

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية: أصول الدين

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

تخصص: دعوة وإعلام واتصال



جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

—قسنطينة—

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

أولويات قضايا المرأة في الفضاءات الإسلامية وراسة تحليلية وميرانية

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه محلو في الدعوة والإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:

فضيل دليو

إعداد الطالبة:

وردة بوجلال

- أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د. أبو بكر عواطي	أستاذ	جامعة الأمير عبد القادر—قسنطينة	رئيسا
أ.د. فضيل دليو	أستاذ	جامعة قسنطينة3— قسنطينة	مشرفا ومقررا
د. سامية عواج	أستاذة محاضرة—أ	جامعة سطيف	عضوا
د. عيسى بوعافية	أستاذ محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر—قسنطينة	عضوا
د. ليلى فيلاي	أستاذ محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر—قسنطينة	عضوا
د. حميد بوشوشة	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة3— قسنطينة	عضوا

السنة الجامعية: 1437هـ - 1438هـ / 2016 - 2017 م



شكر وتقدير

تتراقص الكلمات طربا وتبدو الحقيقة خيالاً والخيال واقعاً، وقد استكملت هذه الرسالة تفاصيلها، فلك اللهم الحمد والشكر كما يليق بجلال وجهك وعظيم سلطانك.

وإنه لمن واجب الدفاء والعرفان والتقدير أن أتقدم إلى أستاذي الفاضل فضيل وليو والذي استكمل الإشراف على هذه الدراسة في خطواتها المفصلية الأخيرة، ووافق رغم ضغوط عمله على إتمام إخراجها للوجود... فأسأل ربي أن يجازيك عني وعن كل من علمه حرفاً ووقف معه وعماً، وأولي له نصحاً، خير الجزاء، فلك جزاء الحسنى إن شاء الله.

كما لا أنسى توجيهه وافر الاحترام والتقدير للمشرف السابق على الدراسة، أستاذي عبد الله بوجللال، الذي عايش الخطوات الأولى منها.

وأوجه خالص امتناني ووافر شكري للأعضاء لجنة المناقشة، لما يتكبروه من عناء القراءة والتمهين

والكل من مريراً بيضاء في إنجاز هذه الدراسة، بالرحم المأوي والمعنوي،
أشكركم جميعاً فقدرتكم خير سندر لي فشكراً..... شكراً

الإهداء

أُسي وأُبي إنه يوم الحصاد الذي انتظرتماه طويلا...
نورتما وربي... وشروتما أُرزي... ووقتتما جنبي... ورحمتما ضعفي...
وتحملتتا عمقي... ربي لرحمهما لهما ربياني صغيرا...
أُهرى لهما هذا العمل المتواضع تزلفا عسى أن ترضيا عني.
إلى زوجي الغالي..... من قاسمني هم الرسالة وعاش سعادتها
إلى فلذات أُلباوي..... الذين أخذتني الرسالة منهم سنوات
إلى من هم عزوتي وسنري في الحياة.... إخوتي
إلى من كانوا أوفياء لي.... أصدقائي جميعا
إلى أحبائي في الله جميعا من شجعوني... ولو بكلمة
أُهرى ثمرة جهري المتواضع

الملخصات

جامعة الأمير
عبد القادر
للعلوم الإسلامية

ملخص الدراسة:

تطرح هذه الدراسة إشكالية العلاقة بين أولويات قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وأولويات جمهورها في الجزائر، حيث اعتمدت على منهج المسح الوصفي باستخدام أداتي تحليل المحتوى واستمارة الاستبيان، وقد تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في برامج المرأة التي عرضت على القنوات الفضائية الإسلامية التي ناهزت المائة قناة، وعليه قامت الباحثة بإحصاء حوالي 51 برنامج موجه للمرأة، عرض على أشهر القنوات الإسلامية، من سنة 2009 إلى غاية 2016. اختارت الباحثة 25 برنامجا بطريقة العينة العشوائية البسيطة لبرامج قناة اقرأ والرسالة، وطريقة العينة القصدية للقنوات الأخرى، قدرت ب 241 حلقة.

كما تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور النسائي الجزائري المتابع للقنوات الإسلامية، وقد تم اختيار مدينة قسنطينة الواقعة في الشرق الجزائري حضرها وريفها، بعينة مقدارها 350 مفردة. من أهم النتائج التي توصلت إليها:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب قضايا المرأة على القنوات الإسلامية وترتيب هذه القضايا عند جمهورها في الجزائر، حيث قدر معامل الارتباط بيرسون ب 0.25، بمستوى دلالة 0.00.

هذا فيما يخص القضايا الرئيسة أما القضايا الفرعية فلم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها.

- توجد علاقة بين درجة الثقة في قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية ومدى متابعتها، حيث قدر معامل الارتباط بيرسون، ب 0.15، ودلالة معنوية 0.01.

- هناك ارتباط إيجابي بين مصداقية (درجة الثقة) القنوات الإسلامية لدى المبحوثات في الجزائر ودرجة الاهتمام بقضايا المرأة التي تعرضها. فيما يخص القضايا الدينية والتربوية فقط، وتم التحقق من ذلك باحتمار بيرسون، أما باقي القضايا فلا.

-والذي قدر للقضايا الدينية ب: 0.25، ودلالة معنوية 0.00.

- للقضايا التربوية ب: 0.18، ودلالة معنوية 0.02.

- هناك علاقة إرتباطية ضعيفة بين تحديد المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية والمتغيرات الديموغرافية بالتفصيل الآتي:

-توجد علاقة إرتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الفنية والجمالية، والقضايا التربوية ومتغير محل الإقامة حيث قدر معامل الارتباط سبيرمان، ب **0.164**، ودلالة معنوية **0.05**، للقضايا الفنية والجمالية، **0.16-** عند مستوى معنوية **0.04** للقضايا التربوية، أما باقي القضايا فلا توجد بينهما علاقة.

- توجد علاقة إرتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الاقتصادية ومتغير المستوى التعليمي حيث قدر معامل الارتباط سبيرمان، ب **0.16** عند مستوى معنوي **0.04** ، أما باقي القضايا فلا توجد بينهما علاقة.

- لا توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وعمر المبحوثة والذي لم يكن له أية دلالة إحصائية، أي أن عمر المبحوثة لا يؤثر في ترتيبها للقضايا المختلفة.

-أنه مع تبدل أدوار المرأة العربية وخروج الكثير من النساء لعالم الشغل، لي طرح على عاتق القنوات الإسلامية مهمة التوازن في الطرح، كونها تمثل الإعلام البديل، ولا تنساق مع دعوات مقاطعة مواضيع بعينها تعنى بالمرأة كون مكانها البيت، كما لا تضخم مواضيع بعيدة كل البعد عن ثقافتنا العربية الإسلامية وتجعلها أولى أولوياتها، فقد وقع الكثير ممن كتب عن قضايا المرأة في فخ التبعية لأجندة اهتمامات غربية تعنى المرأة الغربية في الأساس مما ساعد على إغفال خصوصية المرأة العربية والمسلمة في ضوء الأوضاع الفكرية والسياسية والاقتصادية السائدة في المجتمعات العربية والإسلامية.

-ومن المبشر أن النتائج كشفت أن الاتجاه السابق المعتمد على الأسلوب القصصي والذي غلب على البرامج الدينية عموماً ردها من الزمن، قد بدأ ينحسر وذلك باعتماد الخطاب الديني على مناهج جديدة تحاول ربط الماضي بالحاضر والغيبى بالواقعي من خلال الأسلوب العلمي والنقاش الجاد

Abstract:

The study examined the problematic relationship between the priorities of women's issues in Islamic satellite channels and the priorities of their audiences in Algeria. The study adopted a descriptive survey method, used the content analysis tool and the questionnaire. The society of this study in its analytical side is the women's programs on Islamic channels, The researcher selected 51 programs aimed at women, presented previously in the most popular Islamic channels, from 2009 until 2016. The researcher chose 25 programs, 241 episodes, in a simple random sampling method for the programs of Iqra and Al-Resala, and the intentional sample of other Islamic channels.

The study community On the field side is the audience of women in Algeria watching the Islamic channels, 350 women were selected from the city of Constantine in eastern Algeria, the countryside and the city.

The most important results:

- There is a statistically significant relationship between the ranking of women's issues on Islamic channels and the ranking of these issues among their constituency in Algeria, where Pearson correlation coefficient was estimated at 0.25, with an indication level of 0.00.

This is in relation to the main issues. As for the sub-issues, there were no statistically significant differences between them.

- There is a relationship between the degree of confidence in the issues of women in Islamic satellite channels and the extent of follow-up, where correlation coefficient Pearson, B 0.15, and significance moral 0.01.

- There is a positive correlation between the credibility (degree of confidence) of the Islamic channels of the respondents in Algeria and the degree of interest in the issues of women they are presenting. With regard to religious and educational issues only, and this was verified by Pearson's test, and the rest of the cases are not.

- The ratio of religious cases to: 0.25, and significant significance 0.00.

- for educational issues at: 0.18, and significance significance 0.02.

- There is a weak correlation between the identification of female candidates for women's issues in Islamic satellite channels and demographic variables in detail:

- There is a correlation between the order of the respondents for technical and aesthetic issues, educational issues and variable place of residence where correlation coefficients Spirman, 0.164, significance significance 0.05, for

technical and aesthetic issues, 0.16 - at a significant level of 0.04 for educational issues, while the remaining cases have no relationship.

- There is a correlation between the order of the subjects of the economic issues and the variable level of education where the correlation coefficient Sperman, 0.16 at a significant level 0.04, and the rest of the cases do not have a relationship.

- There is no correlation between the order of female respondents in the Islamic satellite channels and the age of the interviewee, which did not have any statistical significance, that is, the age of the interviewee does not affect the ranking of different issues.

- The roles of Arab women have changed and many women have gone out to work. The Islamic channels have a balanced role in presenting women's issues. These channels represent the alternative media, and do not follow the call to boycott certain issues concerning women. And many of those who wrote about women's issues in dependence on a Western agenda concerned Western women and ignored the specificity of Arab and Muslim women in light of the intellectual, political and economic conditions prevailing in Arab and Islamic societies.

- The results revealed that the previous trend, which was based on the method of fiction in religious programs in general, has begun to decline, and religious discourse is now dependent on new approaches trying to link the past to the present and the unreal reality through scientific method and serious debate

Résumé:

L'étude a examiné la relation problématique entre les priorités des problèmes féminins dans les chaînes satellites islamiques et les priorités de leur public en Algérie. L'étude a adopté une méthode d'enquête descriptive, utilisé l'outil d'analyse de contenu et le questionnaire. La société de cette étude de son côté analytique est les programmes féminins sur les chaînes islamiques, le chercheur a sélectionné 51 programmes destinés aux femmes, présentés précédemment dans les chaînes islamiques les plus populaires, de 2009 à 2016. Le chercheur a choisi 25 programmes, 241 épisodes, en Une méthode d'échantillonnage aléatoire simple pour les programmes d'Iqra et Al-Resala et l'échantillon intentionnel d'autres canaux islamiques.

La communauté d'étude Sur le terrain, le public des femmes en Algérie regarde les chaînes islamiques, 350 femmes ont été choisies dans la ville de Constantine dans l'est de l'Algérie, dans la campagne et dans la ville.

Les plus important résultats:

- Il existe une relation statistiquement significative entre le classement des questions féminines sur les chaînes islamiques et le classement de ces questions parmi leur circonscription en Algérie, où le coefficient de corrélation de Pearson a été estimé à 0,25, avec un niveau d'indication de 0,00.

Cela concerne les principaux problèmes. En ce qui concerne les sous-problèmes, il n'y avait aucune différence statistiquement significative entre eux.

- Il existe une relation entre le degré de confiance dans les questions des femmes dans les chaînes satellites islamiques et l'étendue du suivi, où le coefficient de corrélation Pearson, B 0.15 et la signification moral 0.01.

- Il existe une corrélation positive entre la crédibilité (degré de confiance) des chaînes islamiques des répondants en Algérie et le degré d'intérêt pour les femmes qu'ils présentent. En ce qui concerne les questions religieuses et éducatives seulement, et cela a été vérifié par le test de Pearson, et le reste des cas ne l'est pas.

- Le ratio des cas religieux à 0,25, et une signification significative 0,00.

- pour les problèmes éducatifs à: 0,18, et signification significative 0,02.

- Il existe une faible corrélation entre l'identification des candidates féminines pour les problèmes des femmes dans les chaînes satellites islamiques et les variables démographiques en détail:

- Il existe une corrélation entre l'ordre des répondants pour les problèmes techniques et esthétiques, les problèmes d'éducation et le lieu de résidence variable où les coefficients de corrélation Spirman, 0.164, signification

significative 0.05, pour les problèmes techniques et esthétiques, 0.16 - à un niveau significatif de 0.04 pour Les problèmes d'éducation, alors que les cas restants n'ont aucune relation.

- Il existe une corrélation entre l'ordre des sujets des problèmes économiques et le niveau d'éducation variable où le coefficient de corrélation Sperman, 0,16 au niveau significatif 0,04 et le reste des cas n'ont pas de relation.

- Il n'y a pas de corrélation entre l'ordre des femmes répondantes dans les chaînes satellites islamiques et l'âge de l'interviewé, qui n'a pas de signification statistique, c'est-à-dire que l'âge de l'interviewé n'affecte pas le classement des différentes questions.

- Les rôles des femmes arabes ont changé et de nombreuses femmes sont allées travailler. Les chaînes islamiques ont un rôle équilibré dans la présentation des problèmes des femmes. Ces canaux représentent les médias alternatifs, et ne suivent pas l'appel pour boycotter certaines questions concernant les femmes. Et beaucoup de ceux qui ont écrit sur les questions de la femme en fonction d'un programme de l'Ouest concernaient les femmes occidentales et ont ignoré la spécificité des femmes arabes et musulmanes à des conditions intellectuelles, politiques et économiques qui prévalaient dans les sociétés arabes et islamiques.

- Les résultats ont révélé que la tendance précédente, basée sur la méthode de la fiction dans les programmes religieux en général, a commencé à décliner, et le discours religieux dépend maintenant de nouvelles approches visant à relier le passé au présent et la réalité irréelle à travers Méthode scientifique et débat sérieux

فهرس المحتويات

الملخصات

فهرس الموضوعات

المقدمة..... ص-ر

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

2 الاستدلال على المشكلة البحثية
3 أولا: إشكالية الدراسة وفرضياتها
4 1- إشكالية الدراسة
5 2- تساؤلات الدراسة
5 1-2- تساؤلات الدراسة التحليلية
5 2-2- تساؤلات الدراسة الميدانية
6 2-3- فرضيات الدراسة
6 3- أهداف الدراسة ودوافعها
6 1-3- أهداف الدراسة
7 2-3- أهمية الموضوع
7 3-3- دوافع وأسباب اختيار الموضوع
10 ثانيا: مفاهيم الدراسة وإطارها النظري
10 1- مفاهيم الدراسة
11 2- الإطار النظري

13	ثالثا: الدراسات السابقة.
13	1-دراسات تناولت قضايا المرأة في وسائل الإعلام عموما، والديني
23	2-دراسات تناولت أولويات قضايا المرأة في وسائل الإعلام.
29	3-موقع الدراسة من الدراسات السابقة.
30	4-حدود الاستفادة من الدراسات السابقة.
31	رابعا: نوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية
31	1-نوع الدراسة ومنهجها
31	1-1-نوع الدراسة.
31	1-2-منهج الدراسة ومتغيراتها.
32	2-مجتمع الدراسة وعينتها.
32	1-2-مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها.
37	2-2-مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها.
43	3-أدوات الدراسة.
43	1-3-الاستبيان.
45	2-3- أداة تحليل المضمون.
49	4-اختباري الصدق و الثبات.
49	5-العمل الميداني.
50	6-المعالجة الإحصائية للبيانات

الفصل الثاني:

نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

- 54 أولًا: بدايات النظرية ومراحل تطورها.....
- 54 1- بداية ومفهوم نظرية الأجندة.....
- 61 2- مراحل تطورها.....
- 62 ثانياً: مستويات وضع الأجندة.....
- 62 1- مستويات وضع الأجندة.....
- 64 2- المتغيرات الوسيطة في عملية وضع الأجندة.....
- 72 ثالثاً: الاتجاهات الحديثة في نظرية الأجندة والنقد الموجه لها.....
- 72 1- النقد الموجه لها.....
- 76 2- مستقبل نظرية الأجندة.....
- 79 رابعاً: ترتيب الأولويات.....
- 80 1- تعريف الأولويات.....
- 85 2- أهمية مراعاة الأولويات.....
- 95 3- بين ترتيب الأولويات ونظرية الأجندة.....

