضان 2023م

مستوى الدلالة د ح 1	2 ك	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم الأشكال الدرامية التي تشاهدها أفراد العينة في شهر رمضان 2023م
			%	ك	
0.001	83.213	1	76.3	229	المسلسلات
0.001	56.333	2	71.7	215	الأفلام
0.001	27.000	3	65	195	المسرحيات
0.001	16.333	4	61.7	185	السلاسل
0.248 غير دالة	1.333	5	46.7	140	جميع ما سبق

يفسر الجدول السابق رقم (5) أن نسبة 76.3% من أفراد العينة يروا أن أهم الأشكال الدرامية التي يشاهدونها في شهر رمضان 2023م المسلسلات، ونسبة 71.7% منهم يشاهدوا الأفلام، ونسبة 65% منهم يشاهدوا المسرحيات. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم الأشكال الدرامية التي يشاهدونها في شهر رمضان 2023م، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001، فيما عدا جميع ما سبق من الأشكال الدرامية التي يشاهدونها، لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

(5)- أهم القنوات الفضائية التي تشاهد أفراد العينة عليها الأشكال الدرامية في شهر رمضان 2023م

جدول رقم (6)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأهم القنوات الفضائية التي يشاهدونها عليها الأشكال الدرامية في شهر رمضان 2023م

مستوى الدلالة د ح 1	2 ك	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم القنوات الفضائية التي تشاهد أفراد العينة عليها الأشكال الدرامية في شهر رمضان 2023م
			%	ك	
0.001	176.333	1	88.3	265	قنوات النهار
0.05	94.080	2	78	234	قنوات الحياة
0.001	81.120	3	76	228	ON
0.001	40.333	4	68.3	205	DMC
0.001	23.520	5	64	192	MBC
0.065 غير دالة	3.413	6	55.3	166	الأولى المصرية
0.644 غير دالة	0.213	7	51.3	154	CBC

منصة شاهد	145	48.3	8	0.333	0.564 غير دالة
صدى البلد	130	43.3	9	5.333	0.05
المحور	130	43.3	9	5.333	0.05
روتانا	127	42.3	10	7.053	0.01

يتضح من الجدول السابق رقم (6) أن نسبة 88.3% من أفراد العينة يروا أن أهم القنوات الفضائية التي يشاهدونها عليها الأشكال الدرامية في شهر رمضان 2023م قنوات النهار، ونسبة 78% منهم يشاهدونها على قنوات الحياة، ونسبة 76% منهم يشاهدونها على ON، ونسبة 68.3% منهم يشاهدونها على قنوات DMC، ونسبة 64% منهم يشاهدونها على قنوات MBC، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم القنوات الفضائية التي يشاهد عليها أفراد العينة الأشكال الدرامية في شهر رمضان 2023م، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا قنوات الأولى المصرية، CBC ومنصة شاهد لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

(6)- أهم المسلسلات الرمضانية التي تم متابعتها عام 2023م

جدول رقم (7)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأهم المسلسلات الرمضانية التي تم متابعتها عام 2023م

مستوى الدلالة د ح 1	كا ²	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم المسلسلات الرمضانية التي تم متابعتها عام 2023م
			%	ك	
0.001	75.000	1	75	225	ستهم
0.001	67.213	2	73.7	221	حضرة العمدة
0.001	63.480	3	73	219	جميلة
0.001	41.813	4	68.7	206	ضرب نار
0.001	22.413	5	63.7	191	رسالة الامام
0.001	20.280	5	63	189	سوق الكانتو
0.001	11.213	6	59.7	179	سره باتع
0.01	9.720	7	59	177	جت سليمة
0.01	8.333	8	58.3	175	علاقة مشروعة
0.05	6.453	9	57.3	172	الصفارة
0.05	5.333	10	56.7	170	ألف حمد الله على السلامة
0.564 غير دالة	0.333	11	51.7	155	تغيير جو
0.817 غير دالة	0.053	12	50.7	152	جعفر العمدة
0.817 غير دالة	0.053	12	50.7	152	الهرشة السابعة
0.908 غير دالة	0.013	13	49.7	149	مذكرات زوج
0.644 غير دالة	0.213	14	48.7	146	الكتيبة 101
0.133 غير دالة	2.253	15	45.7	137	المدايح
0.01	8.333	16	41.7	125	الكبير أوى
0.01	9.720	17	41	123	الاجهر
0.001	11.213	18	40.3	121	الصندوق
0.001	12.813	19	39.7	119	رشيد
0.001	13.653	20	39.3	118	عملة نادرة

0.001	38.880	21	32	96	كامل العدد
0.001	38.880	21	32	96	رمضان كريم

يتضح من الجدول السابق رقم (7) أن نسبة 75% من أفراد العينة يروا أن أهم المسلسلات الرمضانية التي تم متابعتها عام 2023م مسلسل ستهم، ونسبة 73.7% منهم تابعوا مسلسل حضرة العمد، ونسبة 73% منهم تابعوا مسلسل جميلة، ونسبة 68.7% منهم تابعوا مسلسل ضرب نار، ونسبة 63.7% منهم تابعوا مسلسل رسالة الامام، ونسبة 63% منهم تابعوا مسلسل سوق الكانتو. وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم المسلسلات الرمضانية التي تم متابعتها عام 2023م، حيث كانت قيم ك²دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا تغيير جو، جعفر العمد، والهرشة السابعة، مذكرات زوج، الكتيبة 101 والمداح لم يكن هناك فروق حيث كانت قيمة ك² غير دالة عند مستوى 0.05.

