

تقرير استطلاع رأي الإعلاميين وصناع المحتوى حول التمكين الإقتصادي والاجتماعي للمرأة

يوليو 2024



تقرير استطلاع رأي الإعلاميين وصناع المحتوى حول التمكين الإقتصادي والاجتماعي للمرأة

يوليو 2024



"الأراء الواردة في هذا التقرير لا تعكس بالضرورة وجهة نظر المجلس القومي للمرأة"

المحتوى

- الأهداف والمنهجية
- نتائج الدراسة
- أولاً: التمكين الاقتصادي للمرأة
- ثانياً: خدمات الرعاية
- ثالثاً: دور الإعلام في قضايا المرأة
- رابعاً: المجلس القومي للمرأة
- الخلاصة والتوصيات

الأهداف والمنهجية

يتمثل الهدف العام لهذه الدراسة في التعرف على آراء الإعلاميين وصناع المحتوى في التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة في المجتمع المصري. ويمكن تلخيص الأهداف الفرعية للدراسة فيما يلي:

- التعرف على الخصائص الديموجرافية والعملية للإعلاميين وصناع المحتوى المشاركين في الدراسة؛
- التعرف على مدركات الإعلاميين وصناع المحتوى المشاركين في الدراسة نحو التمكين الاقتصادي للمرأة وبخاصة عمل المرأة، ومدى الاتفاق مع بعض الاتجاهات والممارسات في هذا السياق؛
- التعرف على مدى معرفة المشاركين في الدراسة بالعنف ضد المرأة والتحرش في المجتمع المصري، والتعرض لبعض الآراء المرتبطة بالظاهرتين؛
- استكشاف مدى معرفة الإعلاميين بالاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة والتاء المربوطة.

أسلوب جمع البيانات

- تم إجراء جمع البيانات من خلال أسلوبين؛
- الأول هو المقابلات الهاتفية بالإعتماد على كوادر مدربة من فريق عمل مركز بصيرة لبحوث الرأي العام سبق لهم إجراء مثل هذا النوع من المسوح التليفونية،
- الاستيفاء الذاتي للإعلاميين وصناع المحتوى من خلال ارسال رابط إلكتروني للاستمارة والتأكد من ارسالهم للردود عن طريق متابعة النظام الإلكتروني.

• استثمارة البحث

قام المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) بإعداد استثمارة المسح.

تغطي الاستثمارة أهداف المسح المختلفة وتشمل كافة الأسئلة المرغوب الوصول إلى إجابات عنها، وقد

اشتملت الاستثمارة على الأقسام التالية :

التمهيد : البيانات التعريفية والشخصية

القسم الأول : التمكين الاقتصادي

القسم الثاني : المدركات حول عمل المرأة

القسم الثالث : دور الإعلام في قضايا المرأة

القسم الرابع : المعرفة بالاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة

• تصميم العينة

▶ تم استهداف حوالي ٣٥٠ مفردة من الإعلاميين وصناع المحتوى في الفترة من أبريل ٢٠٢٤ حتى مطلع شهر يونيو ٢٠٢٤، وتم استيفاء حوالي ٩٦ استمارة استيفاء كامل.

• جمع البيانات

▶ تم جمع البيانات من خلال مركز الاتصال الخاص بمركز بصيرة خلال الفترة من ٢٢ أبريل إلى ١٠ يونيو ٢٠٢٤. قبل جمع البيانات تم عقد تدريب للباحثين المشاركين في جمع البيانات لمدة يومين شمل تدريب نظري وتدريب عملي.

• تنقيح البيانات وتحليلها

▶ قام خبير إحصائي يعاونه باحثين إحصائيين بمراجعة البيانات وترميزها وإعداد ملف البيانات للتحليل. وقد تم استخدام الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS 27) في تحليل البيانات وإعداد الجداول الإحصائية المطلوبة.

خصائص العينة

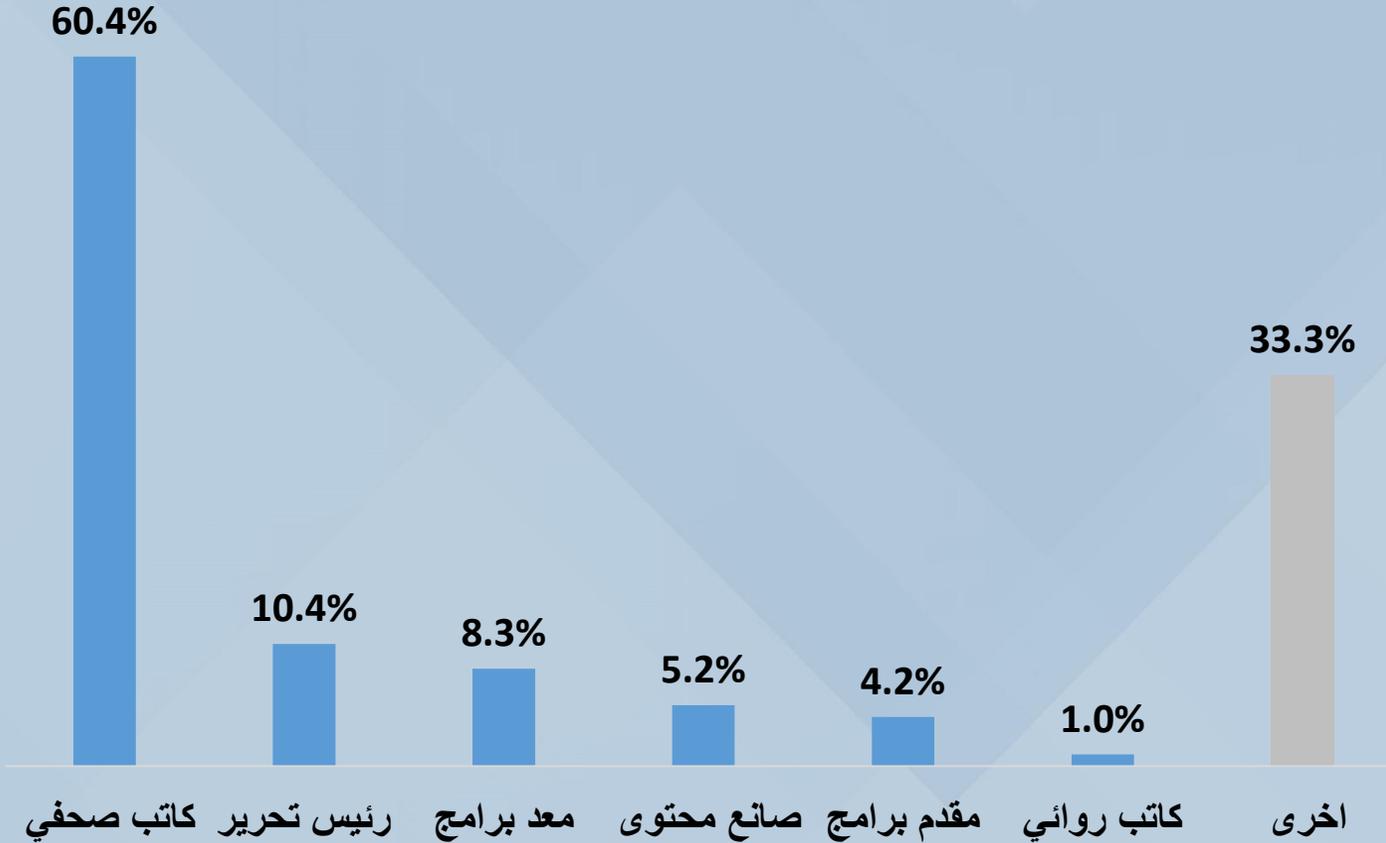
النسبة	الخصائص
٧%	أقل من ٣٠
٥٩%	٣٠-٤٩
٢٣%	٥٠+
٥٤%	ذكور
٤٦%	إناث
٤٧%	القاهرة
٤٨%	الجيزة
٤%	القليوبية
١%	الغربية
١٠٠%	جامعي فأعلى

بلغ حجم العينة الإجمالي ٩٦ مستجيبًا ، وكان أغلب المستجيبين (٥٩%) في الفئة العمرية ٣٠-٤٩ سنة.

كانت نسبة المستجيبين الذكور ٥٤% مقابل ٤٦% للمستجيبات الإناث. يعيش حوالي ٩٥% من المستجيبين في محافظتي القاهرة والجيزة بنفس النسبة (٤٧% في القاهرة و٤٨% في الجيزة) بينما يعيش ٤% في محافظات أخرى. وقد أوضحت النتائج أن كل المستجيبين حاصلون على شهادة جامعية أو أعلى من الجامعة.

خصائص العينة

• التخصص الوظيفي للمستجيبين

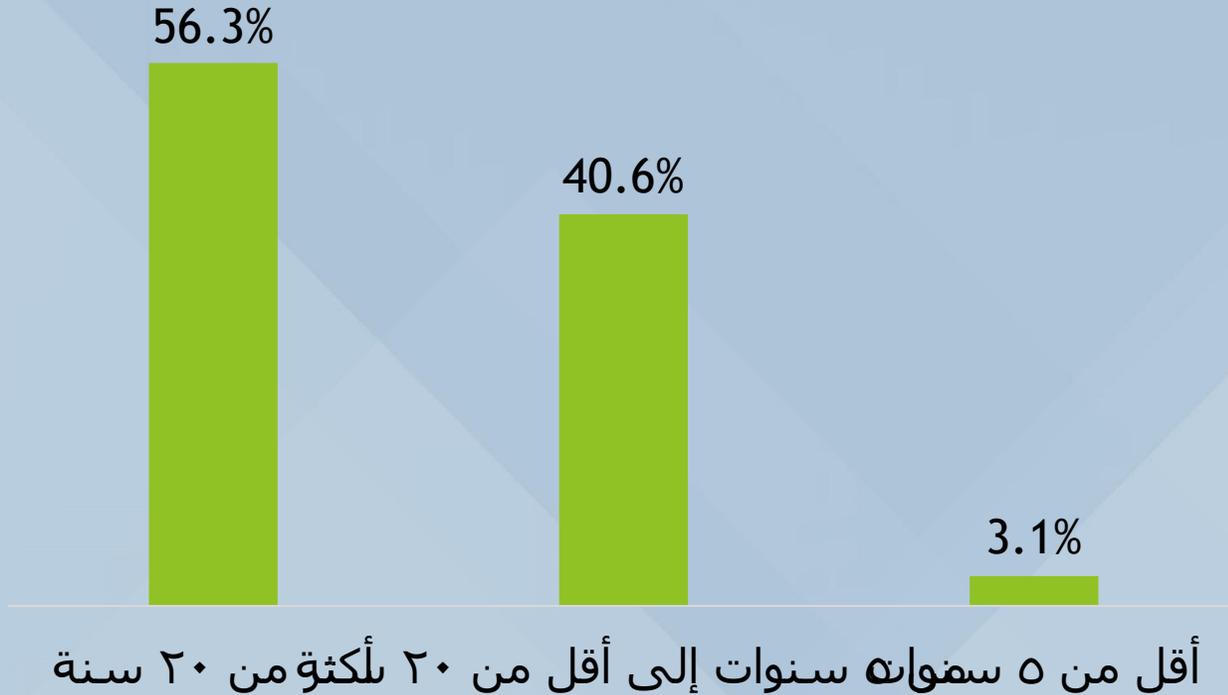


يمثل الكتاب الصحفيون (٦٠,٤%) من المستجيبين، و١٠,٤% رؤساء تحرير صحف ومجلات و٨,٢% معدي برامج تليفزيونية بينما بلغت نسبة مقدمي البرامج وصناع المحتوى (٥,٢%) وبلغت نسبة التخصصات الأخرى حوالي ٣٣% مع ملاحظة أن هناك عدد من المستجيبين لهم تخصص أو أكثر.

خصائص العينة

• سنوات الخبرة

حوالي ٥٦,٣% للمستجيبين لديهم سنوات خبرة أكثر من ٢٠ سنة، و٤٠,٦% من ٥ سنوات إلى أقل من ٢٠ سنة و٣,١% من المستجيبين كانت سنوات خبرتهم أقل من ٥ سنوات.



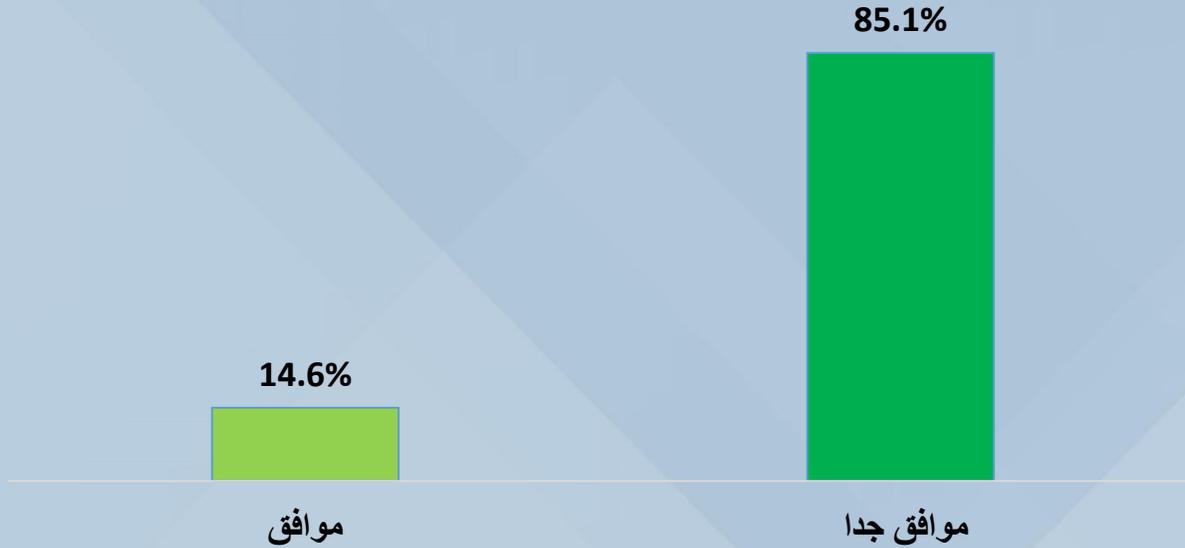
نتائج المسح

أولاً: التمكين الاقتصادي للمرأة

الحقوق الاقتصادية للمرأة

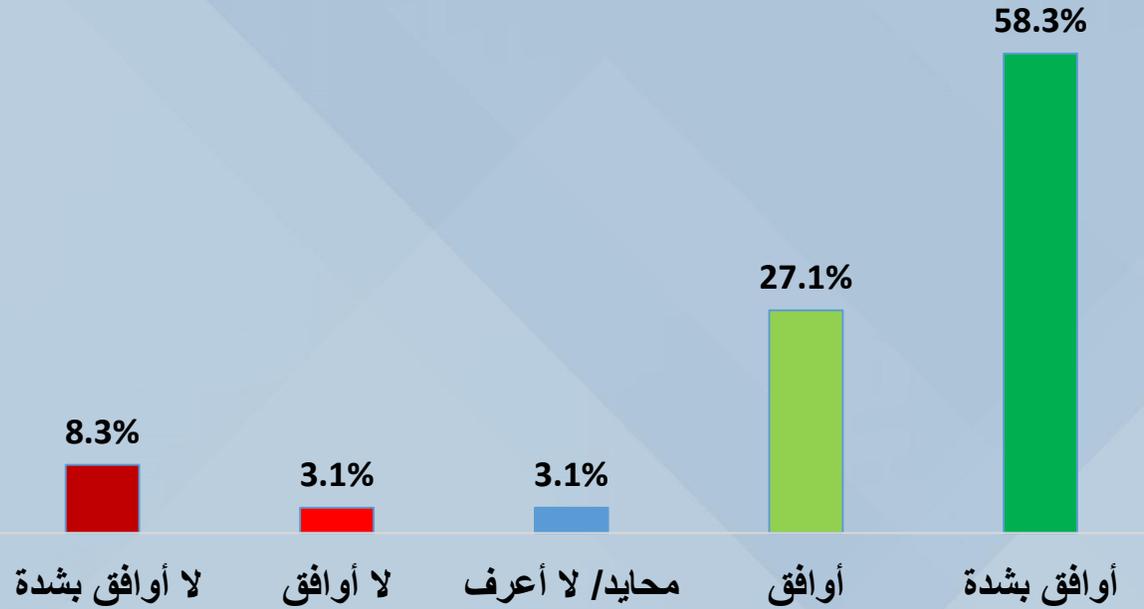
من حق المرأة أنها تشتغل

تقريباً كل المستجيبين وافقوا على
أحقية المرأة في العمل (٨٥,١%
موافق جداً، و ١٤,٦% موافق).

