

**اتجاهات المرأة العاملة نحو قراءة المجلات النسائية  
دراسة ميدانية على عينة من العاملات بمدينة سوهاج**

**الطاح**

**دكتور / محمود أحمد عبد الغنى**

**دكتور / أحمد حسين**

## اتجاهات المرأة العاملة نحو قراءة المجلات النسائية دراسة ميدانية على عينة من العاملات بمدينة سوهاج

دكتور / أحمد حسين محمددين  
دكتور / محمود أحمد عبد الغنى (\*)

أولا : مشكلة الدراسة وأهميتها :

إذا كانت المرأة في مصر تشكل نصف المجتمع المصري تعدادا فإن هذا يشير إلى قيمة الدور الذي يمكن أن تؤديه المرأة في مجتمعا المصري المعاصر... وإلى أنها قوة لا يمكن الإستغناء عنها، لا باعتبارها نصف القوى البشرية عددا فحسب ولكن بالقياس إلى كم وكيف الأدوار التي تتعدد وتتداخل... فهي الزوجة التي ترعى زوجها وتقوم على خدمته وتشاطره المسئولية وتصريف الامور، وتقاسمه رحلة الحياة بكل تبعاتها، وهي الأم التي تنجب وتسهر وترعى الأبناء نفسيا وصحيا، وهي التي تنمى العادات وترشد السلوك، وتزرع المثل وتلقن الآداب.. فيقدر ما تحويه الأم من وعى وخبرة بقدر ما يتشكل الأبناء رجالا ونساء نافعين ومن هنا قيل أن تنشئة الرجل وتعليمه تعد عملية فردية بينما تعد تنشئة المرأة وتعليمها تنشئة للأسرة بأكملها وللمجتمع بأسره .

كما أن دور المرأة في أى مجتمع يعد أحد المقاييس التي تعبر عن نمو هذا المجتمع وتطوره وكذلك تعد مشاركة المرأة فى العمل المنتج انعكاسات لحركة المجتمع سياسيا واجتماعيا وثقافيا .

وإذا كانت الإحصائيات تشير إلى أن عدد النساء العاملات فى مصر قد قارب حاليا المليونين ، وهن يمثلن حوالى ( ١٥ ٪ ) من اجمالى القوى العاملة فى القطاعين العام والخاص وهذا العدد فى ازدياد مستمر وبمعدل يصل إلى حوالى عشرين ألف عاملة سنويا - وإذا كانت المرأة المصرية تجاوزت شغل الأعمال البسيطة والحرفية وتعدتها إلى شغل المناصب القيادية والإشرافية . (١) وإذا كانت المرأة تشارك الرجل فى معظم مجالات الحياة المختلفة (الصحة والصناعة والتجارة والإعلام والحمامة والتعليم والزراعة... وما شابه ذلك ) . وإذا

(\*) المدرسان بكلية الآداب بسوهاج - قسم الصحافة

كانت قضايا المرأة جزء لا يتجزأ من قضايا المجتمع وهمومه ومشكلاته. فإنه يصبح التعرف على الاحتياجات الإعلامية للمرأة مطلباً عادلاً لتتويرها وتنقيفها وتنمية قدراتها .

ولما كان جمهور المرأة ليس جمهوراً سليماً ولا يتلقى كل ما يقدم إليه، فهو يأخذ ما يريد من وسائل الإعلام، ويرفض ما لا يشبع رغباته وتوقعاته واستجاباته، وتلك العملية لا تتم دون تفكير، وإنما تتشكل على ضوء الاتجاهات والقيم والمبادئ والمعايير التي يؤمن بها، بالإضافة إلى أثر الإنتماءات وما تتفق عليه الفئة الإجتماعية التي ينتمى إليها. ولما كانت العلاقة والتفاعل بين الوسائل الإعلامية وبين المتلقى لا تزال غير معروفة تماماً وبمحااجة دائمة إلى الكثير من الأبحاث والدراسات التي تهدف إلى معرفة علاقة المتلقى بالوسيلة وقياس مدى الانتشار ومدى الأستخدام والاستفادة وتحقيق اشباع الرغبات وقوة التأثير وغير ذلك من العوامل التي تحقق للوسيلة أهدافها وللمتلقى حاجاته ..... من هنا كانت هذه الدراسة محاولة للتعرف على اتجاهات جمهور المرأة العاملة نحو قراءة المجلات النسائية وتقديمها إلى القائم بالاتصال ليعدل من نوعية ما يقدمه على ضوء ما تسفر عنه هذه الدراسة من نتائج .

ذلك أن فعالية الصحافة النسائية تأتي عندما يكون هناك إلماماً باهتمامات الجمهور النسائي الذي تخاطبه الصحافة النسائية من حيث السمات والخصائص والاحتياجات، والتي تعد متغيرات تؤثر في تحديد الدور الذي تقوم به الصحافة النسائية في المجتمع .

### تساؤلات الدراسة :

- تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية :
- ١- ما مدى قراءة أفراد عينة الدراسة للمجلات النسائية ؟
  - ٢- كيف يحصل أفراد عينة الدراسة على المجلات النسائية ؟
  - ٣- ما المجلات النسائية التي يفضلها أفراد عينة الدراسة، وما أسباب التفضيل ؟
  - ٤- ما الوقت المفضل للقراءة لدى أفراد عينة الدراسة، وما عدد الساعات التي يقضونها في قراءتها؟
  - ٥- ما دوافع قراءة المجلات النسائية لدى أفراد عينة الدراسة ؟
  - ٦- ما الموضوعات الصحفية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة ؟
  - ٧- ما رأى أفراد عينة الدراسة في تحرير وإخراج المجلات النسائية ؟
  - ٨- ما مدى الاعتماد على المجلات كمصدر للمعلومات لدى أفراد عينة الدراسة؟

- ٩- ما الوسائل الإعلامية الأخرى التى تكمل لديهم المعلومات التى يحصلون عليها ؟  
 ١٠- ما رجع الصدى للموضوعات التى تنشرها المجلات النسائية لدى أفراد عينة الدراسة؟  
 ١١- ما أسباب عدم قراءة أفراد عينة الدراسة للمجلات النسائية ؟

### الدراسات السابقة :

يتميز التراث العلمى فى هذا المجال بالقلّة إن لم يكن بالندرة، فالمكتبة العربية تفتقر كثيرا إلى الدراسات المتخصصة فى معرفة تأثير وسائل الإتصال على الجمهور بصفة عامة، وجمهور المرأة بصفة خاصة. وتمثل هذه الدراسات التى قدمت فى هذا المجال فيما يلى:  
 \* دراسة : الدكتورة عواطف عبد الرحمن عن : صورة المرأة فى الصحف والمجلات العربية التى كان من أهم نتائجها :<sup>(١)</sup>

- ١- أن الصحافة النسائية تدعم النظرة التقليدية للمرأة حيث تركز على جوانب معينة من اهتمامات المرأة كالازياء والمكياج وسائر الموضوعات المثلثة التى لا تمس فى الواقع سوى الشرائح العليا من النساء وتهمل الفئات المنتجة  
 ٢- أظهرت الدراسة أن صحافة المرأة لم تحاول الاقتراب من مشاكل الغالبية العظمى من نساء مصر فى الريف أو الأحياء الشعبية .  
 ٣- أظهرت الدراسة أن صفحات المرأة فى الجرائد اليومية تركز على المرأة كائنى وتهتم بكل ما يبرز هذه الأنوثة.

\* دراسة الدكتورة : ناهد رمزى وآخرون، عن : صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام<sup>(٢)</sup> والتى كان من أهم نتائجها :-

- ١- أن المرأة فى معظم القصص التى قدمتها وسائل الإعلام ظهرت كائنى فى المقام الأول وتابعة للرجل ويجب عليها ارضاءه وخدمته والتضحية من أجله .  
 ٢- أن المرأة ظهرت فى معظم القصص التى قدمتها وسائل الإعلام كأم تسعى وتفضل المنجاب الذكور على الإناث .  
 ٣- صورت المرأة فى معظم وسائل الإعلام قبل الزواج بالابنة المطبوعة التى تدور حياتها حول الزواج ، فإذا أصبحت زوجة استسلمت لزوجها وضحت بنفسها وعملها من أجله .

٤- صور سلوك المرأة في هذه الوسائل بشكل عاطفى وسلبى ،حيث المرأة فى حاجة إلى سند وعون ،وضعيفة غير قادرة على مواجهة المشكلات ، وأنها على استعداد لتترك عملها والتفرغ لخدمة زوجها .

\* دراسة : مرفت حسنين : عن اثر برنامج تلفزيونى فى ترشيد الإستهلاك لدى المرأة المصرية.<sup>(٤)</sup> ولقد كانت أهم نتائج هذه الدراسة تتمثل فى قلة برامج المرأة بالنسبة لبقية البرامج التلفزيونية مما يقلل الدور الذى يمكن أن يقوم به التلفزيون تجاه المرأة .

\* دراسة : منى الحديدى عن : صورة المرأة المصرية فى الفيلم المصرى والأثار الاجتماعية المترتبة على ذلك .<sup>(٥)</sup> وتمثلت أهم نتائجها فى أن السينما المصرية قدمت المرأة فى ادوار مختلفة ركزت فيها بصورة واضحة على الأدوار التقليدية مثل دور الممرضة والمدرسة وربة البيت. كما أوضحت هذه الدراسة أيضا : أن السينما المصرية قدمت المرأة فى صورة غير لائقة كأمرأة شرقية أصيلة ،فقد جاءت إما منحرفة السلوك أو منحرفة الفكر أو الإثنين معا . كما أظهرت الدراسة أن السينما المصرية أهملت المرأة بصورة كبيرة ولم تتناول حقيقة الدور الذى تؤديه فى حياة الريف . كذلك أظهرت هذه الدراسة أن السينما المصرية صورت المرأة من زاوية الأنثى التى لا تربطها بالمجتمع وحركته أى صلة من قريب أو بعيد.

\* دراسة : عاطف عدلى العبد عن : المرأة الريفية<sup>(٦)</sup> وتمثلت أهم نتائجها فيما يلى :  
١- أن ٦٥٪ من إجمالى عينة الدراسة وافق على تعليم المرأة . وكان أهم الدوافع إلى ذلك هو لضمان مستقبلها .

٢- أن هناك علاقة بين ازدياد نسبة الذين يوافقون على تعليم البنات من بين الذين يستمعون إلى الإذاعة عنه من بين الذين لا يستمعون إلى الإذاعة .

٣- أن هناك علاقة بين الموافقة على تعليم البنات والخصائص الاجتماعية للمبحوثين كالدخل والتعليم والتردد على البندر .

٤- موافقة ٧١٪ من إجمالى عينة الدراسة على منح المرأة الريفية حق الانتخاب . وأن ١٧,٦٪ من المبحوثين سمعوا عن التنظيمات النسائية فى مقابل ٨٤,٨٪ لم يسمعوا عنها .

\* دراسة : جيهان إلهامى عن : الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العاشر للمرأة<sup>(٧)</sup> وتوصلت إلى العديد من النتائج من أهمها :

الإعلامية فيما يتعلق بالمرأة من أجل دمجها فى عملية التنمية . وكانت أهم نتائج هذه الدراسة :

- ١- أن معظم هذه الدراسات ركزت على تحليل مضمون الصحافة النسائية الموجهة إلى المرأة للوقوف على مضامينها ونوعية الجمهور الذى تتوجه له، كما أنها ركزت على توضيح صورة المرأة كما تطرحها المجلات النسائية وابواب المرأة فى الصحف .
- ٢- أن بعض هذه الدراسات تناولت القائم بالاتصال ، بهدف التعرف على خصائصهم وسمااتهم العلمية والثقافية والاجتماعية ، ومدى وعيهم بأهمية الدور الذى تقوم به الصحافة النسائية فى تنمية المرأة وإدماجها فى عملية التنمية .
- ٣- أنه لا توجد هناك دراسة علمية تتناول جمهور الصحافة النسائية .
- ٤- أن هذه الدراسات لم تهتم بتأثير الصحافة النسائية على جمهور المرأة ، ومدى اهتمامه بالقضايا النسائية ، بجانب وجود نقص فى الدراسات التى تجرى حول دور الصحافة النسائية فى التوعية الاجتماعية والثقافية للمرأة المصرية .