الفصل الثالث:

المرأة وقضاياها في الإعلام

- 100 أولًا: المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليد المجتمع.....
- 100 1- المرأة في الإسلام.....
- 103 2- المرأة العربية وتقاليد المجتمع.....

109 ثانيا: تطور خطاب المرأة العربية وتحولاته التاريخية
109 1- ظهور خطاب المرأة العربية وتطورها
119 2- المرأة والفكر الإصلاحى فى الجزائر
122 3- نقد الأدبيات الإسلامية حول المرأة
126 ثالثا: المرأة وقضاياها فى الإعلام العربى
126 1- أجندة القضايا المعاصرة للمرأة
127 1-1- القضايا الاجتماعية والصحية
129 1-2- القضايا الاقتصادية للمرأة
130 1-3- القضايا السياسية والتشريعية
131 1-4- القضايا الدينية
131 2- موقع المرأة من الإعلام العربى
142 رابعا: المرأة والإعلام الفضائى الدينى
142 1- سمات القنوات الفضائية الإسلامية
142 1-1- مزايا القنوات الإسلامية
143 1-2- سلبيات القنوات الإسلامية
150 2- مواصفات الخطاب الإعلامى الدينى الموجه للمرأة

الفصل الرابع:

مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

152 تمهيد
155 أولا: الدراسة التحليلية للبيانات الأولية لبرامج المرأة محل الدراسة

155	1- تبيان عناوين البرامج ومصادر عرضها.....
157	2- توزيع العينة حسب سنة العرض ونوع البرامج.....
159	3- توزيع العينة حسب المدة الزمنية للبرامج.....
160	4- التعريف بالبرامج محل الدراسة.....
167	ثانيا: تحليل فئات مضمون برامج المرأة على القنوات الإسلامية (ماذا قيل؟).....
167	1- أولويات القضايا التي طرحتها القنوات الإسلامية من خلال برامج المرأة.....
167	1-1- أولويات القضايا الرئيسية.....
170	1-2- أولويات القضايا الفرعية.....
180	2- تحليل فئة أسانيد وحجج المعارضة لقضايا المرأة المطروحة في برامجها على القنوات الإسلامية.....
182	ثالثا: تحليل فئات شكل برامج المرأة على القنوات الإسلامية (كيف قيل؟).....
183	1- فئة قوالب وأنواع البرامج التي عرضت من خلالها قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية.....
185	2- فئة الأساليب الفنية التي استخدمتها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية.....
186	3- فئة المدد الزمنية لبرامج المرأة الفضائيات الإسلامية.....
187	4- فئة كيفية عرض قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية.....
189	4-1- أسلوب عرض القضايا.....
190	4-2- فئة زوايا عرض القضايا.....
191	4-3- فئة طرح حلول للقضايا أو عدمه.....
192	4-4- فئة اللغة المستخدمة.....
193	5- فئة طبيعة القائم بالاتصال الذي قدم قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية.....

الفصل الخامس:

نتائج الدراسة الميراثية

200	تمهيد.....
202	أولاً: القنوات والبرامج المفضلة عند المبحوثات.....
202	1-ترتيب القنوات المفضلة.....
204	2 - القنوات الإسلامية التي تشاهدها المرأة الجزائرية.....
207	3- درجة متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية.....
207	3-1- درجة متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية حسب المستوى التعليمي.....
209	3-2- درجة متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية حسب السن.....
210	ثانياً: ترتيب برامج المرأة المعروضة على القنوات الإسلامية وأسباب متابعتها لدى عينة الدراسة.....
210	1-ترتيب المبحوثات لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية.....
213	2- أسباب متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية.....
217	ثالثاً: أولويات قضايا المرأة حسب المبحوثات في الجزائر.....
217	1-أولويات القضايا الرئيسية.....
234	3-الشخصيات الأكثر بروزاً في برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية.....
236	4- درجة الاهتمام بقضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية.....
238	5-درجة الثقة بقضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية.....

239	6- المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية.....
240	7- نمط المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية.
242	8- معية المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية..
244	رابعاً: اختبار الفروض.....
244	1- الفرض الأول.....
245	2- الفرض الثاني.....
246	3- الفرض الثالث.....
248	4- الفرض الرابع.....
255	الاستنتاجات العامة
274	الخاتمة.....

ملاحق الدراسة

284	الملحق 1: خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أسباب المتابعة والمتغيرات الديمغرافية.....
289	الملحق 2: يوضح العلاقة بين درجة اهتمام الباحثين بالقضايا المختلفة والمتغيرات الديموغرافية.....
289	الملحق 3: يبين توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب قضايا المرأة في القنوات الإسلامية وفق المتغيرات الديموغرافية.....
298	الملحق 4: يوضح العلاقة بين ترتيب القضايا الفرعية وبين المبحوثات والقنوات الإسلامية.....
300	الملحق 5: استمارة الاستبيان.....
308	الملحق 6: استمارة التحليل.....

الفهارس

313 فهرس الآيات
315 فهرس الأحاديث
316 فهرس الجداول
320 فهرس الأشكال
322 قائمة المصادر و المراجع

عبد القادر للعطوم الإسلامية

المقدمة

جامعة الأمير عبد العزيز للعلوم الإسلامية

نعيش اليوم تطورا اتصاليا وإعلاميا هائلا جعل من وسائل الإعلام أداة فعالة للتنمية والتثقيف والتطوير بل زاد من إمكاناتها لطرح مواضيع تم شرائح مختلفة من المجتمع، بما يخدم مختلف القضايا في بلداننا العربية والإسلامية.

ولقد جاء هذا التطور الاتصالي والإعلامي مواكبا للاهتمام بقضايا المرأة، والتي تعرضت عبر قرون عديدة للتهميش والاستبعاد عن ساحة الحياة العامة نتيجة لتوجهات فكرية وثقافية أفرزها الواقع العربي المتردي، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى ضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام في معالجة قضايا المرأة خاصة في دولنا العربية والإسلامية حيث يفترض أن تمارس فيها وسائل الاتصال والإعلام والثقافة دورا إيجابيا نشطا في تحديث المجتمع وتغييره إلى الأفضل.

وفي إطار التسليم بالأدوار الحاسمة التي تؤثر بها كل من المنظومة التعليمية والثقافية والإعلامية في تشكيل النسق الثقافي والقيمي السائد في مجتمعنا يبرز الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام لما تتميز به من قدرة هائلة على التأثير المستمر والمتعدد الأبعاد على مختلف الشرائح الاجتماعية المتعلمة والأمية، علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد.

و الإعلام في صورته التقليدية قد يلعب دورا خطيرا في تأكيد كثير من القيم والمفاهيم والأدوار والعلاقات السلوكيات المختلفة التي تعمق من التمييز بين الجنسين في المجتمع، وتؤكد على صورة وأنماط تقليدية للمرأة لا تساعد بشكل من الأشكال على تطوير وضع المرأة في المجتمع أو على زيادة وعيها بمقتضيات الدور الجديد الذي يجب أن تلعبه في التنمية الاجتماعية الشاملة.

وعليه فإن تحديد رؤية واضحة نحو قضايا المرأة تعتبر هي الإشكالية الرئيسة والتحدي الأساسي الذي يواجه المرأة، لأنها مرتبطة أساسا بالأزمة الفكرية التي تواجه الثقافة العربية عموما.

ومنه لا بد من صياغة إعلام واعي يعبر عن اهتمامات المرأة ويساهم في تكوين صورة ايجابية عنها بحيث يعرفها حقوقها وواجباتها، دون شطط ولا تطرف في أطر ثقافة إسلامية أصيلة، خصوصا مع تسابق وسائل الإعلام المختلفة وعلى رأسها الفضائيات في إنتاج كم هائل من الرسائل الإعلامية الموجهة للمرأة منها ما يعبر بصدق عن مشكلاتها وقضاياها ويحاول إيجاد الحلول لها ومنها ما يبتذلها ويصورها بصورة السلعة التي تدنس إنسانيتها وتطفئ أنوثتها.

وحيث أن نظرية الأجندة تهتم بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور وتهتم بدور القائم بالاتصال في عمليات ترتيب القضايا بعد انتقائها وإبرازها لجذب اهتمام الجمهور، كما تدرس التفاعل بين العناصر الموجودة في المجتمع والتكامل بينها، وتبحث في كيفية تحويل بعض الموضوعات التي تهتم بها وسائل الإعلام المختلفة لقضايا عامة تلتفت إليها كافة الفئات والطبقات في المجتمع مما يوجد نوعا من المشاركة والتفاعل بين هذه الفئات.

جاءت إشكالية هذه الدراسة لتحاول توضيح العلاقة بين أولويات قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وأولويات جمهورها في الجزائر.

بخطبة بحثية تمثلت في الآتي:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة، وتناولت فيه الإشكالية والتساؤلات وفرضيات الدراسة، الدراسات السابقة، كذلك منهج الدراسة الميدانية والتحليلية والإجراءات العملية، لكل واحدة منها.

كما اهتمت في الفصل الثاني: بين نظرية الأجندة و الأولويات في الإسلام، بإبراز الدور الذي تلعبه نظرية الأجندة في المجتمعات الغربية من خلق نوع من التفاعلية الحقيقية بين القائم بالاتصال والجمهور، مبرزة التقارب المفاهيمي والبعدي بين نظرية الأجندة وترتيب الأولويات في الإسلام.

وتطرقت في الفصل الثالث إلى المرأة وقضاياها في الإعلام الفضائي، إلى تطور الخطاب الموجه للمرأة العربية خصوصا والمسلمة عموما، من طروحات فكرية انتقلت من ساحة الكتابة والقلم إلى ساحة الإعلام والإعلام الفضائي الديني خصوصا، كما عرجت إلى الحديث عن المرأة الجزائرية بوجه أخص.

أما الفصل الرابع والخامس: فتناولت فيهما نتائج الدراستين التحليلية والميدانية ختمتها بنتائج عامة وتوصيات للدراسة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وفرضياتها

ثانياً: مفاهيم الدراسة وإطارها النظري

ثالثاً: الدراسات السابقة

رابعاً: نوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الاستدلال على المشكلة البحثية:

احتلت المرأة وقضاياها مكانة لا بأس بها في الفكر العربي والإسلامي قديما وحديثا، ومنذ بروز الإعلام كقوة تأثيرية على الأفكار والمعتقدات، ظهرت المناداة بضرورة اهتمام الإعلام بتوعية المرأة وتثقيفها، حيث طالب المنتدى الرابع لمؤتمر قمة المرأة العربية في إعلانه حول المرأة والإعلام بتوحي الدقة والتوازن والموضوعية في تغطية وسائل الإعلام للقضايا التي تخص المرأة وإبراز المشكلات التي تعانيها نماذج المرأة الجديدة نتيجة المتغيرات والتطورات المجتمعية العربية المعاصرة⁽¹⁾.

وعليه فقد بادرت العديد من القنوات الفضائية العربية بعرض برامج متنوعة بعضها يخدم المرأة وقضاياها ويبرز الظلم الواقع عليها، مع ضرورة الوقوف في وجه العادات والتقاليد التي تعرقل مشاركتها في الحياة العامة، وبرزت قضايا لم تطرح من قبل: كالزواج المبكر، وختان البنات، وحقوق الزوجية، وعمل المرأة واستقلالها الاقتصادي، وغيرها من القضايا التي تطرح يوميا على وسائل الإعلام المختلفة.

ومن أشهر هذه البرامج:

برنامج "حقوق المرأة" الذي عرض سابقا على قناة الجزيرة بدايات 2000، وبرنامج "كلام نواعم" الذي يعرض على قناة mbc منذ 2002، وبرنامج "الخط الأحمر"، "وعندي ما نقولك"، و"المسامح كريم" على التونسية والبنانية، و"الستات ما يعرفوش يكذبوا" على CBC، وغيرها...

في المقابل ظهرت برامج إعلامية وأعمال درامية، وغيرها.. عملت على تسطيح وتبسيط قضايا المرأة، بل واختزلها في وجه حسن وجسم جميل.

ومعلوم أن القنوات الإسلامية لها نسبة مشاهدة مرتفعة خاصة في أوقات معينة كالمناسبات الدينية (خصوصا في رمضان)، ومتابعة متزايدة على مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁾، فقد سابت

(1) - حنان محمد إسماعيل حسنين: تناول قضايا ومشكلات المرأة في الأفلام المصرية، دراسة تحليلية، المؤتمر السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو، 2008، ص 823.

(2) - ينظر جزئية الدراسات السابقة.

كمثيلاتها من القنوات في طرح برامج موجهة للمرأة، في ظل الدعوة إلى إعادة تقييم المشهد الإعلامي الديني الذي بات ضرورة ملحة في ظل ما يفرضه التطرف الديني من أزمات تعاني منها المنطقة العربية، وإعادة ضبطه ليس بالعملية اليسيرة في ظل صعوبات لازالت تواجه دعوات تجديد الخطاب الديني، وتوغل التيارات الدينية المتشددة التي تواجه تيارات الدعوة إلى الوسطية بمزيد من التشدد .

وحسب نظرية الأجندة فإن التركيز على موضوعات معينة أو التعطيم على موضوعات أخرى، يجعل الجمهور يتفاعل مع القضايا المثارة إعلامياً ويتناسى أو ينسى القضايا غير المثارة.

فالاهتمام الزمني في (الإذاعة والتلفزيون) أو المساحة في (الصحف والمطبوعات) الذي توليه وسائل الإعلام في المجتمع لقضايا المرأة، ستجعل بقية أفراد المجتمع تهتم بهذا الموضوع وتحدث عنه.

والعكس صحيح أيضاً، فعندما تهمل وسائل الإعلام إثارة هذه القضايا أو تهتم بقضايا هامشية أو لا تعطيها مساحة زمنية أو مكانية كافية، فإن اهتمام الجمهور يتلاشى ويختفي لقضايا المرأة.

ومنه جاءت هذه الدراسة لإبراز القضايا ذات الأولوية التي طرحتها القنوات الإسلامية باعتبارها تحمل شعار الإعلام الإسلامي والهادف، حيث أثبتت الدراسات السابقة أن قضايا المرأة في الإعلام العربي لم ترتق إلى مستوى إبراز الدور الهام الذي لا بد وأن تلعبه لبناء مجتمعها جنباً إلى جنب مع أخيها الرجل⁽¹⁾، وحيث تفترض هذه الدراسة أيضاً كون القنوات الإسلامية ساهمت هي الأخرى في إبعاد المرأة عن قضاياها الحقيقية الواقعية.

أولاً: إشكالية الدراسة وفرضياتها:

1- إشكالية الدراسة:

إن تناول قضايا المرأة ومشاكلها ضل من الموضوعات الحساسة تاريخياً واجتماعياً فهي تمثل

(1) _ فإذا حاولنا تحليل الظاهرة من جانب مسألة الحجاب مثلاً: فقد لاحظت الباحثة في زيارتها المختلفة لمناطق الريف الجزائري تنامي ظاهرة الحجاب السلفي بشكل ملفت للانتباه، في وسط النساء العاميات واللاتي كن إلى وقت قريب يلبسن لباس التقليد الخاص بكل منطقة من بلادنا المتنوعة بثقافتها وسحر جمالها.