(7)- كيف تظهر الدراما الرمضانية صورة المرأة المصرية العاملة

جدول رقم (8)

يوضح كيف تظهر الدراما الرمضانية صورة المرأة المصرية العاملة

مستوى الدلالة د ح 2	ك ²	الاستجابة		كيف تظهر الدراما الرمضانية صورة المرأة المصرية العاملة
		%	ك	
0.001	22.340	45.7	137	ضعيفة ومحتاجة
		30.3	91	قيادية
		24	72	مكملة للرجل
		100	300	الجملة

وضح الجدول السابق رقم (8) أن نسبة 45.7% من أفراد العينة يروا أن صورة المصرية العاملة تظهر في الدراما الرمضانية ضعيفة ومحتاجة وجاء ذلك في الترتيب الأول، ونسبة 30.3% منهم يروا أنها صورة قيادية، ونسبة 24% منهم يروا أنها مكملة للرجل، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (يارا سعود القبيلات، 2015، ص75) والتي جاءت في الترتيب الأول بنسبة 43%، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة في كيف تظهر الدراما الرمضانية صورة المرأة المصرية العاملة، حيث كانت قيمة ك²=22.340 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، مما يعنى ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يروا أن صورة المصرية العاملة تظهر في الدراما الرمضانية ضعيفة ومحتاجة. وترى الباحثة أن عمل المرأة أصبح واقعاً اجتماعياً لا بد من تقبله ويجب على الدراما الرمضانية تقديم الدعم للمرأة العاملة لكي تقوم بعملها على أكمل وجه

(8)- مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها الدراما الرمضانية

جدول رقم (9)

يوضح مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها الدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 2	ك ²	الاستجابة		مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها الدراما الرمضانية
		%	ك	
0.001	44.720	51.3	154	صورة مقبولة بدرجة متوسطة
		26.7	80	صورة مرفوضة
		22	66	صورة مقبولة بدرجة مرتفعة
		100	300	الجملة

يتضح من الجدول السابق رقم (9) أن نسبة 51.3% من أفراد العينة يروا أن صورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها الدراما الرمضانية صورة مقبولة بدرجة متوسطة، ونسبة 26.7% منهم يروا أنها صورة مرفوضة، ونسبة 22% منهم يروا أنها صورة مقبولة بدرجة مرتفعة. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة في مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التي تعرضها

الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 44.720$ وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001 ، حيث يروا أن صورة المرأة المصرية العاملة التى تعرضها الدراما الرمضانية صورة مقبولة بدرجة متوسطة.

(9)- مدى نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم صورة حقيقية للمرأة المصرية العاملة

جدول رقم (10)

يوضح مدى نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم صورة حقيقية للمرأة المصرية العاملة

مستوى الدلالة د ح 2	كا	الاستجابة		مدى نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم صورة حقيقية للمرأة المصرية العاملة
		%	ك	
0.001	44.480	29.3	88	نجحت إلى حد كبير
		50.7	152	نجحت إلى حد ما
		20	60	لم تنجح
		100	300	الجملة

يفسر الجدول السابق رقم (10) أن نسبة 29.3% من أفراد العينة يروا نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم صورة حقيقية للمرأة المصرية العاملة الى حد كبير، ونسبة 50.7% منهم يروا نجاحها الى حد ما، ونسبة 20% منهم يروا أنها لم تنجح. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة فى مدى نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم الصورة الحقيقية للمرأة المصرية العاملة، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 44.480$ وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001، مما يعنى ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يروا نجاح الدراما الرمضانية فى تقييم الصورة الحقيقية للمرأة المصرية العاملة إلى حد ما. وترى الباحثة أن الدراما الرمضانية مطالبة بالإشادة بالجهود التى تبذلها المرأة العاملة المصرية فى المجتمع وإبراز دورها فى الحياة الثقافية والسياسية والاجتماعية.

(10)- أهم الملامح الايجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية

جدول رقم (11)

يوضح أهم الملامح الايجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 1	كا	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم الملامح الايجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية
			%	ك	
0.001	10.453	1	59.3	178	قادرة على مواجهة المشكلات والتكيف معها
0.05	4.813	2	56.3	169	الحق فى العمل
0.841 غير دالة	0.120	3	51	153	امرأة مصرية تحرص على حقها فى العمل
0.817 غير دالة	0.053	4	50.7	152	الاستقلال الشخصى والقدرة على اتخاذ القرار
0.248 غير دالة	1.333	5	46.7	140	المحافظة على جميع حقوقها
0.001	43.320	6	31	93	المشاركة السياسية

اتضح من الجدول السابق رقم (11) أن نسبة 59.3% من أفراد العينة يروا أن أهم الملامح الايجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية أنها قادرة على مواجهة المشكلات والتكيف معها وجاء ذلك فى الترتيب الأول، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (محمد حامد الجابري، 2016، ص583) والتى جاءت فى الترتيب الخامس بنسبة 7.9%، ونسبة 56.3% منهم يروا أنها الحق فى العمل، ونسبة 51% منهم يروا أنها امرأة مصرية تحرص على حقها فى العمل، ونسبة 50.7% منهم يروا أنه الاستقلال الشخصى والقدرة على اتخاذ القرار. وبالتالي يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أهم الملامح الايجابية لصورة المرأة المصرية العاملة التى تقدمها الدراما الرمضانية، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.05، فيما عدا امرأة مصرية تحرص على حقها فى العمل والمحافظة على جميع حقوقها، الاستقلال الشخصى والقدرة على اتخاذ القرار والمحافظة على جميع حقوقها لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة χ^2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وترى الباحثة أن الصورة التي تقدمها الدراما التليفزيونية الرمضانية عن المرأة العاملة المصرية تتسم بإهمال وإغفال الدور الإيجابي لها، كما أنها لا تصور النساء وهن يشاركن في العمل أو يشغلن وظائف ذات مستقبل أو مناصب في الحياة العامة.