وبعد هذا العرض السريع للدراسات السابقة يمكننا ملاحظة : أن معظم هذه الدراسات لم تهتم بدراسة جمهور المرأة، وهذا ما أشارت إليه دراسة الدكتورة ليلي عبدالمجيد . لذا فإنه يمكن إعتبار هذه الدراسة -التي نحن بصدددها - الأولى من نوعها التى تقوم بدراسة جمهور المرأة العاملة فى صعيد مصر.... وهذا كان سببا رئيسيا لإجراء هذه الدراسة .

### نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التى تسعى إلى وصف ومعرفة اتجاهات المرأة العاملة نحو مطالعة المجلات النسائية ، لمعرفة مدى قبول أو رفض المجلات النسائية التى تصدر وتوزع فى المجتمع المصرى من قبل المرأة المصرية العاملة وقياس مدى ارتباطها بها . وكذلك وصف موضوعى وكمى ومنظم يستهدف الوصول إلى ترشيد محتوى المضمون الذى يقدم من خلال هذه المجلات بالقدر الذى يلى ويشبع احتياجات المرأة العاملة وكذلك مساعدتها على أداء دورها نحو أسرتها ومجتمعها .

### منهج الدراسة :

ولعل أهم المناهج العلمية التى تتناسب مع هذه الدراسة هى منهج الدراسة المسحية باعتبارها أهم المناهج التى تعتمد عليها الدراسات الوصفية فى تصوير وتحليل وتقويم

- ١- إهتمت صحف الدراسة بقضية عدم المساواة بين الرجل والمرأة، وأن هذه الظاهرة ليست محلية بل ظاهرة تعاني منها المرأة في الدول النامية والدول المتقدمة على السواء.
  - ٢- أن صحف الدراسة ركزت على الاهتمام بالموضوعات التقليدية التي تركز على المرأة كربة بيت وتدعيم هذا الدور التقليدى .
  - ٣- كما أشارت الدراسة من واقع تحليل المضمون إلى أن الصحف أغفلت قطاعا نسائيا كبيرا هو المرأة الريفية، وساد الاهتمام بنساء المدن .
  - ٤- أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال أكدوا على أن للسياسة التحريرية للصحيفة تأثيرا على تناول قضايا المرأة وذلك من خلال تحديد موضوعات بعينها لتطرح على صفحات المرأة .
  - ٥- كما كشفت الدراسة أن النسبة الكبرى من القائمين بالاتصال يرون، أن الصحافة المصرية لا تهتم بمعالجة قضايا المرأة العربية .
- \* دراسة : عواطف عبد الرحمن، وليلى عبد المجيد، ونجوى كامل عن : الإعلام والمرأة وتأثيرهما على قضايا التنمية فى الريف المصرى<sup>(٨)</sup> . وتمثلت أهم نتائجها فيما يلى:
- ١- عدم وعى القائمين بالاتصال بأهمية الدور الذى يجب أن تقوم به الصحافة النسائية فى دمج المرأة الريفية وإشراكها فى عملية التنمية .
  - ٢- أن اتجاه المشرف على صفحة المرأة سواء كان سلبيا أو إيجابيا ليس هو المحك الرئيسى فى تفسير أسباب عدم العناية بالمرأة الريفية فى الصحافة .
  - ٣- أن الغالبية العظمى من أفراد العينة سواء فى الصحف العامة والمجلات النسائية ترى أن صحفهم لا تهتم بقضايا المرأة الريفية .
  - ٤- رضاء الغالبية العظمى من الباحثين فى الصحف العامة والمجلات النسائية عن عملهم الصحفى، واتفق الباحثون على أن الصحافة النسائية يجب أن تركز فى المقام الأول على الدعوة إلى تعليم المرأة ومحو أميتها .
- دراسة: لىلى عبد المجيد عن : موقع المرأة العربية على خريطة السياسات الإعلامية<sup>(٩)</sup> .

وهذه الدراسة قامت على تحليل البحوث والدراسات السابقة التى تناولت المرأة فى وسائل الإعلام ، بهدف تحديد الملامح العامة الأساسية التى يقترح أن تتضمنها السياسات

خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر . وهذا المنهج يتضمن : خمسة أساليب وأدوات لجمع البيانات هي : مسح الرأى العام، تحليل المضمون، ومسح جمهور وسائل الإعلام ومسح أساليب الممارسة ويعتبر هذا المنهج جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضع الدراسة فى العدد الحدى من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية<sup>(١٠)</sup>.

ولتعدد أساليب وأدوات جمع البيانات فى هذا المنهج فاننا سوف نستخدم من هذه الأساليب والأدوات العديدة مسح جمهور وسائل الإعلام ، بهدف دراسة اتجاهات المرأة العاملة نحو المجالات النسائية بغية الكشف عن مدى إقبال وادبار المرأة العاملة على المجالات النسائية التى تصدر وتوزع فى مصر ، وكذلك قياس مدى ارتباطها بهذه المجالات ، وكذلك الكشف عن مدى قدرة هذه المجالات فى تلبية الحاجات الإعلامية والتعليمية والترفيهية لدى المرأة العاملة

### أدوات جمع البيانات :

أما عن الأدوات التى تم استخدامها فى جمع البيانات فهى صحيفة الاستبيان حيث أنها تعتبر من أكثر وسائل وأدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما / ولقد تم استخدامها كوسيلة لجمع البيانات الميدانية ، وقد تضمنت هذه الاستمارة نوعين من الأسئلة :  
أولا : أسئلة مغلقة : وهى تلك التى يحدد فيها الباحث مسبقا مجموعة من الإجابات المختلفة ويدونها فى صحيفة الاستبيان بعد السؤال مباشرة على أساس أن يقوم الباحث باختيار إجابة واحدة أو أكثر .  
ثانيا : أسئلة مفتوحة : وهى التى يترك فيها الباحث للمبحوث حرية الإجابة عليها بلغته وطريقته وأسلوبه دون التقييد بإجابات محتملة يكون الباحث قد أعدها مسبقا .

ولقد تناولت صحيفة الاستبيان التى تم استخدامها الأجزاء التالية :  
الجزء الأول : حاول الكشف عن مدى إقبال جمهور المرأة العاملة على المجالات النسائية ومدى ارتباطه بها .  
الجزء الثانى : استهدف معرفة الدوافع التى تجعل المرأة المصرية العاملة تطالع المجالات النسائية وكذلك معرفة الدوافع التى تجعلها ترفض الإقبال على قراءة وشراء هذه المجالات .



الجزء الثالث : استهدف معرفة رأى جمهور المرأة العاملة فى شكل ومضمون المجلات النسائية ومدى قدرتها على إشباع وتلبية الاحتياجات المختلفة لدى المرأة المصرية .

### مجتمع الدراسة واختيار العينة

أولاً : حدود مجتمع الدراسة : يتحدد مجتمع الدراسة بالمحددات الآتية :

- ١- المجال البشرى :- أجريت هذه الدراسة على عينة من السيدات العاملات بمدينة سوهاج عن اتجاهاتهم نحو قراءة المجلات النسائية .
- ٢- المجال الجغرافى :- المجال الجغرافى لهذه الدراسة هو مدينة سوهاج ، وهى عاصمة محافظة سوهاج ، التى تتكون من إحدى عشرة مدينة . ويرجع السبب فى اختيار مدينة سوهاج إلى الأسباب الآتية :-
  - أ- أن أكبر نسبة سيدات عاملات فى المحافظة توجد فى مدينة سوهاج .
  - ب- أنها أكثر مدن الإقليم حضارة ويوجد بها أكبر منافذ لتوزيع الصحف والمجلات . حيث أن هناك بعض مدن محافظة سوهاج لا يوجد بها منافذ لتوزيع المجلات النسائية . وذلك من واقع المشاهدة العينية للباحثان فى محافظة سوهاج .
  - ج- أن السيدات العاملات المقيمات خارج مدينة سوهاج عندما ترغبن فى قراءة المجلات يذهبن إلى مدينة سوهاج لشرائها .
  - د- أن معظم الإدارات التى تمثل الوزارات المختلفة توجد فى مدينة سوهاج .
  - هـ- أن المستوى الاقتصادى للسيدات العاملات فى مدينة سوهاج أكثر ارتفاعاً عن بقية مدن المحافظة .
- ٣- المجال الزمنى : تم تطبيق استبيان الدراسة من أول أكتوبر إلى منتصف نوفمبر ١٩٩٥ .

### كيفية عينة الدراسة :

انطلاقاً من طبيعة هذا البحث فقد تم اختيار عينة من السيدات العاملات فى مدينة سوهاج على النحو التالى :

- ١- تحديد نسبة السيدات العاملات فى مدينة سوهاج فى مديريات الإسكان ، والشئون الإجتماعية والتموين ، ومديرية أمن سوهاج ، والأوقاف ، والرى ، والزراعة ، والقوى العاملة والمالية ، وديوان عام المحافظة . وقد بلغ عدد العاملات فى تلك المديريات طبقاً للكشوف الموجودة فى تلك المديريات حوالى ٣٧٣٣ عاملة ، وقد تم اختيار عينة

عشوائية منتظمة بواقع ١٠٪ من إجمالي عدد السيدات العاملات ، فبلغ حجم العينة ٣٧٣ مفردة . وبعد تطبيق الاستبيان تم استبعاد حوالي ٧٣ استمارة استبيان للأسباب الآتية :-

- فقدان بعض استمارات الاستبيان لدى أفراد العينة وعدم ردها .
- أن هناك بعض المبحوثات تركن بعض أسئلة الاستبيان دون إجابة .
- عدم وضوح بعض الإجابات فى أذهان المبحوثات .

وبذلك بلغ عدد مفردات عينة الدراسة ٣٠٠ مفردة . وتجدر الإشارة إلى أنه تم الاستعانة بالكشوف الموجودة بها أسماء العاملات بإدارات شئون العاملين بالمديريات السابقة عند اختيار مفردات عينة الدراسة لتطبيق الاستبيان .

### إجراءات الثبات والصدق للاستبيان :

أولاً: إجراءات الثبات : لثبات الاستبيان استخدمت طريقة إعادة التطبيق ، حيث تم تطبيق الإستبيان على عدد ٥٠ سيدة عاملة ، وبعد فترة زمنية أعيد تطبيق الاستبيان على ذات العينة السابقة وتم تحليل مضمون كل سؤال وباستخراج النسب المئوية وجد أنها تراوحت بين ٩٠٪-٩٥٪ وهى نسبة يمكن الاعتماد عليها كعامل ثبات .

ثانياً: إجراءات الصدق : يقصد بالصدق صلاحية أسلوب القياس لما يفترض أن يقيسه وأن يوفر هذا الأسلوب المعلومات المطلوبة ، وفى ضوء ذلك تم عرض الاستبيان على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس وقد أقرت هيئة المحكمين صلاحية عبارات الاستبيان وصدقها فى تحقيق الغرض الذى وضعت من أجله ، كما أجريت التعديلات الملائمة وفق مقترحاتهم .

### تحديد المفاهيم :

#### ١- المجالات النسائية :-

هى تلك المجلة التى تهتم بالنساء ، مثل الحديث عن محاسن النساء ، وعن حالة المرأة فى الأزمنة الغابرة والقرون المتوسطة ، وماوصلت إليه فى هذا العصر ، وبكل ما هو لازم لها من الخياطة والتطريز والتخريم والنقش والرسم والتصوير وكافة أشغال الإبرة مع تربية المنزل وتربية الأولاد .

وهناك من يشير أنه توجد مجموعة من المجلات النسائية تتعدد تخصصاتها تبعاً لحاجة المرأة ومطالبها فهناك المجلات الخاصة بأزياء المرأة التي تقدم آخر مبتكرات مصممي الأزياء التي تلائم المرأة العاملة وربّة البيت في الصباح والظهيرة والمساء . وهناك نوع آخر خاص بالمكياج وتسريحات الشعر ونوع ثالث يهتم بالمرأة العاملة وأناقته وكيفية تربيتها للأطفال وتقديم الإرشادات الصحفية وكيفية ترتيب البيت والاعتناء بمديقته وإثائه وكيفية إعداد الواجبات الصحية وغير ذلك من الأمور التي تهتم البيت وأفراد الأسرة، وهناك نوع رابع يهتم بالأمور العاطفية والنفسية التي تهتم المرأة، كما تهتم بالحانب الثقافي للمرأة، وتقدم لها بعض القضايا الأدبية والقصة ودور المرأة في المجتمع سياسياً واقتصادياً وفكرياً، ونوع آخر يوجه إلى الفتيات أو المرأة الصغيرة فيهتم بالمشاكل التي تواجهها وتقدم ما ينمى الهويات الفنية والرياضية لدى الفتيات بما يتلائم مع أعمارهن<sup>(١١)</sup> .