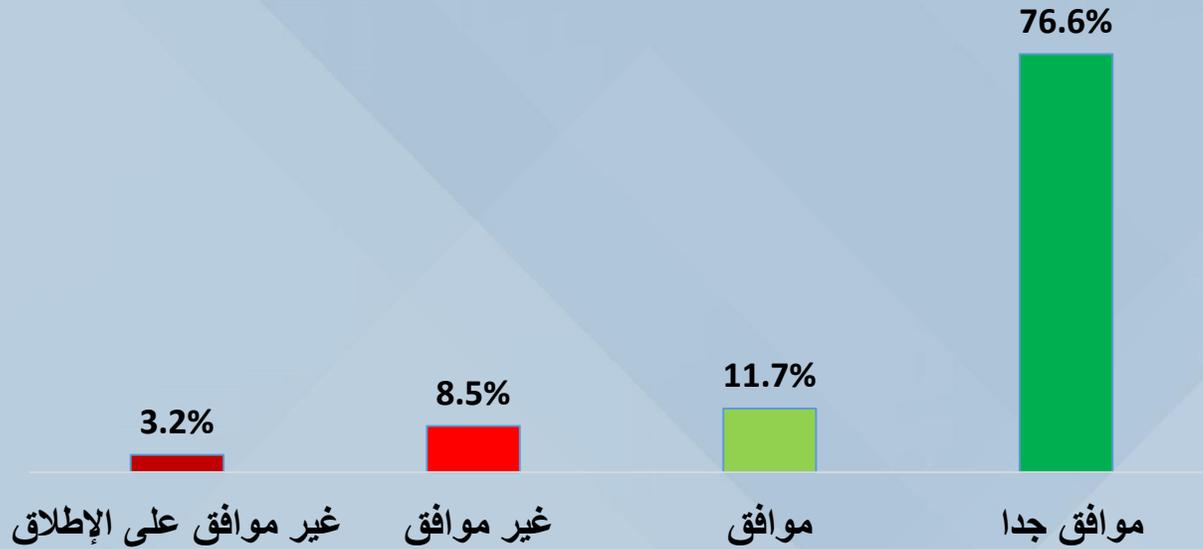


شغل الست هو أفضل طريقة أنها تكون معتمدة على نفسها / مستقلة

ما يقرب من (٨٥,٤%) وافقوا على أن عمل السيدة هو أفضل طريقة في اعتماد السيدة على نفسها واستقلالها (٥٨,٣% موافق بشدة، و ٢٧,١% موافق)، في حين ١١,٤% من المستجيبين لم يوافقوا على أن عمل السيدة هو أفضل طريقة في اعتماد السيدة على نفسها واستقلالها، و ٣,١% كان رأيهم محايد.



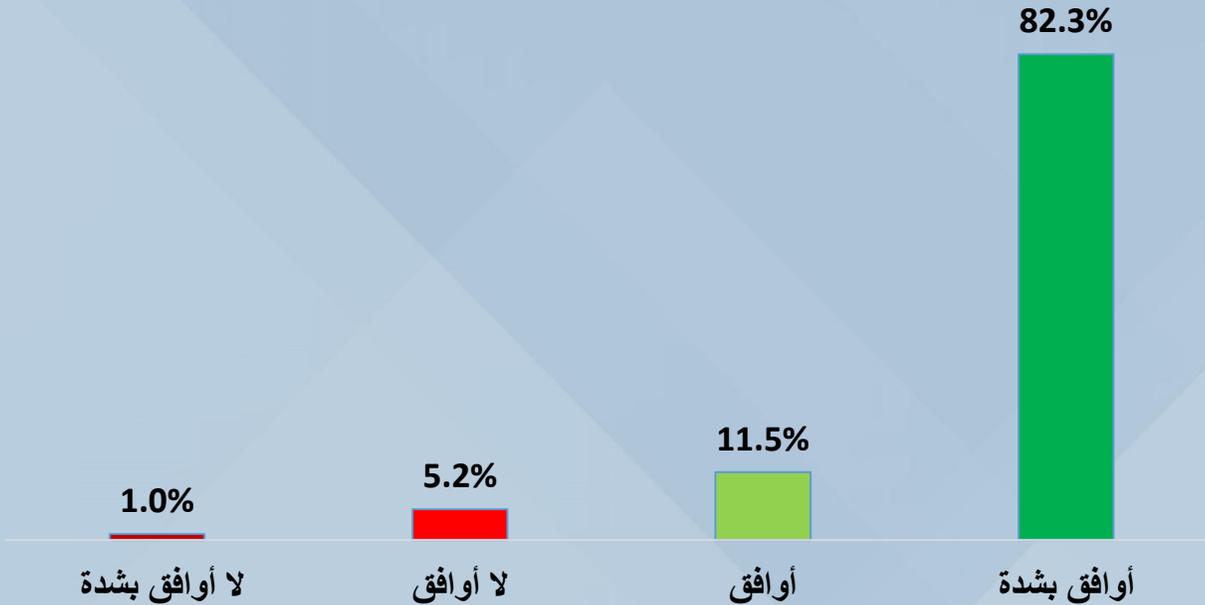
التعليم مهم لست عشان تشتغل بيه



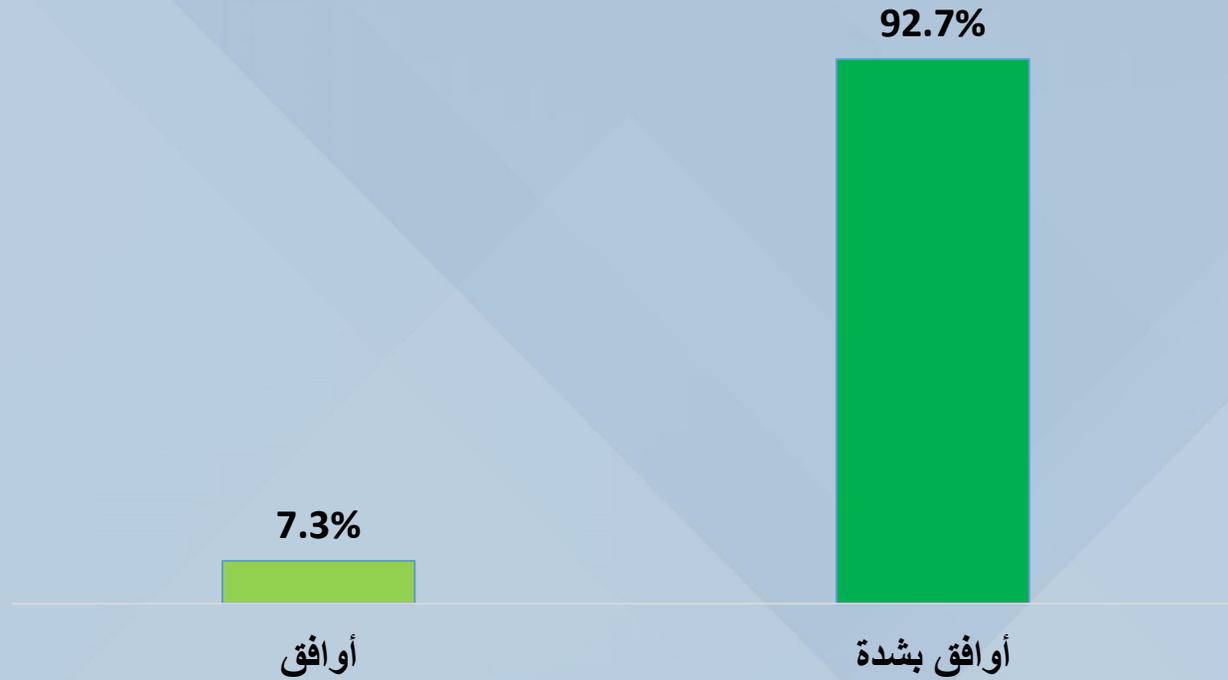
بلغت نسبة المستجيبين الذين يرون أن تعليم المرأة مهم حتى تستطيع العمل ٨٨,٢% (٧٦,٦% موافق جدا، و١١,٧% موافق)، في حين ١١,٧% من المستجيبين لم يوافقوا على ذلك (٨,٥% غير موافق ، و٢,٢% غير موافق على الإطلاق).

الست حره في التصرف في دخلها

ما يقرب من ٩٤% المستجيبين موافقون على أن يكون للسيدة الحرية في التصرف في دخلها، بينما ٦,٢% فقط من المستجيبين غير موافقون على أن للسيدة الحرية في التصرف في دخلها.

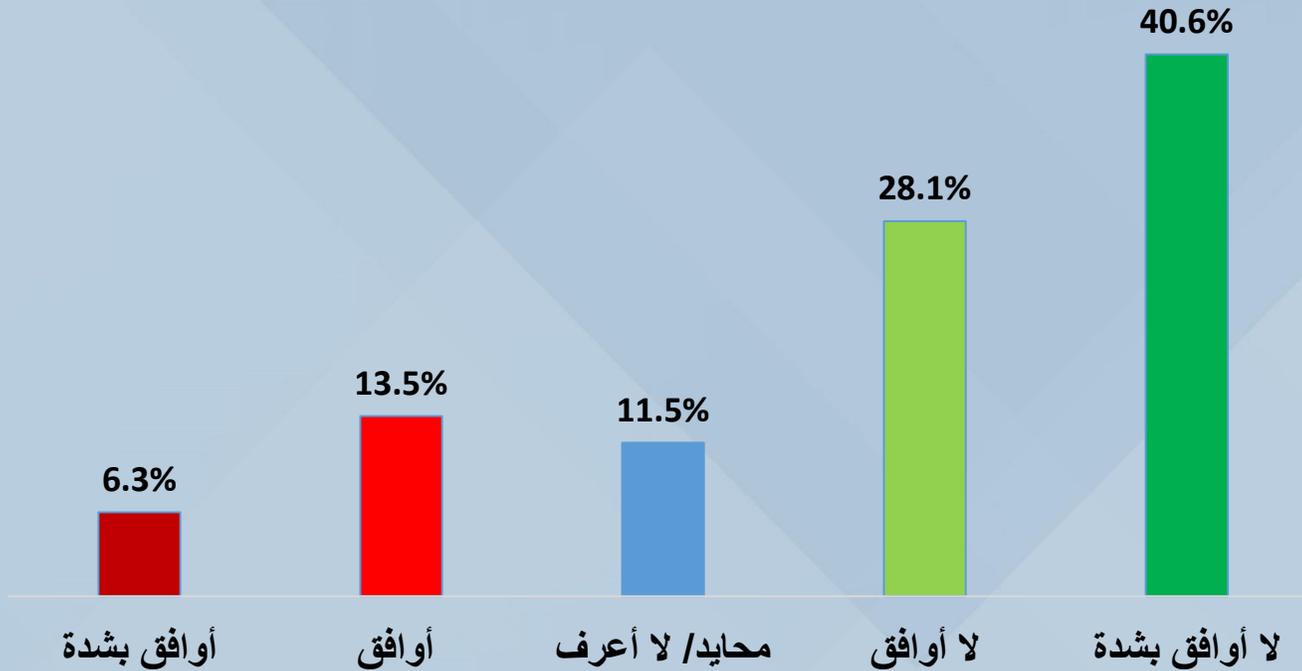


من حق الست المتزوجة تفتح حساب في البنك



جميع المستجيبين في العينة وافقوا على أنه من حق السيدة المتزوجة فتح حساب بنكي (92,7% موافق بشدة و 7,3% موافق).

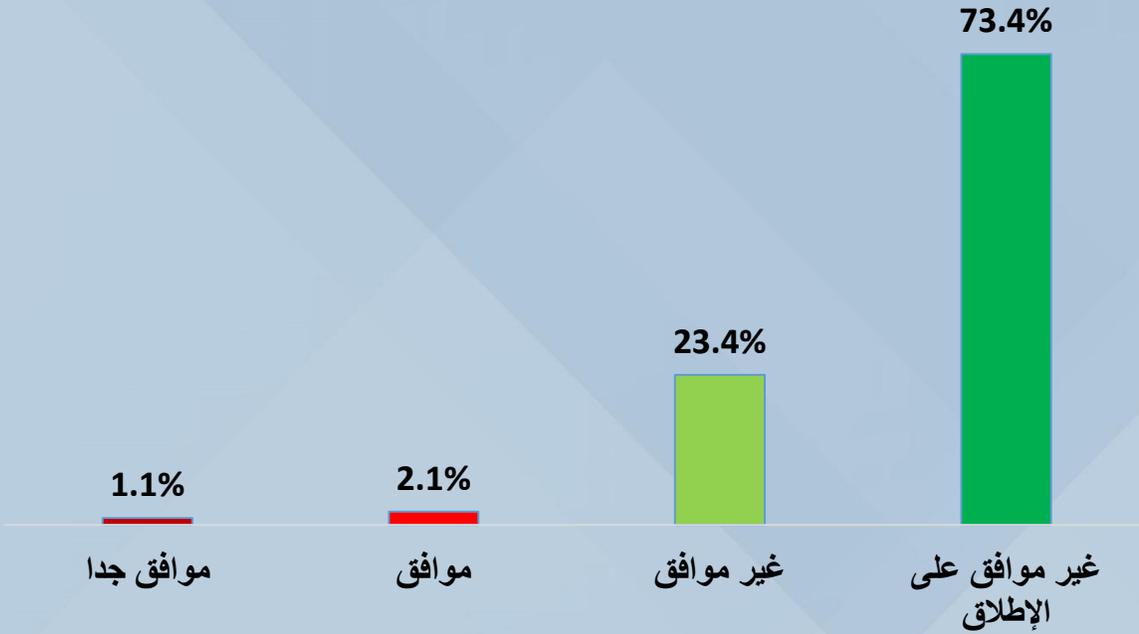
لازم تقول لجوزها على المبالغ الموجودة في حسابها البنكي



ما يقرب من ٦٩% من المستجيبين غير موافقين على ضرورة إبلاغ الزوجة زوجها عن قيمة المبالغ في حسابها البنكي (٤٠,٦% غير موافق بشدة، و٢٨,١% غير موافق)، في حين خمس المستجيبين يرون ضرورة إبلاغ الزوجة زوجها عن قيمة المبالغ في حسابها البنكي، و١١,٥% كان رأيهم محايد.

يحق للزوج (أو الأب أو الأخ الأكبر) أن يتصرف في دخل الزوجة (أو الأبنة)

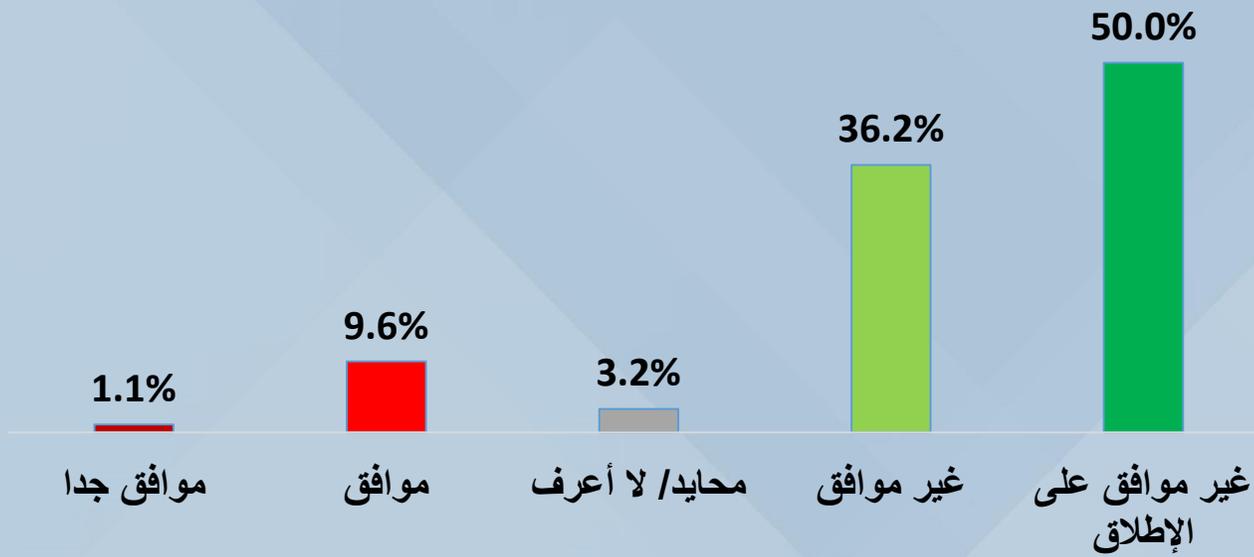
كانت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على أحقية الأب أو الأخ في التصرف في دخل الزوجة أو الابنة ضعيفة جدا حيث وصلت إلى ٣,٢% (١,١% موافق جدا، و٢,١% موافق)، في حين أن أغلب المستجيبين ٩٦,٨% لم يوافقوا على أحقية الأب أو الأخ في التصرف في دخل الزوجة أو الابنة (٢٣,٤% غير موافق، و٧٣,٤% غير موافق على الإطلاق).



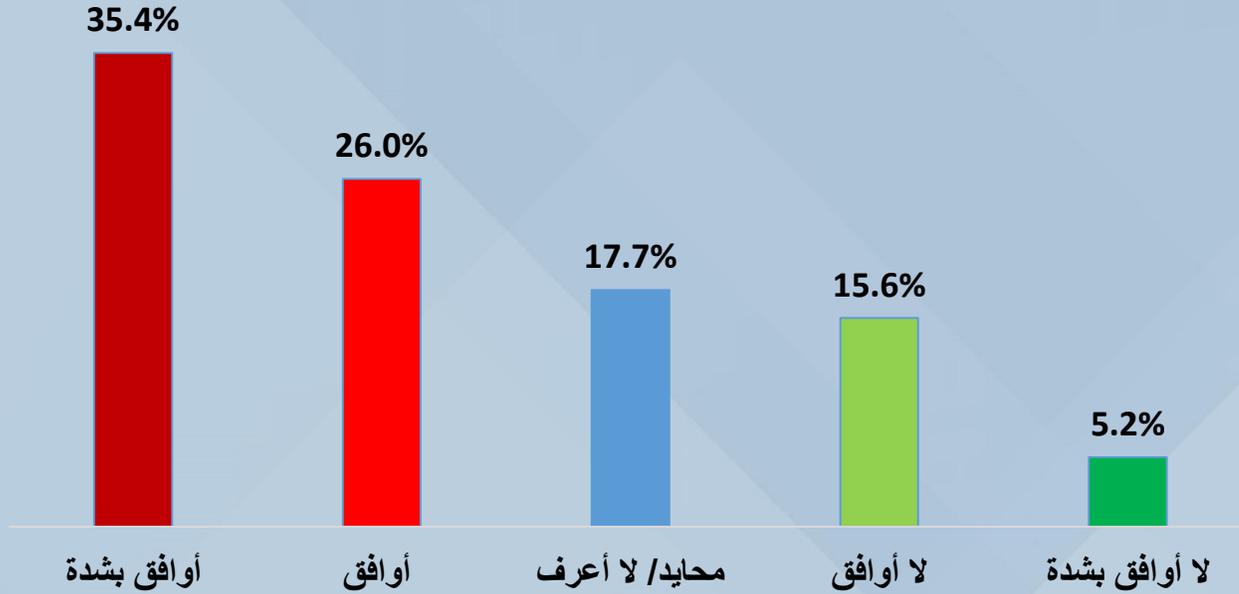
دور المرأة المزدوج

بعد الزواج الستات ماينفعلش تشتغل ولازم تتفرغ للأسرة

كانت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على أن الزوجة لا بد أن تترك العمل بعد الزواج وتتفرغ للأسرة ١٠,٧% (١,١% موافق جدا، و٩,٦% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على ذلك كانت مرتفعة جدا حيث وصلت إلى ٨٦,٢% (٣٦,٢% غير موافق، و٥٠% غير موافق على الإطلاق) بينما ٣,٢% منهم كانوا محايدين.