(11)- أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية

جدول رقم (12)

يوضح أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 1	2ك	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية
			%	ك	
0.001	37.453	1	67.7	203	تحظى بمستويات تعليمية واقتصادية أقل من الرجل
0.001	30.720	2	66	198	تحتاج دائما الى سند وعون من الآخرين
0.05	5.333	3	56.7	170	الاهتمام بالمظهر خارج البيت وانعدامه داخل البيت
0.05	3.853	4	55.7	167	عاجزة عن التفكير
0.841 غير دالة	0.480	5	52	156	الحياة بلا هدف
1.000 غير دالة	0.000	6	50	150	الزواج هدفها الاساسي
0.05	6.453	7	42.7	128	لا تصلح الا كونها ربة منزل

يتضح من الجدول السابق رقم (12) أن نسبة 67.7% من أفراد العينة يروا أن أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية أنها تحظى بمستويات تعليمية واقتصادية أقل من الرجل وجاء ذلك في الترتيب الأول، وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة (محمد حامد الجابري، 2016، ص584) والتي جاءت في الترتيب الثاني بنسبة 21.11%، ونسبة 66% منهم يروا أنها تحتاج دائما الى سند وعون من الآخرين، ونسبة 56.7% منهم يروا أنها تهتم بالمظهر خارج البيت وانعدامه داخل البيت، ونسبة 55.7% منهم يروا أنها عاجزة عن التفكير. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم الملامح السلبية لصورة المرأة المصرية العاملة التي تقدمها الدراما الرمضانية، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا الحياة بلا هدف والزواج هدفها الأساسي، لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05. وترى الباحثة أن الدراما الرمضانية لابد أن تعمل من أجل تقبل فكرة عمل المرأة ومساعدتها وقدرتها على الجمع بين العمل بالمنزل وخارجه.

(12)- أهم الموضوعات التي تهتم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية

جدول رقم (13)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأهم الموضوعات التي تهتم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 1	2ك	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم الموضوعات التي تهتم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية
			%	ك	
0.001	19.253	1	62.7	188	مظاهر العنف ضد المرأة العاملة
0.001	13.653	2	60.7	182	مشاكل الأسرة وضعف الترابط الأسري عند المرأة العاملة
0.133 غير دالة	2.253	3	54.3	163	نشر الوعي الثقافي عند المرأة العاملة
0.065 غير دالة	3.413	4	44.7	134	نشر الوعي السياسي عند المرأة العاملة
0.001	19.253	5	37.3	112	المساواة بين الرجل والمرأة العاملة
0.001	33.333	6	33.3	100	نشر الوعي الصحي عند المرأة العاملة

أشارت نتائج الجدول السابق رقم (13) أن نسبة 62.7% من أفراد العينة يروا أن أهم الموضوعات التي تهتم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية هي مظاهر العنف ضد المرأة العاملة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (محمد حامد الجابري، 2016، ص582) والتي جاءت في الترتيب الرابع بنسبة 11.23%، ونسبة 60.7% منهم يروا أنها مشاكل الأسرة وضعف الترابط الأسري عند المرأة العاملة، ونسبة 54.3% منهم يروا أنه نشر الوعي الثقافي عند المرأة العاملة، ونسبة 44.7% منهم يروا أنه نشر الوعي

السياسى عند المرأة العاملة. وبالتالي يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أهم الموضوعات التى تهم المرأة المصرية العاملة وركزت عليها الدراما الرمضانية، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001، فيما عدا نشر الوعى الثقافى والوعى السياسى عند المرأة العاملة لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

(13)- طبيعة الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية

جدول رقم (14)

يوضح طبيعة الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 3	كا ²	الاستجابة		طبيعة الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية
		%	ك	
0.001	206.240	16.7	50	أدوار ايجابية
		60.7	182	أدوار تجمع بين الأمرين
		10	30	لا أعرف
		12.7	38	أدوار سلبية
		100	300	الجملة

يتضح من الجدول السابق رقم (14) أن نسبة 16.7% من أفراد العينة أكدوا أن الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية أدوار ايجابية، ونسبة 60.7% منهم يروا أنها أدوار تجمع بين الإيجابية والسلبية، ونسبة 12.7% منهم يروا أنها أدوار سلبية، ونسبة 10% منهم لا يعرفوا. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة فى طبيعة الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة كا² = 206.240 وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001، مما يعنى ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين أكدوا على طبيعة الأدوار التى ظهرت بها المرأة المصرية العاملة داخل الدراما الرمضانية والتى تجمع بين الأدوار الإيجابية والسلبية.

(14)- أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية

جدول (15)

يوضح أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية

مستوى الدلالة د ح 1	كا ²	الترتيب	الاستجابة ن=300		أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية
			%	ك	
0.01	112.853	1	80.7	242	تتسم المرأة العاملة بالصبر والتضحية
0.001	85.333	2	76.7	230	تتسم المرأة العاملة بأنها تؤثر أسرتها على نفسها
0.001	73.013	3	74.7	224	تتسم المرأة العاملة بأنها لديها القدرة على تحمل المسئولية
0.001	69.120	4	74	222	تتسم المرأة العاملة بافتقارها للأمان
0.134 غير دالة	20.280	5	63	189	تتسم المرأة العاملة بالدهاء والذكاء الشديد
0.001	12.813	6	60.3	181	تتسم المرأة العاملة بالتردد وعدم الثبات على الموقف
0.01	8.333	7	58.3	175	تتسم المرأة العاملة بالصلاية وقوة الشخصية
0.106 غير دالة	2.613	8	54.7	164	تتسم المرأة العاملة بالقسوة والعنف
0.133 غير دالة	2.253	9	54.3	163	تتسم المرأة العاملة بأنها عميقة التفكير
0.817 غير دالة	0.053	10	50.7	152	تتسم المرأة العاملة بالتححرر والاستقلالية
0.644 غير دالة	0.213	11	48.7	146	تتسم المرأة العاملة بأنها سريعة الغضب
0.001	13.653	12	39.3	118	تتسم المرأة العاملة بالسلبية واللامبالاة

يتضح من الجدول السابق رقم (15) أن نسبة 80.7% من أفراد العينة يروا أن أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية أنها تتسم بالصبر والتضحية، ونسبة 76.7% منهم يروا أنها تؤثر أسرتها على نفسها، ونسبة 74.7% منهم يروا أنها لديها القدرة على تحمل المسئولية، ونسبة 74% منهم يروا

أنها تفتقد للأمان، ونسبة 63% منهم يروا أنها تتسم بالدهاء والذكاء الشديد. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم سمات المرأة المصرية العاملة كما تقدمها الدراما الرمضانية، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01، فيما عدا أنها تتسم بالدهاء والذكاء الشديد، بالقسوة والعنف، عميقة التفكير، بالتححرر والاستقلالية وأنها سريعة الغضب، ولم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