كذلك هو ما لاحظته بين الطالبات الجامعيات، وخاصة طالبات الأمير عبد القادر، والملفت أن مظاهر الوسطية اختفت ليحل محلها التشدد ففي مقابل الحجاب السلفي، برز حجاب عاري تماماً عن شروط الحجاب يختصر في غطاء الرأس، لأن التطرف يقابله تطرف أكبر منه، وقد عبت على كثير من طالبات قسم الدعوة وقد كن مثلاً يحتذى به فيما سبق، واللاتي يضعن مساحيق التجميل وكأنهن في عرس، وعند مناقشتهن الأمر تبين أنها ردة فعل سلبية لدعاوى التشدد التي تنتشر كالنار في الهشيم.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وضعا اجتماعيا مثيرا للجدل بين أصحاب الرؤى الاجتماعية والفكرية المختلفة، وتحديد رؤية واضحة نحو قضايا المرأة من أهم الإشكالات والتحديات التي تواجه حتى المرأة نفسها.

وبما أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي المسؤولة عن صياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء، ومن أهم الوسائل الفاعلة في تغيير القيم والاتجاهات وتعزيز السلوك الايجابي وتكريسه، وتمهيش السلوك السلبي وإبعاده، بل وتفترض نظرية وضع الأولويات agenda-setting أن تغطية وسائل الإعلام للقضايا المجتمعية المختلفة بدرجات مختلفة من التركيز، يؤدي بمرور الوقت إلى أدراك الجمهور للقضايا التي تثيرها وفق مستويات مختلفة من الأهمية لديهم وتصبح بمرور الوقت أجندة وسائل الإعلام هي أجندة الجمهور.

وعليه فإن موضوع قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية من الموضوعات ذات الأولوية التي لا بد وأن تراعي الخصوصية الثقافية والاجتماعية للمجتمع كما لا تغفل واقع المرأة الراهن، خاصة وهي موجهة لفئات النساء من مختلف البلاد العربية والإسلامية، والتي من بينها الجزائر حيث المرأة لها خصوصيتها الثقافية والاجتماعية وحتى التاريخية من مخلفات استعمار، وتنامي التيار النسوي الحدائي، كذا بروز تيار التشدد والذي يعيق خروج المرأة ويفرض عليها حجاباً⁽¹⁾ من الأفكار والممارسات والتي تتنافى في بعض الأحيان مع الدين نفسه، ومنه يمكن طرح السؤال الآتي:

ما هي أولويات القضايا التي طرحتها برامج المرأة في القنوات الفضائية الإسلامية، ومدى مواءمتها لأولويات جمهورها في الجزائر.

وقد طرحت هذه الإشكالية عدة تساؤلات قسمت كالآتي:

⁽¹⁾ -الطريق إلى فضائية هادفة. www.alslshaqaeq.com

2- تساؤلات الدراسة:

2-1- أسئلة الدراسة التحليلية:

أ- من حيث المحتوى:

- 1_ ما هي قضايا المرأة الرئيسية التي ظهرت على أجندة برامج المرأة في القنوات الإسلامية؟
- 2_ ما هي أهم القضايا الفرعية التي ظهرت على أجندة برامج المرأة؟
- 3 - ما هي القضايا الدينية الخلافية التي برزت على أجندة هذه البرامج؟
- 4- ما هي الحجج والأسانيد المؤيدة والمعارضة لقضايا المرأة التي طرحتها برامج المرأة في هذه القنوات؟

ب- من حيث الشكل:

- 4_ ما هي القوالب البرمجية التي تم استخدامها لمعالجة قضايا المرأة في هذه البرامج؟
- 5_ ما هي طرق إبراز قضايا المرأة في هذه البرامج من حيث: المدد المخصصة للعرض، والفترة التي تذاغ فيها البرامج؟
- 6- ما هي الأساليب المستخدمة في عرض القضايا، وطرح الحلول لها؟
- 7- ما نوع القائمين بالاتصال (من حيث النوع، المستوى التعليمي، والمرحلة العمرية) الذين يقومون بتغطية قضايا المرأة في هذه البرامج؟

2-2- أسئلة الدراسة الميدانية:

- 1- ما هي القنوات الإسلامية المفضلة لدى المبحوثات؟
- 2- ما هي دوافع مشاهدة الجمهور الجزائري لبرامج المرأة المعروضة، أو التي عرضت من قبل على القنوات الإسلامية؟

- 3- ما مدى متابعة المبحوثات لبرامج المرأة على القنوات الفضائية الإسلامية؟
 - 4- ما مدى اهتمام المبحوثات بقضايا المرأة في هذه البرامج؟
 - 5- ما ترتيب أولويات قضايا المرأة الرئيسية والفرعية المعروضة في برامج المرأة على القنوات الإسلامية لدى المبحوثات؟
 - 6- ما تقييم المبحوثات لقضايا المرأة في هذه البرامج؟
 - 7- ما مدى ثقة المبحوثات في قضايا المرأة في هذه البرامج؟
- 2-3- فرضيات الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب قضايا المرأة في القنوات الإسلامية وترتيب هذه القضايا عند جمهورها في الجزائر.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة الجمهور الجزائري لقضايا المرأة على برامجها في الفضائيات الإسلامية ومدى الثقة فيها.
- الفرض الثالث: هناك ارتباط إيجابي بين مصداقية (درجة الثقة) القنوات الإسلامية لدى المبحوثات في الجزائر ودرجة الاهتمام بقضايا المرأة التي تعرضها.
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا المختلفة والمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي، السن، محل الإقامة).

3- أهداف الدراسة ودوافعها:

3-1- أهداف الدراسة:

- معرفة أهم القضايا التي طرحتها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية.
- الكشف عن العلاقة بين أولويات القضايا التي تطرحها برامج المرأة في القنوات الإسلامية وبين أولويات قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي الجزائري.
- معرفة أهم العوامل التي تؤثر في ترتيب هذه القضايا في البرامج محل الدراسة.
- معرفة المتغيرات الوسيطة التي تؤثر على العلاقة المتبادلة بين أجندة قضايا المرأة في البرامج المدروسة

وجمهورها في الجزائر.

- معرفة الدور الذي تلعبه هذه البرامج في التعريف بقضايا المرأة وطرحها.

3-2- أهمية الموضوع:

تطرح قضايا المرأة في زمننا هذا إشكالات عديدة لا بد من الوقوف عندها وتحليلها وتوضيحها، فتطور المجتمعات المعاصرة يبني على مستوى اهتمامه بالمرأة وقضاياها باعتبارها عنصرا فاعلا في المجتمع وتغييره أو إغفاله فيه ضرر كبير على بنية الأمم، وخاصة فيما تعلق بالمرأة المسلمة التي تاهت بين تقاليد وافدة وأخرى راکدة.

3-3- دوافع وأسباب اختيار الموضوع:

هناك دوافع علمية وأخرى شخصية تمثلت في:

أ- الدوافع الشخصية:

- الاهتمام بمجال الإعلام الإسلامي منذ بحث الماجستير.
- تدريس مادة الإعلام الإسلامي لعدة سنوات، والذي طرح العديد من تساؤلات الطلبة حول جدوى هذا التخصص من الإعلام وضرورته.
- بروز المرأة وقضاياها في الكثير من الموضوعات الفكرية والدعوية المطروحة على الساحة الإعلامية، وتباين الرؤى حولها.

ب- الأهداف العلمية:

- تبيين البدائل الإعلامية الهادفة التي تنافح ضد الإعلام العالمي الذي توحش جراء الريح المادي والسبق الإعلامي.
- يطرح موضوع ترتيب الأولويات ضرورة بحثية ملحة نظرا لتطور أبحاث وضع الأجندة في وسائل الإعلام، وتأثيرها على الجمهور، وتزايد الاهتمام العالمي بدراسة بناء الأجندة Agenda

Building كمرحلة بحثية جديدة، تثير تساؤل من يضع أجندة وسائل الإعلام؟ بدلا من: من يضع أجندة الجمهور؟ وفي المقابل يلاحظ تزايد استغراق الدراسات العربية في مرحلة دراسة ترتيب وسائل الإعلام لأولويات اهتمام الجمهور، وندرة الدراسات في مجال بناء الأجندة كمرحلة جديدة، تقيس مدى تأثير البيئة السياسية والإعلامية والمجتمعية على المضامين والموضوعات التي تتناولها وسائل الإعلام، وكذا أولويات وسائل الإعلام نفسها.

- ندرة الدراسات الإعلامية المخصصة للمرأة في الجزائر بالمقارنة مع مثيلاتها في المشرق والمغرب الأقصى وحتى في الدول الأجنبية، حيث إن الاهتمام بالمرأة وقضاياها تعدى الدراسات الأكاديمية إلى إنشاء هذه الدول مراكز بحثية خاصة بالمرأة، كمركز دراسات المرأة بمصر والأردن وهو من المراكز الذي زرته شخصيا، ووقفت على الخدمات التي يقدمها المركز، حيث يدعم أبحاث المرأة ماديا ومعنويا، ويقوم المؤتمرات والندوات التي تعنى بشؤون المرأة.

ثانيا: مفاهيم الدراسة وإطارها النظري:

1- مفاهيم الدراسة:

1-1- الفضائيات الإسلامية:

تعتبر فكرة إنشاء قناة فضائية إسلامية فكرة قديمة وذلك منذ ظهور الأقمار الاصطناعية، تقول ماجي الحلواني: «ليس فقط قناة فضائية إسلامية بل قمرا اصطناعيا إسلاميا يهدف إلى الوصول إلى المسلمين في كافة أنحاء العالم لزيادة معارفهم في المجال الديني»⁽¹⁾.

وقد أكد المؤتمر في ندوة "نحو فقه إسلامي" على ضرورة أن يكون الإعلام العربي مسئولا وخاصة الفضائي منه، وأن الإعلام الهادف لا بد له من خصائص تحدده⁽²⁾.

هذا وقد أسفرت العديد من الدراسات التي تناولت البث المباشر عن نتائج مهمة من بينها ضرورة إنشاء قناة فضائية إسلامية.

وقد واجه إنشاء هذه القنوات صعوبات كثيرة من بينها التمويل، ونقص الكوادر الصحفية في مجال الإعلام الإسلامي كذلك الغياب الكلي للكتابة الدرامية للسيناريوهات ذات المرجعية الإسلامية وغيرها من الصعوبات.

1-2- قضايا المرأة:

القضية اسم مشتق، والقضية هي المحالة على القاضي، حالة تمت مراجعة في شأنها منازعة قضائية... والقضية الحاضرة للحكم⁽³⁾.

وتعرف القضية بأنها الموضوع الذي تتناوله الوسيلة الإعلامية في برامجها وعروضها الإخبارية،

⁽¹⁾ -ندوة نحو فقه إعلامي معاصر، مجلة الاقتصاد الإسلامي، إسلامية اقتصادية شهرية، ع213، السنة18، نوفمبر ديسمبر 1998،

يصدرها بنك دبي الإسلامي، ص53

⁽²⁾ -جرار كونزو، معجم المصطلحات القانونية، ترجمة منصور القاضي، المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، مادة ص-ي، 1998.

⁽³⁾ -حسن عماد مكاي: الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص53.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ويضم مشكلات لها عدة أبعاد، ويعرفها البعض: بأنها موضوع جدلي يتسع للاختلاف في وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة، وتظهر القضية نتيجة تطور الخلافات حولها⁽¹⁾.

والقضايا هي تلك الأحداث التي يعايشها أفراد الجمهور، بعضهم يتمتعون بخبرات شخصية واحتكاك مباشر بها ويصعب على بعضهم فهمها وتصورها. وهي أنواع وفئات عامة مثل: القضايا الاقتصادية-القضايا الاجتماعية-القضايا الثقافية-القضايا السياسية-القضايا الصحية-القضايا الدينية... وغيرها من القضايا. وهي تتسم بالاستمرارية وداخلها العديد من الموضوعات المتعددة⁽²⁾، كما يمكن تقسيمها كذلك إلى:

أ- **قضايا طارئة:** وتمثل القضايا التي تقع لأول مرة ولا يكون لدى الجمهور إطارا مرجعيا بشأنها، أو هي القضايا المستمرة التي تطرأ عليها تغيرات مفاجئة تجعلها بمثابة أحداث جديدة على الجمهور.

ب- **قضايا مستمرة:** وتمثل القضايا التي يكون لدى الجمهور معرفة سابقة بها، وتحدث بها تطورات يتابعها الجمهور باستمرار⁽³⁾.

وتسمى الموضوعات المهمة في الإعلام قضايا ذلك أنه حولها منازعات ومشاحنات.

وقضايا المرأة في الإعلام هي المواضيع التي تطرحها وسائل الإعلام للحكم فيها من طرف الجمهور أو المختصين في ذلك، وقضايا المرأة في وسائل الإعلام يمكن تقسيمها إلى:

قضايا تقليدية وغير تقليدية، قضايا اجتماعية، قضايا سياسية، صحية...

(1) - أسماء سمير إبراهيم، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية -دراسة مسحية مقارنة-رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة، صفر 1430هـ/فبراير 2009م، ص25.

(2) -سمير إبراهيم، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية -دراسة مسحية مقارنة، ص25. مرجع سابق.

(3) - منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011، ص38.

1-3- المفهوم الإجرائي:

تبحث الدراسة التي بين أيدينا أجندة قضايا المرأة التي تطرحها القنوات الإسلامية من حيث نوع القضايا، طريقة عرضها، أسلوب عرضها، إلى غير ذلك.

ونقصد بالقنوات الإسلامية، القنوات التي تتبنى طرح الإعلام الإسلامي، وإن كان بعضها بعد مازال شكلا من أشكال الإعلام الديني المتخصص، ولذلك تعبر الباحثة في كثير من ثنايا البحث عنه بالإعلام الديني.

حيث أن مفهوم الإعلام الإسلامي تعرض كثيرا لإشكالات المصطلح وهي مبنوثة في الكتب الخاصة في هذا المجال حيث يقول منتصر حاتم حسين: المشكلة التي واجهت مصطلح الإعلام الإسلامي هي علاقته بالجانب التطبيقي ونطاق عمله⁽¹⁾.

وعليه فالمفهوم الإجرائي الذي تتبناه الباحثة هو: الإعلام الإسلامي هو شكل من أشكال الإعلام يتفق مع غيره من حيث المهنية والأداء ويختلف من حيث المحتوى الذي ينضبط بضوابط الإسلام في النشر والإيداع، وبآدابه في التعامل.

2- الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية وضع الأجندة The Agenda-Setting Theory، حيث كانت بداية ظهور هذا المصطلح في دراسات الرأي العام عام 1972 مع صدور دراسة Mc Cormb Show وهي الدراسة الأولى وتمت إجراءاتها التطبيقية والميدانية أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية عام 1986⁽²⁾.

ونظرية ترتيب الأوليات - تحديد الأجندة - كما يقول صالح خليل أبو أصبع (1999) تفيد

(1) - نهي عاطف عدلي العبد: دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراه، إشراف أ.د. عدلي السيد محمد رضا، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، يونيو، 2006، ص 59.

(2) - صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، 1999، الأردن، ص 219.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

بـ"وجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها، وبين ما يراه الجمهور هاماً. أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور. ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية."⁽¹⁾

وهذه النظرية تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع. كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات، لذا يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها. وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام. فحين تقرر وسائل الإعلام تخصيص معظم الوقت والمساحة في التغطية الإخبارية لقضية ما، فإن هذه القضية سوف تكتسب أهمية قصوى لدى الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل.

وتتميز نظرية بناء الأجندة بأنها أوجدت أرضية مشتركة بين علوم الاتصال الجماهيري والعلوم السياسية والاجتماعية وعلم النفس الاجتماعي، وذلك حيث أنها تتضمن ثلاثة محاولات بحثية متميزة، أولها وضع أجندة الجمهور حيث تتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور متغيراً تابعاً لها، ثانيهما وضع أجندة السياسة العامة حيث تتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار وأولويات اهتمام صانعي القرار متغيراً تابعاً لها بينما تمثل أولويات اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل، أما الثالث وضع أجندة وسائل الإعلام وفيها تتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيراً تابعاً لها⁽²⁾، وهو مدخل هذه الدراسة باعتبار أن القنوات الإسلامية لها جمهور واسع ومنتشر، وبالتالي يمكنها صرف اهتمام الجماهير نحو القضايا الحقيقية للمرأة ومعالجتها بطريقة إسلامية صحيحة.