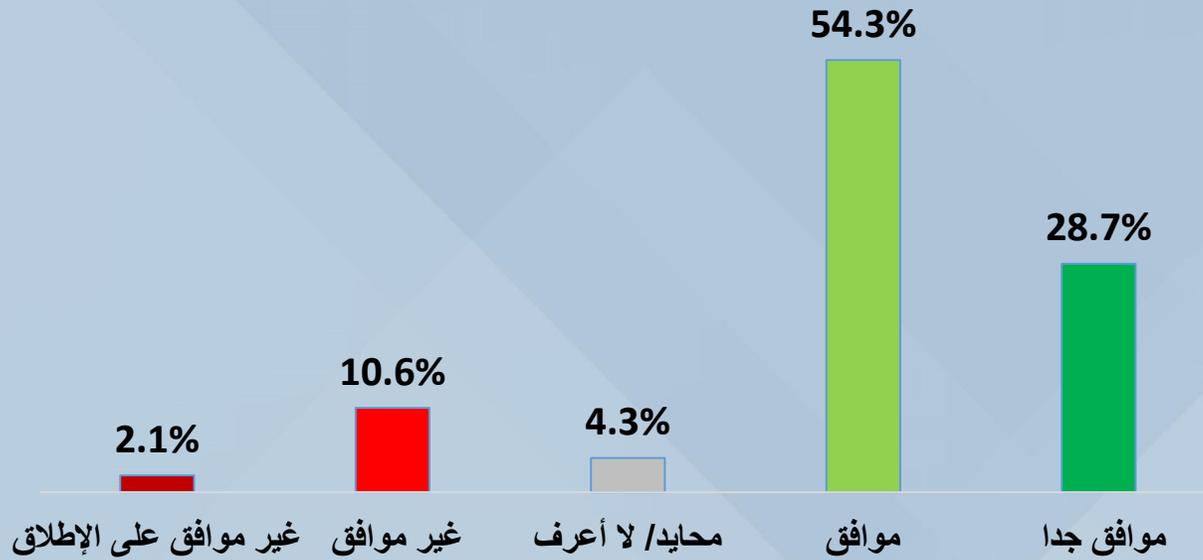


على الست المتزوجة وبتشتغل أنها تسبب شغلها لو بيتها وأولادها محتاجين ده



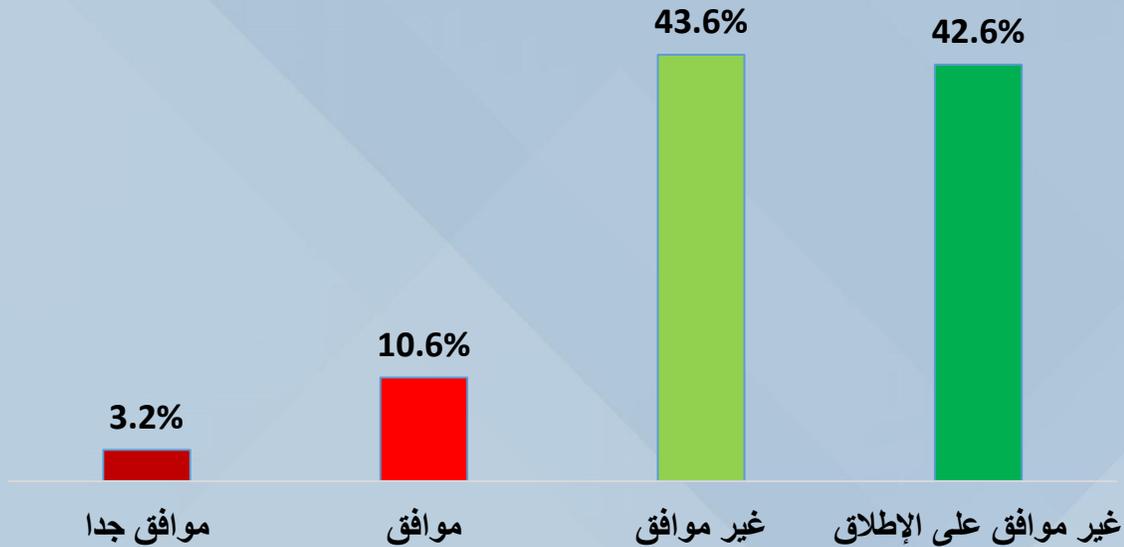
كانت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على ضرورة ترك السيدة المتزوجة عملها في حال احتياج البيت والأولاد لها ٦١,٤% (٣٥,٤% موافق بشدة، و٢٦,٠% موافق)، في حين ٢٠,٨% من المستجيبين لم يوافقوا على ضرورة ترك السيدة المتزوجة عملها في حال احتياج البيت والأولاد له، و١٧,٧% كان رأيهم محايد.

الست اللي بتشتغل بتعرف توازن بين مسئوليات البيت والشغل



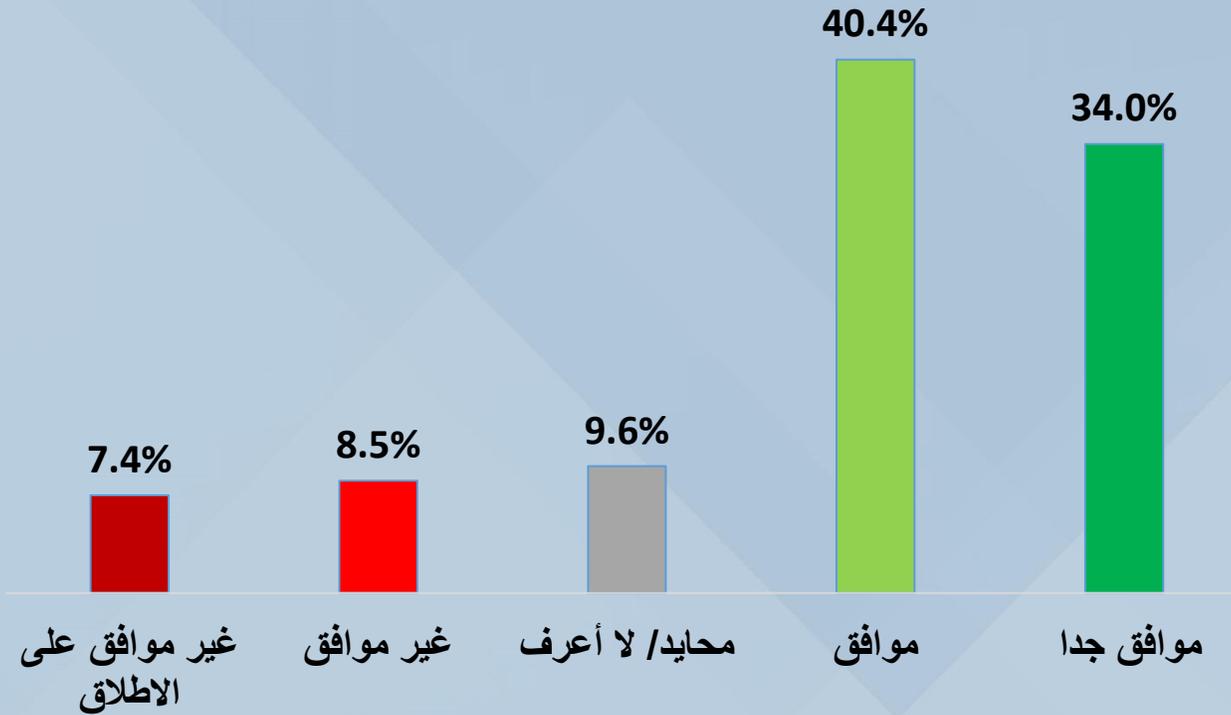
كانت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على قدرة السيدة على عمل التوازن بين عملها ومسئوليات البيت ٨٣% (٢٨,٧% موافق جدا، و٥٤,٣% موافق)، في حين ١٢,٧% من المستجيبين لم يوافقوا على قدرة السيدة على عمل التوازن بين عملها ومسئوليات البيت (١٠,٦% غير موافق، و٢,١% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٤,٣% منهم أنهم لا يستطيعون التحديد.

رعاية الأطفال مسؤولية الستات بس



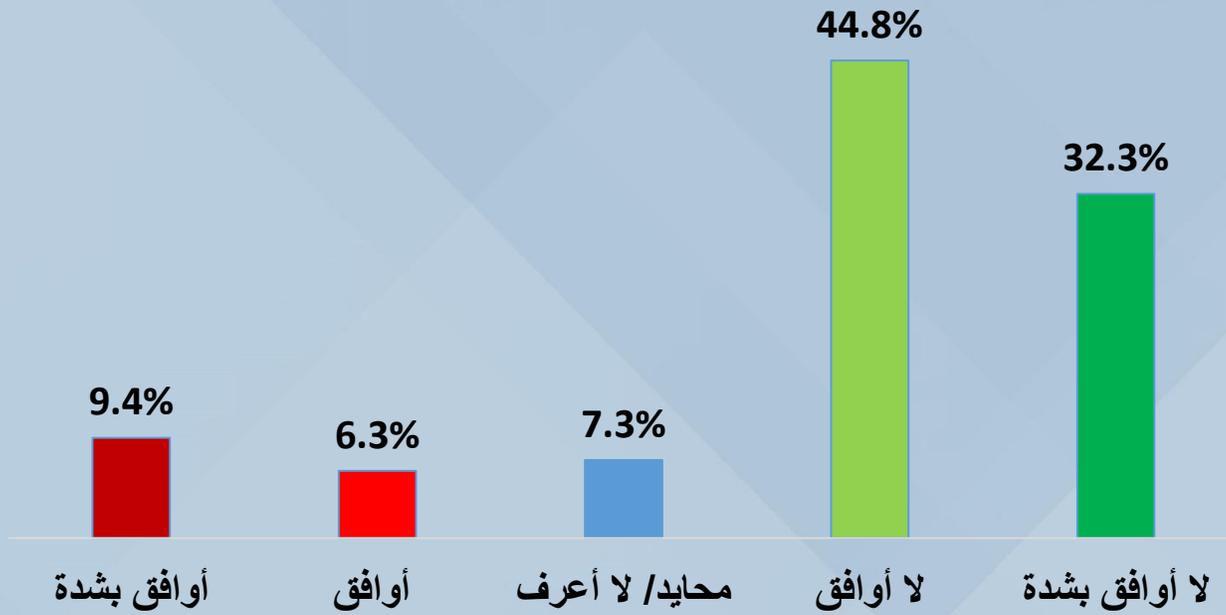
نسبة قليلة من المستجيبين (١٣,٨%) قد وافقوا على أن رعاية الأطفال مسؤولية السيدة فقط (٣,٢% موافق جدا، و١٠,٦% موافق)، بينما معظم المستجيبين لم يوافقوا على أن رعاية الأطفال مسؤولية السيدة فقط حيث بلغت نسبتهم ٨٦,٢% (٤٣,٦% غير موافق، و٤٢,٦% غير موافق على الإطلاق).

الست إلي بتشتغل قادرة على تربية اولادها بصورة أحسن



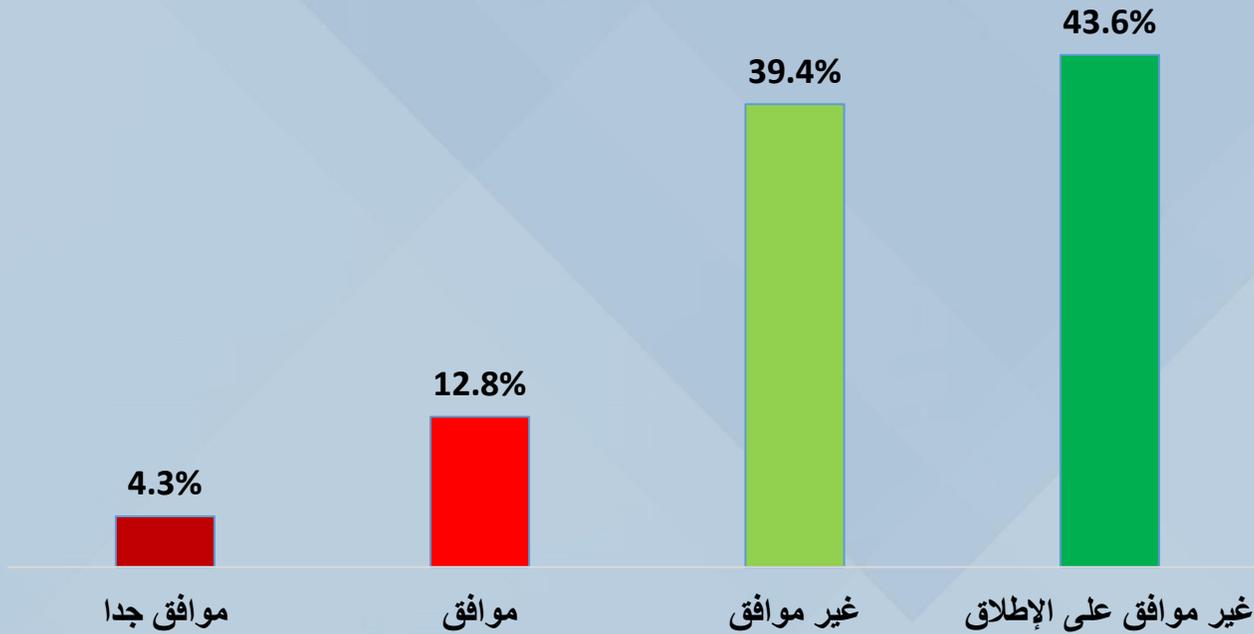
بلغت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على أن المرأة العاملة لديها قدرة على تربية أولادها بشكل أفضل ٧٤,٤% (٣٤% موافق جدا، و٤٠,٤% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن المرأة العاملة لديها قدرة على تربية أولادها بشكل أفضل قد وصلت إلى ١٥,٩% (٨,٥% غير موافق، و٧,٤% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٩,٦% منهم أنهم لا يعرفون.

السبب الأساسي اللى يخلى الست تشتغل هو أنها تكون محتاجة دخل



كانت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على أن السبب الأساسي لعمل المرأة هو الإحتياج للدخل ٢٥% (٩,٤% موافق بشدة، و٦,٣% موافق)، في حين ٧٧,١% من المستجيبين لم يوافقوا على ذلك، و٧,٣% كان رأيهم محايد.

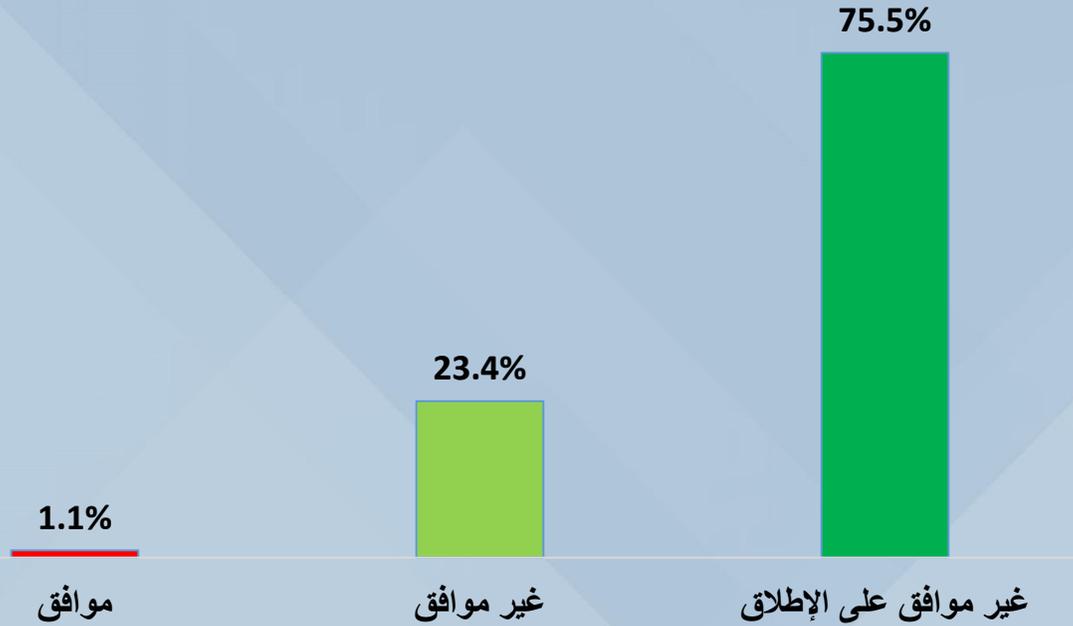
السبب الأساسي إلي يخلي الست تشتغل الحاجة المالية لأسرتها



حوالي ٣٠,٨% من المستجيبين قد وافقوا على أن السبب الأساسي الذي يدفع المرأة للعمل هي الإحتياج المادي (٤,٣% موافق جدا، و ١٢,٨% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن السبب الأساسي الذي يدفع المرأة للعمل هي الإحتياج المادي حيث بلغت ٨٣% (٣٩,٤% غير موافق، ٤٣,٦% غير موافق على الإطلاق).