(15)- اتجاه الجمهور المصرى نحو صورة المرأة المصرية العاملة فى الدراما الرمضانية 2023م-1440هـ جدول رقم (16)

يوضح اتجاه الجمهور المصرى نحو صورة المرأة المصرية العاملة فى الدراما الرمضانية 2023م-1440هـ ن=300

الاتجاه	متوسط مرجح	الاستجابة						العبارات
		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
الى حد ما	2.31	14	42	41.3	124	44.7	134	المضامين التى توفرها الدراما الرمضانية ذات مصداقية عالية فيما يتعلق بالمرأة العاملة
موافق	2.56	6.3	19	31.7	95	62	186	تولى الدراما الرمضانية الاهتمام الأكبر للقضايا التى تعيشها المرأة العاملة
موافق	2.58	5	15	31.7	95	63.3	190	تعكس الدراما الرمضانية الدور الاجتماعى الذى تمارسه المرأة العاملة فى المجتمع
غير موافق	1.57	55	165	32.7	98	12.3	37	تواكب الدراما الرمضانية تطور واقع المرأة العاملة
موافق	2.46	7.3	22	39.3	118	53.3	160	تمتاز الدراما الرمضانية بأنها ذات مضامين متنوعة ومتعددة فيما يتعلق بالمرأة العاملة
موافق	2.48	21.3	64	9.7	29	69	207	تعكس الدراما الرمضانية واقعا إيجابيا عن المرأة العاملة
موافق	2.41	14.3	43	30.3	91	55.3	166	تعكس الدراما الرمضانية السمات الشكلىة للمرأة العاملة
موافق	2.36	23.7	71	16.3	49	60	180	تسهم المضامين الإيجابية التى تعرض فى الدراما الرمضانية فى تغيير مفاهيمى نحو مختلف قضايا المرأة العاملة
الى حد ما	2.15	15	45	55	165	30	90	يتوافق المضمون فى الدراما الرمضانية مع القضايا التى تمثلها المرأة العاملة فى الواقع
غير موافق	1.62	64.3	193	9.7	29	26	78	تمتاز الدراما الرمضانية فيما يتعلق بالمرأة العاملة بأنها ذات طابع تفاعلى إنسانى
الى حد ما	2.12	16	48	56.3	169	27.7	83	تمتاز الدراما الرمضانية فى التعامل مع الموضوعات المتعلقة بالمرأة العاملة بطريقة جذابة
غير موافق	1.56	64.3	193	15.3	46	20.3	61	ترتبط سلوكيات المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية بالتعبير عن مشاعرها وانفعالاتها
موافق	2.38	30	90	2	6	68	204	تعكس موضوعات الدراما الرمضانية الواقع الاجتماعى الذى تعيشه المرأة العاملة
موافق	2.44	7.7	23	41	123	51.3	154	جسدت هذه المسلسلات صورة المرأة المصرية العاملة بما يشابه صورتها فى واقع المجتمع المصرى

موافق	2.44	11.3	34	33	99	55.7	167	تمثلت صورة المرأة المصرية العاملة بهذه المسلسلات بالمرأة المطلوب حقها
الى حد ما	2.27	15	45	42.7	128	42.3	127	للمرأة المصرية العاملة حقوق غفلت الدراما الرمضانية عن تجسيدها في مسلسلات رمضان 2023م
موافق	2.38	12.7	38	36.7	110	50.7	152	تطرقت الدراما الرمضانية لتفاصيل ما تمر به المرأة المصرية العاملة في يومها
موافق	2.36	23	69	17.7	53	59.3	178	تطرقت الدراما الرمضانية للتحديات التي تواجه المرأة المصرية العاملة خارج منزلها
موافق	2.50	4	12	41.7	125	54.3	163	تطرقت الدراما الرمضانية للتحديات التي تواجه المرأة المصرية العاملة داخل منزلها
غير موافق	1.55	64.3	193	16	48	19.7	59	شاركت الدراما الرمضانية في تشويه صورة المرأة المصرية العاملة
موافق	2.58	4	12	34.3	103	61.7	185	تعرض الدراما الرمضانية المشاكل التي تمر بها المرأة المصرية العاملة
موافق	2.49	16.3	49	18	54	65.7	197	تجسد الدراما الرمضانية واقع وحال المرأة المصرية العاملة
موافق	2.53	5.7	17	35.7	107	58.7	176	عكست الدراما الرمضانية القضايا التي تهم المرأة المصرية العاملة

- من 1-1.66 غير موافق، ومن 1.67- 2.33 موافق الى حد ما، ومن 2.34- 3 موافق.
- يتضح من الجدول السابق رقم (16) أن اتجاه أفراد العينة موافق إلى حد ما نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية 2023م-1440هـ.
- تعكس الدراما الرمضانية الدور الاجتماعي الذي تمارسه المرأة العاملة في المجتمع وتعرض الدراما الرمضانية المشاكل التي تمر بها المرأة المصرية العاملة بمتوسط 2.58 في الترتيب الأول.
 - تولى الدراما الرمضانية الاهتمام الأكبر للقضايا التي تعيشها المرأة العاملة بمتوسط 2.56 في الترتيب الثاني.
 - عكست الدراما الرمضانية القضايا التي تهم المرأة المصرية العاملة بمتوسط 2.53 في الترتيب الثالث.
 - تطرقت الدراما الرمضانية للتحديات التي تواجه المرأة المصرية العاملة داخل منزلها بمتوسط 2.50 في الترتيب الرابع.
 - تجسد الدراما الرمضانية واقع وحال المرأة المصرية العاملة بمتوسط 2.50 في الترتيب الخامس.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية واتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية

جدول رقم (17)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية واتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية	2.12	0.672				
اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية	52.11	10.632	0.379**	طردى	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق رقم (17): أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، واتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $(0.7 > 0.3)$ دالة عند مستوى دلالة 0.01، أى أنه كلما زادت كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية اتضحت اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية. مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كليا.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية ومستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية

جدول رقم (18)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية ومستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية	2.12	0.672				
مستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية	1.95	0.697	0.388**	طردى	متوسط	0.01

يوضح الجدول السابق رقم (18): أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، ومستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $(0.7 > 0.3)$ دالة عند مستوى دلالة 0.01، أى أنه كلما زادت كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، ارتفع مستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية. مما سبق يتضح تحقق الفرض الثانى كليا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات الجمهور نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية، باختلاف المتغيرات الديمغرافية (النوع - محل الإقامة - السن - مستوى الدخل - المؤهل).