والمجلة النسائية هي: صحافة نسائية شاملة، أي أنها تقدم ما يهتم المرأة في كافة المجالات سواء أناقة المرأة والأزياء وتسريحة الشعر أو تربية الطفل والأمور الخاصة بالزواج والخطوبة وترتيب البيت والموضوعات الخاصة بالديكور والتطريز، وأشغال الإبرة، وكذلك ما يتعلق بالمطبخ وإعداد الوجبات الغذائية، ونشر أخبار الطالع والأبراج، هذا من ناحية المضمون، أما من ناحية الإخراج الصحفي فإنها تعتمد على الورق المصقول المتعدد الألوان وتستخدم الصورة الملونة والرسوم . وتأخذ معظم المجلات النسائية أحجاماً متقاربة، وعادة ما يكون الغلاف مطبوعاً بالأوفست، وعليه صورة جمالية، وتستخدم مساحة كبيرة من البياض والهامش لإراحة عين القارئ<sup>(١٢)</sup> . كذلك فإن الصحافة النسائية تركز اهتمامها على الشئون الخاصة بالمرأة مثل شئون المنزل ورعاية الأسرة وشئون الحب والزواج وشئون الأناقة والجمال، بالإضافة إلى مشكلات المرأة بشكل عام .

كذلك هي تلك الصحافة التي يغلب عليها طابع الخدمات، فهي تقدم للقرائات أحدث الأطعمة وطرق طهيها، وأحدث الموضوعات في الأزياء والمكياج وأحدث العطور والأثاث والديكور، وغير ذلك من الخدمات النسائية<sup>(١٣)</sup> .

ومن خلال العرض السابق لمفهوم الصحافة النسائية نخلص إلى أن أهم عناصر هذا المفهوم تتمثل فيما يلي :

- ١- بأنها تلك المجلات التي تهتم بالنساء .
- ٢- أنها تقدم ما يهتم المرأة في كافة المجالات .

- ٣- أنها تلك المجالات التى تهتم برعاية الأسرة وشتون الحب والزواج .  
 ٤- هى تلك المجالات التى تهتم بمشكلات المرأة بصفة خاصة .  
 ٥- هى تلك النوع من المجالات التى يغلب عليها طابع الخدمات .

### ٢- المرأة العاملة :-

عرف القانون العامل بأنه كل ذكر أو أنثى يعمل لقاء أجر<sup>(١٤)</sup> والقانون المصرى الحديث لا يوجد فيه نصا واحدا يفرق بين المرأة والرجل فى حق تولى الوظائف<sup>(١٥)</sup> .

### ٣- مفهوم الاتجاهات :

- يشير الإتجاه إلى حالة استعداد عقلى محايد يبنى على التجربة لهذه الحالة تأثير ديناميكى أو توجيهى على استجابة الفرد على الأمور والظروف المتصلة بهذه الحالة<sup>(١٦)</sup> .  
 ويمكن النظر إلى الإتجاه على أنه الطريقة التى يشعر بها الفرد تجاه شخص أو شىء أو فكرة أو موقف ، فالإتجاه استعداد مكتسب يجعل الفرد يميل إلى موضوعات معينة ويجذبها ويقبل عليها أو لا يميل إلى موضوعات معينة ولا يرغب فيها ويعرض عنها<sup>(١٧)</sup> .  
 ولقد حاولت " أولبورت " جمع كل هذه التعريفات فى تعريف واحد وهو أن الإتجاه : حالة استعداد عقلى عصبى نظمت عن طريق التجارب الشخصية وتعمل على توجيه واستجابة الفرد لكل الأشياء والمواقف التى تتعلق بهذا الاستعداد<sup>(١٨)</sup> .  
 وهناك العديد من التعريفات لمفهوم الإتجاه نورد بعضا منها فيما يلى :<sup>(١٩)</sup>
- الإتجاه : نظام دائم من التقويمات السلبية والإيجابية والمشاعر والأحاسيس ، والميل إلى اتخاذ موقف بالقبول أو الرفض بالنسبة لموضع اجتماعى ما .
  - الإتجاه : هو حالة عقلية عصبية من التهيؤ تنميتها الخبرة ولها تأثير ديناميكى أو توجيهى على استجابات الفرد لكافة الأشياء والمواقف التى لها علاقة بها .
  - الإتجاه : هو موقف تقويمى ، وهو حاصل جمع قوة المعتقدات عن الموضوع أو الجانب التقويمى لهذه المعتقدات ، وتعنى كلمة تقويمى درجة التفضيل لخصائص ذلك الموضوع .
  - الإتجاه : هو استعداد أو ميل حالى للإستجابة للموضوعات الإجتماعية يعمل على توجيه السلوك الظاهر للفرد خلال المواقف بما تحتويه من متغيرات .

ولمخلص مما سبق إلى أن أهم العناصر التى تشكل مفهوم الإتجاه تتمثل فيما يلى :

١- أنه استعداد مكتسب عن طريق التجارب الشخصية للفرد .

٢- أنه حالة عقلية عصبية من التهيؤ تنميها الخبرة .

#### خصائص العينة :

بخصوص الحالة العمرية لأفراد عينة الدراسة ، وجد أن الفئة العمرية التي تركزت أكبر نسبة عندها هي ما بين بداية ال ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة ، بنسبة ٤٤,٣ ٪ من إجمالي عينة الدراسة ، تلتها الفئة العمرية من بداية ال ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة بنسبة (٣٤,٧ ٪) ثم الفئة العمرية من بداية ال ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة بنسبة ( ١٨ ٪ ) وأخيرا جاءت الفئة العمرية من بداية ال ٥٠ إلى ال ٦٠ سنة بنسبة ( ٣ ٪ ) . (جدول رقم ١) .

وبتوزيع العينة وفقا للحالة التعليمية ، لوحظ أن حملة المؤهلات المتوسطة يمثلن نسبة (٤١,٣ ٪) من أفراد عينة الدراسة ، يليهن المؤهلات العليا بنسبة ( ٣٤ ٪ ) ثم المؤهلات فوق المتوسطة بنسبة ( ٢٤,٧ ٪ ) . (جدول رقم ٢) .

وبالنسبة للحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة لوحظ أن المتزوجات يمثلن ثلاثة أرباع عينة الدراسة ، حيث بلغت نسبتهم (٧٤,٤ ٪) من جملة أفراد أفراد عينة الدراسة ، يليهن الآنسات بنسبة ( ٢٠ ٪ ) ثم الأراامل بنسبة ( ٣,٣ ٪ ) ، وأخيرا المطلقات بنسبة (٢,٣ ٪) . (جدول رقم ٣) .

وبخصوص متوسط الدخل الشهري لأفراد عينة الدراسة فقد إتضح أن (٢٣,٣ ٪) متوسط دخلهن من ١٠٠ جنيه إلى أقل من ٢٠٠ جنيه في الشهر ، وأن (٢٠ ٪) منهن يبلغ متوسط دخلهن من ٣٠٠ جنيه إلى أقل من ٤٠٠ جنيه في الشهر ، وأن (١٨ ٪) من عينة الدراسة يتراوح دخلهن من ٥٠٠ جنيه فأكثر ، وأن (١٦ ٪) يتراوح دخلهن من ٤٠٠ جنيه إلى أقل من ٥٠٠ جنيه ، وأن (١٥,٤ ٪) يبلغ متوسط دخلهن من ٢٠٠ إلى ٣٠٠ جنيه في الشهر ، وأن (٧,٣ ٪) يبلغ متوسط دخلهن أقل من ١٠٠ جنيه في الشهر (جدول رقم ٤)

## نتائج الدراسة :

### \* معدل قراءة المجلات :

يلاحظ من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة ارتفاع معدل الإقبال فبلغت نسبة من يقرآن المجلات النسائية من جملة أفراد العينة (٦,٧٤٪) أما اللائى لا يقرآن المجلات النسائية على الإطلاق فبلغت نسبتهم (٤,٢٥٪) من جملة أفراد عينة الدراسة . وبذلك أصبحت عينة الدراسة ٢٢٤ امرأة عاملة . (جدول رقم ٥) .

ومن خلال النتائج السابقة لمعدل قراءة المجلات النسائية ، يمكننا أن نخلص إلى أن المرأة المصرية العاملة تهتم كثيرا بقراءة المجلات النسائية . ويمكن ارجاع ذلك إلى زيادة معدلات الفراغ أثناء العمل . وأنه يجب على القائمين على هذه المجلات محاولة بذل الكثير من الجهد من أجل استقطاب وجذب بقية السيدات والأنسات اللائى يعزفن عن قراءة ومتابعة المجلات النسائية .

### \* المجلات النسائية المفضلة :

تبين من خلال الدراسة أن أهم المجلات النسائية التى تقبل على قراءتها المرأة العاملة هي مجلة حواء وذلك بنسبة (٦,٣٠٪) يليها فى الأهمية مجلة نصف الدنيا بنسبة (١,٢٤٪) ثم مجلة فينوس بنسبة (٨,١٨٪) ومجلة البردة بنسبة (٧,١١٪) وسيدتى بنسبة (١,٨٪) وأخيرا مجلة زهرة الخليج بنسبة (٧,٦٪) . (جدول رقم ٦) .

ويلاحظ أيضا من خلال البيانات التى وردت فى (الجدول رقم ٦) أن (٧,٥٤٪) من أفراد عينة الدراسة يقبلن على قراءة المجلات النسائية المصرية أكثر من المجلات العربية، الأمر الذى يمكن إرجاعه إلى العديد من الأسباب لعل من أهمها :

- ١- ارتفاع سعر المجلات العربية عن المجلات المصرية . فعلى سبيل المثال يبلغ سعر مجلة سيدتى ٥٠٠ قرش ومجلة زهرة الخليج ٣٠٠ قرش ،فى حين يبلغ سعر مجلة حواء المصرية ١٠٠ قرش ومجلة نصف الدنيا ١٥٠ قرش .
- ٢- عدم انتظام وصول المجلات العربية فى مواعيدها لدى موزعى الصحف والمجلات .

كما يلاحظ أيضا من خلال المجلات التى تفضل المرأة قراءتها من خلال البيانات الواردة فى الجدول رقم (٦) أن نسبة (٥,٣٠٪) من أفراد عينة الدراسة يقبلن على

شراء المجلات التي لا تحوى مضمونا إعلاميا أو تربويا أو ترفيهيا - مجلة فينوس والبردة - وهذه النتيجة تحتم علينا كإعلاميين أن نطور مضمون هذه المجلات بإضافة رسائل إعلامية وتربوية نخدم قضايا المجتمع . وكذلك نقودنا هذه النتيجة إلى أنه يمكن زيادة الاقبال على شراء المجلات النسائية التي تحوى مضمونا إعلاميا أو تربويا وزيادة توزيعها ، وذلك بتضمينها موضوعات خدمية كالذى تحتوى عليه مجلة فينوس والبردة على سبيل المثال .

#### طريقة الحصول على المجلة :

يلاحظ من بيانات ( الجدول رقم ٧ ) أن نسبة من يحصلن على مجلتهن عن طريق الزملاء هي (٣٣,١٪) من جملة أفراد عينة الدراسة ، وأن من يحصلن عليها عن طريق الشراء بلغت نسبتهن (٢٨,٥٧٪) ، أما من يتبادلنها مع الأهل والأقارب فقد بلغت نسبتهن (١٨,٧٥٪) أما من يحصلن عليها من البائع ثم ردها مقابل مبلغ معين فقد بلغت نسبتهن (١٣,٣٩٪) وأن من يحصلن عليها عن طريق المكتبات العامة فقد بلغت نسبتهن (٧,١٪) يلي ذلك من يحصلن على المجلة عن طريق الإشتراك بنسبة (١,٨٪) .