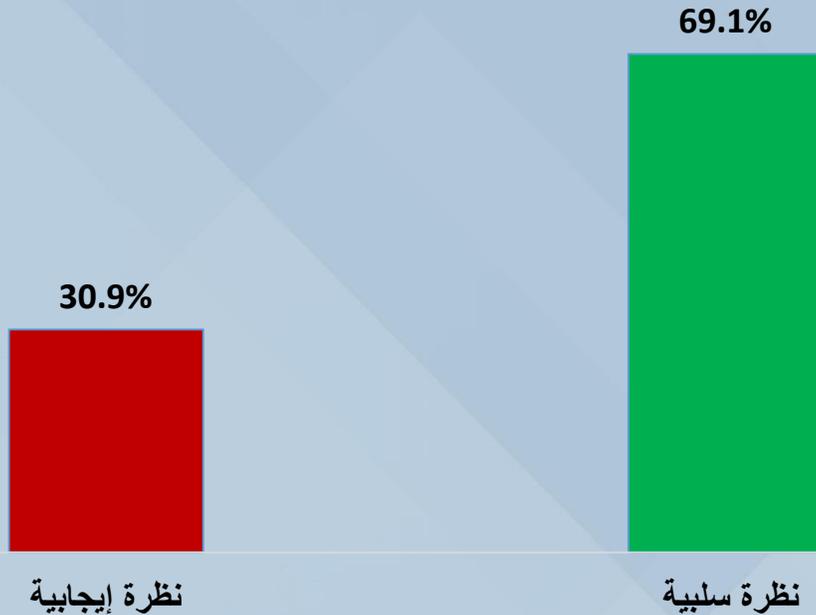
دور الرجل

الراجل اللي يسيب زوجته تشتغل غلطان



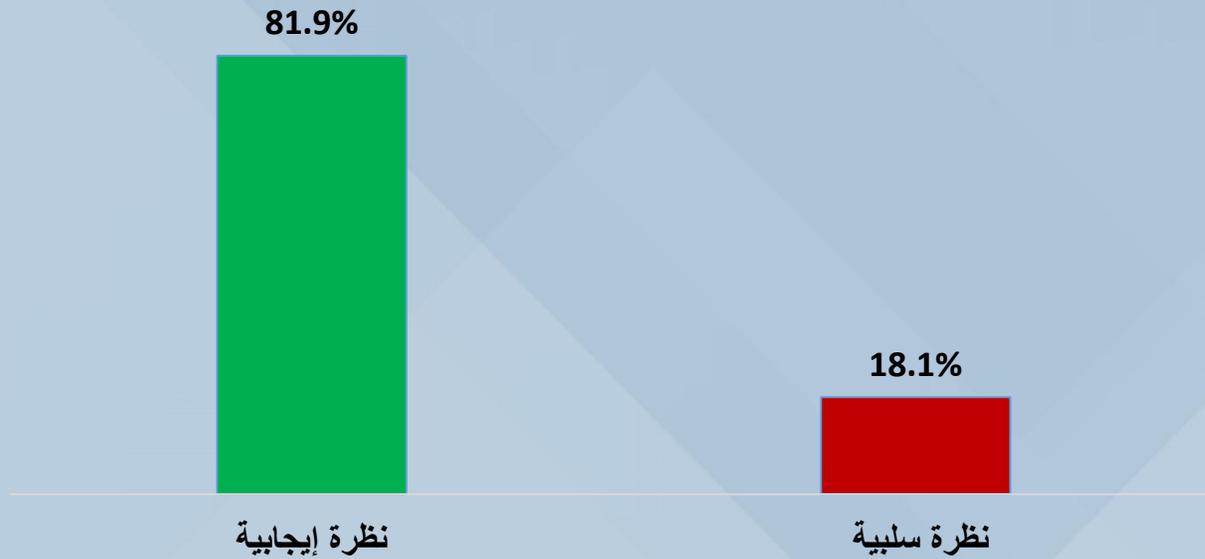
نسبة ضئيلة (١,١%) ممن المستجيبين قد وافقوا على أن الرجل يعتبر مخطيء في حالة السماح لزوجته بالعمل، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على ذلك بلغت ٩٨,٩% (٢٣,٤% غير موافق، و٧٥,٥% غير موافق على الإطلاق).

نظرة الناس بتكون إزاي لرجل منع زوجته من العمل؟



حوالي ثلث المستجيبين يرون أن نظرة المجتمع تكون إيجابية للرجل الذي يمنع زوجته من العمل، بينما الثلثين يرون أن المجتمع ينظر نظرة سلبية للرجل الذي يمنع زوجته من العمل.

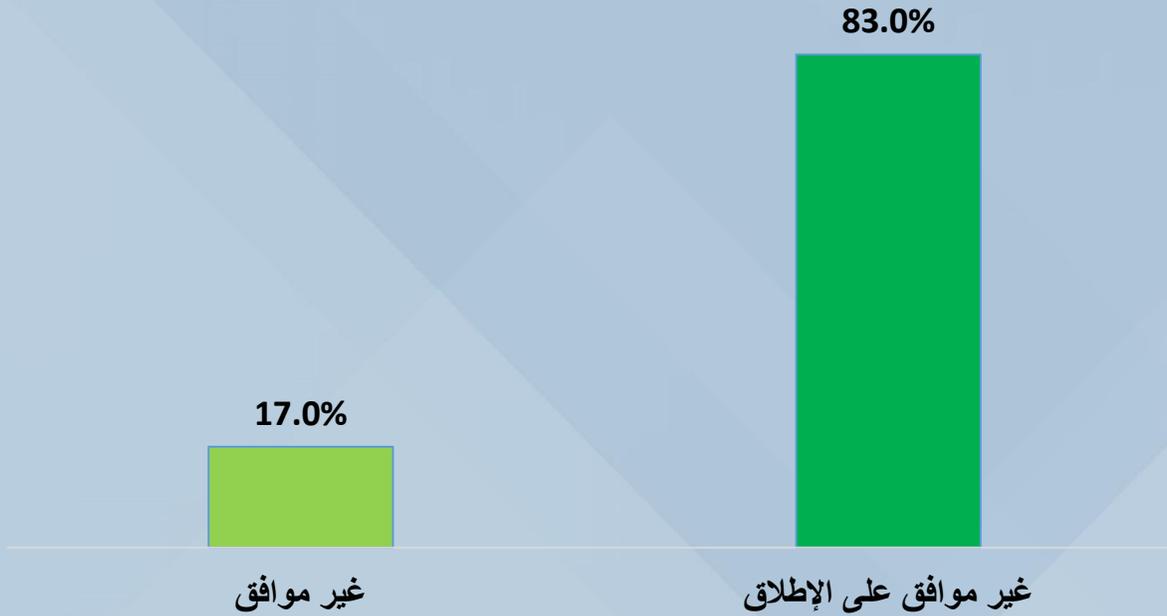
نظرة الناس بتكون إزاي لرجل شجع زوجته على العمل؟



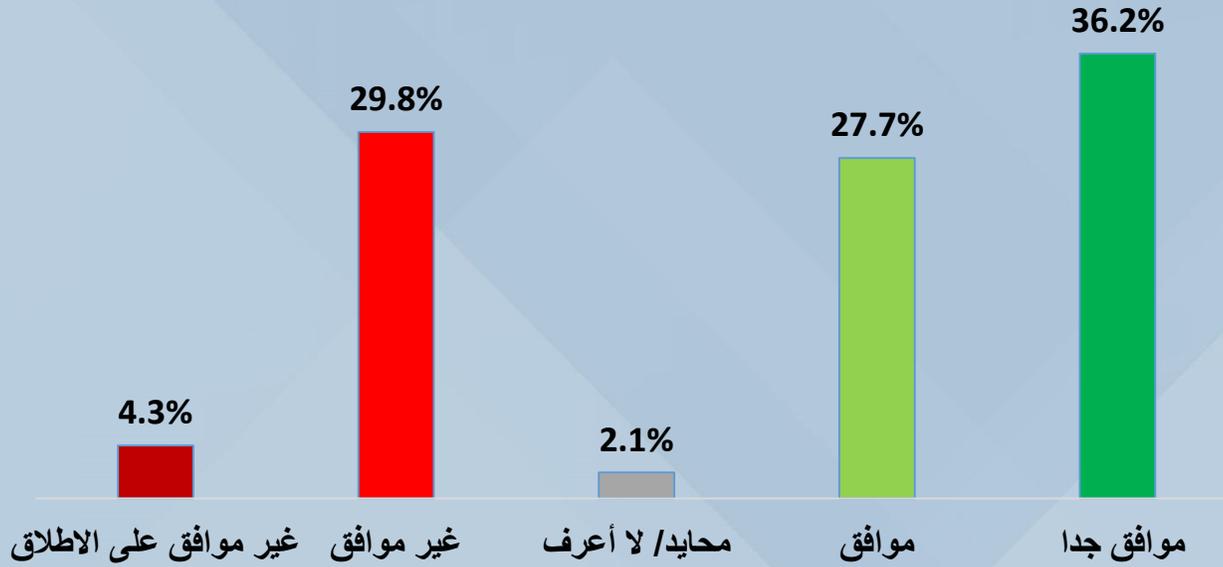
حوالي ٨٢% من المستجيبين يرون أن نظرة المجتمع تكون إيجابية للرجل الذي يشجع زوجته على العمل، بينما ١٨,١% فقط يرون أن المجتمع ينظر له نظرة سلبية.

الزوج اللي بيساعد زوجته في أعمال المنزل زوج ضعيف

جميع المستجيبين لم يوافقوا على اعتبار أن الزوج الذي يساعد زوجته بالمنزل زوج ضعيف (١٧% غير موافق، و٨٣% غير موافق على الإطلاق).

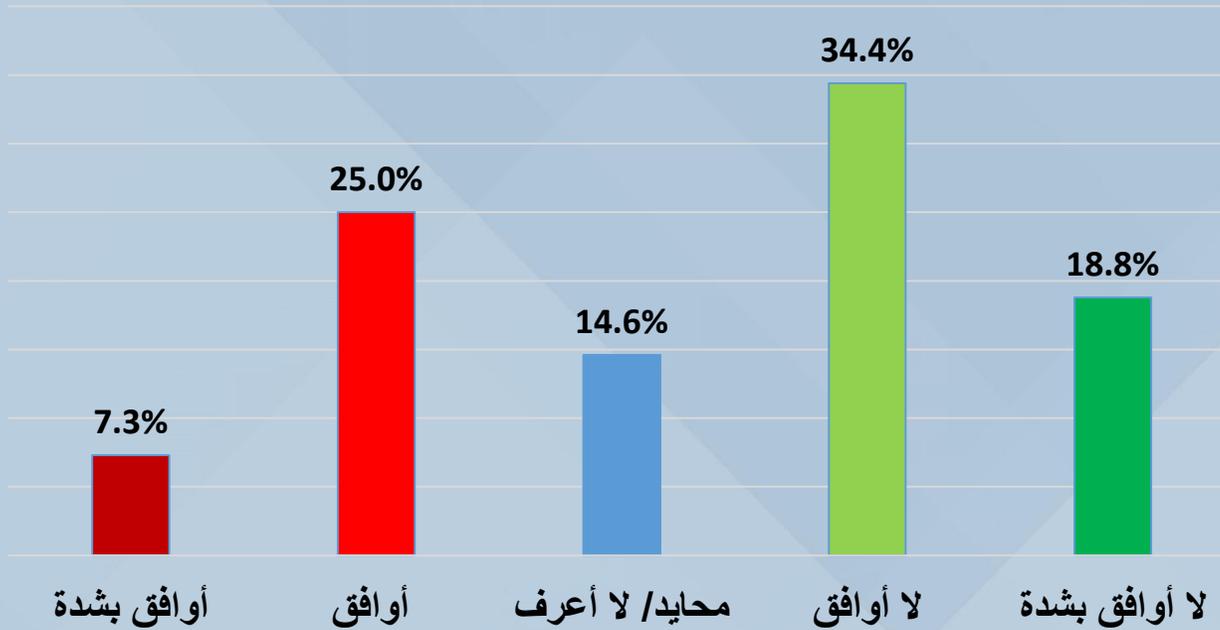


رجل البيت هو الوحيد في الأسرة المسؤول عن توليد الدخل للأسرة ومستوى معيشة الأسرة



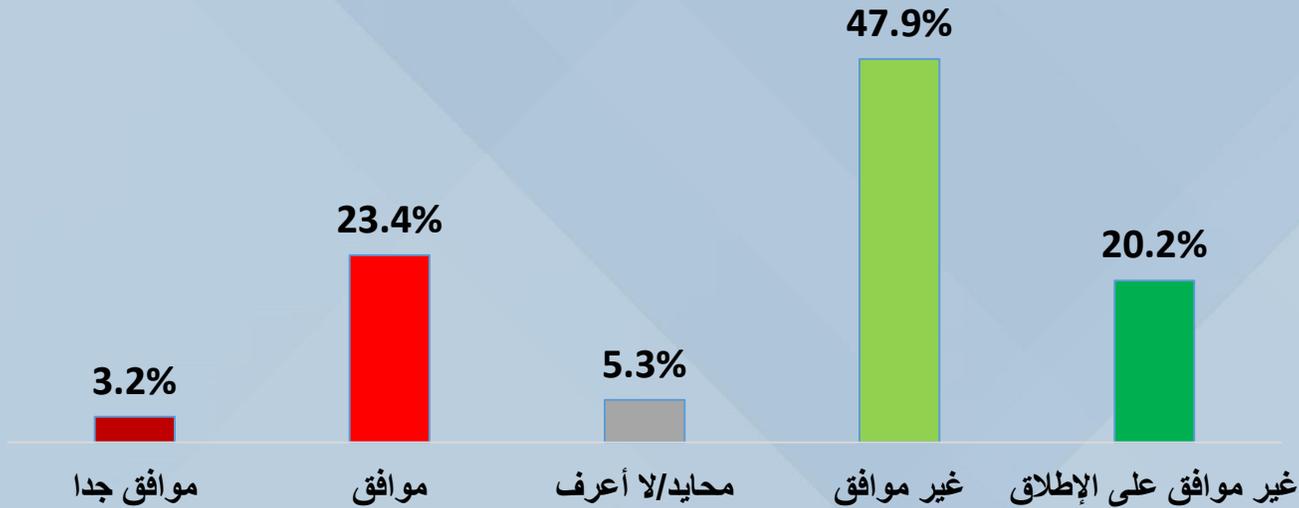
ما يقل قليلاً عن ثلثي المستجيبين قد وافقوا على أن رجل البيت هو الوحيد المسؤول عن توليد الدخل للأسرة ومستوى معيشتها (٢٦,٢% موافق جداً، و٢٧,٧% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن رجل البيت هو الوحيد المسؤول عن توليد الدخل للأسرة ومستوى معيشتها قد وصلت إلى ٢٤,١% (٢٩,٨% غير موافق، و٤,٣% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٢,١% منهم أنهم لا يعرفون.

الست ملزمة انها تشارك بجزء من دخلها في مصاريف البيت



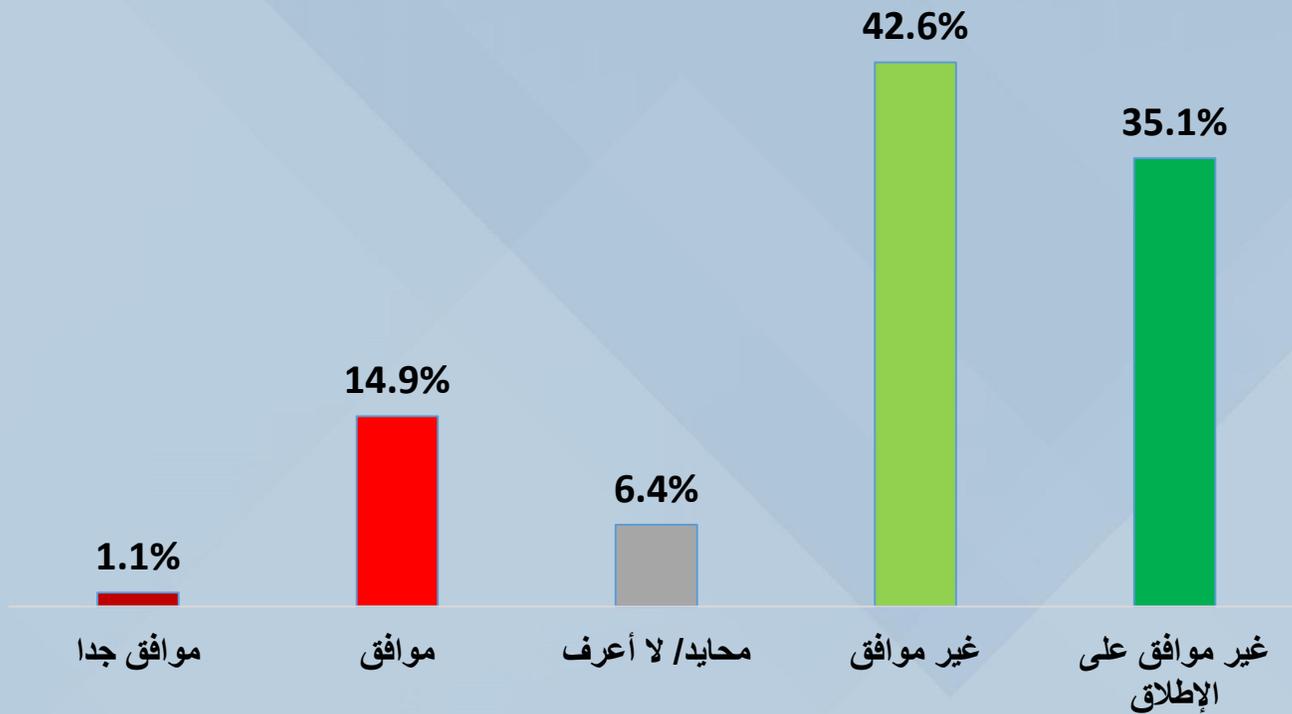
ما يزيد قليلاً عن نصف المستجيبين (53,2%) لم يوافقوا على أن السيدة ملزمة بالمشاركة في مصاريف البيت (18,8% غير موافق بشدة، و24,4% غير موافق)، في حين 30,3% من المستجيبين وافقوا على ذلك، و 14,6% كان رأيهم محايد.