3(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية.

جدول رقم (19)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية

المتغير	الجنس	ذكور (ن=172)		إناث (ن=128)		ت	مستوى المعنوية د.ح. 298
		ع	م	ع	م		
اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية		10.097	54.65	10.411	48.69	4.982	0.001

يتضح من الجدول السابق رقم (19) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.001.

3(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية.

جدول رقم (20)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

المتغير	الإقامة	ريف (ن=150)		حضر (ن=150)		ت	الدلالة د.ح 298
		ع	م	ع	م		
اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية		11.471	52.52	9.742	51.69	0.673	0.502 غير دالة

يتضح من الجدول السابق رقم (20) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

3(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الفئات العمرية في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

جدول رقم (21)

يوضح تحليل التباين بين الفئات العمرية في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

المجموعات	ن	م	ع	ف	مستوى الدلالة	من 20-40 سنة	أكثر من 40 سنة
اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية	52	45.06	7.516	25.084	0.001	6.569-*	12.149-*
	161	51.63	11.469				5.579-
	87	57.21	7.613				
	300	52.11	10.632				

يشير الجدول السابق رقم (21) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001، كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية الأقل من 20 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 20-40 سنة في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 20-40 سنة عند مستوى 0.05.

كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية الأقل من 20 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية أكثر من 40 سنة في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة عند مستوى 0.05، كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من 20-40 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة عند مستوى 0.05.

3(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات فئات الدخل في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

جدول رقم (22)

يوضح تحليل التباين بين مستويات الدخل في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

المجموعات	ن	م	ع	ف	مستوى الدلالة
أقل من 2000 جنية	30	51.43	10.906	0.319	0.727 غير دالة
من 2000-4000 جنية	174	51.84	10.985		
أكثر من 4000 جنية	96	52.80	9.946		
جملة	300	52.11	10.632		

يتضح من الجدول السابق رقم (22) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستويات الدخل في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.001.

3(هـ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مستوى التعليم في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

جدول رقم (23)

يوضح تحليل التباين بين مستويات التعليم في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية

المجموعات	ن	م	ع	ف	مستوى الدلالة	متوسط	عالي	دراسات عليا
دون المتوسط	20	49.85	7.949	5.174	0.01	3.855-	2.909-	5.225
متوسط	61	53.70	10.871				0.946	*9.079
عالي	195	52.76	10.869					*8.134
دراسات عليا	24	44.63	6.2554					
جملة	300	52.11	10.632					

يتضح من الجدول السابق رقم (23) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01. كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذو المؤهل المتوسط وأفراد العينة ذو الدراسات العليا في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة ذو المؤهل المتوسط عند مستوى 0.05. وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذو المؤهل العالي وأفراد العينة ذو الدراسات العليا في اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة في الدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة ذو المؤهل العالي عند مستوى 0.05. مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث جزئياً.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، باختلاف المتغيرات الديمغرافية (النوع- محل الإقامة- السن- مستوى الدخل- المؤهل)
4(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

جدول رقم (24)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

المتغير	الجنس	ذكور (ن=172)		إناث (ن=128)		ت	مستوى المعنوية د.ح 298
		ع	م	ع	م		
كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية		0.679	2.16	0.661	2.06	1.206	0.229 غير دالة

يتضح من الجدول السابق رقم (24) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

4(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

جدول رقم (25)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

المتغير	الإقامة	ريف (ن=150)		حضر (ن=150)		ت	الدالة د.ح 298
		ع	م	ع	م		
كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية		0.679	2.167	0.662	2.07	1.291	0.198 غير دالة

يتضح من الجدول السابق رقم (25) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

4(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الفئات العمرية في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية.

جدول رقم (26)

يوضح تحليل التباين بين الفئات العمرية في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

المجموعات		ن	م	ع	ف	مستوى الدلالة	من 20-40 سنة	أكثر من 40 سنة
كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية	أقل من 20 سنة	52	1.12	0.427	900.518	0.001	0.872-	1.839*
	من 20-40 سنة	161	1.99	0.111				0.966*
	أكثر من 40 سنة	87	2.95	0.301				
	جملة	300	2.12	0.672				

يتضح من الجدول السابق رقم (26) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية الأقل من 20 سنة

وأفراد العينة بالفئة العمرية من 20-40 سنة في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 20-40 سنة، عند مستوى 0.05، كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية الأقل من 20 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة عند مستوى 0.05، كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من 20-40 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية الأكثر من 40 سنة عند مستوى 0.05.

4(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات فئات الدخل في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

جدول رقم (27)

يوضح تحليل التباين بين مستويات الدخل في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

المجموعات	ن	م	ع	ف	مستوى الدلالة
اقل من 2000 جنية	30	2.07	0.691	0.120	0.887 غير دالة
من 2000-4000 جنية	174	2.11	0.687		
اكثر من 4000 جنية	96	2.14	0.643		
جملة	300	2.12	0.672		

يتضح من الجدول السابق رقم (27) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستويات الدخل في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.001.

4(هـ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مستوى التعليم في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

جدول رقم (28)

يوضح تحليل التباين بين مستويات التعليم في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية

المجموعات	ن	م	ع	ف	مستوى الدلالة
دون المتوسط	20	1.75	0.785	2.224	0.085 غير دالة
متوسط	61	2.14	0.628		
عالي	195	2.15	0.661		
دراسات عليا	24	2.08	0.717		
جملة	300	2.12	0.672		

يتضح من الجدول السابق رقم (28) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في كثافة تعرض الجمهور المصري للدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05. مما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع جزئيا.