كما نلاحظ أيضا من خلال بيانات ( الجدول رقم ٧ ) إنخفاض معدل الاشتراكات لدى قارئات المجلات النسائية ، الأمر الذى يمكن إرجاعه إل العديد من الأسباب لعل من أهمها (٢٠) :

#### ١- عدم الولاء لصحيفة أو مجلة معينة :

حيث يتسم المجتمع المصرى بعدم ولاء نسبة من قراءه لصحيفة أو مجلة معينة ، حيث يفاضل هذا الفريق من القراء بين الصحف والمجلات ويختار منها ما يحتوى على أخبار مثيرة أو تزيد عدد صفحاتها عن الجريدة أو المجلة الأخرى ، وهذه السمة أو الخاصية لا توجد فى الصحافة الغربية كالصحافة الأمريكية أو البريطانية مثلا - فالقارىء فى هذه البلاد يكن لصحيفته أو مجلته كل الولاء ويحرص على قراءتها ، وأحيانا يحصل على صحيفة أو أكثر بجانب صحيفته المحببة إلى نفسه والتي اعتاد على قراءتها كل يوم .

#### ٢- انتشار عادة الإقراء :

وهذه الظاهرة تكاد تكون منفردة بها الصحافة المصرية ، حيث يلجأ عدد كبير من القراء يساعدهم فى ذلك البائعون إلى قراءة عدد من الصحف والمجلات وإعادتها إلى

البائع مرة أخرى مقابل أجر معين يتقاضاه البائع ثم تعاد النسخ إلى المؤسسة الصحفية باعتبارها مرتجعات. وهذه الخاصية أكدتها الدراسة من خلال بيانات (الجدول رقم ٧).

### ٣- سوء البريد :

فالقراء في مصر لا يقبلون على الاشتراكات نظرا لسوء البريد وعدم وصول المجلة أو الصحيفة إلى القارئ في موعدها المحدد لها . يضاف إلى ذلك انخفاض مستوى المعيشة نسيا ، وتغير مزاج القارئ المصرى وعزوفه عن ارتباطه بصحيفة أو مجلة واحدة .

### الوقت المخصص للقراءة :

بالنظر إلى (الجدول رقم ٨) نجد أن الوقت المخصص لقراءة المجلات لدى أفراد عينة الدراسة يختلف فيما بينهم فنسبة (٣١,٧٪) منهم تقضى ما بين نصف ساعة إلى ساعة واحدة فى قراءة المجلة ، يليهن من تتراوح مدة قراءتهن أقل من نصف ساعة وتبلغ نسبتهن (٢٧,٣٪) من جملة أفراد عينة الدراسة ، ثم من يقرآن من ساعة إلى ساعة ونصف بنسبة (١٨,٣٪) ومن يقضين أكثر من ساعتين فى قراءة المجلة بنسبة (١٢,٥٪) وأخيرا من يقضين فى قراءة المجلة ما بين ساعة ونصف إلى ساعتين حيث بلغت نسبتهن (١٠,٢٪).

كما يمكننا أن نخلص من خلال البيانات الواردة فى (الجدول رقم ٨) إلى قلة الوقت الذى تقضيه المرأة العاملة فى قراءة المجلة المفضلة إليها حيث أفاد أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة الذين أجابو بأنهن يقرآن المجلات ( ٥٩ ٪ ) أنهن يقضين فى قراءة المجلة ما بين أقل من نصف ساعة إلى ساعة . ويمكن ارجاع هذا الأمر إلى عدة أمور لعل من أهمها : أن المرأة المصرية بصفة عامة تعمل طوال اليوم ، حيث تذهب إلى العمل صباحا وتعود ظهرا ، ثم تقوم بممارسة الأعمال المنزلية إلى أن تنام .

### الوقت المفضل للقراءة :

تشير بيانات (الجدول رقم ٩) أن فترة ما قبل النوم تعتبر من أكثر الأوقات المفضلة لقراءة المجلات لدى (٣٠,٨٪) من جملة أفراد عينة الدراسة اللاتى أجابن بأنهن يقرآن المجلات ، يليها فترة أثناء أوقات العمل بنسبة (٢٩,٤٦٪) ثم فى فترة المساء بنسبة (٢٢,٣٪) وفى أى وقت بنسبة (٧,١٪) وبعد العمل بنسبة (٥,٨٪) وأخيرا فى أثناء ركوب المواصلات بنسبة (٤,٤٦٪) .



كما نلاحظ أيضا من بيانات ( الجدول رقم ٩ ) أن أعلى معدل أو أفضل وقت للقراءة لدى المرأة العاملة هي فترة قبل النوم وأثناء أوقات العمل، حيث أفاد بذلك أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة اللاتي يقرأن المجلات بنسبة (٦٠,٢٥٪) الأمر الذي يمكن ارجاعه إلى أن هذه الأوقات تكون فيها المرأة قد انتهت من الأعمال المنزلية، وزيادة وقت الفراغ أثناء العمل .

#### مدى الإحتفاظ بالمجلة:

تشير بيانات ( الجدول رقم ١٠ ) إلى أن ( ٧٢,٣٪ ) من مجلة أفراد عينة الدراسة لا يحتفظن بالمجلات بعد قراءتها بينما أفاد ( ٢٧,٧٪ ) منهن بأنهن يحتفظن بها .  
ونخلص من هذا الجدول أيضا إلى ارتفاع معدل عدم الإحتفاظ بالمجلات لدى المرأة العاملة المصرية الأمر الذي يمكن ارجاعه إلى العديد من الأسباب التي من أهمها : عدم إقبالها الشديد على الشراء وعدم إقبالها على الاشتراكات، ومحاولة الحصول بمعظم الطرق المختلفة التي تم توضيحها في الجدول رقم (٧) .

#### دوافع الإحتفاظ :

أما عن الأسباب التي تجعل المرأة العاملة تحتفظ بالمجلة فإنها تتضح من خلال بيانات (الجدول رقم ١١) وهي :

- ١- أهمية الموضوعات التي توجد بها أو التي تتناولها حيث مثل ذلك السبب نسبة (٤٢,٩٪) من إجمالي إجابات عينة الدراسة اللاتي يقرأن المجلات .
- ٢- للرجوع إلى قراءتها مرة ثانية بنسبة (٣٨,٧٪) .
- ٣- ثم للإحتفاظ بجميع أعدادها بنسبة ( ١١,٢٪ ) .
- ٤- ومجرد أنها عادة بنسبة ( ٨,١٪ ) .

#### دوافع قراءة المرأة العاملة للمجلات النسائية :

يتضح من خلال بيانات ( الجدول رقم ١٢ ) أن أكثر الأسباب التي تعزى إليها المرأة المصرية العاملة قراءتها للمجلات النسائية هي :

- ١- أنها تزودها بمعلومات هامة عن أشياء كثيرة وذلك بنسبة ( ٩,٥٪ ) من إجمالي إجابات عينة الدراسة .

- ٢- أنها تمثل أهم مصدر للمعلومات التي تهتم المرأة بنسبة (٨,٤ ٪) .
- ٣- لأنها تمدها بالثقافة العامة بنسبة (٨,٢ ٪) .
- ٤- أن المجالات تساعدنا وتمدها بمعلومات نستعين بها في تجميل منزلنا بنسبة (٦,٨ ٪) .
- ٥- لأنها تتعرف من خلال قراءتها على أحدث خطوط الموضة بنسبة (٦,٦ ٪) .
- ٦- لأنها مصدر للمعلومات التي تساعد المرأة في تدبير أمور حياتها بنسبة (٦,٤ ٪) .
- ٧- لأنها تمدها بمعلومات تساعدنا في تربية أولادها، ولأنها تهتم بمشاكل المرأة بنسبة (٦,١ ٪) .
- ٨- لأنها تساعدنا على حل مشاكلها الشخصية بنسبة (٤,٩ ٪) .
- ٩- لأن بها أخبار وموضوعات مسلية بنسبة (٤,٧ ٪) .
- ١٠- لأنها تساعدنا على المشاركة في الحياة الإجتماعية والسياسية بنسبة (٤,٦ ٪) .
- ١١- لأنها تشبع حب الإستطلاع لديها بنسبة (٤,٤ ٪) .
- ١٢- لأنها تساعدنا على قضاء وقت الفراغ ، وأنها تحتوى على موضوعات مختلفة تتعلق بتكوين البيت السعيد بنسبة (٣,٩ ٪) .
- ١٣- لأنها تتابع عن طريقها الأخبار الإجتماعية بنسبة (٣,٤ ٪) .
- ١٤- لأنها خير صديق يصاحبها ويؤنسها بنسبة (٣,١ ٪) .
- ١٥- لأنها تقرأ فيها للكتاب والكاتبات اللاتي تحبهن بنسبة (٢,٧ ٪) .
- ١٦- لأنها تفيدها في اتخاذ القرارات المصيرية في حياتها بنسبة (٢,٢ ٪) .
- ١٧- لأنها تهتم بالرد على تساؤلاتها . وتستغنى بها عن قراءة الكتب بنسبة (١,٢ ٪) .
- ١٨- لأنها تمدها بمعلومات تزيد من دخلها بنسبة (٠,٩ ٪) .
- ١٩- لأنها تنشر الموضوعات التي أكتبها (٠,٨ ٪)

### الأشكال التحريرية :

وبالنسبة للأشكال التحريرية التي تفضل المرأة المصرية العاملة قراءتها في المجالات النسائية، لوحظ أن أهم هذه الأشكال تتمثل في : الأحاديث الصحفية والأخبار، حيث مثل كل منهما نسبة (٢١,١ ٪) من إجمالي إجابات عينة الدراسة للاتي أفادن بأنهن يقرأن المجالات النسائية ، يليهما التحقيقات الصحفية بنسبة (١٦,٦ ٪) ثم الصور بنسبة (١٣,٨ ٪) ويليهم المقالات والأعمدة بنسبة (١٢,٦ ٪) والرسومات بنسبة (٨,٩ ٪) والكاريكاتور بنسبة (٥,٩ ٪) . (جدول رقم ١٣) .

مدى تقديم المجلات النسائية معلومات تهم المرأة العاملة :

تشير بيانات ( الجدول رقم ١٤ ) إلى أن ( ٩٥,١ % ) من إجمالى إجابات عينة الدراسة اللاتى أجابن بأنهن يقرأن المجلات : بأن المجلات النسائية تهتم بتقديم المعلومات التى تهم المرأة ، بينما أفاد ( ٤,٩ % ) منهن بأن المجلات النسائية لا تهتم بتقديم المعلومات التى تهم المرأة . وهذه النتائج توضح لنا أن القائمين على العمل فى المجلات النسائية لديهم ادراك واضح وقوى لجمهورهم الذى يخاطبونه برسائلهم الإعلامية المختلفة.

معدل الحصول على المعلومات بعيدا عن المجلات النسائية :

يتضح لنا من بيانات (الجدول رقم ١٥) أن (٧٢,٧%) من إجمالى إجابات عينة الدراسة اللاتى أجابن بأن المجلات النسائية لا تقدم المعلومات التى تهم المرأة أفادوا بأنهن يلجأن إلى مصادر أخرى فى الحصول على المعلومات من غير المجلات النسائية ،بينما أفاد (٢٧,٣%) منهن بأنهن لا يلجأن إلى مصادر أخرى فى الحصول على المعلومات بعيدا عن مجلاتهن النسائية المفضلة .

مصادر الحصول على المعلومات بعيدا عن المجلات النسائية :

إن أهم المصادر التى تحصل منها المرأة العاملة على المعلومات بعيدا عن مجلتها المفضلة هى: التلفزيون بنسبة (٣٥ %) يليه الصحف اليومية والراديو بنسبة (٢٥ %) لكل منهما ثم الأصدقاء والمعارف بنسبة (١٠ %) ثم الكتب بنسبة (٥ %) . ( جدول رقم ١٦ )

الكاتب المفضل :

وبخصوص الكتاب الذين يفضل أفراد العينة القراءة لهم فقد وردت فى ( الجدول رقم ١٧ ) على النحو التالى :عبدالوهاب مطاوع بنسبة (١٨,٠٣%) يليه أنيس منصور بنسبة (١٤,٧٦%) ثم ابراهيم نافع بنسبة (١٢,٤٦%) محمود السعدنى بنسبة (١١,٤٨%) ونجيب محفوظ بنسبة (٩,٥١%) وسكينة فؤاد بنسبة (٨,١٩%) وسكينة السادات بنسبة (٧,٨٧%) وإقبال بركة بنسبة (٦,٥٦%) وسناء البيسى بنسبة (٦,٢٢%) وأمينة السعيد بنسبة (٤,٩٢%) .