شغل الست يزود المشاكل بينها وبين زوجها



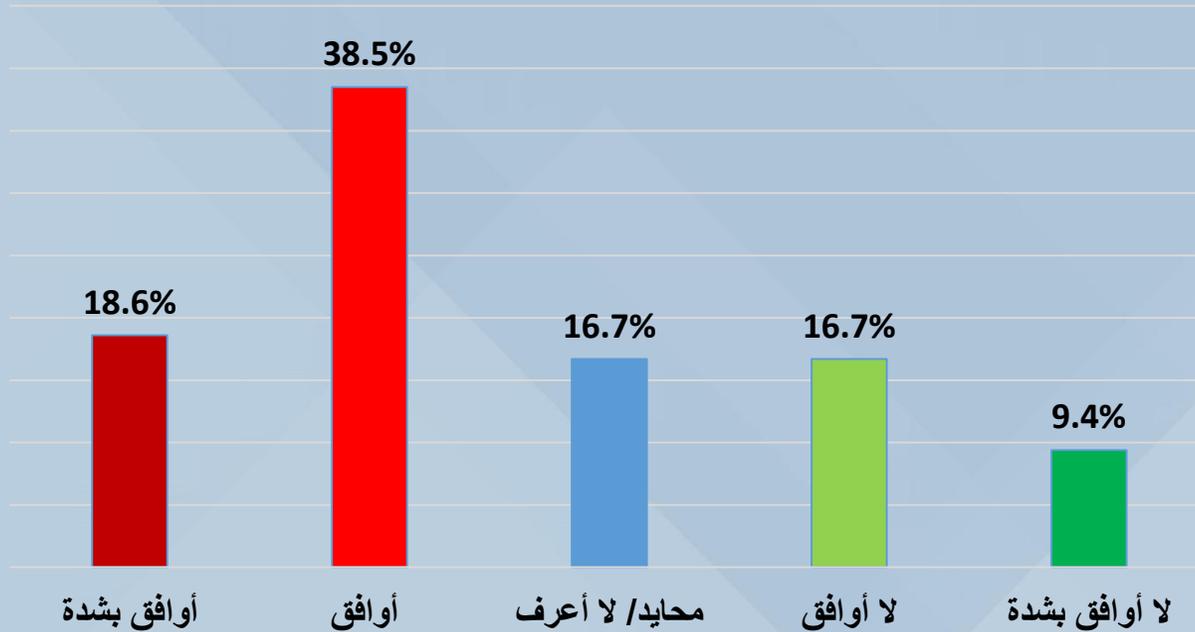
يتضح من الشكل أن ما يزيد قليلاً عن ربع المستجيبين وافقوا على أن عمل السيدة يزيد المشاكل بينها وبين زوجها (2,2% موافق جداً، و23,4% موافق)، في حين بلغت نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن عمل السيدة يزيد المشاكل بينها وبين زوجها 68,1% (47,9% غير موافق، و20,2% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار 5,2% منهم أنهم لا يعرفون.

شغل الست يجعلها أكثر غروراً واستكباراً على الزوج



يتضح من الشكل أن ١٦% من المستجيبين وافقوا على أن عمل السيدة يجعلها أكثر غروراً واستكباراً على زوجها (١,١% موافق جداً، و١٤,٩% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن عمل السيدة يجعلها أكثر غروراً واستكباراً على زوجها قد وصلت إلى ٧٧,٧% (٤٢,٦% غير موافق، و٢٥,١% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٦,٤% منهم أنهم لا يعرفون.

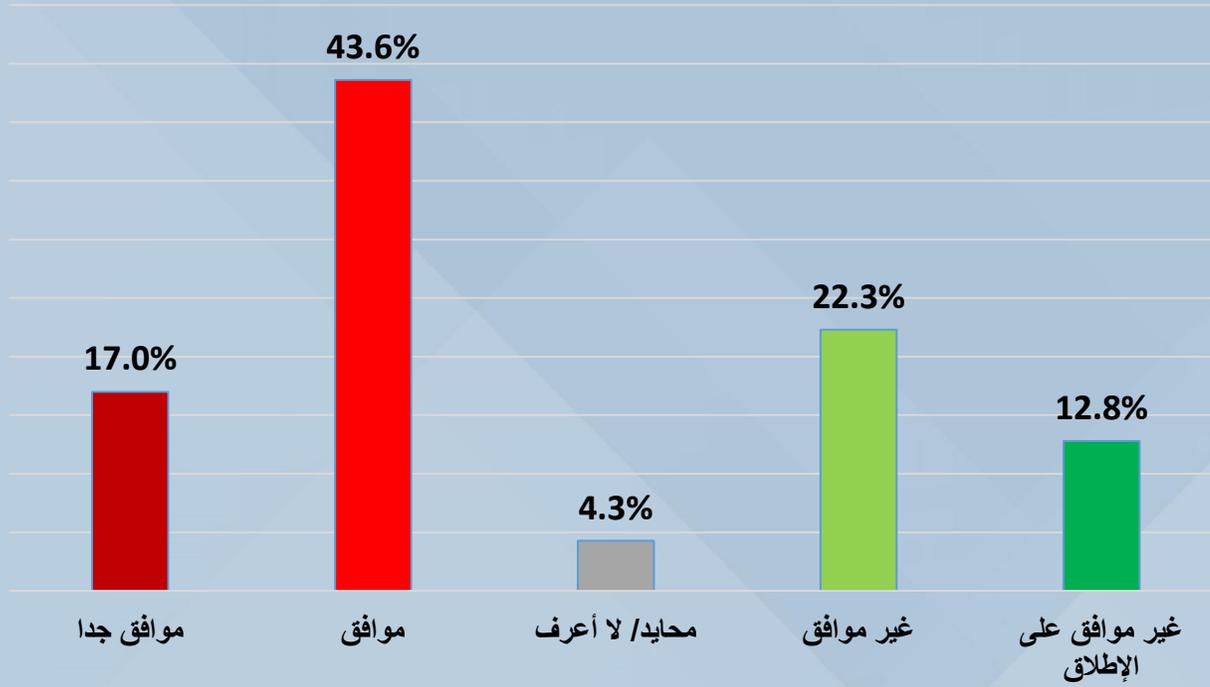
لو دخل الست اكر من جوزها عادةً ده بيسبب مشاكل



ما يقرب من 57% من المستجيبين موافقون على أن عادة ما يسبب زيادة دخل الزوجة عن زوجها مشاكل (18,8% موافق بشدة، و28,5% موافق)، في حين ربع المستجيبين لم يوافقوا على ذلك، و16,7% كان رأيهم محايد.

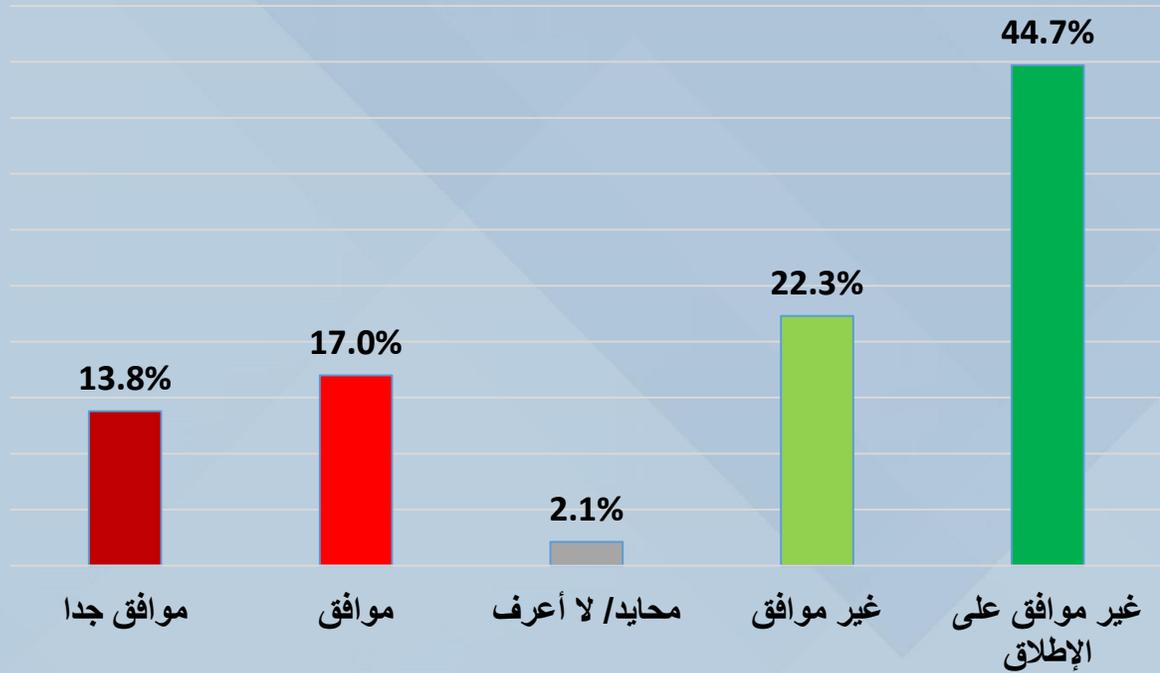
ظروف العمل

شغل الست ببيعرضها للمضايقات والمعاكسات



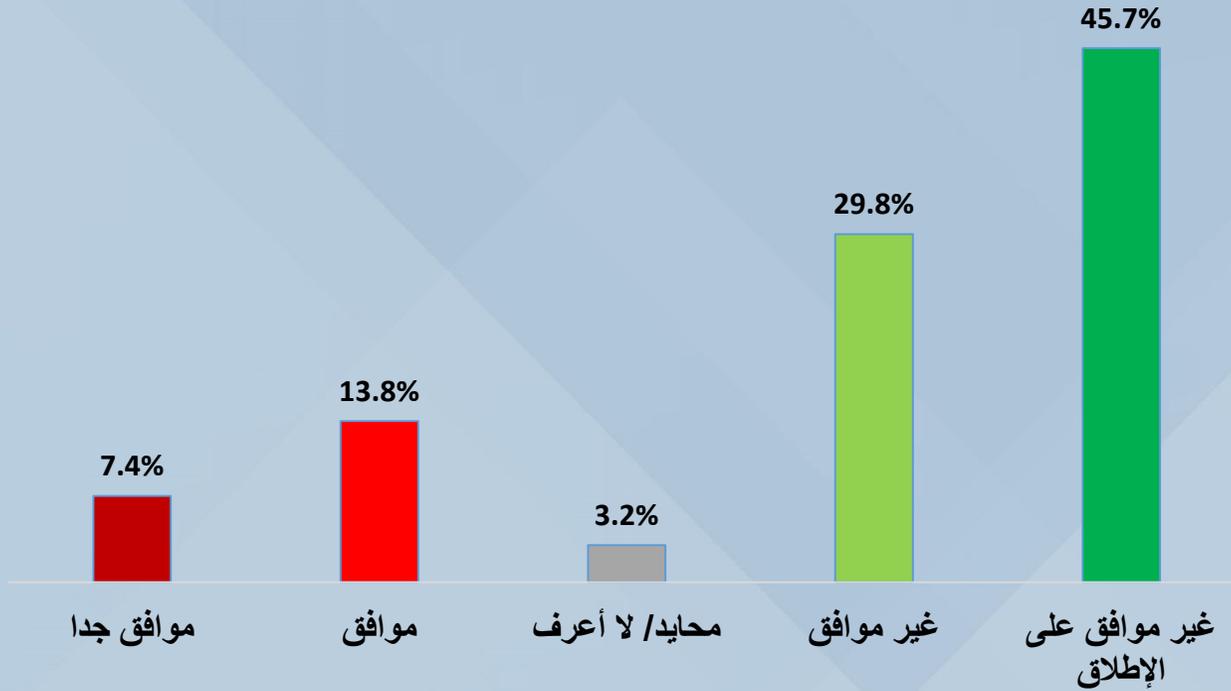
بلغت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على أن عمل السيدة يعرضها للمضايقات والمعاكسات ٦٠,٦% (١٧% موافق جدا، و٤٣,٦% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على ذلك وصلت إلى ٣٥,١% (٢٢,٣% غير موافق، و١٢,٨% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٤,٣% منهم أنهم لا يعرفون.

الستات لاتصلح للشغل إلا في أعمال معينة



حوالي ٣٠,٨% من المستجيبين قد وافقوا على أن السيدة لا تصلح للعمل إلا في أعمال معينة (١٣,٨% موافق جدا، و١٧% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن السيدة لا تصلح للعمل إلا في أعمال معينة بلغت ٦٧% (٢٢,٣% غير موافق، و٤٤,٧% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٢,١% منهم أنهم لا يعرفون

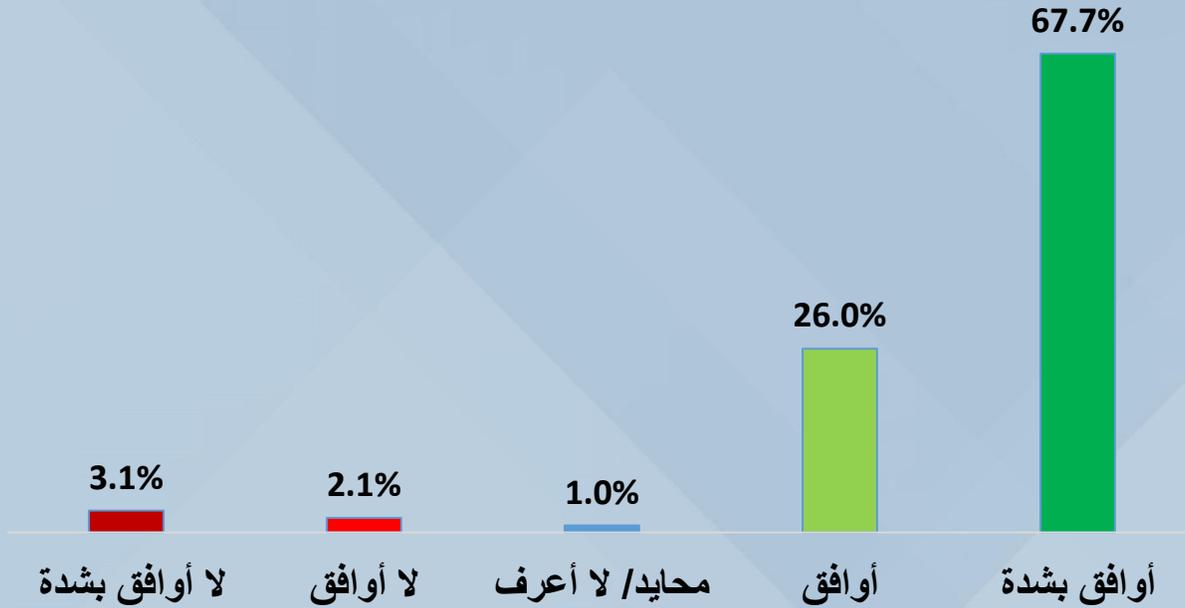
ماينفعش الستات تشتغل في مكان كله رجالة



ما يقرب من خمس المستجيبين (٢١,٢%) يرون أنه لا يمكن للسيدة العمل في مكان جميع العاملين به رجال (٧,٤% موافق جدا، و١٣,٨% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أنه لا يمكن للسيدة العمل في مكان جميع العاملين به رجال كانت مرتفعة حيث بلغت ٧٥,٥% (٢٩,٨% غير موافق، و٤٥,٧% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٣,٢% منهم أنهم لا يعرفون.