(1) - المرجع نفسه، ص 220.

(2) _ دكتوراه جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، 2016_2017 بعد الاطلاع على الرسالة والتي تحصلت عليها أثناء الطباعة وجدتها تأخذ غير الوجهة التي أقصدها من البحث فهي حاولت دراسة قضايا المرأة من ناحية التحليل السوسولوجي، وغلب على اللغة المستعملة الخطاب النسوي الحدائي.

ثالثا: الدراسات السابقة:

سيتم استعراض الدراسات السابقة من خلال محورين رئيسيين، وهي:

- 1- دراسات تناولت قضايا المرأة في وسائل الإعلام عموما.
- 2- دراسات تناولت أولويات قضايا المرأة في وسائل الإعلام.
- 1- المحور الأول: الدراسات التي تناولت قضايا المرأة في وسائل الإعلام.

1-1- الدراسات المحلية:

تكاد تنذر دراسات المرأة وقضاياها في دراسات الإعلام في الجزائر وما تحصلت عليه قليل جدا.

-نعيمي مليكة: الإعلام السلفي والمرأة الجزائرية "دراسة تحليلية للخطاب السلفي في القنوات الفضائية".⁽¹⁾

لقد أوضحت المرأة في الآونة الأخيرة من المواضيع الأكثر حساسية وتعقيدا في الفكر العربي خاصة مع ظهور موجات التحرر وخروج المرأة للمساهمة في الحياة الاجتماعية والتيارات الداعية إلى تجديد الخطاب الديني(الحدأة الدينية).

وكرد عليها برز الخطاب السلفي مستخدما مختلف التكنولوجيات الحديثة في مجال الإعلام كظهور المشايخ على القنوات الفضائية وعلى صفحات التواصل الاجتماعي في الإنترنت ليدعوا إلى ضرورة عودة المرأة إلى المنزل والالتزام بالضوابط الدينية كالحجاب والنقاب وغيرها. فما مدى مساهمة هذا الخطاب في تحديد مكانة وأدوار المرأة المعاصرة في المجتمع الجزائري؟ وما هي مختلف الأساليب التي يستخدمها في ذلك؟ وكيف تتقبل المرأة اليوم هذا الخطاب؟.

⁽¹⁾ _ رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قدمتها الباحثة عام 2011 بجامعة الجزائر3.

- نجمة زراري: "الطرح الفيلمي لقضية العنف ضد المرأة في السينما الجزائرية المعاصرة تحليل النص السميولوجي للفيلمين "وراء المرأة" و"عائشات" (1).

تمحورت الإشكالية حول الكشف عن مساحة قضية العنف ضد المرأة في السينما الجزائرية المعاصرة وكذا عرض الدور الذي لعبته السينما الجزائرية في تقديم صورة المرأة ومحاكاة العنف الموجه إليها من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: فيما تتمثل طبيعة الطرح الإعلامي لقضية العنف ضد المرأة في السينما الجزائرية المعاصرة، استخدمت الباحثة منهج التحليل النصي السميولوجي بأداة تحليل المضمون، لعينة قصدية من خلال اختيار الأفلام السينمائية والتي كان موضوعها العنف المسلط ضد المرأة التي أنتجت سنة 2007 فقط.

وكان من أهم نتائجها:

- أن الأسباب الدافعة وراء الالتجاء إلى العنف: ضغوط الحياة اليومية، الوضعية الاجتماعية المزرية، انعدام أو قلة الدخل المادي وتعسف السلطة.
- قدمت عدة صور مختلفة للمرأة الجزائرية في عينة الأفلام محل الدراسة (الشابة، الأم، العجوز، ربة بيت والعاملة والمقهورة) ومن الممكن القول إنهما قد وفقا إلى حد كبير في نقل الواقع.
- للسينما علاقة وثيقة أولا بالمرجع الاجتماعي للبيئة الجزائرية بكل جوانبها: الفكرية والثقافية والدينية، ومنظومة القيم والمعارف والعادات والتقاليد والتوجهات.
- تراوحت الدلالات التي استخدمها كلا الفيلمين لتبيان مشاهد العنف الجسدي والنفسي ضد المرأة في المجتمع ما بين الرمزية والتصريح، آخذين بعين الاعتبار طبيعة المجتمع الجزائري، فكل ما من شأنه خلق رفض عنده تم عزله أو ترميزه، المهم أن تصل الرسالة.
- كشفت الدراسة عن مستويات جديدة من العنف، بالتركيز على نقطة لظالما أغفلت وهي عنف

(1) _ أطروحة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية التربية، قسم الفلسفة والاجتماع 2014.

<http://drasat.info/resala/955>

وهو عبارة عن ملخص تحصلت عليه عن طريق شبكة الانترنت، حيث أن زيارتي لمصر كانت سنة 2011، والدراسة قدمت سنة 2014. ولم تتح لي العودة مرة أخرى لأسباب شخصية...

الفرد ضد ذاته.

ب- الدراسات العربية:

- البصراقي رباب جلال محمد: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي الديني المعاصر : دراسة

تحليلية⁽¹⁾.

أصبحت قضية الخطاب الديني من أكثر القضايا المثارة في الآونة الأخيرة، خاصة علي المستوى الإعلامي والسياسي والثقافي، وأصبحت كذلك مثار اهتمام عالمي، نتيجة المتغيرات العالمية المتلاحقة، التي صاحب فيها الوعي الديني لبعض الشباب والنساء حركات وتنظيمات دينية باتت تهدد النظام الاجتماعي العالمي، وتسعى إلى تغيير الموازين، وفرض آرائها بالقوة من خلال ما يسمى بالعنف الديني والسياسي والطائفي، فقد تجاوز تأثير تلك الجماعات والحركات والتصرفات الفردية إلى الجماعية وسعت إلى التأثير في النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، والتي باتت تعمل على تهديد الأمن والسلم الاجتماعي.

- ابتسام أبو الفتوح الجندي: البرامج المقدمة للمرأة في كل من النظام الإذاعي القومي

والإقليمي إعادة تقييم ورؤية مستقبلية⁽²⁾.

تمحورت إشكالية الدراسة حول إعادة تقييم البرامج المقدمة للمرأة في الراديو والتلفزيون القومي والإقليمي تقديم بعض الخطوط العريضة للقائمين على تصميم وتنفيذ تلك البرامج وكذلك بعض الموضوعات والإرشادات البحثية للمهتمين من الباحثين بالإعلام الموجه للمرأة، استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المحتوى على عينة من المخطات واختارت لذلك وحدات مناسبة للتحليل.

كما توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج والتي تمثل أهمها:

هناك تحول واضح في موضوعات البرامج حيث اتجهت أكثر إلى الموضوعات الجادة ولم تقصر اهتمامها بموضوعات الرشاقة والجمال، كما أوصت الدراسة بضرورة تامين ذلك بمزيد من دراسات

(1) _ المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة ع27، سبتمبر2007.

(2) _ الإذاعات العربية - عدد2-2003

تحليل المضمون.

—سامية حسين الساعاتي: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي العربي بين التقليدية، والتغير الاجتماعي⁽¹⁾.

تحدد مشكلة الدراسة في أهمية مناقشة الدور المرتقب للإعلام العربي، عبر كافة مستوياته مقوماته، ووسائله تجاه قضايا المرأة العربية، وقد طرحت الباحثة الموضوع في شكل قراءة علمية لنتائج الدراسات السابقة التي أجريت عن قضايا المرأة في الإعلام.

توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة لعل أبرزها:

ضرورة تضافر الجهود في المجالات الاجتماعية والثقافية، للإرساء الأسمى للسياسات الإعلامية التي يمكن باتباعها اقناع الأفراد في المجتمع بالاتجاهات الجديدة التي تنظر إلى الرجل والمرأة، باعتبارهما وجهتين لعملة واحدة قوامها الإنسانية والديمقراطية والتكامل.

— أسماء سمير إبراهيم، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية — دراسة مسحية مقارنة⁽²⁾.

تمثلت المشكلة في الوقوف على أهم ما يقدم للمرأة من موضوعات وقضايا وطريقة التقديم، وكذلك معرفة دوافع تعرض المرأة لتلك البرامج والإشباع المتحققة لها من مشاهدة هذه البرامج ومعرفة إذا كانت تلبى احتياجاتها المتعددة أم لا.

كما اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح بالعينة سواء فيما يتعلق بمسح المضمون وتحليله ومسح الجمهور، واختارت الباحثة القنوات الحكومية للتحليل أما عينة الجمهور اختارت 200 مفردة من النساء العربيات في مصر اللاتي تزيد أعمارهن عن 18 سنة حسب المستوى التعليمي.

(1) —رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة، صفر 1430هـ/فبراير 2009م. مرجع سابق

(2) —رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير من معهد البحوث والدراسات العربية قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 1429هـ— 2008.

وقد توصلت إلى عدة نتائج أهمها:

أن الإعلام مازال يقدم المرأة في المواضيع الاجتماعية والأدوار التقليدية، كالزوجة والأم وأن النساء لازلن غير راضيات عما يقدم لهن من برامج.

- صلاح الدين سليم عواد: قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين: دراسة مسحية في الفترة من 2004-2006⁽¹⁾.

هدفت الدراسة إلى التعرف على قضايا المرأة المنشورة في الصحف الأهلية المتمثلة بصوت النساء ومجلة يناييع الحياة عينة الدراسة، وتحديد الجمهور المستهدف من المضامين الإعلامية.

اعتمد الباحث على المنهج المسحي وفي إطاره استخدم أسلوب تحليل المضمون لكونه أنسب الأساليب التي يمكن استخدامها في جمع وتحليل أخبار وقضايا المرأة الفلسطينية في مجال الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة، اختيرت العينة ممثلة بالحصر الشامل لكل أعداد صحيفة صوت النساء في الفترة الزمنية (2004/1/8-2006/12/14)، وبلغ مجموع الأعداد التي تم تحليل مضمونها في الصحيفة 74 عددا. وبالنسبة لمجلة يناييع الحياة لم يستطع الباحث سوى الحصول على تسعة أعداد من مجمل أعداد الصحيفة وذلك بسبب عدم انتظامها في الصدور وضياع أعداد منها بسبب ظروف الاحتلال، متمثلة بالأعداد (39،38،37،41،43،44،46،47)، وغطت الفترة الممتدة من (أيلول 2004-تشرين الثاني 2006) وهي بمثابة 40% من الأعداد المتوفرة من المجلة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أن المضامين الصحفية الموجهة للمرأة تتركز حول الدور السياسي للمرأة الذي يركز على أمور المشاركة بالانتخابات والترشح للمجلس التشريعي والمجالس المحلية كذلك موضوع الكوتا، في الوقت الذي يتم فيه إقصاء الأدوار الأخرى للمرأة باعتبارها كائنا منتجا وفاعلا في المجتمع.

⁽¹⁾ _ المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو، 2007. مرجع سابق

- هناك استثناءات موسمية ارتبطت بتوجهات وجهود بعض المؤسسات النسوية استطاعت طرح بعض القضايا التي تمس أوضاع النساء مثل: إبراز المشكلات التي تعاني منها المرأة في مجالات العمل والصحة والزواج المبكر وفي التشريعات والقوانين القائمة.

- كما أن قضايا المرأة لا تنفصل تماما عن قضية المجتمع وجزء لا يتجزأ منها ولكن للمرأة خصوصية في بعض القضايا ومثال على ذلك: قضايا المرأة الصحية من (صحة إنجابية، أمومة وطفولة)، وبالرغم من أن قضايا المرأة أيضا في غالبيتها نفس قضايا المجتمع إلا أن معاناة المرأة مضاعفة وهومها أكثر، فإذا كان الرجل مثلا يعاني من الأمية أو المرض أو الفقر فإن المرأة تعاني بدرجة أكبر وخاصة في العالم النامي وبدرجة أشد في بلادنا. لذلك فوجود صحافة متخصصة بالمرأة في المرحلة الراهنة يعتبر من الضروريات.

- حنان محمد إسماعيل حسنين: تناول قضايا ومشكلات المرأة في الأفلام المصرية، دراسة

تحليلية⁽¹⁾

تمحورت مشكلة الدراسة حول التعرف على قضايا ومشكلات المرأة كما طرحتها الأفلام السينمائية والتلفزيونية المصرية وذلك لتحديد طبيعة هذه القضايا والمشكلات، وأسلوب طرحها وكيفية معالجتها، ومدى تقديم الأفلام حلول لهذه المشكلات، ونوع الحلول المطروحة.

تم استخدام منهج المسح واعتمدت على تحليل مضمون الأفلام السينمائية التي تم إنتاجها في حقبة زمنية امتدت منذ الخمسينيات وحتى نهاية عام 2006 وذلك من خلال موسوعة الأفلام العربية ودليل الأفلام في القرن العشرين ووثائق المركز الكاثوليكي، وطبق البحث على عينة عشوائية بسيطة من الأفلام - بعد استبعاد الأفلام التاريخية والدينية والسير الذاتية- بلغت 26 فيلما تمثل (1%) من حجم الإنتاج السينمائي المصري في كل حقبة.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج لعل أبرزها:

(1) _ المؤتمر العلمي السنوي التاسع"، ج2، ماي2003م.

ضرورة التوازن في تناول ومعالجة الأدوار المختلفة للمرأة المصرية كما تبدو جلية في الواقع كتناول الأدوار الإنتاجية للمرأة وعدم التركيز على أدوارها الإنجابية فقط في الأفلام.

-سامي السعيد النجار: اتجاهات المرأة نحو معالجة قضاياها في الصحف المصرية في ضوء الضوابط الأخلاقية والمهنية⁽¹⁾.

سعى هذا البحث إلى التعرف على اتجاهات المرأة المصرية نحو ما تقدمه الصحف المصرية من معالجات لموضوعاتها وقضاياها في إطار مدى التزام الصحف المصرية بالضوابط الأخلاقية والمهنية فيما تقدمه من معالجات لموضوعات وقضايا المرأة.

وفي إطار هذا الهدف العام، أجري هذا البحث على عينة عشوائية قوامها 200 مفردة من جمهور المرأة ممن يقرأن الصحف المصرية ويتعرض لموضوعات وقضايا المرأة في الصحف المصرية روعي فيها أن تسمح لمختلف فئات قطاع المرأة بالظهور، كما روعي فيها الشمول والتنوع في الخصائص المختلفة لجمهور المرأة من حيث السن والمؤهل التعليمي والحالة الاجتماعية مع الأخذ في الاعتبار أن الحد الأدنى لسن المبحوثة من 20 سنة فأعلى لأنه السن الذي يتيح للفرد القدرة والحرية في التعبير عن آرائه واتجاهاته ودوافعه بوضوح إلى حد ما، كما أن الحد الأدنى للمستوى التعليمي داخل العينة هو الحصول على مؤهل متوسط حيث يتطلب الموضوع درجة معينة ومستوى معين من الوعي والتعليم للإجابة على أسئلة الاستقصاء الرأي والتعبير عن الاتجاه.

تم جمع البيانات باستخدام صحيفة استقصاء تضمنت واحدا وثلاثين سؤالاً تضمنت متغيرات الدراسة، ما تم تحليله من صحف الاستقصاء 166 صحفية من إجمالي عدد صحف عينه البحث (200) صحيفة.

كشفت نتائج البحث:

(1) _ بحث منشور ضمن كتاب، عاطف عدلي العبد، فوزية العلي، نهي عبد الله: المرأة العربية ووسائل الإعلام، دار الفكر العربي، 2008، من ص 89-119.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أن اتجاهات غالبية أفراد العينة جاءت قوية ايجابية نحو تناول الصحف المصرية للمرأة، ومعالجتها لقضاياها وأخلاقيات هذه المعالجة.