### دور الكاتبة فى زيادة نسبة توزيع المجلات :

يرى أفراد عينة الدراسة أن للكاتب المشهورين دور كبير فى زيادة توزيع المجلات النسائية حيث أفاد بذلك (٧٨,٢٪) من إجمالى الإجابات بينما أفاد (٢١,٨٪) بأن ليس لهم دور فى عملية التوزيع . ( جدول رقم ١٨ )

ويرجع أفراد عينة الدراسة أن للكاتب المشهورين دور فى زيادة توزيع المجلات النسائية للأسباب الآتية التى وردت فى ( الجدول رقم ١٩ ) :

- ١- لأنهم مصدر ثقة بالنسبة للجمهور ، بنسبة ( ١٩,٤ ٪ ) .
- ٢- لأن كل قارئ له كاتب يفضله ومرتبطة به ويجب أن يتابع آراءه فى كل وسيلة يكتب فيها . بنسبة ( ١٨ ٪ ) .
- ٣- لأن كل ما يكتبه هؤلاء الكتاب يصدقها الناس . بنسبة ( ١٤,٨ ٪ )
- ٤- لأن هؤلاء الكتاب هم موافقهم المشهورة ضد الظلم والفساد . ( ١٣,١ ٪ )
- ٥- لأنهم يتناولون القضايا التى تهم النساء بشكل جريء بنسبة ( ١٠,٢ ٪ )
- ٦- لأنهم يقدموا الحلول لمشاكل المجتمع . بنسبة ( ١٠,٢ ٪ )
- ٧- لأنهم أسلوب شيق وجذاب فى سرد الأحداث . بنسبة ( ٤,٧ ٪ )
- ٨- لأن لديهم القدرة على حل مشاكل القراء . بنسبة ( ٤,٥ ٪ )
- ٩- لأنهم باع طويل فى تناول القضايا التى تهم المجتمع . بنسبة ( ٣,٤ ٪ )

### مدى إلتقاء المرأة العاملة للموضوعات التى تعرضها المجلات :

يتضح لنا من بيانات ( الجدول رقم ٢٠ ) أن المرأة العاملة عند قراءتها مجلتها المفضلة تنتقى بعض الموضوعات وتقرأها حيث مثل ذلك نسبة ( ٣٧,٩ ٪ ) من إجمالى إجابات عينة الدراسة، الذين أجابوا بأنهم يقرأون المجلات ، بينما أفاد ( ٣٤,٩ ٪ ) منهم بأنهم يتصفحون بعض الموضوعات ويقرأون الموضوعات التى تهمهم . وأن من يقرأونها بالكامل بلغت نسبتهم ( ٢٧,٢ ٪ ) .

### مدى الثقة فى المجلات النسائية لدى المرأة العاملة :

بتحليل بيانات ( الجدول رقم ٢١ ) نلاحظ : أن نسبة ( ٩٥,١ ٪ ) من إجمالى إجابات عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم يقرأون المجلات ، أنهم يتقنون فى المجلات التى يقرأونها ،

بينما أفاد ( ٤,٩ ٪ ) بأنهم لا يتقون فى المجلات النسائية . ويتضح لنا من خلال هذه النتائج أن المرأة المصرية العاملة تولى ثقة كبيرة فى المجلات النسائية التى تقرأها .

وعن أسباب عدم الثقة لدى بعضأفراد عينة الدراسة نجد أن أهم هذه الأسباب يوضحها لنا (جدول رقم ٢٢ ) والتى تتمثل فيما يلى :

- ١- تحيز بعض الكتاب لشخصيات معينة . بنسبة ( ٣٦,٣ ٪ )
- ٢- أن هناك بعض الموضوعات تكتب من غير توقع كاتبها . بنسبة ( ١٨,٢ ٪ )
- ٣- أن هناك كتاب يكتبون عن بعض الأحداث التى لم يعاصروها . بنسبة ( ١٨,٢ ٪ )
- ٤- أنه لا توجد وثائق تدعم بعض المعلومات التى تنشرها هذه المجلات بنسبة ( ١٨,٢ ٪ )
- ٥- لأن هناك بعض الكتاب فى هذه المجلات لا تتوفر فيهم الثقة . بنسبة ( ٩,١ ٪ )

انطباع المرأة العاملة حول شكل ومضمون المجلات النسائية :

- تشير بيانات (الجدول رقم ٢٣) إلى أن نسبة ( ٦٥,٧ ٪ ) من جملة أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم يقرأون المجلات ترى أن نوع البنت والحروف التى تكتب بها المجلات جيدة ، بينما ترى نسبة ( ٣٣,٩ ٪ ) أنها متوسطة ، ونسبة ( ٤,٤ ٪ ) ترى أنها رديئة .
- ومن حيث الألوان ترى نسبة ( ٥٨,٩ ٪ ) من جملة أفراد عينة الدراسة أنها جيدة ، بينما ترى نسبة ( ٣٨,٨ ٪ ) أنها متوسطة ، وأن نسبة ( ٢,٣ ٪ ) ترى أنها رديئة .
  - وبالنسبة للصور ترى نسبة ( ٥٤,٥ ٪ ) من جملة إجابات عينة الدراسة أنها جيدة، بينما ترى نسبة ( ٤١,٥ ٪ ) أنها متوسطة ، وأن نسبة ( ٤,٤ ٪ ) ترى أنها رديئة .
  - ومن حيث الرسوم والأشكال التوضيحية ترى نسبة ( ٥٠,٥ ٪ ) من جملة إجابات عينة أفراد الدراسة ، وترى نسبة ( ٤٥,٩ ٪ ) منهم أنها متوسطة ، ونجد أن نسبة ( ٣,٧ ٪ ) منهم أنها رديئة .
  - أما بالنسبة لكمية المعلومات التى يتناولها مضمون المجلات النسائية فنرى أن نسبة ( ٥٣,١ ٪ ) من جملة إجابات أفراد عينة الدراسة ترى أنها جيدة ووافية ، بينما يرى ( ٤٥,١ ٪ ) منهم أنها متوسطة ، وأن ( ١,٨ ٪ ) منهم يرون أنها رديئة .
  - وبخصوص تنوع الموضوعات أو المضمون ، فإننا نجد أن نسبة ( ٥٤,١ ٪ ) ترى أنها جيدة، بينما ترى نسبة ( ٤٥,٩ ٪ ) أنها جيدة .

- وبخصوص الاسلوب والصيغة نلاحظ أن نسبة ( ٦٥,٦ ٪ ) من إجمالى إجابات عينة الدراسة يرون أن الاسلوب والصيغة جيدة ، بينما أفاد نسبة ( ٣٣,٥ ٪ ) منهم بأنه متوسط ، ويرى نسبة ( ٩,٩ ٪ ) أنه ردىء .
  - أما بالنسبة للإخراج العام للمجلات النسائية فنجد أن ( ٥٣,١ ٪ ) من إجمالى إجابات أفراد عينة الدراسة أنه جيد ، وأن نسبة ( ٤٦,٩ ٪ ) منهم ترى أنه متوسط .
- معدل رجوع الصدى :

بالنسبة لرجوع الصدى بين أفراد عينة الدراسة وبين مجلاتهم النسائية والذي يتحدد على ضوءه العلاقة بين المجلة والقارىء وبالتالى درجة اهتمامه بصحيفته أو مجلته نجد أن نسبة ( ٨١,٣ ٪ ) من أفراد عينة الدراسة لا يرسلون برأيهم أو ببعض المقالات أو التعليقات إلى مجلاتهم بينما أفاد ( ١٨,٧ ٪ ) منهم بأنهم يرسلون بأراءهم ومقالاتهم وتعليقاتهم إلى مجلاتهم التى يقرأونها . ( جدول رقم ٢٤ )

#### تطوير المجلات النسائية :

- من خلال بيانات (الجدول رقم ٢٠) نجد أن أهم اقتراحات أفراد عينة الدراسة لتطوير المجلات النسائية تتمثل فيما يلى :
- ١- تخفيض أسعار المجلات حتى يمكن أن يشتريها أو يحصل عليها الجميع . وقد مثل هذا الاقتراح نسبة ( ١٧,٥ ٪ ) من جملة تكرارات إجابات عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم يقرأون المجلات النسائية .
  - ٢- عدم التركيز على الأخبار الفنية بشكل كبير، ومحاولة الموازنة بين الأخبار التى تنشرها. وذلك بنسبة ( ١٠,٨ ٪ ) .
  - ٣- أن تبقى كما هى . بنسبة ( ٨,٧ ٪ ) .
  - ٤- زيادة عدد الصفحات التى تتناول عروض الأزياء . بنسبة ( ٨,٧ ٪ ) .
  - ٥- زيادة المساحة التى تتناول مشاكل المرأة بصة عامة . بنسبة ( ٦,٩ ٪ ) .
  - ٦- زيادة مساحة الموضوعات الدينية الخاصة بالمرأة . بنسبة ( ٦,٦ ٪ ) .
  - ٧- زيادة الموضوعات المخصصة لتربية ورعاية الأطفال . بنسبة ( ٦,١ ٪ ) .
  - ٨- زيادة الموضوعات التى تتناول الإرشادات المنزلية . بنسبة ( ٤,٨ ٪ ) .
  - ٩- الإهتمام بالموضوعات التى تهتم الفتيات . بنسبة ( ٤,٤ ٪ ) .
  - ١٠- الإهتمام بزيادة الموضوعات التى تهتم بجمال المرأة . بنسبة ( ٤,٤ ٪ ) .

- ١١- نشر موضوعات عن النساء الناجحات في المجتمع . بنسبة ( ٤,٤٪ ) .
- ١٢- زيادة الصور المصاحبة للموضوعات التي يتم نشرها . بنسبة ( ٣,٥٪ ) .
- ١٣- الإهتمام بالموضوعات التي تتناول مشكلات المرأة مع زوجها . بنسبة ( ٣,٥٪ ) .
- ١٤- تغيير وتطوير الأبواب الثابتة حتى لا تبعث على الملل . بنسبة ( ٢,٢٪ ) .
- ١٥- فتح صفحات للرأى الأخر . بنسبة ( ٢,٢٪ ) .
- ١٦- عدم التوسع في نشر عروض الأزياء الخليعة . بنسبة ( ١,٣٪ ) .
- ١٧- عدم تكرار الموضوعات التي سبق نشرها ومناقشتها . بنسبة ( ١,٣٪ ) .
- ١٨- تخصيص صفحات رياضية تتناول موضوعات تتحدث عن أهمية الرياضة فى زيادة رشاقة المرأة . بنسبة ( ٩,٩٪ ) .
- ١٩- عدم التوسع فى نشر الكاريكاتير الذى يחדش الحياء . بنسبة ( ٩,٩٪ ) .
- ٢٠- زيادة صفحات الموضوعات التى تخاطب أحاسيس وعواطف المرأة . بنسبة ( ٩,٩٪ ) .

#### أسباب عدم قراءة المرأة العاملة للمجلات النسائية :

تشير بيانات ( الجدول رقم ٢٦ ) إلى أن أهم أسباب عدم قراءة المرأة العاملة للمجلات النسائية هى : أن سعر المجلات مرتفع حيث مثل ذلك نسبة ( ٢٥,٣٪ ) من إجمالى إجابات عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يقرأون المجلات النسائية . يليه لأنهم يشاهدون التلفزيون ويكتفون به . بنسبة ( ٢١,١٪ ) . ثم لأنهم يكتفوا بسماع الراديو . بنسبة ( ١٥,٩٪ ) . ولأنهم يكتفوا بقراءة الصحف . بنسبة ( ١٠,٩٪ ) ولأنها لا تهتم بكل الموضوعات التى تهتم المجتمع بنسبة ( ٩,٢٪ ) . ولأنهم لا يحبون القراءة بنسبة ( ٥,٩٪ ) . ولأنهم عندما يقرأون الموضوعات التى تنشرها المجلات النسائية يشعرون بالحنن والأسى بنسبة ( ٥,١٪ ) . ولأنهم لا يثقون فيما تقدمه المجلات النسائية بنسبة ( ٢,٥٪ ) . ولأن قراءة المجلات كلام فارغ بنسبة ( ١,٧٪ ) . ولأنهم ليس لديهم وقت فراغ لظروف العمل والمرض، ولضيق الوقت وانشغالهم بالأسرة بنسبة ( ٨,٨٪ ) لكل منهما .