خاتمة الدراسة:

تناولت الدراسة الحالية اتجاهات الجمهور المصرى نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية 2023م-1444هـ، وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح لإجراء الدراسة الميدانية، وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج من أهمها:-

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة فى مدى تقبل المبحوثين لصورة المرأة المصرية العاملة التى تعرضها الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $F = 44.720$ وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001.

2- توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كثافة تعرض الجمهور المصرى للدراما الرمضانية، واتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة بالدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $(F > 0.3)$ دالة عند مستوى دلالة 0.01.

3- توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كثافة تعرض الجمهور المصرى للدراما الرمضانية، ومستوى رضاهم عن صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة $(F > 0.3)$ دالة عند مستوى دلالة 0.01.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.001..

5- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستويات الدخل فى اتجاهاتهم نحو صورة المرأة العاملة فى الدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.001..

6- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى كثافة تعرض الجمهور المصرى للدراما الرمضانية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05..

7- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمى فى كثافة تعرض الجمهور المصرى للدراما الرمضانية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

توصيات الدراسة:

انطلاقاً من النتائج التى خلصت إليها الدراسة تتقدم الباحثة بالتوصيات التالية:-

1- دعم مكانة المرأة العاملة وبيان حقوقها والحفاظ على شكلها وقيمتها المجتمعية الموجودة فى الوقت الحالى، مع الحفاظ على دورها فى الدراما المصرية.

2- بذل مجهود أكبر لمواكبة التطورات والتغيرات التى تحدث فى مجتمعنا الحاضر، وأن تمس الأعمال واقع المرأة المصرية العاملة المتحضرة.

3- إظهار المخاطر والتحديات التى تواجه المرأة المصرية العاملة من خلال تجسيد هذه المخاطر فى أعمالنا الدرامية. مع الحفاظ على القيم والأخلاق وعدم مس حياء المرأة المصرية ومكانتها الأخلاقية والاجتماعية.

4- عرض الدراما التليفزيونية للعنف الذى تتعرض له المرأة المصرية العاملة فى الوقت الحاضر مع بيان طرق علاج هذه المشكلة وتجسيد هذا العنف بدون مبالغة أو ابتعاد عن الواقع السائد فى المجتمع.

5- تجسيد الدراما المصرية للمشاكل التى تتعرض لها المرأة المصرية العاملة مع بيان طرق حلها من خلال علاجها فى أعمالها الدرامية.

- 6- تخصيص برامج تليفزيونية وإذاعية وأخرى تبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين قصص وتجارب نجاح النساء العاملات.
- 7- تمكين المرأة المصرية العاملة مهامًا ومناصبًا أعلى في السلم الوظيفي، الأمر الذي سيعزز ثقة الجماهير بعملها لكونه سيريز أدوارها بشكل أكبر.
- 8- يجب على القائمين بإنتاج وتأليف الأعمال الدرامية التي تتناول المرأة المصرية العاملة ودورها الاجتماعي بتقديم صورة واضحة وبناءة عنها كعضوة فعالة في مجتمعها.
- 9- إقامة الندوات والمؤتمرات لتوعية المرأة المصرية العاملة بصورتها في الإعلام، والعمل على تكريس وتعزيز الصورة الإيجابية لها ولدورها الاجتماعي.

بحوث مقترحة:

تقترح الدراسة ما يلي:-

- 1- إجراء دراسات حول الصورة الذهنية للمرأة المصرية العاملة والتحديات والصعوبات التي تواجهها على الصعيدين الوظيفي والاجتماعي.
- 2- إجراء مزيد من البحوث التحليلية والميدانية عن صورة المرأة المصرية الريفية في وسائل الإعلام.
- 3- إجراء دراسات حول المشاكل والتحديات التي تتعرض لها المرأة العاملة المصرية.
- 4- إجراء مزيد من البحوث حول معالجة وسائل الاعلام للعنف الذي تتعرض له المرأة العاملة المصرية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- إسراء عاطف إبراهيم الغزالي. "صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨).
- 2- أماني عثمان. "الوضع الاجتماعي للمرأة المصرية كما يعكسه التلفزيون المصري وعلاقته بالواقع الفعلي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004).
- 3- أنيس شهيد محمد. "العنف الأسري والمرأة العاملة: دراسة ميدانية في مدينة الديوانية"، مجلة لارك للفلسفة والإنسانيات والعلوم الاجتماعية، يوليو، العدد 34، (جامعة واسط: كلية الآداب، 2019).
- 4- أنيس وآخرون. "المعجم الوسيط". (القاهرة: دار المعارف، 2008).
- 5- آية عبدالشافى أبو سليم. "إدارة الضغوط الحياتية وعلاقتها بالاحترق النفسى لدى المرأة العاملة"، مجلة الاقتصاد المنزلى، الجزء 36، العدد الأول، الجمعية المصرية للاقتصاد المنزلى، 2020.
- 6- أيمن منصور ندا. "الصورة الإعلامية والقرارات السياسية"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العدد الثانى، المجلد الثانى، أبريل - يونيو، (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٤).
- 7- بانياس عدنان جلوب المطيرى. "العنف اللفظى الموجه ضد المرأة العاملة فى المجال الأسرى"، مجلة الأستاذ للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزء 58، العدد الرابع، (العراق: جامعة بغداد، كلية التربية، 2019).
- 8- بتول عوان بشير اللحام. "المشكلات التي تواجهها المرأة العاملة فى القطاع الخاص الأردنى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة اليرموك، 2019).
- 9- بسنت خيرت حمزة. "صورة المرأة المصرية العاملة فى السينما المصرية: دراسة تحليلية لمجموعة من الأفلام السينمائية المصرية فى الفترة من 2017- 2007"، مجلة البحث العلمى فى الآداب، الجزء الثامن، المجلد 19، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2018).
- 10- بشيرة كانش. "صورة المرأة فى الرواية النسوية الجزائرية المعاصرة روايات ربيعة جلطى - نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة الشهيد حمه لخضر الوادى، كلية الآداب واللغات، 2016).
- 11- بوثينة مزارى. "الوضعية الاجتماعية والمهنية للمرأة العاملة فى قطاع الإعلام فى الجزائر: دراسة ميدانية على ضوء نظرية الجندر"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، (جامعة قاصدى مرباح: ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019).
- 12- حسن عماد مكوى. "تحليل الإنماء: مفهومه، منهجه، وتطبيقاته وقضاياها الحالية"، مجلة بحوث الاتصال، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد العاشر، ديسمبر، 1993).
- 13- "أثر الإنماء التليفزيونى فى إدراك الشباب للواقع : دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعات المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثانى، إبريل، 1997).
- 14- حمدان العكلى. "صورة المرأة فى الدراما السورية فى ظل الثورة"، المجلة السورية للعلوم الإنسانية، العدد ١٦، مركز حرمون للدراسات المعاصرة والجمعية السورية للعلوم الاجتماعية، 2021.
- 15- حميدة مخلوف. "سلطة الصورة: بحث فى ايدولوجيا الصورة وصورة الايدولوجيا". (قرطاج: دار سحر للنشر، 2004).
- 16- حنان محمد حافظ. "حقوق المرأة العاملة ووضع بعض المعلمات فى مصر: دراسة ميدانية"، مجلة هرمس، الجزء التاسع، العدد الأول، (جامعة القاهرة: مركز اللغات والترجمة، 2020).
- 17- حنان يوسف. "دور الإعلام فى تعزيز مكانة المرأة فى المجتمع منظمة العمل العربية بالتعاون مع وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل"، ندوة قومية حول النهوض بعمل المرأة وتحقيق المساواة فى العمل (17-19 تشرين الثانى)، دمشق، 2007.