- كما أن مكونات هذه الاتجاهات جاءت في معظمها ايجابية قوية، على الرغم مما كشفت عنه نتائج دراسات تحليل المضمون السابقة وتأكيدا على الصورة السلبية والنمطية للمرأة، ونقل واقع مشوه ومزيف وغير حقيقي للمرأة في الصحافة، وإبرازها للجوانب الأنثوية للمرأة وتقديمها بشكل غير لائق أخلاقيا ومهنيا، على أنه يمكن تفسير ذلك في ضوء ما يلي:

- التحسن الذي طرأ على صورة المرأة في الصحافة ووسائل الإعلام في الفترة الأخيرة.

-التغير الذي حدث في المجتمع فيما يتعلق بوضعية المرأة وتحقيق المرأة الكثير من المكاسب خاصة بعد إنشاء المجلس القومي للمرأة والجهود التي يبذلها للنهوض بالمرأة وتحسين صورتها.

-استخدام الصحافة والإعلام كأداة فعلة لرصد وتسجيل وتعزيز هذه المكاسب وتلك النهضة النسوية في المجتمع.

-فوزية العلي: برامج المرأة في محطات الراديو في دولة الإمارات العربية المتحدة⁽¹⁾.

سعت الدراسة إلى تحليل برامج المرأة التي تقدم في الإذاعة والتلفزيون في دولة الإمارات العربية المتحدة، حتى تستطيع الوقوف على أهداف هذه البرامج وعلى الموضوعات التي تقدمها، وذلك لتطويرها، ونظرا لكون الدورة البرمجية المراد تحليلها في التلفزيون لم يعرض فيها برامج للمرأة اكتفت الدراسة بالراديو.

كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وذلك بتحليل محتوى عينة من البرامج اختيرت بأسلوب الأسبوع الصناعي، لإذاعتي: أبو ظبي، ودبي، والحصص الشامل لإذاعة أم القوين نظرا لكون برنامج المرأة لديها أسبوعي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

⁽¹⁾ - دراسة منشورة ضمن كتاب بعنوان: الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، مكتبة جريدة الورد، ط1، القاهرة، 2011، 7-38.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- إهمال البرامج الإذاعية في دولة الإمارات للموضوعات التعليمية، كما لم تهتم بالمرأة الريفية، والمرأة البدوية، والمرأة العاملة وركزت على ربات البيوت.

- كما أوصت بضرورة وجود مراكز للأبحاث حتى يتسنى معرفة الأذواق والبرامج المفضلة، ورجع الصدى للبرامج المذاعة، وضرورة الاستفادة من نتائج الأبحاث التي أجريت في البلدان العربية على برامج المرأة لإعادة التخطيط في دولة الإمارات تخطيطاً سليماً.

- عواطف عبد الرحمان: الإعلام والمرأة المصرية (دراسة مسحية)، القضايا، الخطاب الإعلامي النسوي، الكوادر البشرية⁽¹⁾.

- نجوى كامل: الصحافة المصرية وقضايا المرأة، بالتطبيق على المؤتمر الدولي للسكان ومؤتمر المرأة⁽²⁾

تحددت مشكلة الدراسة في رصد التغطية الصحفية لقضايا المرأة المثارة في المؤتمر الدولي للسكان المنعقد في القاهرة عام 1994 والمؤتمر العالمي للمرأة المنعقد في بكين عام 1995، وتأثير السياسة التحريرية للصحف القومية والحزبية من موقف الصحافة واتجاهاتها إزاء هذه القضايا.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، في الجمع والتحليل، كما اعتمدت على المنهج المقارن للتعرف على المواقف والآراء المختلفة، وعليه استعملت أداة: الوثيقة ومسار البرهنة باعتباره أداة مهمة للضبط الكمي والكيفي، كما تم اختيار عينة من الصحف بأسلوب المسح الشامل لكافة المعالجات الصحفية المتعلقة بالمرأة في صحف: (الأهرام، روز اليوسف) ممثلة للصحف القومية، (الشعب والأهالي والعربي والعدد الأسبوعي لصحيفة الوفد) ممثلة للصحف الحزبية.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أنه على الرغم مما تضمنته الوثيقتان اللتان خرجتا عن المؤتمرين من بنود تشخيص وتعالج

⁽¹⁾- المرجع نفسه، ص 39-116

⁽²⁾- 1 لإعلام دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام - جامعة القاهرة - العدد الثاني والثلاثون أكتوبر - ديسمبر 2008.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

بعض المشكلات التي تعاني منها المرأة، إلا أن الصحافة المصرية قد ركزت اهتمامها على قضايا لا تشكل أولوية للمرأة المصرية في إطار القيم والتقاليد التي تستمد من تعاليم الدين الإسلامي، وغيره من موروثات ثقافية والتي تجعل مسائل مثل: الإجهاد والحرية الجنسية وغيرها من قضايا خلافية على الصعيد العالمي والصحفي قضايا محسومة بالنسبة للمرأة المصرية حيث أن لها قناعتها الخاصة بشأنها.

- كشفت الدراسة أن عددا من الكتاب المتحمسين لقضايا المرأة قد وقعوا في فخ التبعية لأجندة اهتمامات غربية تعني المرأة الغربية في الأساس مما يساعد على إغفال خصوصية المرأة المصرية في ضوء الأوضاع الفكرية والسياسية والاقتصادية السائدة في المجتمع، فالمشاركة السياسية ونفذ المرأة إلى مراكز صنع القرار أمر هام ولكنه لا يساوي في أهميته بالتأكيد الدعوة إلى نحو أمية النساء، أو إنقاذ النساء في الريف والعشوائيات في المدن مما يعاني من فقر ومرض، فضلا عن تعسف الرجل ضدهن في تلك الأوساط، ورأت الباحثة أن مشكلات الفقر والبطالة والمرض يعاني منها الرجل كذلك ولكن تكون شديدة الوطأة على المرأة نظرا للقهر الاجتماعي والاستبعاد الذي يمارس ضدها أو تمارسه هي على نفسها نتيجة احساسها بالدونية.

- أميمة عمران: قضايا المرأة الصعيدية في الصحافة الإقليمية، دراسة تحليلية لمضمون عينة من الصحف. (1)

تحدد إشكالية الدراسة في التعرف على معالجة الصحف الإقليمية لقضايا المرأة من خلال حجم الاهتمام وماهية الجمهور المستهدف واتجاه المعالجة وأساليبها والإشكال الصحفية المستخدمة. استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي من خلال مسح المضمون المتعلق بقضايا المرأة المنشورة في الصحف المعنية: صوت سوهاج، صوت النبأ، صوت أسيوط، أخبار سوهاج في الفترة من 1-1-2000 وحتى 31-12-2000 لعينة قوامها 60 عددا، اختيرت بأسلوب الحصر الشامل لصحيفة صوت سوهاج وصوت النبأ، والعينة العشوائية المنتظمة لصحيفة صوت أسيوط وأخبار أسيوط.

(1) -رسالة دكتوراه في الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، مايو 2011.

وقد أسفرت أهم النتائج عن:

- تزايد حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة ذات الطابع الاجتماعي والثقافي والتموي، بينما تراجع نسبة الاهتمام بالقضايا التقليدية من أزياء وتجميل وديكور...
 - كما أظهرت النتائج اهتمام الصحف الإقليمية بالمرأة الحضرية على حساب الريفية.
- وقد خلصت إلى أنه بإمكان الصحف أن تلعب دورا مهما في إبراز قضايا المرأة الريفية لأجل النهوض بها وتفعيل دورها في المجتمع.

2- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت أولويات قضايا المرأة في وسائل الإعلام.

الدراسات العربية:

- برنت نزيه محمد قابيل: أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون المصري، دراسة مسحية⁽¹⁾.

تلخصت مشكلة البحث في التعرف على كيفية ترتيب أولويات الجمهور وتشكيل اتجاهاته نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون، وذلك باختيار مجموعة من القضايا وتتبعها منذ بداية ظهورها على أجندة جماعات المصالح المهتمة بهذه القضايا، ثم جهود هذه الجماعات لوضع هذه القضايا على أجندة الصحف والتلفزيون من خلال عملية بناء الأجندة، ثم يتبع ذلك دراسة أجندة الجمهور فيما يتعلق بهذه القضايا، وكيف تأثرت بأجندة الصحف والتلفزيون، وأخيرا التعرف على اتجاهاتهم نحوها كمرحلة أخيرة.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث عمدت إلى إجراء مقابلات مع 20 مفردة من الإعلاميين المهتمين بقضايا المرأة، امتدت المقابلات خلال شهري فبراير ومارس، 2010، هذا في الجانب الميداني أما في الدراسة التحليلية فقد اختارت الباحثة ستة أشهر من صحيفة الأهرام، ومجلة نصف الدنيا (المتخصصة في شؤون المرأة)، وصحيفة الأسبوع مستقلة.

⁽¹⁾ -الإعلام دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام -جامعة القاهرة- العدد الثاني والثلاثون أكتوبر -ديسمبر 2008.

أما التلفزيون فقد شملت العينة القناة الأولى (رسمية أرضية)، قناتي دريم2، الحياة، جميع البرامج الموجهة للمرأة في دورة برامجية.

وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج لعل أهمها:

- أنه على الرغم من التأثير الواضح لجماعات المصالح على أجندة القائمين بالاتصال واتجاهاتهم نحو قضايا المرأة، إلا أن نتائج تحليل المضمون قد أظهرت أن هذا التأثير لم ينعكس على المعالجات التي قدمتها وسائل الاعلام للقضايا، حيث كان الاهتمام بقضايا المرأة في عينة الدراسة محدودا، ومازالت هذه المعالجات تتسم بالعمومية، والموسمية، وعليه فإن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام من قضايا المرأة على اهتمام الجمهور قليل، وبالتالي فإن اتجاهاتهم في هذه الحالة ضعيفة وسطحية وسهلة التغيير، ولا يمكن اعتبارها مؤشرا للسلوك.

- كما اقترحت الباحثة ضرورة إجراء بحوث عن نظرية الاجندة في ظل التغيرات الجديدة في مجال الاعلام ودخول مواقع التواصل الاجتماعي التي تفرض اتجاهها جديدا لبحوث وضع الأجندة وتطبيق ذلك على قضايا المرأة.

-غادة عبد التواب اليماني: دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، (دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا)⁽¹⁾.

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتقييم واقع الصحف النسائية في مصر للتعرف على قدرة هذه الصحف على ترتيب أولويات اهتمام جمهور المرأة من خلال تحليل أجندة الموضوعات المطروحة داخل المضمون الصحفي. بمجلتي حواء ونصف الدنيا.

تم استخدام منهج المسح الميداني على عينة من جمهور المرأة، ز منهج المسح الإعلامي لمسح جميع المواد الإعلامية التي نشرت في مجلتي حواء ونصف الدنيا خلال فترة الدراسة، كما تم استخدام

(1) _ الرأي العام، دورية علمية محكمة نصف سنوية تصدر عن مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام -جامعة القاهرة- المجلد التاسع - العدد الثاني- يولييه- ديسمبر 2008.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المنهج الاحصائي، واستخدم التصميم العيني للعينة العشوائية المتعددة المراحل، ثلاث قرى عشوائية في قرى مركز طنطا (محلة مرحوم-دفرة-ميت حبيش). هذا وتم تقسيم مناطق الدراسة في المدينة والقرى إلى مربعات سكنية ثم إلى شوارع. وتم اختيار المنازل عشوائيا، بحيث تكون عمر مفردة الدراسة 20 سنة على الأقل حتى تستطيع الإجابة على التساؤلات، وأسفر هذا الاختيار عن اختيار 150 مفردة من مدينة طنطا (ممثلة للحضر) و150 من القرى الثلاث التابعة لها (ممثلة للريف) بواقع خمسين مفردة في كل قرية، وبذلك يصبح قوام العينة 300 مفردة.

أشارت النتائج إلى:

- التأثير الكبير الذي تمارسه كل من مصادر الأخبار والقوى الفاعلة، ونطاق التغطية الصحفية والمضامين المقدمة في تشكيل أجندة المجلدين موضع الدراسة، وتمثلت متغيرات مسارات الإقناع - والقوالب الصحفية المستخدمة-والصور المصاحبة والعناوين والجمهور المستهدف كعوامل وسيطة يمكن أن يؤثر في شدة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المختلفة وبناء الأجندة في الصحف النسائية.

- كما أوضحت النتائج أن من أهم العوامل المؤثرة في بناء أجندة الجمهور النسائي تمثلت في عمر المبحوثة، والمستوى الاقتصادي والمستوى التعليمي، وكثافة التعرض كعوامل مستقلة، كما لا يمكن إغفال متغيرات التعرض للاتصال الشخصي ودرجة الاهتمام بمضامين معينة، وعمالة المرأة كعوامل وسيطة تؤثر في تأثير المبحوثات بأولويات قضايا معينة كما تعكسها أجندة الصحف النسائية.

- كما خلصت الدراسة إلى ضرورة عرض المشكلات بواقعية ثم الحرص على تقديم الخدمات الانسانية للقارئات، وجاء في الترتيب الثالث المصدقية في الطرح وعدم تحريف الحقائق، ثم تبنى قيمة إيجابية.

-وسام نصر: أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية، "دراسة مقارنة."⁽¹⁾

-تحدت مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على أجندة اهتمامات عينة من المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية من خلال التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تنصدر قائمة اهتمامات هذه المواقع، وكيفية تناولها ومعالجتها للقضايا والموضوعات المتعلقة بالمرأة، وكذلك التعرف على مدى توافر خصائص التفاعل والمشاركة مع مستخدمي هذه المواقع، وأثر نمط ملكية الموقع والمصادر الإخبارية التي يعتمد عليها على بناء أجندة اهتماماته بالموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة في محاولة لاستكشاف ورصد العوامل المؤثرة على بناء أجندة هذه المواقع. والدراسة من البحوث الوصفية تم الاستعانة بالمسح بالعينة، معتمدا على صحيفة تحليل المضمون، باختيار ثلاث مواقع من مجموع المواقع التي تهتم بشؤون المرأة وهي: الموقع الإلكتروني للمجلس القومي للمرأة باعتباره يمثل الدولة، الموقع الإلكتروني للمركز المصري لحقوق المرأة باعتباره يمثل الجمعيات الأهلية المهتمة بشؤون المرأة المصرية، الموقع الإلكتروني "Egylady" ويمثل الملكية الخاصة.

أسفرت أهم النتائج عن:

- الإهمال شبه التام لموضوعات في غاية الأهمية للمرأة المصرية المعاصرة على صفحات المواقع الثلاثة، كتمكين المرأة في مجال العمل ومساعدتها على الانخراط في العديد من الوظائف التي مازالت حكرا على الرجل، وتمكين المرأة في مجال العمل القضائي.

- كما لم تحض قضية ختان الإناث على أي اهتمام يذكر، كما لم يتم تناول أية موضوعات عن الصحة الإنجابية للمرأة بزواياها المتعددة من الرعاية الصحية قبل وأثناء وبعد الحمل، والزواج المبكر، وسن اليأس للمرأة، والتغذية السليمة، وقد اقتصر تناول جرائم التحرش الجنسي وهتك

⁽¹⁾ - المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009.

العرض على موقع المركز المصري لحقوق المرأة، ولم يتطرق الموقعان الآخران لهذه القضية على الرغم من انتشارها في المجتمع المصري.

- وخلصت الدراسة إلى ضرورة أن تصدر الموضوعات والقضايا المستمدة من الواقع الفعلي للمرأة المصرية مقدمة أجندة اهتمامات هذه المواقع والجهات المالكة لها وليست الموضوعات المستمدة من الأجندة الغربية، وأن يتم تناول هذه الموضوعات والقضايا بشكل أكثر عمقا يتيح إشراك الرجل والمرأة معا في تحمل المسؤولية المجتمعية.

- عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان: دور الصحافة السعودية في ترتيب أولويات قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي السعودي: دراسة تحليلية ميدانية⁽¹⁾.