## توصيات الدراسة

- وعلى ضوء ما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج يمكن التقدم بالتوصيات الآتية :
- ١- ضرورة تخفيض ثمن بيع المجلات النسائية حتى يتمكن سائر النساء الحصول عليها، وتشجيع الإشتراكات حيث أظهرت هذه الدراسة ضعف الإشتراكات فى المجلات النسائية .
  - ٢- ضرورة أن يتم نشر الموضوعات وفقاً لأهميتها من وجهة نظر القارئات واستبعاد الموضوعات التى لا تهمهم .
  - ٣- يجب على المجلات النسائية أن تهتم أكثر بالأحاديث الصحفية والأخبار باعتبارها من أكثر ألوان الفنون الصحفية جذبا للمرأة .
  - ٤- الإهتمام التام التكامل بين ما تقدمه وسائل الإعلام عن المرأة واهتماماتها وبين المجلات النسائية .
  - ٥- التركيز على الكتاب الذين يثق فيهم جمهور القارئات والاستفادة من هذه العلاقة فى اشباع رغبات القارئات فى الموضوعات المختلفة وزيادة توزيع المجلات .
  - ٦- يجب مراعاة قياس اتجاهات المرأة العاملة نحو شكل ومضمون المجلات النسائية بين فترة وأخرى وذلك بانشاء وحدات بحثية فى المجلات حتى تتمكن من تعديل شكل ومضمون المجلات .
  - ٧- تشجيع القارئات على ارسال مقترحاتهم وأفكارهم وآرائهم إلى المجلة حتى يتعرف القائمين بالإتصال على ردود فعل جمهور المجلة، ويمكن فم بعد ذلك تلبية رغباتهم واحتياجاتهم .
  - ٨- عدم التركيز على الأخبار الفنية بشكل كبير، وأن يكون هناك توازن فيما ينشر بين هذه الأخبار والموضوعات التى تمس مشاكل المرأة والفتيات ورعاية الأطفال وغيرها من الموضوعات التى تهتم المرأة العاملة .
  - ٩- التوسع فى تقديم المضمون الخدمى فى المجلات العربية والمصرية، حيث ظهر من خلال نتائج الدراسة إقبال المرأة المصرية على المجلات الأجنبية التى تقدم الخدمات للمرأة والأسرة مثل مجلة ( البردة وفينوس ) .
  - ١٠- قيام المؤسسات الإعلامية المصرية والعربية بإصدار مجلات نسائية تقدم المضمون الخدمى للمرأة العربية على غرار مجلتى ( البردة وفينوس ) .



## هوامش الدراسة

- ١- يبلغ عدد شاغلات الوظائف العليا ( وكيل أول وزارة - وكيل وزارة - مدير عام) سنة ١٩٨١ بالكادر الحكومى والقطاع العام ١٧٢ سيدة، بينما كان عددهم عام ١٩٦١ اربع سيدات فقط . ( عبير على سلامة ، المرأة المصرية ، مقال منشور فى مجلة النيل ، العدد ٢٧ ، ١٩٨٦ ، ص ١١٣ . ) وانظر: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربى آسيا ، سلسلة دراسات عن المرأة العربية فى التنمية ، رقم ٣ التى تصدر عن الأمم المتحدة، ١٩٨٥، ص ٦٥، ٦٦.
- ٢- عواطف عبد الرحمن ، دراسات فى الصحافة المصرية والعربية ، القاهرة : دار العربى للنشر ، ١٩٨١ .
- ٣- عاطف عدلى العبد ، المرأة الريفية ، سلسلة إقرأ ، العدد ٤٨٤ ، القاهرة: دارالمعارف، فبراير ١٩٨٣ ، ص ٩٠ .
- ٤- مرفت حسنين محمد النمرسى ، أثر برامج التلفزيون فى ترشيد الاستهلاك لدى المرأة المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أسيوط ، ١٩٨٤ .
- ٥- منى الحديدى ، صورة المرأة المصرية فى الفيلم المصرى والأثار الإعلامية المترتبة على ذلك ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة القاهرة : قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٧٧ .
- ٦- عاطف عدلى العبد ، المرأة الريفية ، مرجع سابق .
- ٧- جيهان الهامى ، الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمى للمرأة ١٩٧٥-١٩٨٥ ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٨٩ .
- ٨- عواطف عبدالرحمن ، ليلى عبدالمجيد ، نجوى كامل ، الإعلام والمرأة وتأثيرهما على قضايا التنمية فى الريف المصرى ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، سبتمبر، ١٩٩٢ .
- ٩- ليلى عبدالمجيد ، موقع المرأة العربية على خريطة السياسات الإعلامية ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٦٠ ، يوليو - سبتمبر ، ١٩٩٠ .
- ١٠- سمير حسين ، بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ ، ط ١ ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٦ ، ص ص ١٤٠ - ١٤٢ .

- ١١- إجلال هام خليفة ، الحركة النسائية الحديثة ، القاهرة : مكتبة الأنجلو ، د . ت ، ص ٤٦ . وانظر للمؤلف أيضا ، الصحافة ، مقرأ - مسموعة - مرئية ، القاهرة : دار الطباعة الحديثة ، ١٩٧٦ ، ص ٨٤ . وانظر فاروق أبوزيد ، الصحافة المتخصصة ط ٢ ، القاهرة : عالم الكتاب ، ١٩٩٣ ، ص ١٠٦ . وانظر أيضا صلاح عبد اللطيف ، غازی عوض الله ، دراسات فى الصحافة المتخصصة ، جدة : المجموعة العربية للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٤١١هـ ، ١١١ ، ١١٢ .
- ١٢- صلاح عبد اللطيف ، غازی زين عوض الله ، مرجع سابق ، ص ١١٧ .
- ١٣- فاروق أبو زيد ، المرجع السابق ، ص ١٠٨ .
- ١٤- وزارة الشؤون الإجتماعية ، اللجنة الدائمة لشئون المرأة ، مؤتمر شئون المرأة العاملة المعقد فى الجمهورية العربية المتحدة فى الفترة من ٢٣ - ٢٧ نوفمبر ١٩٦٣ ، ص ٢٧ .
- ١٥- صفوت فرج ، ناهد رمزى ، قياس الرأى العام تجاه عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر ، المجلة الإجتماعية القومية ، المجلد ١٤ ، العدد ١ - ٣ ، ١٩٧٧ ، ص ١٤٧ .
- ١٦- جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، ط ٢ ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص ٦٢٦ .
- ١٧- عبد الرحمن عبد الباقي ، العلاقات الإنسانية ، القاهرة : مكتبة عين شمس ، د . ت ، ص ١٥٩ .
- ١٨- عبد الرحمن عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص ١٥٩ .
- ١٩- لطفى فطيم ، المدخل إلى علم النفس الإجتماعى ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٩٥ ، ص ١٦٩ .
- ٢٠- محمد سيد محمد ، اقتصاديات الإعلام ، الكتاب الأول ، المؤسسة الصحفية ، ط ١ ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٩ ، ص ١٦٥ .

جدول رقم (١) الحالة العمرية لأفراد الدراسة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	من ٢٠ - ٣٠	١٣٣	٤٤,٣
٢	من ٣٠ - ٤٠	١٠٤	٣٤,٧
٣	من ٤٠ - ٥٠	٥٦	١٨
٤	من ٥٠ - ٦٠	٩	٣
	إجمالي التكرارات	٣٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٢) يوضح الحالة التعليمية لأفراد عينة الدراسة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	متوسط	١٢٤	٤١,٣
٢	فوق المتوسط	٧٤	٢٤,٧
٣	عالي	١٠٢	٣٤
	إجمالي التكرارات	٣٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٣) الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	أنسة	٦٠	٢٠
٢	متزوجة	٢٢٣	٧٤,٤
٣	مطلقة	٧	٢,٣
٤	أرملة	١٠	٣,٣
	إجمالي التكرارات	٣٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٤) يوضح متوسط الدخل الشهري لأفراد عينة الدراسة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	أقل من ١٠٠ جنيه	٢٢	٧,٣
٢	من ١٠٠ الى أقل من ٢٠٠ جنيه	٧٠	٢٣,٣
٣	من ٢٠٠ الى أقل من ٣٠٠ جنيه	٤٦	١٥,٤
٤	من ٣٠٠ الى أقل من ٤٠٠ جنيه	٦٠	٢٠
٥	من ٤٠٠ الى أقل من ٥٠٠ جنيه	٤٨	١٦
٦	من ٥٠٠ جنيه فأكثر	٥٤	١٨
	إجمالي التكرارات	٣٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٥) يوضح مدى قراءة المرأة العاملة للمجلات النسائية

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	نعم	٢٢٤	٧٤,٦
٢	لا	٧٦	٢٥,٤
	إجمالي التكرارات	٣٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٦) يوضح المجلات النسائية التي تقرأها المرأة العاملة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	مجلة حواء	١٩٦	٣٠,٦
٢	مجلة نصف الدنيا	١٥٤	٢٤,١
٣	مجلة فينوس	١٢٠	١٨,٨
٤	مجلة سيدتى	٥٢	٨,١
٥	مجلة زهرة الخليج	٤٣	٦,٧
٦	مجلة البردة	٧٥	١١,٧
	إجمالي التكرارات	٦٤٠	%١٠٠

جدول رقم (٧) يوضح كيفية حصول المرأة العاملة على مجلتها المفضلة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	عن طريق الشراء	٦٤	٢٨,٥٧
٢	عن طريق الاصدقاء	٤	١,٨
٣	الحصول عليها من الزملاء	٧٤	٣٣,١
٤	الحصول عليها من المكتبات العامة	١٦	٧,١
٥	تبادلها مع الأهل والأقارب	٣٦	١٨,٧٥
٦	أحصل عليها من المبالغ مقابل مبلغ معين ثم أردتها مرة أخرى	٣٠	١٢,٣٩
	إجمالي التكرارات	٢٢٤	%١٠٠

جدول رقم (٨) يوضح الوقت الذى تقضيه المرأة العاملة فى قراءة المجلة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	أقل من نصف ساعة	٦١	٢٧,٣
٢	من نصف ساعة الى ساعة	٧١	٣١,٧
٣	من ساعة الى ساعة ونصف	٤١	١٨,٣
٤	من ساعة ونصف الى ساعتين	٢٣	١٠,٢
٥	أكثر من ساعتين	٢٨	١٢,٥
	إجمالى التكرارات	٢٢٤	١٠٠

جدول رقم (٩) يوضح الوقت المفضل لدى المرأة العاملة لقراءة المجلة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	بعد العمل	١٣	٥,٨
٢	أثناء أوقات العمل	٦٦	٢٩,٤٥
٣	أثناء ركوب المواصلات	١٠	٤,٤٥
٤	فى فترة المساء	٥٠	٢٢,٣
٥	قبل النوم	٦٩	٣٠,٨
٦	فى أى وقت	١٦	٧,١
	إجمالى التكرارات	٢٢٤	١٠٠

جدول رقم (١٠) يوضح مدى احتفاظ المرأة العاملة بالمجلة بعد قراءتها

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	لا	١٦٢	٧٢,٣
٢	نعم	٦٢	٢٧,٧
	إجمالى التكرارات	٢٢٤	١٠٠

جدول رقم (١١) يوضح الأسباب التى تجعل المرأة العاملة تحفظ بالمجلة

م	الأسباب	التكرارات	النسبة
١	للرجوع الى قراتها مرة ثانية	٢٤	٣٨,٧
٢	لنجد الاعتياد	٥	٨,١
٣	لأهمى ما بها من موضوعات	٢٦	٤٢,٩
٤	لأننى احفظ بجميع أعدادها	٧	١١,٢
	إجمالى التكرارات	٦٢	١٠٠