- 18- رانيا أحمد. "صورة المرأة في الدراما التلفزيونية المصرية دراسة على عينة من مسلسلات رمضان 2016"، المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، الجزء 54، العدد الثاني، مايو، 2017.
- 19- رانيا أحمد. "صورة المرأة في الدراما التلفزيونية المصرية: دراسة على عينة من مسلسلات رمضان ٢٠١٦"، المجلة الاجتماعية القومية، الجزء 54، العدد الثاني، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2017.
- 20- رضا عكاشة. "تأثيرات رسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائل الرقمية المتعددة"، الطبعة الأولى، (القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، 2006).
- 21- ريم بوش. "الصورة الذهنية للمرأة العربية في الإعلام العربي"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، العدد الثالث، الجزائر.
- 22- سحر حسنى غريب أحمد. "صورة المرأة في الدراما المدبلجة" مجلة دراسات الطفولة، الجزء 23، العدد 8٦، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، مارس، 2020)
- 23- سميرة بن يحيى. "أثر محتوى قنوات اليوتيوب على ثقافة الاستهلاك لدى المرأة العاملة في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، الجزء الرابع، العدد الثالث، (الجزائر: جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، 2021).
- 24- السيد بخيت. "أخلاقيات العمل الاعلامي- دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير- يونيو، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٠٦).
- 25- الشيخ أسيل عبد الرحيم. "الصعوبات الوظيفية التي تواجه المرأة العاملة ذات الإعاقة في القطاع الحكومي الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، 2018).
- 26- علاء حسين عيد دخيل. "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، ٢٠١٦).
- 27- ليلى عبدالمجيد. "صورة المرأة المصرية في الدراما التلفزيونية"، الدراسات الاعلامية، المركز العربي الاقليمي للدراسات الاعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد 122، مارس، 2006.
- 28- محمد حامد الجابري. "اتجاهات الطالبات العراقيات نحو صورة المرأة العربية في الدراما التلفزيونية-طالبات جامعة الأنبار أنموذجاً"، مجلة البحث العلمي في الآداب، الجزء الأول، العدد 17، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2016).
- 29- محمد سيد فهمي. "المشاركة الاجتماعية والسياسية للمرأة في العالم الثالث"، (مصر: الاسكندرية، 2004).
- 30- محمد عبد الحميد. "بحوث الصحافة"، الطبعة الأولى، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥).
- 31- محمد محمد فراج. "دور التوعية الثقافية السياحية في تكوين الصور الذهنية لدى الشباب عن عمل المرأة في القطاع السياحي"، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، الجزء العاشر، العدد الثاني، (جامعة الفيوم: كلية السياحة والفنادق، 2016).
- 32- مداخل زيد عبد الرحيم التيماني. "صورة المرأة السعودية ودورها الاجتماعي كما تدرکها السعوديات من خلال مسلسلات قناة الإم بي سي أنموذجاً"، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، يونيو، الجزء السادس، العدد 58، 2017.
- 33- منى كحلوش. "استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية من استاذات التعليم الابتدائي"، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، الجزء 10، العدد 3، (الجزائر: جامعة وهران، 2021).
- 34- نصيرة بن الشيخ. "صراع الأدوار وعلاقته بالضغط النفسي لدى المرأة العاملة بمهنة التدريس: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح: ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016).

- 35- نوال عبدالله حزورة. "التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور اليمنى لأدوار المرأة في المجتمع"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠١٠).
- 36- هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي. "صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية بعد ثورات الربيع العربي: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في مصر وتونس"، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء 38، (جامعة الأزهر: كلية الاعلام، أكتوبر، 2012).
- 37- هبه محمد عفت خطاب. "صورة المرأة الريفية في المسلسلات العربية التي يقدمها التلفزيون المصري وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد الثامن، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ديسمبر، ٢٠١٦).
- 38- يارا سعود مصبح القبيلات. "رؤية الجمهور الأردني لصورة المرأة الأردنية العاملة في الدراما الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، 2015).
- 39- ياسين أبو علي. "أزمة المرأة في المجتمع الذكوري العربي"، (دار الحوار للنشر والتوزيع: سوريا، اللاذقية، 1992).
- 40- يسرى زريقة. "صورة المرأة السورية في الدراما التلفزيونية: دراسة سوسيولوجية لعينة من المسلسلات السورية". أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة تونس: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2009).
- ثانياً: المراجع الأجنبية