حاولت الدراسة الكشف عن العلاقة بين أولويات اهتمام الصحف السعودية بقضايا المرأة وبين أولويات اهتمام الجمهور النسائي السعودي بهذه القضايا، حيث استعانت الباحثة بالمسح الإعلامي الشامل من خلال تحليل مضمون أعداد صحف (الرياض، الوطن، اليوم، عكاظ)، في فترة ستة أشهر من 2006/7/1-2006/12/3، كما اعتمدت على الاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية، وقد وقع اختيار الباحثة على الجمهور النسائي السعودي بمدينة الرياض والتي تحتل المرتبة الأولى من حيث الكثافة السكانية، متمثلة في أحياء الورود التابع لبلدية العليا، ظهرة البديعة التابعة لبلدية العريضاء، عتيقة التابعة لبلدية البطحاء، ممثلة للأحياء الراقية والمتوسطة والشعبية بمدينة الرياض العاصمة، بالفئة العمرية من 20-65 سنة، وتم سحب عينة من الأحياء الثلاثة بلغت 300 مفردة تم توزيعها وفقا لمتغيرات النوع والسن والمستوى التعليمي والمهنة كالتالي: 90 مفردة حي الورود، 120 مفردة حي ظهرة البديعة، 90 مفردة حي عتيقة.

أوضحت الدراسة:

- اختلاف أجندة قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي السعودي عن أجندة الصحف وخاصة

⁽¹⁾ _ الباحث الإعلامي، العدد 26، 2014.

القضايا التي احتلت الترتيبات الأولى في أجندة قضايا المرأة السعودية حيث جاءت قضية العنف ضد المرأة في الترتيب الأول ثم الطلاق ونظرة المجتمع كترتيب ثاني، ثم زواج المسيار والفرند في الترتيب الثالث والعنوسة في الترتيب "الرابع" مما يعكس اهتمام المرأة السعودية بحقوقها الشخصية المرتبطة بحياتها الخاصة أكثر من حياتها العامة أو العملية، عكس تصورات الصحافة السعودية، هذا إلى جانب أن القضايا التي طرحتها النساء كأولويات تعكس حقيقة ما تعانيه المرأة، وفي الوقت نفسه مسكوت عنه من قبل مؤسسات المجتمع، بالإضافة إلى أن هذه القضايا لم تكن واردة ضمن أولويات صحف الدراسة من واقع السياسة التحريرية.

- كما لوحظ أن هناك فجوة بين ما تقدمه الصحف السعودية، وبين الاحتياجات الفعلية للمرأة السعودية، فقد أفرزت أجندة الجمهور مجموعة من القضايا لم تنل حظاً في التغطية الصحفية في الأربع صحف المدروسة رغم أهميتها بالنسبة للمرأة السعودية، فإذا كان تحديد أولويات اهتمامات الجماهير يأتي ضمن الوظائف الرئيسية للاتصال، فإنه من الممكن أن تهتم وسائل الإعلام بقضايا غير رئيسية (تافهة) على حساب قضايا رئيسية هامة الأمر الذي يجعل الجمهور ساذجاً، وغير جاد في اهتماماته، وهذا ما تفعله الصحافة السعودية، وقد يرجع تجاهل الصحافة السعودية للعديد من القضايا التي تعاني منها المرأة وتعتبرها قضايا جوهرية في حياتها، إلى خشية تلك الصحف من التعرض لهذه القضايا أما لحساسيتها وارتباطها بالعادات والتقاليد أو لكونها قضايا خاصة بالمجتمع لا يصح الإعلان عنها، رغم مناقشتها لنفس القضايا ولكن في مجتمعات أخرى .

-شكرية كوكز السراج: دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية - ميدانية، جامعة بغداد، كلية الإعلام⁽¹⁾.

يسعى البحث إلى معرفة مكانة الصحافة النسوية في العراق والمتمثلة بالصفحات والأبواب والزوايا والمجلات الخاصة بالمرأة لغرض معرفة دورها في التأثير على معارف وإدراك المرأة ولفت انتباهها إزاء القضايا المهمة في المجتمع عن طريق الكشف عن العلاقة بين أولويات اهتمامات المجلات

(1) -صلاح مصطفى الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1992، ص35.

النسوية وأبواب وزوايا المرأة في الصحف وأولويات اهتمام الجمهور النسائي العراقي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية-المنهج المسحي- بتطبيق أجراء تحليل المضمون ومسح الجمهور.

كما حددت عينة الدراسة التحليلية بصحف الملحق الشهري في جريدة الصباح، إذ تم رصد جميع القضايا فيها، أما عينة الدراسة الميدانية فخصص بمدينة بغداد، بعينة قوامها 400 مفردة من عمر 18 سنة فما فوق.

أهم نتائج الدراسة:

- احتلت قضايا العلاقات الزوجية والأسرية المرتبة الأولى في أجندة القضايا الاجتماعية.
- وجود ارتباط إيجابي بين الصحف النسوية وبين أجندة جمهور المرأة على مستوى القضايا العامة، وعدم وجود اتفاق في القضايا الفرعية.
- تبين أن طبيعة أو نوع القضية والمتغيرات الديمغرافية لها تأثير على طبيعة العلاقة الارتباطية بين أولويات اهتمام الصحف النسوية بجمهور المبحوثات في مدينة بغداد بالنسبة للقضايا المجردة في مقابل القضايا الملموسة.

3-موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

تتضح من خلال مراجعة الدراسات السابقة مجموعة من أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين هذه الدراسة:

- تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وهي تتسق في ذلك مع معظم الدراسات السابقة.
- استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، من خلال مسح الجمهور باستخدام أداتي تحليل المحتوى واستمارة الاستبيان، وهو ما يتشابه مع العديد من الدراسات مثل دراسة برلنت نزيه، وغيرها، مع أن بعض الدراسات تناولت أداة واحدة من أدوات المسح وبعضها اعتمد منهج التحليل الكيفي دون الاثنين.

-ركزت الدراسة التي بين أيدينا على الفضائيات الإسلامية، والذي لم تتناوله أي من الدراسات

السابقة بشكل مفصل وإنما تناولت شكلا من أشكاله مثل الإعلام السلفي كدراسة مليكي نعيمة، أما الدراسات الأخرى فمعظمها درس الفضائيات العربية، والمصرية بوجه خاص، أو ركز على الصحف كدراسة عزة عبد اللاه، وشكرية كوكز السراج.

-تميزت هذه الدراسة بالجمع بين أولويات القنوات الإسلامية وأولويات مشاهداتها في الجزائر وهو الذي لم نجد أية دراسة فيه سوى بعض دراسات الماجستير التي ركزت على قناة أو قناتين.

-تختلف هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة في محاولة رصد جميع قضايا المرأة التي ظهرت على أجندة الفضائيات الإسلامية، منذ ظهورها وهو الأمر الذي لم تجده الباحثة في أية دراسة سابقة.

4-حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة من الجوانب الآتية:

- الوقوف على أهم الأساليب والمناهج المستخدمة، منهج المسح وتحليل المضمون.
- تكوين فكرة عن فئات التحليل التي يمكن أن تفيد هذا النوع من الدراسة، لأن لها خصوصية كونها عن الفضائيات الإسلامية.
- الاستفادة من تحديد حجم العينة التي يمكن أن تقيس الفرضيات المطروحة.
- معرفة أهم القضايا التي تهم المرأة بصفة عامة، مع إضافة القضايا التي تخص المرأة المسلمة بشكل خاص.
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في صياغة الشق المنهجي من الدراسة: الإشكالية، الأهداف، ثم مقارنة نتائج هذه الدراسة مع مثيلاتها في الدراسات السابقة.

رابعاً: نوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية:

1- نوع الدراسة ومنهجها:

1-1- نوع الدراسة:

يندرج موضوع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، والتي تهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع وأشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بما يحدث بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها⁽¹⁾، والدراسات الوصفية عدة أنواع فمنها:

دراسات تستهدف التعرف على خصائص جماعات، أو ظاهرة معينة، أو التنبؤ بأحداث واتجاهات معينة، أو اكتشاف العلاقة بين متغيرات، أو التعرف على نوع معين من الجمهور يتبنى اتجاهات معينة نحو شيء ما⁽²⁾.

1-2- منهج الدراسة ومتغيراتها:

المنهج هو الطريق الواضح والمستقيم، وهو الخطط والتدابير التي يقوم بها الباحث للوصول إلى مبتغاه وقد عرفه محمد شفيق قائلاً: «منهج الدراسة هي الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها»⁽³⁾.

وتعتمد هذه الدراسة منهج المسح الوصفي؛ وهو: أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعد بهذا المفهوم المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام⁽⁴⁾.

(1) - سمير حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الفكر، القاهرة، ص 99.

(2) - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب لنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 86

(3) - المرجع نفسه، ص 158.

(4) - محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار عالم الكتب، ط 1، القاهرة، 2010، ص 94.

2- مجتمع الدراسة وعينتها:

2-1- مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها:

أ- مجتمع الدراسة التحليلية:

يعتبر المجتمع الكلي في بحوث التحليل هو مجموع المصادر التي نشر، أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث⁽¹⁾، وقد تمثل في برامج المرأة التي عرضت على القنوات الفضائية الإسلامية التي ناهزت المائة قناة، وعليه قامت الباحثة بإحصاء حوالي 51 برنامج موجه للمرأة، عرض في أشهر القنوات الإسلامية، من سنة 2009 إلى غاية 2016 كالآتي^(*):

(*) -تحصلت الباحثة على هذه المعلومات، بعد البحث المضي على شبكة الانترنت، خصوصا مع عدم تعاون هذه القنوات، فقد راسلتها معظمها وراسلت مواقع البرامج ولم أتلقى أي رد.

جدول رقم (1) يوضح برامج المرأة على القنوات الإسلامية

السنة	المقدم	القناة	اسم البرنامج
2016	مجموعة من النساء	اقرأ	موزاييك
2015	يزن نسبية	اقرأ	أحلى أسرة
2010	الطنطاوي	اقرأ	بينات
2013	الدكتورة الهام شاهين	اقرأ	تعلمت منها
	رفيدة الحبش	اقرأ	والذاكرات
	الدكتورة عبلة الكحلوي	اقرأ	خير نساء الأرض
2014	نيفين الجندي، عبلة الكحلوي	اقرأ	مودة ورحمة
2014	رفيدة الحبش	اقرأ	قلوب حائرة
2014	رفيدة الحبش	اقرأ	لأجلك ربي
2009	رفيدة الحبش	اقرأ	أدبي ربي
2013-2011	جاسم المطوع	اقرأ	الأسرة السعيدة
2011	محمود المصري	اقرأ	ليلة في بيت النبي
2015	ياسمين العشري، مي مشالي	اقرأ	مجلة المرأة المسلمة
2012	محمد خير الشعال	اقرأ	الدورة التأهيلية للحياة الزوجية
2014-2011	إيمان رياض	اقرأ	برنامج جنتي
2014	محمد السقاف	اقرأ	كامل النساء
	رفيدة الحبش	اقرأ	يا بني

2011	دعاء فاروق	اقرأ	برنامج بيت العز
2016	منى اليسير	اقرأ	انحف وخذ الأجر
2015-2013	وائل بادوود-إعتدال ادريس	اقرأ	عقد الياسمين
2010	رفيدة حبش	اقرأ	أيام مع الحبيب
2013	لينا الحمصي، نماء البنا	الرسالة	حوار في النور
2013	عائض القرني	الرسالة	أسعد امرأة
2012	لينا الحمصي	الرسالة	فقه المرأة
2016-2012		الرسالة	همس الزهور
2014	خالد المصلح	الرسالة	فتاوى النساء
2011	عمرو خالد	الرسالة	الجنة في بيوتنا
2011	طارق الحبيب	الرسالة	لمسات نفسية في تربية المراهق
2013	حنان القطان	الرسالة	همسات حرة
2014	لينا الحمصي	الرسالة	فإني قريب
2014-2013	غازي الشمري	الرسالة	السحر الحلال
2013	لينا الحمصي	الرسالة	صحايات
2013	غازي الشمري	الرسالة	في بيتنا حب
2012	حنان القطان	الرسالة	النداء الأخير
2011	لينا الحمصي	الرسالة	حكايا الناس
2011	حنان القطان	الرسالة	بصمات

2008-2012	بشينة إبراهيم	الرسالة	حوار ملون
-	عبلة الكحلوي	الرسالة	المرأة والحج
2014-2012	وثائقي	الرسالة	نساء عصر النبوة
-	حنان القطان	الرسالة	رسالتي
2009	مصطفى أبو أسعد	الرسالة	أطفال مزعجون ولكن
2009	لينا الحمصي	الرسالة	فواصل يحكى أن
2008	حنان القطان	الرسالة	تراويح
-	محمد حسان	الرسالة	نسائم الرحمة برنامج فتاوى
2015	الشيخ خالد صالح	المجد العلمية	فتاوى المرأة
2010		المجد	وارفة
2014	خليفة الخرزى	بداية	بين قلبين
-	عبد الرحمن منصور	الندى	البيوت أسرار
2015	رشيد سلطان	الرحمة	برنامج جنتي
2013	خالد الحلبي	المجد الفضائية	بوح البنات
2011		البداية	
2012		-فور شباب	
2012		-ماسة المجد	
2016	أحمد رباح	- القناة الخامسة الجزائرية	بيتي جنتي

بالنظر إلى الجدول السابق نلاحظ أن قناة اقرأ قدمت منذ بدايتها حوالي 21 برنامج موجه للمرأة، وحوالي 23 برنامج قدمته قناة الرسالة، وقناة المجد برنامجين، وباقي القنوات برنامجا واحدا، كونها حديثة النشأة أو أوقفت لفترة كقناة الرحمة. هذا بالإضافة لبرامج الطبخ، والتي لم تورد في الجدول، برنامج أطبخي مع سياكو على قناة اقرأ، وبرنامج أطيب على قناة المجد، كذلك قدمت قناة الناس في سنوات عرضها مجموعة من برامج الطبخ^(*).

ب- تحديد عينة التحليلية:

يقصد بالعينة عدد محدد من المفردات التي يتعامل الباحث معها منهجيا ويسجل عن طريق هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف بها هذا المجتمع⁽¹⁾,

ونظرا لأهداف البحث التي تلخصت في معرفة أولويات القضايا المطروحة على القنوات الفضائية، ارتأت الباحثة، اختيار طريقة العينة متعددة المراحل وذلك للوصول إلى عينة المحتوى المستهدف⁽²⁾، فقامت بالحصص الشامل للبرامج المذكورة في الجدول أعلاه، حيث أثبتت الدراسات السابقة⁽³⁾ في موضوع القنوات الإسلامية أن ذروة المشاهدة يكون في رمضان، وعليه يكون العرض الأول لمعظم البرامج في رمضان، وباقي أيام السنة تعاد هذه البرامج، بالإضافة إلى كون الملاحظة العلمية للباحثة أكدت تغير سلوك المشاهدة، فيمكن متابعة برامج بعينها على اليوتيوب أو مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، فقد سجلت صفحة اقرأ مثلا على الفايس بوك 12,824,111 إعجاب لشهر سبتمبر 2016، منهم عدد كبير من الجزائريين وخصوصا النساء، أو عن طريق خدمة

(*) - قد ركزت الباحثة على أشهر القنوات الإسلامية وحاولت مراعاة تنوع اتجاهها.

(1) - أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي، ط5، عمان، دار وائل للنشر، 2007، ص145.

(2) - محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط1، 1993، ص170.

(3) -وردة بوجلال: الجمهور القسنطيني وبرامج قناة اقرأ، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، رسالة ماجستير، نتائج الدراسة السابقة 2003، ص231.

تابع، حيث توجد على هذه المواقع البرامج التي عرضت في سنوات ماضية.

ولرصد فئات التحليل، اختارت الباحثة 25 برنامجا بطريقة العينة العشوائية البسيطة لبرامج قناة اقرأ والرسالة، وطريقة العينة القصدية للقنوات الأخرى مع مراعاة:

- التنوع: لأن بعضها متشابهة في المحتوى، حيث تتناول السير أو الوعض أو غيرها.

وعليه ظهر أكبر عدد من البرامج التي عرضت على قناة اقرأ والرسالة وذلك لكثرتها وتنوع محتواها.

كما تم تحديد عدد الحلقات من كل برنامج بطريقة العينة العشوائية المنتظمة خصوصا البرامج التي تتوفر كل حلقاتها على اليوتيوب أما الغير متوفرة فاستعملت الباحثة في اختيارها طريقة العينة القصدية، فيكون مجموع الحلقات 241 حلقة.