جدول رقم (١٢) يوضح أسباب قراءة المرأة العاملة للمجلات

النسبة	التكرارات	الاجابات	م
٨,٢	٧٩	تمدنى بالثقافة	١
٣,٩	٣٨	تساعدنى على قضاء وقت فراغى	٢
٩,٥	٩٣	تزودنى بمعلومات هامة عن أشياء كثيرة	٣
٤,٧	٤٦	بها أخبار وموضوعات مسلية	٤
٤,٩	٤٩	تساعدنى على حل مشاكلى الشخصية	٥
٣,٤	٣٣	لمتابعة الأخبار الاجتماعية	٦
٨,٤	٨٣	لأنها أهم مصدر للمعلومات التى تهتم المرأة	٧
٠,٩	٩	تمدنى بمعلومات تزيد من دخلى	٨
٦,٤	٦٣	لأنها مصدر للمعلومات التى تساعد المرأة فى تدبير أمور حياتها	٩
٦,٦	٦٥	لأننى أتعرف من خلالها قراءتها على أحدث خطوط الموضة	١٠
٦,٨	٦٧	لأنها تساعدنى وتمدنى بمعلومات فى تجميل وتزيين منزلى	١١
٦,١	٦١	لأنها تمدنى بمعلومات تساعدن فى تربية أولادى	١٢
٢,٧	٢٧	لأننى أقرأ فيها للكتاب والكاتبات الذين أحبهم	١٣
٦,١	٦٥	لأنها تهتم بمشاكل المرأة	١٤
٣,٩	٣٩	لأنها تحسوى على موضوعات مختلفة تتعلق بتكوين البيت السعيد	١٥
٠,٨	٨	لأنها تنشر الموضوعات التى أكتبها	١٦
١,٢	١٢	لأنها تهتم بالرد على تساؤلاتى	١٧
٤,٦	٥٤	تساعدنى على المشاركة فى الحياة الاجتماعية والسياسية	١٨
٢,٢	٢٢	تفيدنى فى اتخاذ القرارات المصيرية فى حياتى	١٩
٤,٤	٤٣	تشبع حب الاستطلاع لدى	٢٠
١,٢	١٢	أستغنى بها عن قراءة الكتب	٢١
٣,١	٣٠	هى خير صديق يصاحبنى ويؤنسنى	٢٢
%١٠٠	٩٨٤	إجمالى التكرارات	

جدول رقم (١٣) يوضح أهم الأشكال التحريرية في المجلات النسائية التي تفضلها المرأة

م	الأسباب	التكرارات	النسبة
١	التحقيقات الصحفية	٥٩	١٦,٦
٢	الأحاديث الصحفية	٧٥	٢١,١
٣	الأخبار	٧٥	٢١,١
٤	المقالات والأعمدة الصحفية	٤٥	١٢,٦
٥	الصور	٤٩	١٣,٨
٦	الكاريكاتور	٢١	٥,٩
٧	الرسومات	٣٢	٨,٩
	إجمالي التكرارات	٣٥٦	%١٠٠

جدول رقم (١٤) يوضح مدى تقديم المجلات النسائية للمعلومات التي تهتم المرأة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	نعم	٢١٣	٩٥,١
٢	لا	١١	٤,٩
	إجمالي التكرارات	٢٢٤	%١٠٠

جدول رقم (١٥) يوضح مدى لجوء المرأة العاملة الى مصادر أخرى للحصول على المعلومات بعيدا عن المجلات

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	نعم	٨	٧٢,٧
٢	لا	٣	٢٧,٣
	إجمالي التكرارات	١١	%١٠٠

جدول رقم (١٦) يوضح المصادر التي تحصل منها المرأة على المعلومات بعيدا عن المجلة

م	المصادر	التكرارات	النسبة
١	الصحف اليومية	٥	٢٥
٢	الراديو	٥	٢٥
٣	التلفزيون	٧	٣٥
٤	الكتب	١	٥
٥	الأصدقاء والمعارف	٢	١٠
	إجمالي التكرارات	٢٠	%١٠٠

جدول رقم (١٧) يوضح أهم الكتاب المفضلين لدى المرأة العاملة

م	الكاتب أو الكاتبة	التكرارات	النسبة
١	عبد الوهاب مطاوع	٥٥	١٨,٠٣
٢	أنيس منصور	٤٥	١٤,٧٦
٣	ابراهيم نافع	٣٨	١٢,٤٦
٤	محمود السعدنى	٣٥	١١,٤٨
٥	نجيب محفوظ	٢٩	٩,٥١
٦	سكينة فؤاد	٢٥	٨,١٩
٧	سكينة السادات	٢٤	٧,٨٧
٨	اقبال بركة	٢٠	٦,٥٦
٩	سناء اليسى	١٩	٦,٢٢
١٠	أمينة السعيد	١٥	٦,٩٢
	إجمالى التكرارات	٣٠٥	%١٠٠

جدول رقم (١٨) يوضح أهمية الاستعانة بالكتاب المشهورين في زيادة توزيع المجلة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	نعم	١٧٥	٧٨,٢
٢	لا	٤٩	٢١,٨
	إجمالى التكرارات	٢٢٤	%١٠٠

جدول رقم (١٩) يوضح لماذا يزيد توزيع المجلة عند استعانتها بالكتاب المشهورين

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	لانه مصدر ثقة للجمهور	٣٤	١٩,٤
٢	لأن كل ما يكتبه يصدقه الناس	٢٦	١٤,٨
٣	لأن هم مواقف مشهورة ضد الظلم	٢٣	١٣,١
٤	لأنهم يتناولون قضايا النساء بشكل جري	١٨	١٠,٢
٥	لأن هم أسلوب بسيط وشيق فى سرد الأحداث	٩	٤,٧
٦	لأن لديهم القدرة على حل مشاكل القراء	٨	٤,٥
٧	لأنهم يقدموا الحلول لمشاكل المجتمع	١٨	١٠,٢
٨	لأن هم باع طويل فى تناول القضايا التى تهتم المجتمع	٦	٣,٤
٩	لأن كل قارئ له كاتب مفضل يتابع آراءه فى أى مجال يكتب فيه	٣٣	١٨
	إجمالى التكرارات	١٧٥	%١٠٠



جدول رقم (٢٠) يوضح مدى قراءة المرأة العاملة لمجلتها المفضلة

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	أقرأها بالكامل	٦١	٢٧,٢
٢	أنتقى بعض الموضوعات وأقرأها	٨٥	٣٧,٩
٣	أتصفح بعض الموضوعات وأقرأ الموضوع الذى يهمنى	٧٨	٣٤,٩
	إجمالى التكرارات	٢٢٤	%١٠٠

جدول رقم (٢١) يوضح مدى ثقة المرأة العاملة فى المجلات التى تقرأها

م	مدى الثقة	التكرارات	النسبة
١	أثق فيها	٢١٣	٩٥,١
٢	لا أثق فيها	١١	٤,٩
	إجمالى التكرارات	٢٢٤	%١٠٠

جدول رقم (٢٢) يوضح اسباب عدم الثقة فى المجلات التى تقرأها المرأة العاملة

م	اسباب عدم الثقة	التكرارات	النسبة
١	لأن هناك بعض الموضوعات التى تكتب بغير توفيق كاتبها	٢	١٨,٢
٢	هناك بعض الكتاب يكتبون عن الأحداث التى لم يعاصروها	٢	١٨,٢
٣	لا توجد وثائق تدعم الكثير من المعلومات التى تنشر	٢	١٨,٢
٤	تحيز بعض الكتاب لشخصيات معينة لا أثق فيها	٤	٣٦,٣
٥	لأن هناك بعض الكاتبيكتيون فى هذه المجلات لا اثق فيهم	١	٩,١
	إجمالى التكرارات	١١	%١٠٠

جدول (٢٣)

يوضح اتجاهات المرأة العاملة حول شكل ومضمون المجلات النسائية

الاتجاهات		جيد		متوسط		ردئ		اجمالي	
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك
	جوانب الشكل والمضمون								
	نوع البنت والحروف التى تكتب بها	٦٥,٧	١٤٧	٣٣,٩	٧٦	٠,٤	١	٢٢٤	١٠٠
	الألوان	٥٨,٩	١٣٢	٣٨,٨	٨٧	٢,٣	٥	٢٢٤	١٠٠
	الصور	٥٤,٥	١٢٢	٤١,٥	٩٣	٤,٠	٩	٢٢٤	١٠٠
	الرسوم والأشكال	٥٠,٥	١١٣	٤٥,٩	١٠٣	٣,٧	٨	٢٢٤	١٠٠
	حجم المعلومات	٥٣,١	١١٩	٤٥,١	١٠١	١,٨	٤	٢٢٤	١٠٠
	تنوع الموضوعات	٥٤,١	١٢١	٤٥,٩	١٠٣	-	-	٢٢٤	١٠٠
	الأسلوب والصياغة	٦٥,٦	١٤٧	٣٣,٥	٧٥	٠,٩	٢	٢٢٤	١٠٠
	الاخراج العام للمجلة	٥٣,١	١١٩	٤٦,٩	١٠٥	-	-	٢٢٤	١٠٠

جدول رقم (٢٤) يوضح مدى اهتمام المرأة العاملة  
بمراعاة المجلة التي تفضلها

م	الاجابات	التكرارات	النسبة
١	نعم	٤٢	١٨,٧
٢	لا	١٨٢	٨١,٣
	إجمالي التكرارات	٢٢٤	%١٠٠

جدول رقم (٢٥)

م	الاجابات	التكرار	النسبة
١	تبقى كما هي	٢٠	٨,٧
٢	زيادة مساحة الموضوعات المخصصة لتربية ورعاية الأطفال	١٤	٦,١
٣	زيادة المساحة المخصصة التي تتناول مشاكل المرأة بصفة خاصة	١٦	٦,٩
٤	زيادة الصور المصاحبة للموضوعات	٨	٣,٥
٥	تخصيص صفحات رياضية تدور موضوعاتها حول رشاقة المرأة	٢	٠,٩
٦	زيادة الموضوعات الدينية الخاصة بالمرأة	١٥	٦,٦
٧	عدم التركيز على الأخبار الفنية بشكل كبير	٢٥	١٠,٨
٨	الاهتمام بالموضوعات التي تهتم الفتيات	١٠	٤,٤
٩	محاولة خفض أسعارها حتى يستطيع أن يحصل عليها الجميع	٤٠	١٧,٥
١٠	عدم التوسع في نشر الكاريكاتير الذي يخذل حياء المرأة	٢	٠,٩
١١	عدم التوسع في نشر عروض الأزياء الخليعة	٣	١,٣
١٢	محاولة تغيير الأبواب الثابتة لأنها تغير الملل	٥	٢,٢
١٣	الاهتمام بمشكلات المرأة مع زوجها	٨	٣,٥
١٤	الاكتثار من الموضوعات التي تهتم بجمال المرأة	١٠	٤,٤
١٥	نشر موضوعات عن النساء الناجحات في المجتمع	١٠	٤,٤
١٦	فتح صفحات للرأى الآخر	٥	٢,٢
١٧	زيادة الموضوعات التي تخاطب العواطف	٢	٠,٩
١٨	زيادة الموضوعات التي تتناول الارشادات المنزلية	١١	٤,٨
١٩	زيادة عدد الصفحات التي تتناول عروض الأزياء	٢٠	٨,٧
٢٠	عدم تكرار نشر الموضوعات التي سبق نشرها	٣	١,٣
	إجمالي التكرارات	٢٤٧	%١٠٠

جدول رقم (٢٦) يوضح أسباب عدم قراءة بعض أفراد عينة الدراسة للمجلات النسائية

النسبة	التكرار	أسباب عدم القراءة	م
٢٥,٣	٣٠	لأن سعرها مرتفع	١
٥,١	٦	لأننى عندما أقرأ الموضوعات التى تنشرها أشعر بالحزن	٢
٥,٩	٧	لأننى لا أحب القراءة	٣
٢١,١	٢٥	لأننى اشاهد التلفزيون وأكفى به	٤
١٥,٩	١٩	لأننى أكفى بسماع الراديو	٥
١,٧	٢	لأن قراءة المجلات كلام فارغ	٦
١٠,٩	١٣	لأننى أكفى بقراءة الصحف	٧
٢,٥	٣	لأننى لا أثق فيما تقدمه المجلات النسائية	٨
٩,٢	١١	لأنها لا تهتم بكل الموضوعات التى تهتم المجتمع	٩
٠,٨	١	لأنه لا يوجد لدى وقت فراغ نظرا لظروف العمل	١٠
٠,٨	١	لأننى مريض أكفى بمشاهدة التلفزيون	١١
٠,٨	١	لضيق الوقت وانشغالى بأمرتى	١٢
%١٠٠	١١٩	إجمالى التكرارات	

ملحق رقم (٢)

## صحيفة استبيان

إتجاهات المرأة العاملة نحو قراءة المجلات النسائية  
دراسة ميدانية على عينة من العاملات بمدينة سوهاج

إعداد

دكتور / محمود أحمد عبد الغنى

المدرس بقسم الصحافة

دكتور / أحمد حسين

المدرس بقسم الصحافة

عز بنوني:

يقوم الباحثان باجراء دراسة ميدانية للتعرف على اتجاهاتك نحو المجلات النسائية.