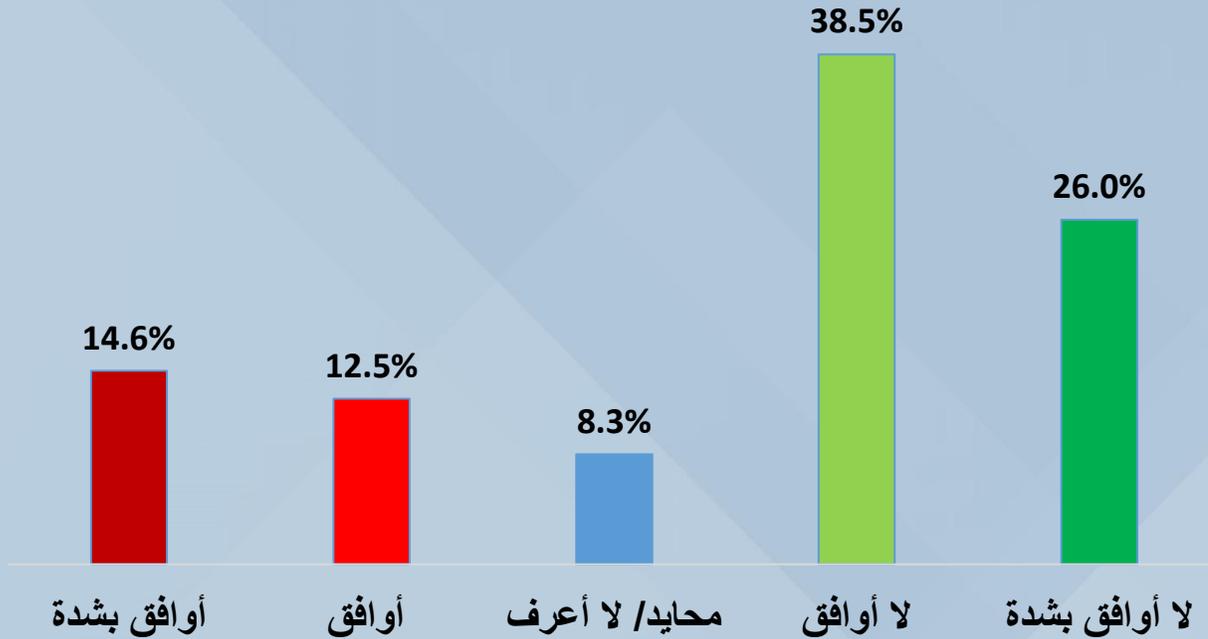
التمييز ضد المرأة

يجب أن تتمتع السيدات بنفس الحقوق والواجبات التي يحصل عليها الرجال



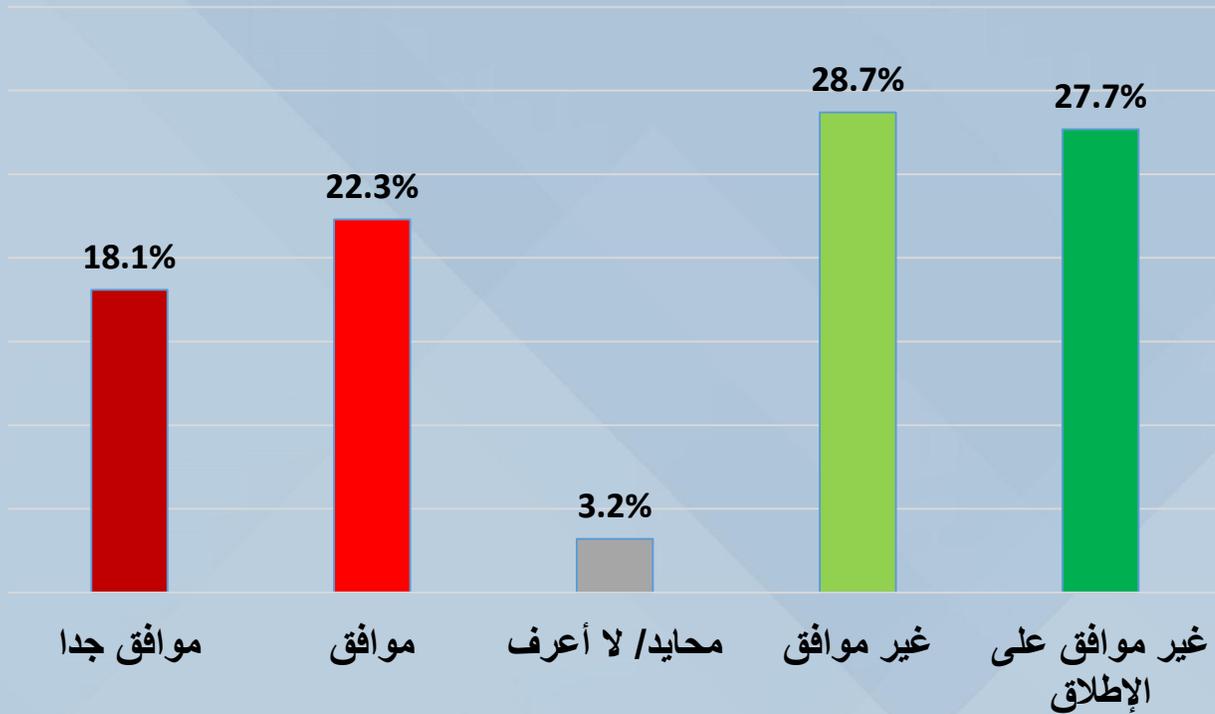
ما يقرب من ثلثي المستجيبين موافقون بشدة على ضرورة تمتع السيدات والرجال بنفس الحقوق والواجبات، وما يقرب من ربع المستجيبين موافقون على ضرورة تمتع السيدات والرجال بنفس الحقوق والواجبات، في حين كانت نسب عدم الموافقة ضعيفة جداً لا تتخطى 5%.

الرجال مؤهلين أكثر انهم يكونوا قادة سياسيين ويجب انتخابهم أكثر من الستات



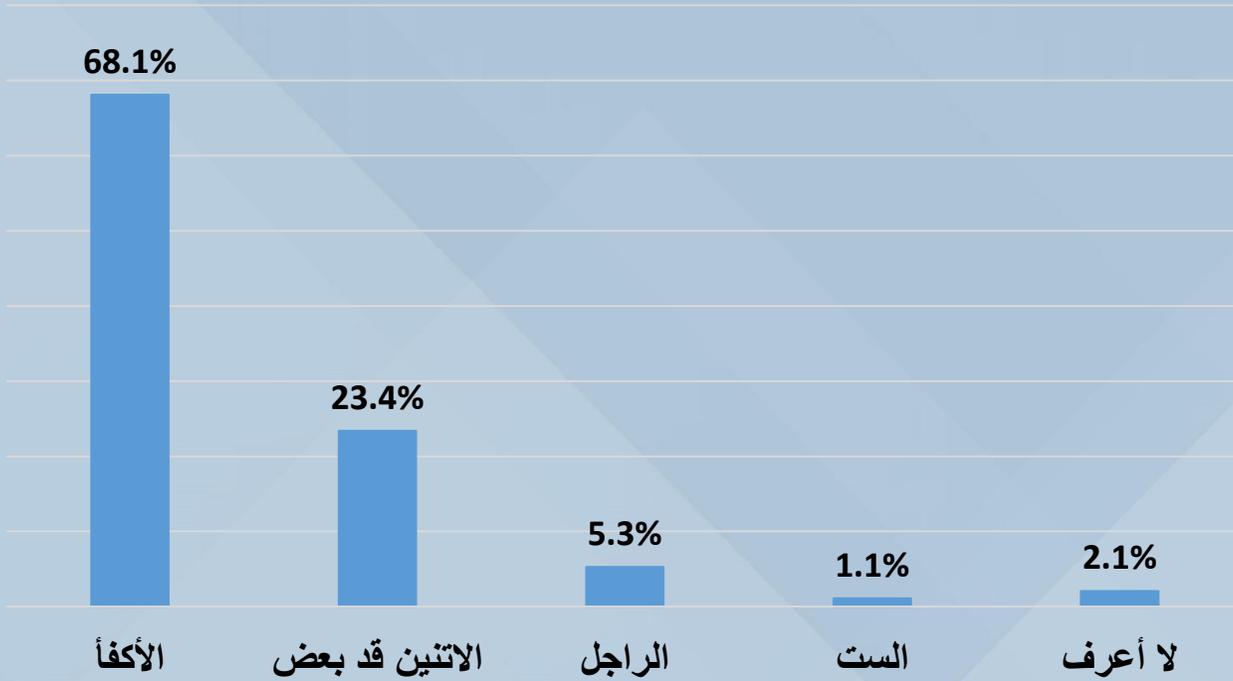
ما يقرب من ثلثي المستجيبين (٦٤,٥%) غير موافقون على أن الرجال مؤهلين أكثر من السيدات ليكونوا قادة سياسيين ويجب انتخابهم أكثر، و٢٧,١% من المستجيبين كانوا موافقون على أن الرجال مؤهلين أكثر من السيدات ليكونوا قادة سياسيين و ٨,٣% كان رأيهم محايد.

لما تقل فرص العمل، المفروض يكون للرجال الأولوية في الشغل عن الستات



بلغت نسبة المستجيبين الذين وافقوا على أن الأولوية في فرص العمل للرجال عن السيدات عندما تقل فرص العمل ٤٠,٤% (١٨,١% موافق جدا، و٢٢,٢% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أن الأولوية في فرص العمل للرجال عن السيدات بلغت ٥٦,٤% (٢٨,٧% غير موافق، و٢٧,٧% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٣,٢% منهم أنهم لا يستطيعون التحديد.

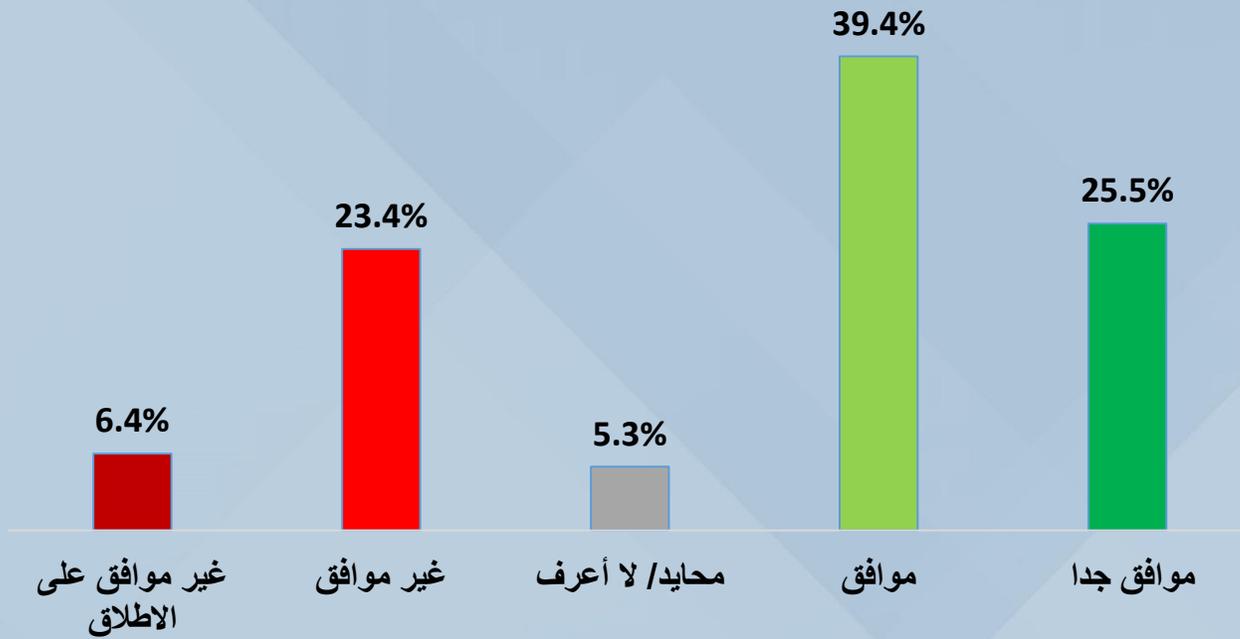
لو في راجل وست بيشغلوا في نفس الدرجة الوظيفية وفي نفس المكان: المفروض الراجل ياخذ أعلى ولا الست؟



ما يزيد قليلاً عن ثلثي المستجيبين يرون أن معيار ما يتحصل عليه الرجل مقارنة بالسيدة لو تساويا في الدرجة الوظيفية هي الكفاءة ، في حين ٢٣,٤% من المستجيبين يرون أن يتم اعطاء الرجل والسيدة نفس القيمة لو تساوا في الدرجة. رأت نسبة قليلة (٥,٢%) من المستجيبين أنه لو تساوى الرجل والسيدة في الدرجة فيحصل الرجل على قيمة أكبر، بينما رأت نسبة أقل (١,١%) من المستجيبين أنه لو تساوى الرجل والسيدة في الدرجة فتتحصل السيدة على قيمة أكبر، وأودت نسبة (٢,١%) من المستجيبين

ثانياً: خدمات الرعاية

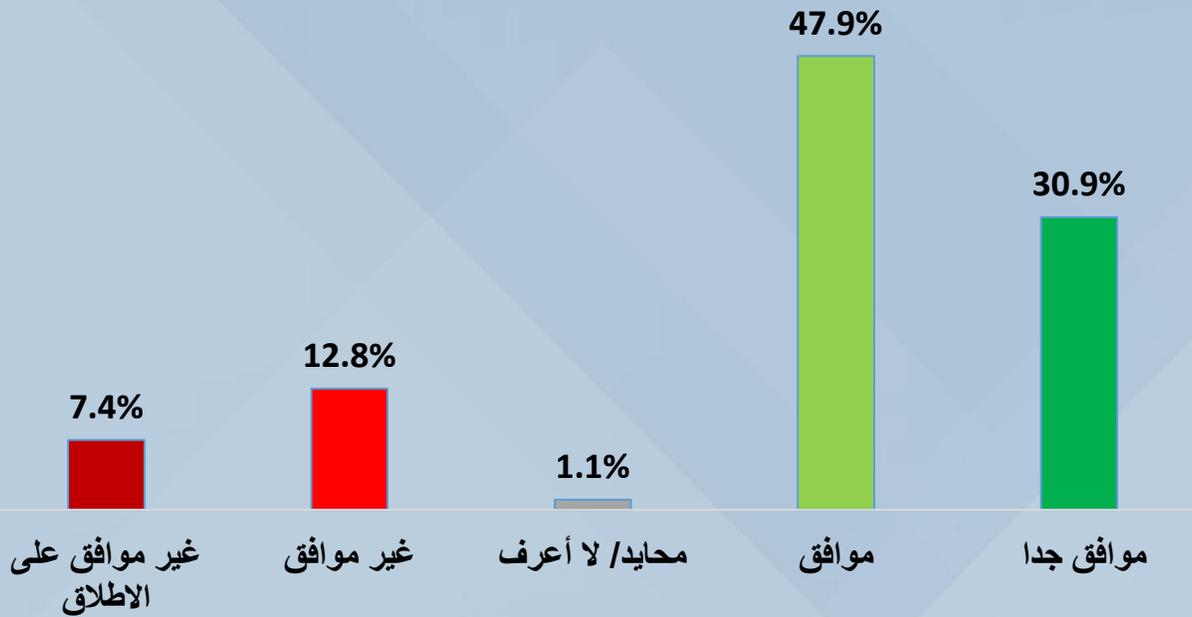
من حق الست اللي بتشتغل إنها تجيب حد يساعدها في رعاية الأطفال عشان تقدر تشتغل



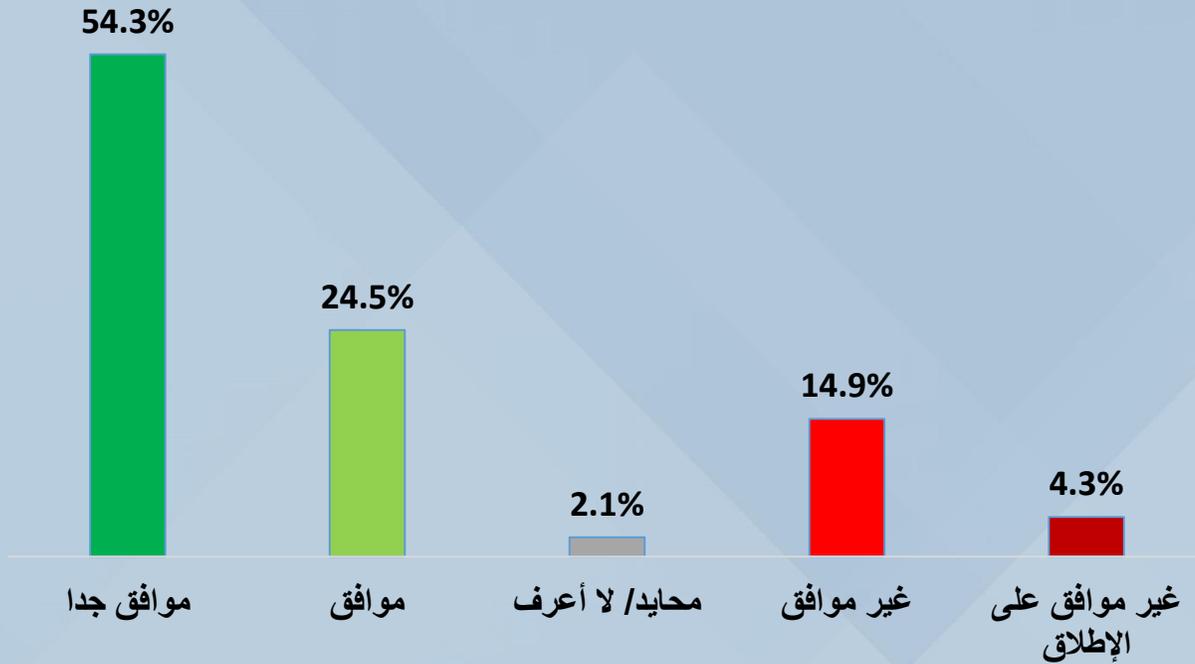
يتضح من الشكل أن ما يقرب من ثلثي المستجيبين وافقوا على أحقية السيدة في وجود من يساعدها في رعاية أطفالها حتى يمكنها من ممارسة عملها (25,5% موافق جدا، و29,8% موافق)، في حين أن نسبة المستجيبين الذين لم يوافقوا على أحقية السيدة في وجود من يساعدها في رعاية أطفالها حتى يمكنها من ممارسة عملها قد وصلت إلى 29,8% (23,4% غير موافق، و6,4% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار 5,3% منهم أنهم لا يعرفون.

لو الواحد مش قادر يراعي أبوه وأمه كويس مافيش مانع يجيب حد يراعيهم بأجر

ما يقرب من ٧٩% من المستجيبين قد وافقوا على رعاية الأبوين من خلال جلب مساعد في حالة عدم القدرة على تقديم الرعاية لهم (٣٠,٩% موافق جدا، و٤٧,٩% موافق)، في حين أن ثلثي المستجيبين لم يوافقوا على رعاية الأبوين من خلال جلب مساعد في حالة القدرة على تقديم الرعاية لهم (١٢,٨% غير موافق، و٧,٤% غير موافق على الإطلاق).