- 41- Alkarimeh, Baker. "People's perceptions of women's stereotypes in films: A survey of university students", Arkansas State University, Radio-Television, Ann Arbor, .United States, 2014.
- 42- Elizabeth M, Perse, Douglas, A Ferglas M. Mclead. " Cultivation In The Newer - Media Environment", Journal Of Communication Research, Vol.21, No.1, 2000.
- 43- Fatima, Anam. "Representations of Women's Role in Pakistan: A Critical Analysis through Drama Serials", Bridgewater State College, Journal of International Women's Studies, Mar, Volume 3, 2019.
- 44- Guo, Dawei. "In the Middle of Everywhere; the representation of women in contemporary Chinese family-morality television dramas in", paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, May .23, 2010.
<https://www.proquest.com/dissertations-theses/stereotyping-women-s-images-portrayed-prime-time/docview/895938927/se-2?accountid=178282>
- 45- Ibrahim, Faridah; Yunus, Norzita. " Portrayal of Women's Images in Television Dramas: A Malaysian Case", Social Sciences: Comprehensive Works SHS Web of Conferences; Les Ulis, Vol. 33, 2017.
- 46- Kachalmi, Kobra Mohammadpour; Fee, Lee Yok. "The Understanding of Women's Movement Activists on the Necessity of Critical Analysis of Television Content in Iran", Bridgewater, United States, Bridgewater, Journal of International Women's Studies; .Feb, Volume 1, Issue. 21, 2020.
- 47- Kley, Stefanie. " Does moving for family nest-building inhibit mothers' labour force (re-)entry, India", TextScholarly, Journal, Vol. 40, Jan, 2019.

- 48- Payne, Chelsea L. "**Glamour, Incorporating Charm: Two Fashion Magazines for Working Women 1939-1959**", (State University of New York, MAI 82/12(E), Masters
(.Abstracts International,2021.
- 49- Singha, Surjit. "**The Role of Women in the Formation of Organizational Climates in Various Workspaces in Bengaluru**", Journal of International Women's Studies, Vol. 22, Issue. 6, Jun, 2021.
- 50- Tunji-Olayeni, P F , Kajimo-Shakantu, K. "**Work-Life Experiences of Women in the Construction Industry: A Case of Women in Lagos Mainland, Nigeria**", United Kingdom, Bristol, Vol. 65, Issue.1, Feb, 2021.
- 51- Zhang, Yan Fe. "**Social and cultural analysis of the other man or woman in domestic family ethics dramas**" ,Shanghai University (People's Republic of China) Volume 31, December 2010.
- 52- Zheng, Zhuyi. "**Stereotyping of women's images portrayed in prime time Chinese TV series from 1979 to 2008: Has the picture changed over time?**", M.S ,Iowa State University , Journalism and Mass Communication, Ann Arbor, 2011.
- 53- Zhou, Yuhang; Yang, Fan; Yang, Jialin; Wang, Huiying. "**The Influence of Feminist Movements on the Change of Female Images in Film and Television Dramas: Based on the Theory of Semiotics**", 2023 4th International Conference on Mental Health, Education and Human Development (MHEHD 2023). SHS Web of Conferences; Les Luis, (. Vol. 171, 2023.

(*) أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان وهم:-

- 1- أ.د/ محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة -جامعة عين شمس
- 2- أ.د/ حسن عماد مكاوي أستاذ الاذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة
- 3- أ.د/ جمال عبد الحى النجار أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية - جامعة الأزهر
- 4- أ.د/ إيناس محمود حامد أستاذ الإعلام- كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس
- 5- أ.د/ إيمان خضر أستاذ الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية جامعة المنصورة
- 6- أ.م.د/ محمد الحفناوى أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ
- 7- د/ إيناس منصور شرف مدرس الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ

The attitudes of the Egyptian public towards the image of the working woman in the Ramadan drama 2023 AD-1444 AH

"A field study"

Dr. Soad Mohamed Mohamed Elmasry

Assistant Professor, Faculty of Specific Education, Kafrelsheikh University

Abstract:

There is no doubt that television drama in the month of Ramadan occupies a special place in relation to the rest of the materials provided by television. Especially since the media value of dramas, especially in Ramadan, lies in their ability to influence the audience indirectly. Therefore, it was necessary to expose the image in which working women in Egyptian television dramas are presented in Ramadan as a form of media that enjoys a large audience.

The study aimed to identify the Egyptian public's attitudes towards the image of Egyptian women working in Ramadan drama. The study was divided into: previous studies, the cognitive framework of the study, and the theoretical framework of the study. Then the field framework (applied) and includes: The methodology and sample of the study: The researcher followed the survey method by surveying a number of the Egyptian audience through a deliberate sample who watched the Ramadan drama for the year 2023 AD-1444 AH, consisting of 300 individuals, whose ages ranged from 18-50 years. From the Egyptian public, students of the Faculty of Specific Education and the Faculty of Arts at Kafr El-Sheikh University, And some teachers, employees and workers in some schools in Desouk and the village of Shabas Al-Melh in Kafr El-Sheikh Governorate, and some teachers, employees and workers in some schools in Giza Governorate. Study Tools: The researcher relied on the questionnaire as a tool for collecting data and information. After that, the results of the questionnaire were analyzed and discussed. Some results were reached, the most important of which are:

-1 There is a moderate direct relationship between the intensity of the Egyptian audience's exposure to Ramadan drama and their attitudes towards the image of working women in Ramadan drama, where the value of $(0.3 < R < 0.7)$ was significant. at the significance level of 0.01.

-2 There is a moderate direct correlation between the intensity of exposure of the Egyptian audience to the Ramadan drama, and the level of their satisfaction with the image of the working woman in the Ramadan drama, where the value of $(0.3 < R < 0.7)$ was a function at the level of significance 0.01.

Keywords: *Egyptian public ,The Working Woman , The Ramadan Drama*