.... بأمل التكرم بالإجابة على هذه التساؤلات علما بأن هذه الإجابات لا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي .

الباحثان

## أولاً: البيانات الشخصية :

(١) السن :

- ( ) ٣٠ - ٢٠ -  
 ( ) ٤٠ - ٣٠ -  
 ( ) ٥٠ - ٤٠ -  
 ( ) ٦٠ - ٥٠ -

(٢) المؤهل:

- ( ) - متوسط  
 ( ) - فوق المتوسط  
 ( ) - مؤهل على

(٣) الحالة الإجتماعية :

- ( ) - أنه  
 ( ) - متزوجة  
 ( ) - مطلقة  
 ( ) - أرملة

(٤) متوسط الدخل الشهري

- ( ) - أقل من ١٠٠ جنيه  
 ( ) ٢٠٠ - ١٠٠ -  
 ( ) ٣٠٠ - ٢٠٠ -  
 ( ) ٤٠٠ - ٣٠٠ -  
 ( ) ٥٠٠ - ٤٠٠ -  
 ( ) - ٥٠٠ فأكثر

ثانيا : اتجاهات المرأة العاملة نحو المجلات النسائية :

س ١ : هل تقرأين المجلات النسائية ؟

١ - نعم ( ) ٢ - لا ( )

- إذا كانت الإجابة بنعم ، أكملى إجابة الأسئلة

- وإذا كانت الإجابة بلا انتقلى إلى السؤال رقم (٢١)

س ٢ : ما المجلات النسائية التى تقرأينها ؟

- ١- مجلة حواء ( )  
٢- نصف الدنيا ( )  
٣- فينوس ( )  
٤- سيدتى ( )  
٥- زهرة الخليج ( )  
٦- البردة ( )  
٩- أخرى تذكر .....

س ٣ : كيف تحصلين على مجلتك ؟

- ١- أشتريها ( )  
٢- مشتركة فى المجلة ( )  
٣- أحصل عليها من الزميلات ( )  
٤- من المكتبات العامة ( )  
٥- أتبادلها مع الأهل والأقارب ( )  
٦- أحصل عليها من البائع ثم أرددها مقابل أجر معين ( )  
٧- طريقة أخرى هى: .....

س ٤ : كم من الوقت تستغرقينه فى قراءة المجلة ؟

- ١- أقل من نصف ساعة ( )  
٢- من نصف ساعة إلى ساعة ( )

- ٣- من ساعة إلى ساعة ونصف ( )  
 ٤- من ساعة ونصف إلى ساعتين ( )  
 ٥- أكثر من ساعتين ( )

س ٥ : ما الوقت المفضل لديك في قراءة المجلة ؟

- ١- في فترة المساء ( )  
 ٢- في المواصلات ( )  
 ٣- بين أوقات العمل ( )  
 ٤- قبل النوم ( )  
 ٥- في أى وقت ( )  
 ٦- بعد العمل ( )  
 ٧- أخرى تذكر ..... ( )

س ٦ : هل تحتفظين بمجلتك بعد قراءتها ؟

- ١- نعم ( ) ٢- لا ( )

\* إذا كانت الإجابة بنعم ، أجب السؤال التالى

\* وإذا كانت الإجابة بلا ، أجب السؤال رقم (٨)

س ٧ : ما الأسباب التى تجعلك تحتفظين بالمجلة من وجهة نظرك ؟

- ١- للرجوع إلى قرائتها مرة ثانية ( )  
 ٢- مجرد الإعتياد ( )  
 ٣- لأهمية ما بها من موضوعات ( )  
 ٤- لأنى أحفظ بجميع أعدادها ( )  
 ٥- سبب آخر هو ..... ( )



س ٨ : ما أسباب قراءتك للمجلات من وجهة نظرك ؟

- ١- تمدني بالثقافة ( )
- ٢- تساعدني على قضاء وقت فراغي ( )
- ٣- تزودني بمعلومات هامة عن أشياء كثيرة ( )
- ٤- بها أخبار وموضوعات مسلية ( )
- ٥- تساعدني على حل مشاكل الشخصية ( )
- ٦- لمتابعة الأخبار الإجتماعية ( )
- ٧- تمدني بمعلومات تزيد من دخلي ( )
- ٨- لأنها مصدر للمعلومات التي تهتم المرأة ( )
- ٩- لأنها مصدر للمعلومات التي تساعد المرأة في تدبير أمور حياتها ( )
- ١٠- أتعرف من خلالها على أحدث خطوط الموضة ( )
- ١١- لأنها تمدني بمعلومات تساعدني في تجميل وتزيين منزلي ( )
- ١٢- لأنها تمدني بمعلومات تساعدني في تربية أولادي ( )
- ١٣- لأنني أقرأ فيها لكتاب وكاتبات أحبهم وأحترمهم ( )
- ١٤- لأنها تهتم بمشاكل المرأة ( )
- ١٥- لأنها تحتوي على موضوعات مختلفة تتعلق بتكوين البيت السعيد ( )
- ١٦- لأنها تنشر لي الموضوعات التي أكتبها ( )
- ١٧- لأنها تهتم بالرد على تساؤلاتي ( )
- ١٨- تساعدني على المشاركة في الحياة الإجتماعية والسياسية ( )
- ١٩- تفيدني في إتخاذ القرارات المصيرية في حياتي ( )
- ٢٠- تشبع حب الإستطلاع لدى ( )
- ٢١- استغنى بها عن قراءة الكتب ( )
- ٢٢- سبب آخر هو :..... ( )

س ٩ : أى الأشكال التحريرية الأتية تهتم بها مجلتك المفضلة ؟

- ١- التحقيقات الصحفية ( )  
 ٢- الأحاديث الصحفية ( )  
 ٣- الأخبار ( )  
 ٤- المقالات والأعمدة ( )  
 ٥- الصور ( )  
 ٦- الرسومات ( )  
 ٧- الكاريكاتير ( )

س ١٠ : هل تعتقد أن مجلتك تقدم المعلومات التي تهتم المرأة ؟

- نعم ( ) لا ( )  
 \* فى حالة الإجابة بنعم انتقل إلى السؤال رقم (١٣)  
 \* فى حالة الإجابة بلا أجبى السؤال التالى

س ١١ : هل تلجأين إلى مصادر أخرى تحصلين منها على معلومات دون المجلات ؟

- نعم ( ) لا ( )  
 \* فى حالة الإجابة بنعم أجبى السؤال التالى  
 \* وفى حالة الإجابة بلا انتقل إلى السؤال رقم (١٣)

س ١٢ : ما أهم هذه المصادر ؟

- ١- الصحف ( ) ٢-الراديو ( )  
 ٣- التلفزيون ( ) ٤- الكتب ( )  
 ٥- الأصدقاء والمعارف ( ) ٦- أخرى تذكر .....

س ١٣ : من كاتبك أو كاتبك المفضلة فى المجلات التى تقرأينها ؟

- ١- ..... ٢- ..... ٣- .....

س ١٤ : هل تعتقد أن إستعانة المجلات بالكتاب المشهورين له دور فى زيادة توزيع المجلة؟

- ١- نعم ( ) ٢- لا ( )

- \* إذغ كانت الإجابة بنعم أجب السؤال التالى  
\* وإذا كانت الإجابة بلا انتقلى إلى السؤال رقم (١٦)

س١٥ : ما هذه الأسباب فى رأيك ؟

- ١- لأنهم مصدر ثقة الجمهور ( )
- ٢- لأن كل ما يكتبونه يصدقه الناس ( )
- ٣- لمواقفهم المشهورة ضد الظلم والفساد ( )
- ٤- لأنهم يتناولون قضايا المرأة بشكل جريء ( )
- ٥- لأن اسلوبهم بسيط وشيق فى سرد الأحداث ( )
- ٦- لأن لديهم القدرة على حل مشاكل القراء ( )
- ٧- لأنهم يقدمون الحلول لمشاكل المجتمع ( )
- ٨- لأن لهم باع طويل فى تناول القضايا التى تهتم المجتمع ( )
- ٩- لأن كل قارىء له كاتب مفضل يتابع آراءه فى أى مجال يكتب فيه ( )
- ١٠- أخرى تذكر .....

س١٦ : عند قراءتك لمجلك المفضلة :هل

- ١- تقرئينها بالكامل ( )
- ٢- تنتقى بعض الموضوعات وتقرئينها ( )
- ٣- تتصفحى بعض الموضوعات وتقرأى الموضوع الذى يهمنى ( )
- ٤- أخرى تذكر .....

س١٧ : عند قراءتك للموضوعات والمعلومات التى تقدمها مجلك المفضلة هل:

- ١- تثقين بها ( )
- ٢- لا أثق بها ( )

- \* فى حالة الإجابة ب (٣) أجبى على السؤال التالى  
\* وفى حالة الإجابة ب (٢،١) انتقلى إلى السؤال رقم (١٩)

س١٨ : لماذا لا تثقين فيها ؟

- ١- لأن هناك بعض الموضوعات تكتب بدون توقيع كاتبها ( )
- ٢- هناك كتاب يكتبون عن بعض الأحداث التي لم يعاصروها ( )
- ٣- لا توجد وثائق تدعم بعض المعلومات التي تنشر ( )
- ٤- تميز بعض الكتاب لشخصيات معينة ( )
- ٥- هناك كتاب يكتبون في هذه المجالات لا أثق فيهم ( )
- ٦- أخرى تذكر .....

س١٩ : بالنسبة لمجنتك المفضلة ، الرجاء وضع علامة ( ) أمام الإجابة التي تمثل رأيك في الجوانب الآتية :

جيد	متوسط	ردىء	
( )	( )	( )	١- نوع البنط أو نوع الحروف التي تكتب بها
( )	( )	( )	٢- الألوان
( )	( )	( )	٣- الصور
( )	( )	( )	٤- الرسوم والأشكال
( )	( )	( )	٥- كمية المعلومات
( )	( )	( )	٦- تنوع الموضوعات
( )	( )	( )	٧- الأسلوب والصياغة
( )	( )	( )	٨- الإخراج العام للمجلة

س٢٠ : هل تبغين برأيك أو ببعض المقالات والتعليقات لمجنتك المفضلة ؟

- ١- نعم ( ) ٢- لا ( )

س٢١ : لو كنت رئيسا لتحرير مجنتك المفضلة ، ما هي مقترحاتك لتطويرها ؟

س ٢٢ : لماذا لا تقرئين المجلات النسائية ؟

- ١- لأن سعرها مرتفع ( )
- ٢- لأننى عندما أقرأ الموضوعات التى تتناولها أشعر بالحزن والأسى ( )
- ٣- لا أحب القراءة ( )
- ٤- لأننى أكتفى بمشاهدة التلفزيون ( )
- ٥- لأننى أكتفى بسماع الراديو ( )
- ٦- لأن قراءة المجلات كلام فارغ ( )
- ٧- لأننى أكتفى بقراءة الصحف ( )
- ٨- لأننى لا أثق فيما تقدمه المجلات النسائية ( )
- ٩- لأنها لا تهتم بكل الموضوعات التى تهتم المجتمع ( )
- ١٠- لأننى مريضة وأكتفى بمشاهدة التلفزيون ( )
- ١١- لضيق الوقت وإنشغالى بأسرتى ( )
- ١٢- لأنه لا يوجد لدى وقت فراغ نظراً لظروف العمل ( )
- ١٣- أخرى تذكر .....