2-2- مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها:

ويعني مجتمع البحث، في دراسات الجمهور جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث⁽¹⁾، ولكي يكون البحث مقبولا وقابلا للانجاز، لا بد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه، وأن نوضح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع⁽²⁾.

وعليه يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية لهذه الدراسة في الجمهور الجزائري المتابع للقنوات الإسلامية، وقد تم اختيار مدينة قسنطينة الواقعة في الشرق الجزائري حضرها وريفها، لأسباب تلخصت في:

- انتماء الباحثة لهذه المدينة.

- كونها مدينة مختلطة السكان فقد نجد فيها من نزح حديثا من الريف.

- وجود العديد من الجامعات والتي تضم طلبة وأساتذة من ولايات ومناطق مختلفة.

(1) - عمر محمد عبد الله الخرابشة: أساليب البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان الأردن، 2012، ص120.

(2) - موريس أنجوس: ترجمة مجموعة من الباحثين، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص299.

— توفرها على العديد من المدارس والثانويات.

— تنوع أحيائها بين الراقية والشعبية.

— تعتبر من الولايات الجزائرية المحافظة والتي افترضت الباحثة نسبة مشاهدة مرتفعة للقنوات الإسلامية.

وقد حاولت الباحثة تمثيل جل فئات النساء وفق المنهج الآتي:

— لجأت الباحثة إلى أسلوب العينة المتعددة المراحل، باختيار منطقتي الريف والحضر، ثم اختيار طبقات النساء المراد توزيع الاستمارة عليهن حسب نسبة تمثيل كل فئة في المجتمع، وبعد ذلك اختيار من تتابع القنوات الإسلامية منهن، وعليه تنوعت العينة بين: العينة الطبقية، والعينة العشوائية البسيطة، والقصدية.

أ- إجراءات تحديد عينة الدراسة الميدانية:

1- تم تحديد مجتمع البحث الإجمالي وهو مجموع النساء في مدينة قسنطينة^(*)، ولأنه يتعذر الوصول إلى هذه المعلومة بشكل دقيق، فقد قدرت الباحثة بناء على دراسات سابقة أن تختار 350 مفردة، حيث اعتبره الكثير من الباحثين عددا مقبول في دراسات الجمهور⁽¹⁾.

2- اختارت الباحثة بطريقة العينة الطبقية، أستاذات، وموظفات، وطالبات، وماكثات في البيوت، بالإضافة للريف والحضر، حيث تعتبر هذه الطريقة الأكثر شيوعا في دراسة الجمهور، وذلك

^(*) - حسب المعهد الوطني للإحصاء فرع الشرق، والكائن مقره بالدقسي، فقد بلغ إجمالي سكان قسنطينة، 943 111 مليون نسمة، لسنة 2015، 471 540 من الذكور و471 571 من النساء، وقد اعتمدت هذه الدراسة على فئة النساء أكثر من 18 سنة، والمتابعات للقنوات الإسلامية، ومنه تعذر التحصل على رقم صحيح، وعليه قررت الباحثة تقدير حجم العينة المختارة، كما هو موضح في المتن.

⁽¹⁾ - غادة عبد التواب اليماني: دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، (دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا) الإعلام دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام - جامعة القاهرة - العدد الثاني والثلاثون أكتوبر - ديسمبر 2008، ص 250.

حتى يضمن الباحث تمثيل الفئات المختلفة في العينة بنسبة تمثلها في المجتمع الأصلي⁽¹⁾، حيث خصصت الباحثة 250 استمارة للمدينة، و100 لريفها حسب ما هو متاح من إمكانية التوزيع في المنطقتين.

3- قصدت الباحثة اختيار جامعة الأمير عبد القادر لافتراض نسبة المشاهدة العالية للقنوات الإسلامية، كما تم اختيار باقي الطبقات بطريقة عشوائية، معهد البيطرة، جامعة قسنطينة 3، مقر الولاية، أحياء مختلفة من المدينة تنوعت بين أحياء راقية وعشوائية، كما اختيرت بالطريقة العشوائية البسيطة بلديات قسنطينة التي تمثل الريف في هذه الدراسة، وهي: بلدية أولاد رحمون، ديدوش مراد، عين عبيد.

4- بعد اختيار مناطق التوزيع قامت الباحثة بالاستعانة ببعض الباحثين، لتوزيع الاستمارة وذلك بسؤال المبحوثة عن مشاهدتها للقنوات الإسلامية ثم الطلب منها ملأ الاستمارة وإفهامها فحواها، وقد أسفرت عملية الاسترجاع عن 320 استمارة، وبعد فحصها وتدقيقها واستبعاد المهمل منها لأسباب تقنية، تم العمل على 289 استمارة.

ب- خصائص عينة الميدانية:

ب1- توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

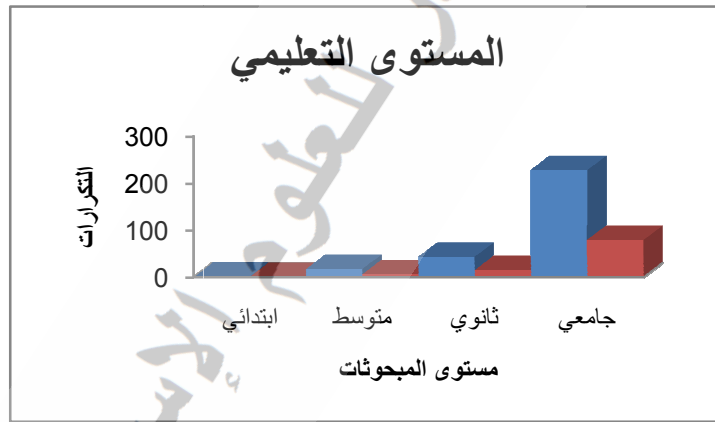
يوضح الجدول التالي توزيع الدراسة حسب المستوى التعليمي للمبحوثة، حيث توزع كالاتي:

(1) - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ص134. مرجع سابق

جدول رقم (2)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
3	1	ابتدائي
5.9	17	متوسط
14.9	43	ثانوي
78.9	228	جامعي
100	289	المجموع



الشكل رقم (1): يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

ب2- توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة:

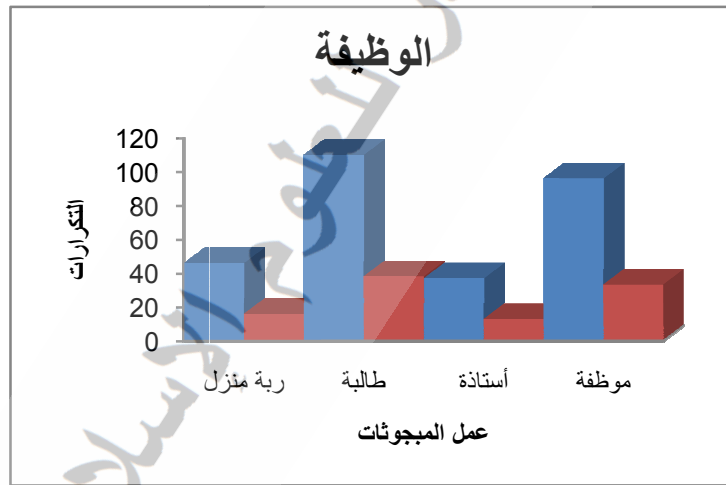
يوضح الجدول التالي توزيع الدراسة حسب العمل الذي تقوم به المبحوثة، حيث توزع

كالآتي:

جدول رقم (3)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة %
ربة منزل	46	15.9
طالبة	110	38.1
أستاذة	37	12.8
موظفة	96	33.2
المجموع	289	100



الشكل رقم (2): يبين توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

ب3 - توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية :

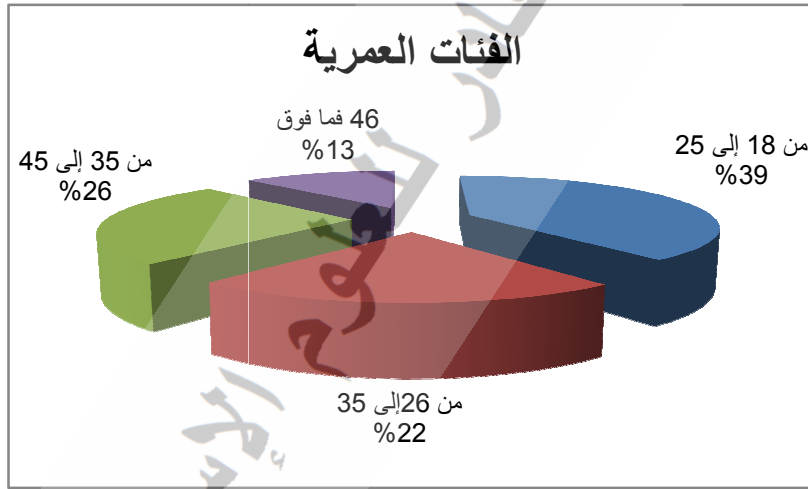
يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية التي تنتمي إليها المبحوثة، حيث

توزع كالآتي:

جدول رقم (4):

يبين توزيع العينة حسب الفئة العمرية

النسبة %	التكرار	السن
39.4	114	من 25-18
21.8	63	35-26
26.3	76	45-36
12.5	36	46 فما فوق
100	289	المجموع



الشكل رقم (3): يبين توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

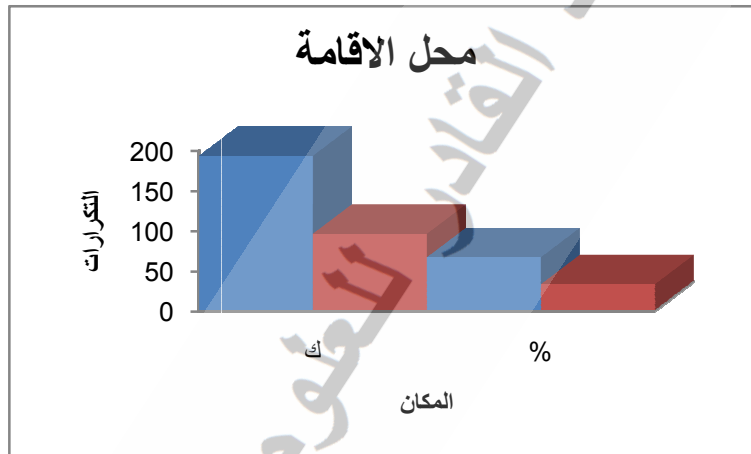
ب4- توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة:

يوضح الجدول التالي عينة الدراسة حسب مكان إقامة المبحوثة، حيث توزع كآلآني:

جدول رقم (5)

يبين توزيع العينة حسب مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
66.8	193	قسنطينة المدينة
33.2	96	ريف قسنطينة
100	289	المجموع



شكل رقم (4): يبين توزيع العينة حسب مكان الإقامة

3- أدوات الدراسة:

3-1- الاستبيان:

تعتمد الدراسة أداة الاستبيان لمسح عينة من الجمهور الجزائري المهتم بقضايا المرأة والمتابع للقنوات الإسلامية، فالدراسات الميدانية تسفر عن أنواع من البيانات يصعب الحصول عليها في المعمل (من خلال تحليل المضمون)، ومثال ذلك مدى تعرض الجمهور للرسالة موضع الاتصال، فقد استخدم أسلوب تحليل المضمون استخداما ناضجا في عدة دراسات إلى جانب البحث الميداني، وغيره

من وسائل البحث⁽¹⁾.

وعليه مرت الاستمارة بعدة مراحل تمثلت في التالي:

أ- تصميم استمارة الاستبيان وتحديد البيانات المراد جمعها:

بناء على الإشكالية المطروحة في المقدمة، والتساؤلات الفرعية للدراسة الميدانية، صممت الاستمارة لتغطي ثلاث محاور رئيسية:

- محور البيانات العامة: واشتمل الأسئلة من 1 إلى 5.

- محور دوافع الاستخدام، والمشاهدة: واشتمل الأسئلة من 6 إلى 8.

- محور أولويات القضايا التي يتابعها الجمهور: واشتملت الأسئلة من 9 إلى 12.

- محور درجة الاهتمام بالقضايا المطروحة: واشتمل الأسئلة من 13 إلى 18.

ب - الاختبار القبلي: pré-tes

بعد الانتهاء من إعداد الاستمارة في صورتها النهائية عرضت على أكاديميين متخصصين لتحكيمها في ضوء أهداف الدراسة، حيث استطاعت الباحثة تكوين رأي واضح فيما يتعلق بالاستمارة لتكون على الوجه المطلوب^(*)، وهو ما يعرف باختبار الصدق الظاهري حيث يتم التحقق منه عن طريق الاستعانة بمجموعة من المحكمين الذين يفحصون تكتيك الصحيفة ويقرون صلاحيته للتطبيق⁽²⁾.

كما تم اختبار استمارة الاستبيان لمعرفة البرامج المفضلة ومدى متابعة وتفضيل قضايا المرأة

⁽¹⁾ - شرام ماكلين وآخرون، المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، مراجعة د. نواف عدوان، المركز العربي للبحوث، 1988، ص 100.

* - ويتعلق الأمر: بالأستاذ عبد الله بوجلال: جامعة الأمير عبد القادر، الأستاذ فضيل دليو: جامعة قسنطينة 3، الأستاذ نصير بوعلي: جامعة الشارقة، الأستاذ مراد زعيمي: جامعة عنابة، الأستاذ بوبكر عواطي: جامعة الامير عبد القادر، الاستاذ نور الدين سكحال: جامعة الأمير عبد القادر

⁽²⁾ - سلوى إمام: الصدق والثبات في استمارتي الاستقصاء وتحليل المضمون، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، العدد 1، 1989، ص 43.

على القنوات الإسلامية، وذلك بعرض 15 استمارة على مجموعة من الأساتذات جامعة قسنطينة 3، ومجموعة من سيدات حي الشهداء قسنطينة، تضمنت أسئلة تأكيدية تقيس الشيء نفسه بأسلوبين مختلفين وبعد فحص الإجابات تم إعادة النظر في بعض الأسئلة التي بدت غامضة أو لم تؤدي الغرض من طرحها.

3-2-أداة تحليل المضمون:

كما اعتمدت الدراسة أداة تحليل المضمون لمسح عينة من القضايا المطروحة في البرامج محل الدراسة، وتحليلها بطريقة منتظمة وموضوعية وكمية، بهدف قياس المتغيرات⁽¹⁾، ذلك أن التحليل هو عملية تنسيق وتتابع منظم بين عدة عمليات⁽²⁾، وموضوع مركزي في كل العلوم التي تعنى بالإنسان⁽³⁾. أما أمثلة القضايا المراد الكشف عنها:

السياسية: المشاركة السياسية للمرأة، وحقها في الانتخاب ...

الاجتماعية: كعمل المرأة، واختيار شريك الحياة، والمشاركة في أمور البيت...

والقضايا التربوية: تعليم المرأة وخروجها من المنزل، وطرق تأديب الفتاة...

والقضايا الاقتصادية... الخ .

أ-استمارة التحليل:

اتبعت الباحثة جملة من الخطوات المنهجية لبناء استمارة التحليل، تمثلت في:

أ1-البيانات الأولية: تحديد البرامج بأسمائها، والقناة مصدر البرنامج، السنة التي عرض أو

مازال يعرض فيها البرنامج، عدد الحلقات، والمجموع الزمني للحلقات المراد تحليلها.

(1) -أنظر تعريف تحليل المضمون: روجر وبمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح خليل أبو أصيب، ط1، صبرا للطباعة والنشر، سوريا 1989، ص205.

(2) -كريم محمد حمزة، تحليل المضمون، الخطاب كمادة للبحث، ط1، در مكتبة البصائر، بيروت، لبنان، 2012، ص67.