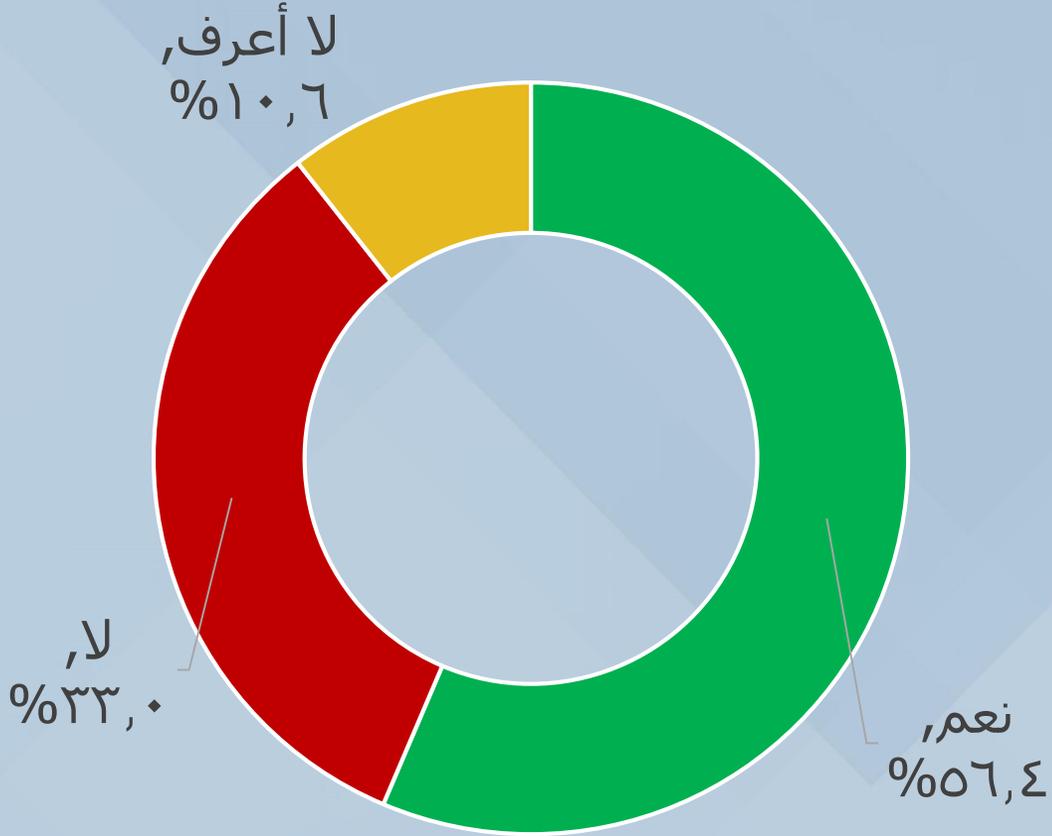
الستات يقدرنوا يقوموا بمسؤولية الرعاية أحسن من الرجال



حوالي ٧٨,٨% تقريبا من المستجيبين قد وافقوا على قدرة السيدات على تقديم الرعاية أفضل من الرجال (٥٤,٣% موافق جدا، و٢٤,٥% موافق)، في حين أن ما يقرب من خمس المستجيبين لم يوافقوا على ذلك (١٤,٩% غير موافق، و٤,٣% غير موافق على الإطلاق) بينما أشار ٢,١% منهم أنهم لا يعرفون.

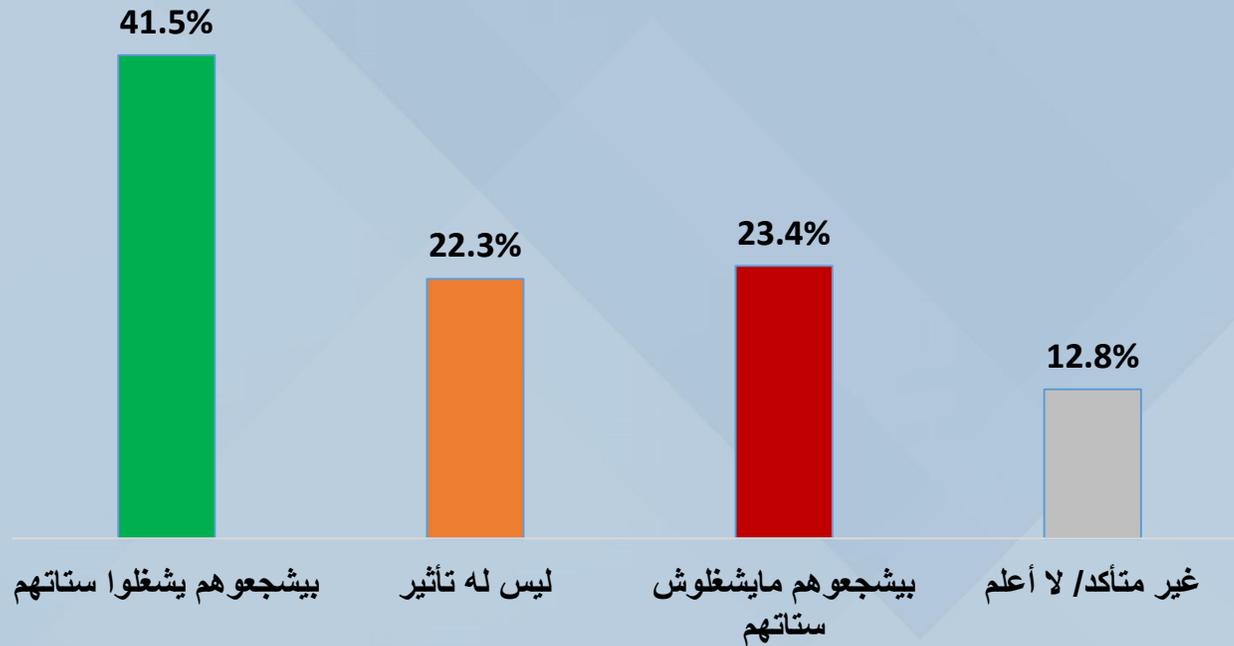
ثالثاً: دور الإعلام في قضايا المرأة

في رأيك مسلسلات والأفلام المصرية يساعدوا في تشجيع الستات على الشغل؟



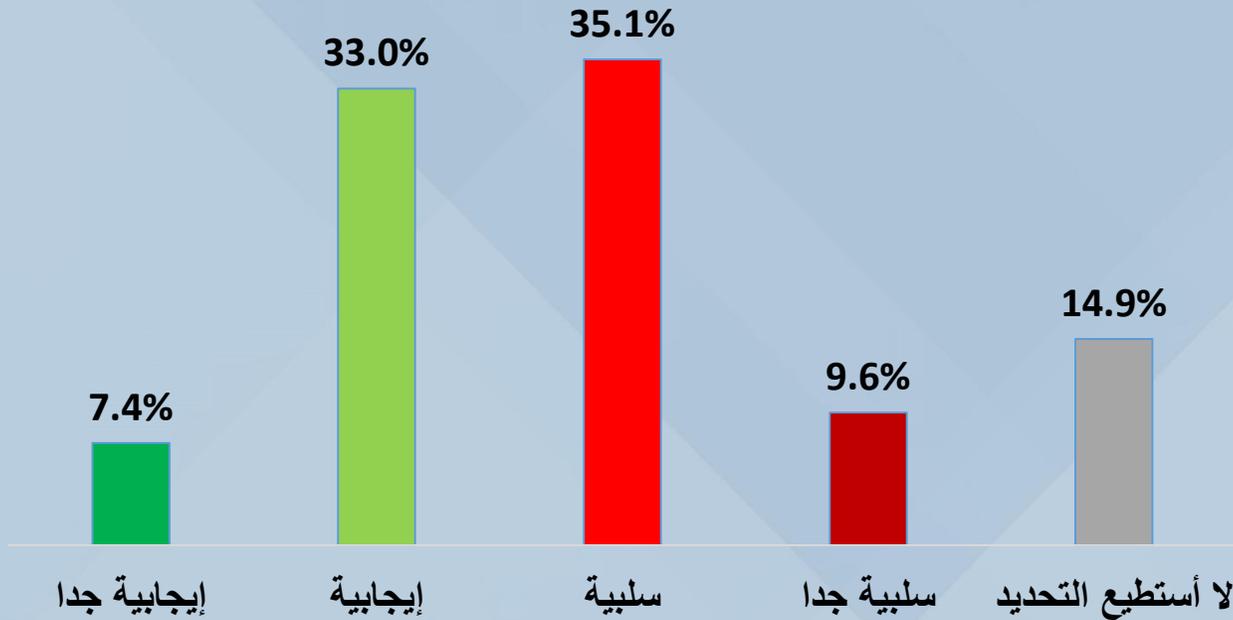
ما يزيد قليلاً عن نصف المستجيبين (56,4%) يرون أن المسلسلات والأفلام المصرية تشجع السيدات على العمل، بينما يرى ثلث المستجيبين أن المسلسلات والأفلام المصرية لا تشجع السيدات على العمل، و 10,6% منهم لم يستطيعوا التحديد.

في رأيك مسلسلات والأفلام المصرية يساعدوا في تشجيع الرجالة على انهم يسيبوا ستاتهم تشتغل ولا لأ؟



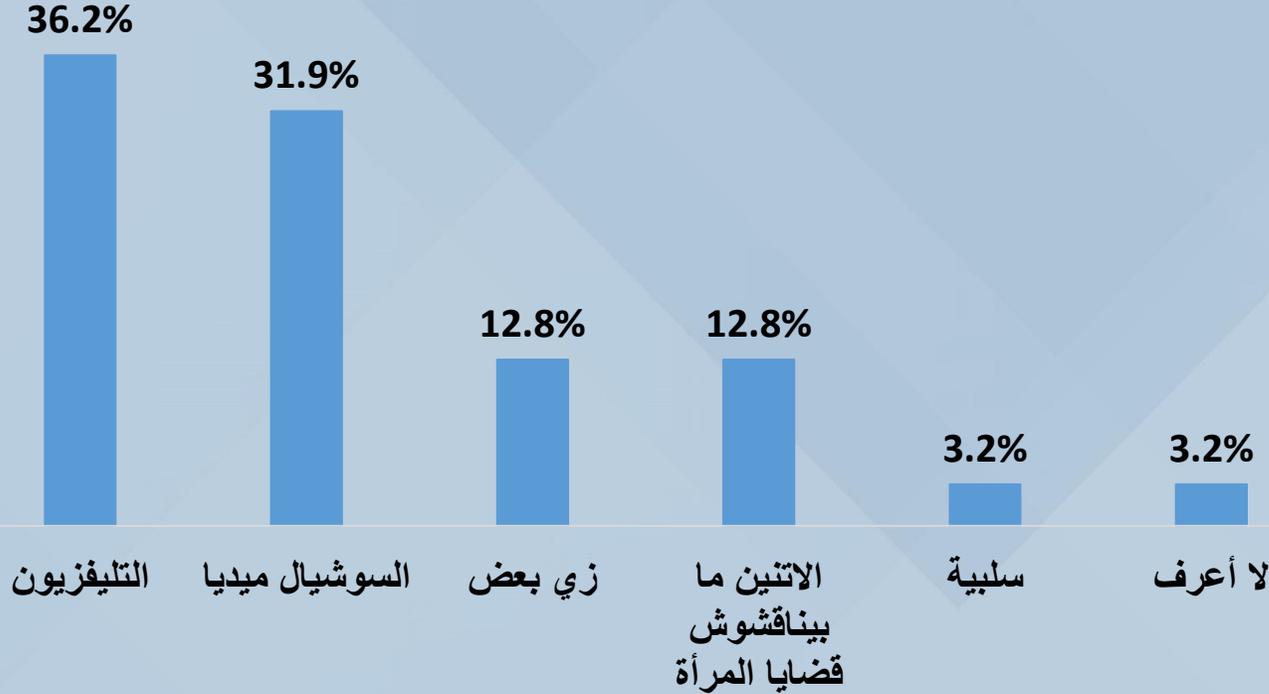
يرى ٤١,٥% من المستجيبين أن المسلسلات والأفلام المصرية يشجعون الرجال على السماح لزوجاتهم بالعمل، بينما يرى ٢٢,٣% من المستجيبين أن الأفلام والمسلسلات المصرية ليس لها تأثير على تشجيع الرجال للسماح لزوجاتهم بالعمل، ويرى ٢٣,٤% من المستجيبين أن المسلسلات والأفلام المصرية يشجعون الرجال على عدم السماح لزوجاتهم بالعمل، و١٢,٨% من المستجيبين لم يستطيعوا التحديد.

في رأيك صورة المرأة في الدراما المصرية إيجابية ولا سلبية؟



يرى ٤٠,٤% من المستجيبين أن صورة المرأة في الدراما المصرية إيجابية (٧,٤% إيجابية جداً، ٣٣% إيجابية)، بينما يرى ٤٤,٧% من المستجيبين أن صورة المرأة في الدراما المصرية سلبية (٣٥,١% سلبية، ٩,٦% سلبية جداً)، و١٤,٩% ممن المسـتجيبين لا يستطيعون التحديد.

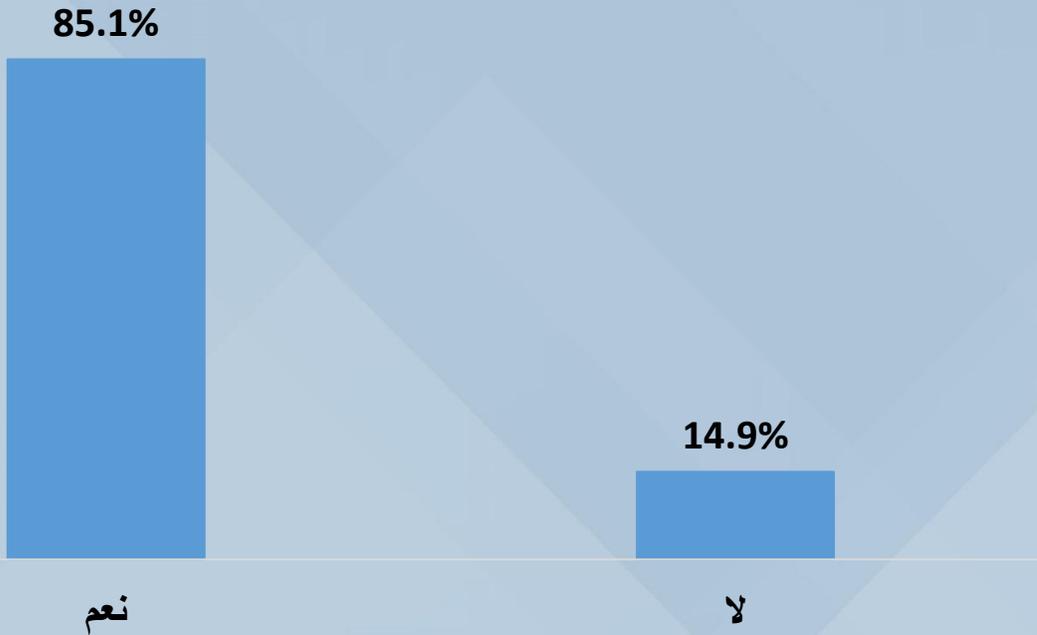
يا ترى التلفزيون ولا السوشيال ميديا بيناقش قضايا المرأة بصورة أفضل؟



يرى ٣٦,٢% من المستجيبين أن التلفزيون هو الوسيلة التي تناقش قضايا المرأة أفضل، بينما يرى ٣١,٩% من المستجيبين أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة التي تناقش قضايا المرأة أفضل، و١٢,٨% من المستجيبين يرون أن الوسيلتين السابقتين يناقشوا قضايا المرأة بنفس الدرجة وبنفس هذه النسبة يرى المستجيبون أن كلا الوسيلتين لا يناقشا قضايا المرأة، وترى نسبة قليلة من المستجيبين (٣,٢%) أن الوسيلتين يناقشا قضايا المرأة بشكل

رابعاً: المجلس القومي للمرأة

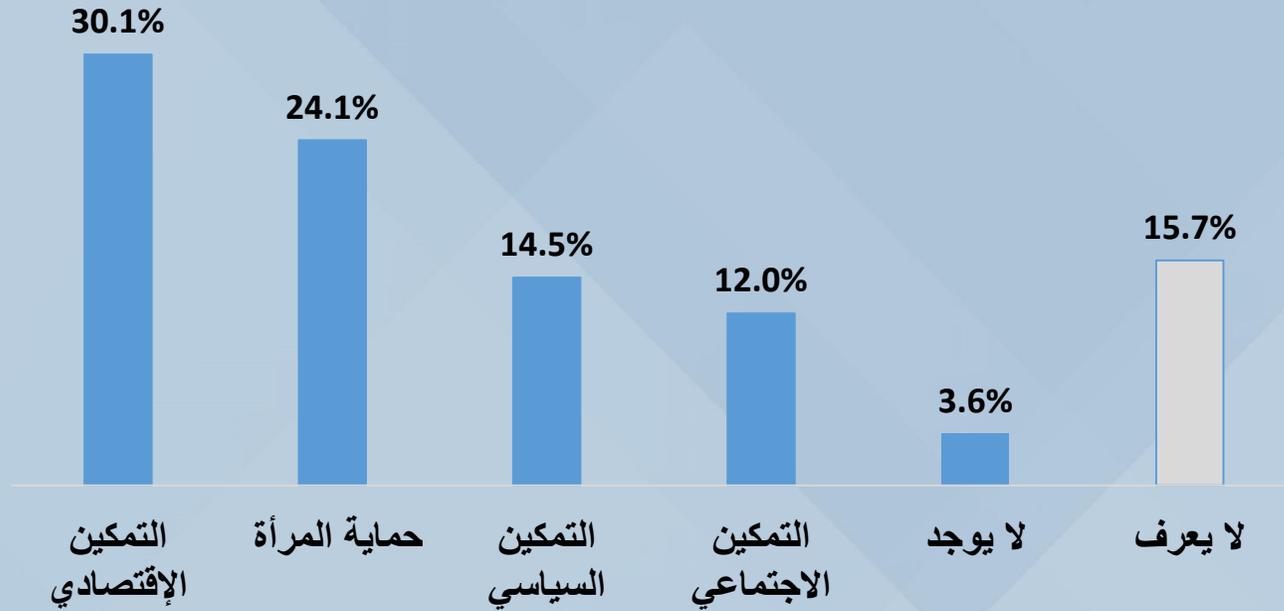
يا ترى حضرتك سمعت عن الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة؟



■ كل المستجيبين يعرفون المجلس القومي للمرأة.

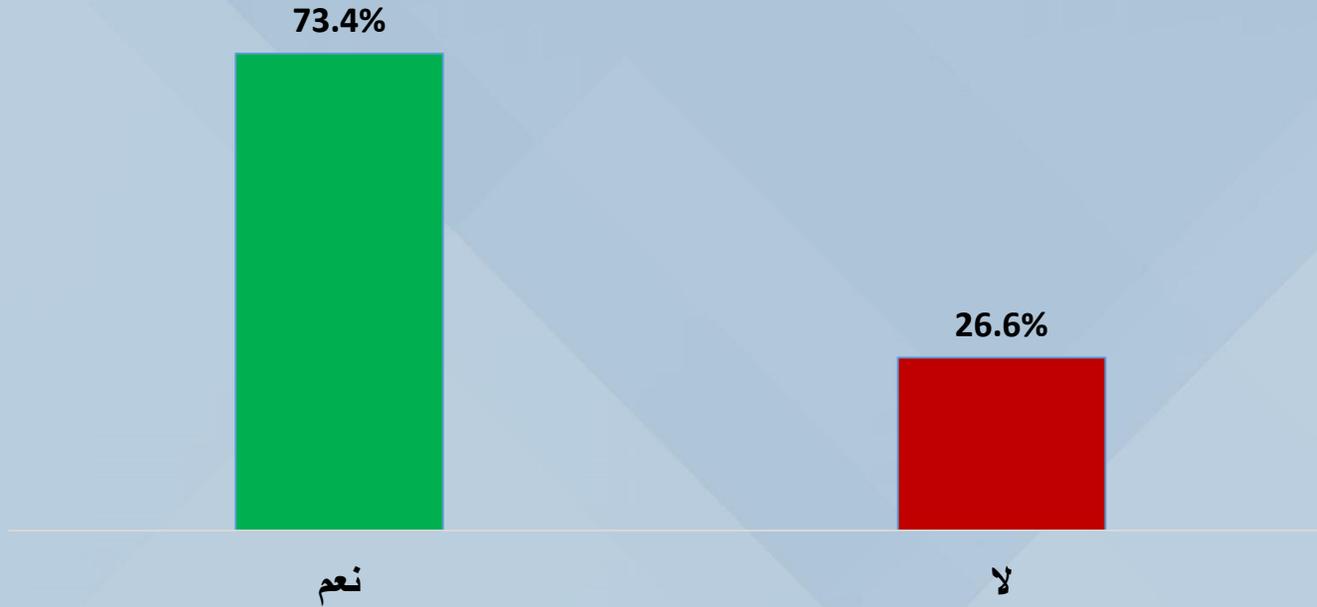
■ سمع ٨٥,١% من المستجيبين عن الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة، بينما ١٤,٩% لم يسمعوا عنها.

أيه أكثر حاجة شايف إنها مهمة في الاستراتيجية؟



فيما يتعلق بالموضوعات الهامة المتضمنة في الاستراتيجية، فمن بين المستجيبين الذي أشاروا بأنهم على معرفة بالاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة يرى ٣٠,١% أن التمكين الاقتصادي هو من أهم الموضوعات، بينما يرى ٢٤,١% منهم أن حماية المرأة أهم محاور الاستراتيجية، يلي ذلك محور التمكين السياسي بنسبة ١٤,٥% والتمكين الاجتماعي بنسبة ١٢,٠%، بينما ٣,٦% أجابوا بأنهم لا يرون أهمية لأي محور و ١٥,٧% أجابوا بأنهم لا يعرفون.

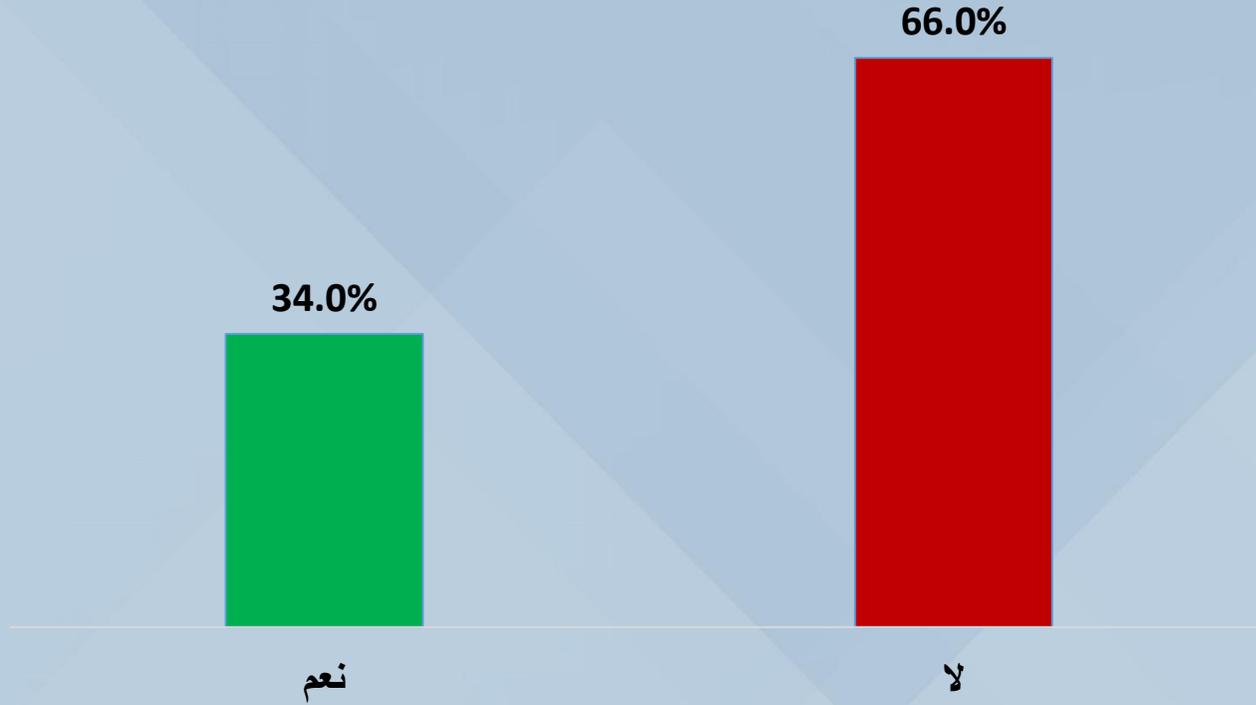
يا ترى شوفت أو سمعت عن حملة التاء المربوطة؟



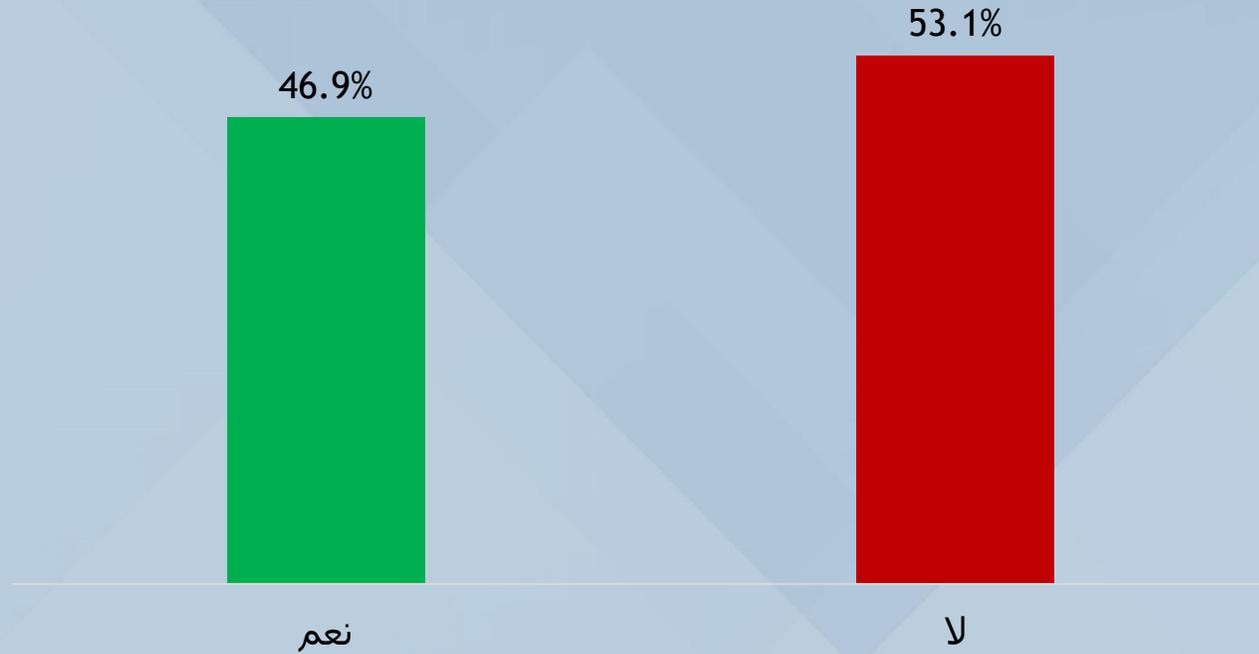
ما يقرب من ثلاث أربع المستجيبين (73,4%) يعرفون بحملة "التاء المربوطة"، بينما أشار الربع الآخر (26,6%) من المستجيبين أنهم لا يعرفون هذه الحملة.

يا ترى سمعت عن مرصد المرأة المصرية؟

ما يقرب من ثلث المستجيبين (٢٤%) لديهم معرفة بمرصد المرأة المصرية، بينما أشار الثلثين (٦٦%) إلى أنهم لم يسمعوا بالمرصد.

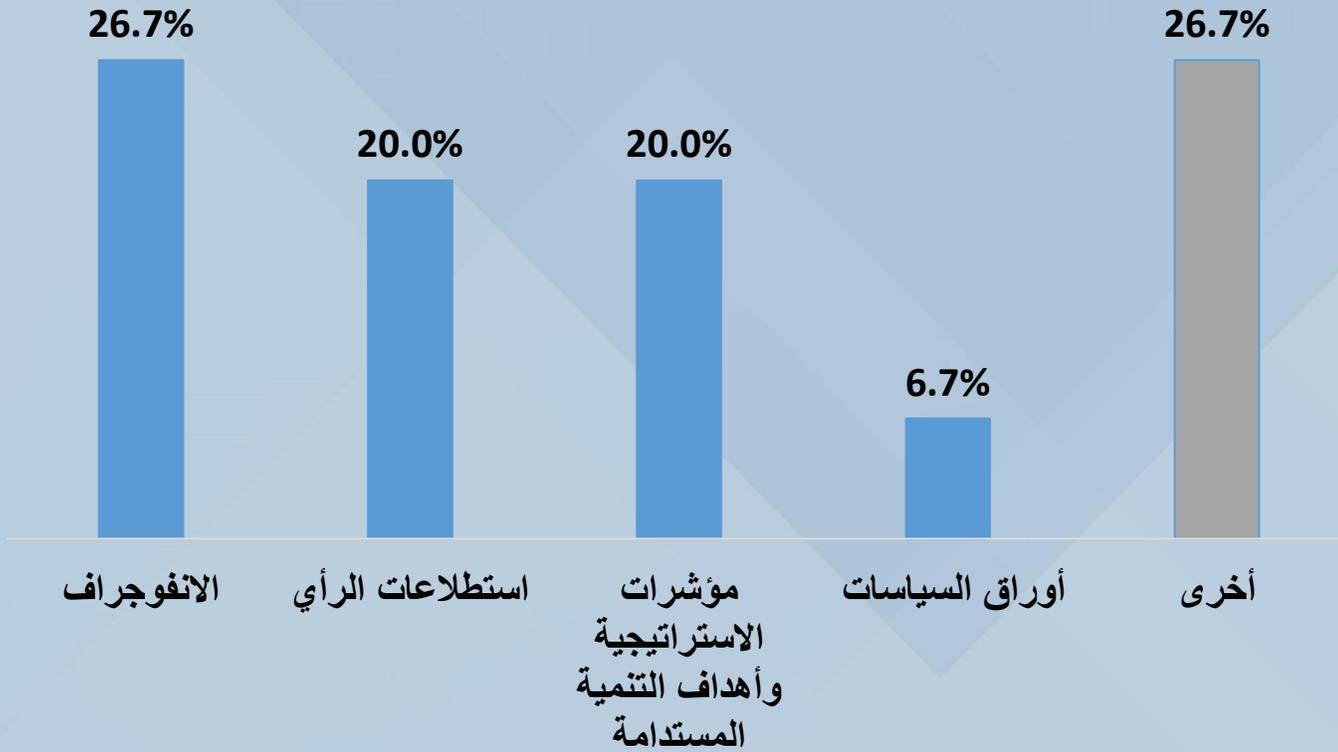


هل دخلت على الموقع بتاعه قبل كدة؟



من بين المستجيبين الذي أشاروا أنهم يعرفوا مرصد المرأة المصرية كانت نسبة ٤٧% منهم قد زاروا الموقع الخاص بالمرصد، في حين ٥٣,١% منهم لم يزوروا موقع مرصد المرأة المصرية.

أيه أكثر حاجة كانت مفيدة بالنسبة لك في المرصد؟



من بين المستجيبين الذين زاروا موقع مرصد المرأة المصرية، ما يقرب من ٢٧% منهم يرون أن الانفوجراف هو من أكثر الموضوعات المهمة في مرصد المرأة المصرية، وكانت نسبة ٢٠% من المستجيبين يرون أن أكثر الموضوعات المفيدة في مرصد المرأة المصرية مؤشرات الاستراتيجية وأهداف التنمية المستدامة وبنفس النسبة استطلاعات الرأي، بينما يرى ٢٦,٧% منهم موضوعات أخرى مفيدة.

الخلاصة والتوصيات

التمكين الاقتصادي للمرأة

- ▶ بصورة عامة تعد الأعراف والقيم الاجتماعية السائدة بين الإعلاميين الذين شاركوا في استطلاع الرأي أكثر إيجابية نحو تمكين المرأة مقارنةً بالقيم السائدة بين الجمهور العام.
- ▶ القيم السائدة بين الإعلاميين تعلي دور المرأة داخل الأسرة على دورها الاقتصادي.
- ▶ ثقة الإعلاميين في المرأة للقيام بدور اقتصادي أعلى من ثقتهم فيها كقائد سياسي.
- ▶ مازال الإعلاميين يرون مسؤولية أكبر للرجل في الإنفاق على الأسرة ونسبة كبيرة تراه المسئول الوحيد عن الإنفاق على الأسرة.

هذه النتائج تشير إلى ضرورة العمل على تحسين منظومة القيم والمعايير الاجتماعية لدى الإعلاميين من جهة، وحثهم على نقل القيم الإيجابية المتعلقة بتمكين المرأة للجمهور العام من جهة أخرى.

- ▶ الإعلاميين أكثر تشجيعاً لخدمات الرعاية من الجمهور العام.
- ▶ مازالت نسبة غير قليلة من الإعلاميين ترفض الاستعانة بخدمات الرعاية سواء للأطفال أو كبار السن.

هذه النتائج تشير إلى:

- ضرورة العمل على توعية الإعلاميين بخدمات الرعاية وأهميتها، وما قد يتحقق للمرأة المصرية إذا تم دعم عملها في خدمات الرعاية.
- أهمية تزويد الإعلاميين بمعلومات عن خدمات الرعاية لنشرها في إطار عملهم ورفع وعي الجمهور العام في هذا الصدد.

دور الإعلام في قضايا المرأة

- ▶ الإعلاميين يدركون محدودية الدور الذي يلعبه الإعلام في دعم التمكين الاقتصادي للمرأة.
- ▶ الإعلاميون يرون أن الدراما لا تلعب دور كافي في تشجيع عمل المرأة.
- ▶ هناك تساوي بين دور الإعلام التقليدي ممثل في التلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي في مناقشة قضايا المرأة.

هذه النتائج تشير إلى:

- ضرورة تنبيه الإعلاميين إلى الدور الأكبر الذي يمكن أن يلعبه الإعلام بقنواته المختلفة التقليدية وغير التقليدية في تمكين المرأة، وكذلك دور الدراما.
- حث الإعلاميين على مناقشة قضايا المرأة في إنتاجهم الإعلامي.

دور المجلس القومي للمرأة

- ▶ الالاميون على معرفة بالمجلس القومي للمرأة، ونسبة كبيرة منهم على معرفة بالاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة، وكذلك بحملة التاء المربوطة
- ▶ معرفة الإعلاميين بمرصد المرأة المصرية محدودة.

هذه النتائج تشير إلى:

- ضرورة إجراء حملة تسويق لمرصد المرأة المصرية تستهدف الإعلاميين والجمهور العام من خلال ورش عمل وبيانات صحفية وفقرات في البرامج التلفزيونية.

شكراً

www.baseera.com.eg