(3) -holsti R : Content Analysis for The Social and Humanities , California-Addison Co ,1969-p1

أ2- وحدات التحليل: وتمثل العناصر التي من خلالها نستطيع قياس المعنى الظاهر للمحتوى، لأن تقسيم المضمون إلى وحدات أو فئات أو عناصر معينة يساعد على دراسة كل عنصر أو فئة حسب التكرار الخاص بها لإثبات نسبة حضور هذه الفكرة أو هذا الشخص أو هذا المعنى...⁽¹⁾، كما أن وحدة التسجيل أو العد هي أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة موضوع البحث⁽²⁾. وقد تمثلت في:

- وحدة الموضوع: وهي عبارة عن المواضيع الرئيسية الذي تدور حولها حلقات البرنامج التلفزيوني الموجه للمرأة.

- الوحدة الطبيعية للبرنامج التلفزيوني: تستخدم هذه الوحدة على اعتبار أن كل برنامج من البرامج المراد تحليلها هو وحدة تحليل، وذلك للتعرف على كيفية معالجة برنامج المرأة للقضايا.

- وحدة الشخصية: وتم استخدامها للتعرف على طبيعة الشخصية التي ظهرت في برنامج المرأة، وخصائصها وعلاقتها بقضايا المرأة.

- وحدة الزمن: وتم استخدام هذه الوحدة للتعرف على المساحة الزمنية التي تشغلها برامج المرأة، على الفضائيات الإسلامية

- وحدة الفقرة: وتم استخدام هذه الوحدة للتعرف على طبيعة الأسانيد والحجج، والقوالب البرمجية، التي استخدمتها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية لإبراز قضاياها

(1) - أحمد أوزي: منهجية البحث وتحليل المضمون، ط2، مطبعة النجاح الجديدة، المغرب، 2008، ص116.

(2) - المرجع نفسه، ص116.

ب- فئات التحليل: يعتمد بناء فئات التحليل على أهداف الدراسة وفروضها، وهناك عدة اعتبارات في اختيار الفئات، فلا تكون واسعة أو مضيقة بحيث لا تكون النتائج ذات مغزى.⁽¹⁾ ويوجد نوعان من الفئات، فئات الشكل، وفئات المضمون، وقد تم توظيفها في هذه الدراسة كما يلي:

ب1- الفئات الخاصة بالشكل، كيف قيل؟:

- فئة القوالب البرمجية: الحديث المباشر، حديث مباشر مع جمهور، مجلة تلفزيونية، برنامج تعليمي، برنامج حوار.

- فئة الأساليب الفنية: القصة السردية، الومضات التعليمية، التقارير، المناقشة

- فئة المدد المخصصة للعرض: أقل من 10د، بين 10د و20د، بين 20د و30د، بين 30د و60د، 60د فما فوق.

- فئة كيفية عرض القضايا: الاستمالات العاطفية، استمالات الخوف، الاستمالات العقلية.

- فئة أسلوب عرض حلول للقضايا:

* طبيعة الأسلوب: الاتزان، الهجوم، الغضب اليسير.

* فئة زوايا العرض: المعارض فقط، المحايد فقط، الجانبين معا.

* فئة طرح الحلول للقضايا: اقتراح البدائل والحلول، مجرد طرح دون اقتراح الحلول والبدائل،

مخاطبة الجهات المسؤولة، دعوة وسائل الإعلام لتبني القضية.

* فئة اللغة المستخدمة: عربية فصحي، عربية بسيطة، لهجات محلية، مختلطة.

(1) - نهي عاطف عدلي العبد: دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، يوليو، 2006، ص54.

- فئة طبيعة القائم بالاتصال: من حيث الجنس، من حيث العمر، من حيث التكوين.

ب2- الفئات الخاصة بالمضمون، ماذا قيل؟:

- فئة القضايا العامة: اجتماعية، صحية، جمالية وفنية، دينية، اقتصادية، واقعية

*- فئة الموضوعات الفرعية:

الاجتماعية: الخلافات الزوجية، الطلاق، أساليب تربية الأبناء، إهمال المرأة لنفسها بعد الزواج، إهمال الرجل للمرأة الحقوق الزوجية المشاركة في الحياة الزوجية وقراراتها، تأخر سن الزواج.

الصحية: الرعاية الصحية، أمراض تعاني منها المرأة، الصحة النفسية، الصحة الانجابية، نمو الأبناء وصحتهم، المرأة وممارسة الرياضة.

الجمالية والفنية: الديكور والمزل، جمال المرأة وأناقتها، الطبخ.

الدينية: التربية الإيمانية، مسائل المرأة الفقهية (الحيض، النفاس، العدة...)، الوعظ والإرشاد (البعث، الموت)، السير والتراجم.

التربوية: إبراز النماذج النسائية المشرفة، دور المرأة في العمل الأهلي والتطوعي.

قضايا واقعية: العنف ضد المرأة، التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم.

اقتصادية: إدارة المرأة للمشاريع، الفئات الفقيرة من النساء، اهتمامات المرأة الريفية.

فئة القضايا الدينية الخلافية: تعدد الزوجات، التمكين السياسي للمرأة، المسائل المتعلقة بالحجاب، خروج المرأة للعمل، الاختلاط.

- أسانيد التأييد والمعارضة لقضايا المرأة: خبرات شخصية وواقعية، أمثلة تاريخية، أسانيد دينية، نصوص قانونية، توصيات مؤتمرات، توجهات المسؤولين.

4- اختباري الصدق والثبات:

4-1- صدق التحليل:

يقصد به مدى صدق الأداة التي تستخدم في تحليل المضمون، بحيث يساهم في التأكد من كونها تقيس ما ينبغي قياسه بالفعل، وللتحقق من ذلك تم تحليل 26 حلقة من بعض البرامج (بما يوازي 10% من إجمالي العينة)، وبناء على نتيجة الاختبار تم تعديل بعض فئات التحليل لتكون الاستمارة جاهزة للتطبيق، كما تم عرضها على مجموعة من المحكمين بغرض تقييم مدى موافقة فئات التحليل لأهداف الدراسة، وعليه تم التوصل إلى الصياغة النهائية لاستمارة التحليل.

4-2- ثبات التحليل:

قامت الباحثة بحساب الثبات الظاهري دون اللجوء إلى المعادلات الإحصائية لأنها غالباً ما تعطي النتيجة نفسها، وذلك بتسجيل البرامج وتفريغها في جداول تكرارية في ضوء أهداف الدراسة كما هو موضح سابقاً، تم قامت بتحليلها وتفسيرها، وأعيدت نفس العملية بعد أسبوعٍ للتحقق من ثبات عملية التحليل.

المدى الزمني للأجندة: تقوم هذه الدراسة على مرونة اختيار الإطار الزمني الملائم، وهذا ما ذكره كثير من الباحثين مثل زكريا أحمد^(*)، وتعتمد على فرضية التأثير الطويل للأجندة.

5- العمل الميداني:

بعد الانتهاء من الإعداد النهائي لاستمارتي التحليل والاستقصاء، وبعد أخذ موافقة المشرف لتوزيع الاستمارة وبداية التحليل، باشرت الباحثة عملية التوزيع بما وسعها من إمكانات، معتمدة على شبكة علاقات متمثلة في الأصدقاء والأقارب والزملاء والطلبة، في فترة شهر - جوان 2016، وقد واجهت الباحثة عدة صعوبات متعلقة بالتوزيع منها:

- صعوبة التوزيع في الريف، وفي الأحياء، لظروف التنقل وقلة اهتمام المبحوثات بالبحث

العلمي.

(*) - و الذي سيأتي بيانه في فصل الأجددة

- ناهيك عن عدم متابعة جمهور النساء لبرامج المرأة المعروضة على القنوات الإسلامية، فنجد مثلاً: أن جل أستاذات جامعة الأمير عبد القادر أبدوا عدم مشاهدتهم لهذه البرامج ناهيك عن مشاهدة التلفزيون أصلاً، ورفضوا ملاء الاستمارة، وبعد استرجاع الاستمارات والذي وصل حتى شهر جويلية، قامت الباحثة بعملية الفرز للتفريغ النهائي.

- أما بالنسبة لتحليل البرامج، فبعد اطلاع الباحثة على برامج المرأة الخاصة بالقنوات الإسلامية على اليوتيوب، ومواقعها على شبكة الانترنت، وصفحاتها على الفيسبوك، ومتابعة بعض القنوات مدة أسبوع، والتأكد من درجة الصدق والثبات، باشرت عملية التحليل، وقد جوهت بعدة عوائق منها:

-عدم التعاون من قبل المشرفين على مواقع القنوات المراد دراستها، حيث راسلت الباحثة العديد من المواقع، وراسلت العديد من الإعلاميين القائمين والمشرفين على البرامج ولكن دون جدوى وهو ما أخذ منها وقتاً طويلاً.

-عدم توفر الكثير من البرامج على اليوتيوب.

6- المعالجة الاحصائية للبيانات:

اعتمدت الدراسة في تحليل بياناتها على برنامج spss وفق المنهج الآتي:

-التكرارات والنسب المئوية للتعرف على صفات أفراد العينة، وتحديد الاستجابات والترتيب المختلف لكل سؤال.

-المتوسط الحسابي المرجح أو الموزون أو المنتاسق لمعرفة مدى ترتيب استجابات المبحوثات حسب أعلى متوسط حسابي⁽¹⁾.

- اختبار كا²، حيث يستخدم هذا الاختبار لمعرفة هل توجد علاقة بين أي خاصيتين من خواص المجتمع أم لا، وبمعنى آخر هل إحدى الخاصيتين متأثرة بخاصية أخرى أم لا تكون متأثرة بها،

(1) -محمد كشك: مبادئ الاحصاء واستخداماتها في مجالات الخدمة الاجتماعية، دار الطباعة الحرة، ط1، الإسكندرية، 1996، ص89.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ومثاله في الدراسة التي بين أيدينا هل الاهتمام بالبرامج، والقضايا سوف يكون متأثراً بالسن أو بالمستوى التعليمي أم بمحل الإقامة.

-معامل الارتباط الرتب سبيرمان "ر" ومعامل الارتباط بيرسن لقياس العلاقة بين المتغيرات، واختبار الأنوفا التباين بين المتوسطات.

الأستاذ
عبد القادر للعطوم الإسلامية

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

أولاً: بدرجات نظرية الأجنرة ومراحل تطورها
ثانياً: مستويات وضع الأجنرة والعوامل المؤثرة فيها
ثالثاً: الاتجاهات الحديثة في نظرية الأجنرة والنقد الموجه
لها
رابعاً: ترتيب الأولويات في الإسلام

تمهيد:

خلال عقد الثمانينات من القرن الماضي بدأت عملية التحول من النموذج الإقناعي إلى النموذج الصحفي، فالنموذج الإقناعي يسعى لتقييم ممارسات وسائل الاتصال والإعلام على أساس فعاليتها في تهيئة الجماهير وتحريكها، بينما النموذج الصحفي يسعى إلى التأكيد على دور وسائل الإعلام كأدوات لتزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة لهم في عقد مفهوم اختبارهم حول الشؤون والقضايا العامة.

وعليه استلزمت هذه النظرية الجديدة جيلا من الباحثين الذين جمعوا بين الخبرة في حقل الدراسات الاجتماعية والنفسية والسياسية إلى جانب انخراطهم في حقل العمل الصحفي وهؤلاء تبلورت لديهم فكرة قيام وسائل الإعلام بدور رئيسي في تزويد الجمهور بالمعلومات لا في إقناعهم ومن هنا بدأ تركيز هؤلاء الباحثين على دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على المستوى المعرفي أكثر من التأثير على الاتجاه⁽¹⁾.

ولفهم أكبر لدور الإعلام داخل المجتمع ساعدت نظرية الأجندة على تغيير التركيز على تأثير وسائل الإعلام على المدى القصير، بل ساعدت على تحليل تأثيرها الاجتماعي الطويل⁽²⁾.

(1) - بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2011، ص91.

(2) - Everett M Rogers, James w Dearing, Dorine Bregman, the anatomy of agenda-setting research, journal of communication, 43(2) spring, 1993, p68-81.

أولاً: بدايات نظرية الأجندة ومراحل تطورها

1- بدايات ومفهوم نظرية الأجندة:

تعد نظرية الأجندة من أهم الأطر النظرية الإعلامية التي عنيت بدراسة اهتمامات كل من وسائل الإعلام وجمهورها بالمحتوى الإعلامي، وبناء على ذلك فإن بحوث وضع الأجندة تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع⁽¹⁾، كما تتصل نظرية وضع الأجندة في أساسياتها بقدرة وسائل الإعلام الإخبارية على إبراز أهمية القضايا السياسية لدى الجمهور، وبشكل مبسط تقترح أن لوسائل الإعلام دورها في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث، أو الشخصيات أو القضايا المعنية وعبر تكرارها لهذه العملية ومن واقع الاتساق بين ما تقدمه وسائل الإعلام، يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسائل الإخبارية بما يقوده للتصديق والاعتناق الفعلي بأهمية و بروز هذه الأحداث والشخصيات والقضايا دون غيرها⁽²⁾.

لذلك يقول ستيفن باترسن Steven Paterson : (إن نظرية ترتيب الأولويات هي النظرية التي تبرز بها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق ردود فعل الحكومة)⁽³⁾.

إن مفهوم وضع الأجندة لم تتم صياغته لأول مرة مع دراسة كل من Mccombs&Shaw عام 1972 والتي اختبرت هذا المفهوم إمبريقيا، ولكن بملاحظات برنارد كوهين لعدة سنوات ماضية في مجال الصحافة والسياسية الخارجية، مفادها بأن الإعلام غير ناجح في إخبارنا عن ما نفكر، لكنه ناجح في إخبارنا عن ما نفكر حوله، بتجسيد هذه الملاحظة حول قدرة الإعلام للتركيز على الرأي العام، وهو كذلك ناقش مفهوم الحالة النفسية للجمهور، والتي عندما تقدم وسائل الإعلام موضوع وعندما

(1) - عادل صادق محمد رزق، دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 87.

(2) - محمد بن سعود البشر: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، ع 83، 2003، ص -45

(3) - محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مكتبة نانسي دمياط، مصر، 2006، ص -61.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

يفكر فيه الناس ويتكلمون عنه فهناك بعض الصفات المحددة بصفة هائلة وأخرى تذكر بصفة نادرة⁽¹⁾.

وهذا هو مفهوم ترتيب الأولويات رغم أن كوهين لم يستخدم مصطلح Agenda-Setting بالنص⁽²⁾.

والفرضية التجريبية الأولى لوضع الأجندة كانت تدور حول كون الأخبار الإعلامية هي المصادر الأولية للمعلومة السياسية، فمؤسسي وضع جدول الأعمال صرحوا أن الناخبين تعلموا من الكمية الكثيفة لمعلومات الأخبار خلال الحملة الانتخابية حيث أن المواضيع المعروضة في الأجندة يمكن أن تشمل أي شيء يجلب انتباه الصحفيين والجمهور⁽³⁾.

وبالتالي التأثير على بروز سلوكياتهم نحو المسائل السياسية⁽⁴⁾.

كما توافرت بعض الأدلة القوية على وجود علاقة الارتباط النسبي بين بروز الخبر بوسائل الإعلام وبروزه لدى الجمهور، ففي سلسلة من الدراسات الممتدة عبر فترات زمنية مطولة حول وضع الأجندة توصل، "فونكهاوزر" Funk-Houser 1973⁽⁵⁾ وكذلك "ماكوين" و"ماكوبس" Mackuen & Coombs (1981) إلى عدم اعتماد وسائل الإعلام في تغطيتها الخبرية للقضايا العامة كحرب فيتنام، ومشكلة المخدرات على مؤشرات مستمدة من الواقع الحقيقي بقدر ما سعت لإبراز بعض القضايا المعينة حتى وإن كانت في الحقيقة أقل جدية وأهمية، والأغرب من ذلك هو أن اعتقاد الجمهور بأهمية هذه القضايا غالبا ما يتسق مع طريقة تغطيتها الخبرية أكثر من قيامه بالاعتماد على

⁽¹⁾ -Maxwell Mccombs, the agenda -setting role of mass communication mass media and public opinion, Egyptian journal of public opinion research , quarterly published public opinion research center faculty of mass communication-Cairo university, volume (1), number (2), april-june 2000p.3

⁽²⁾ -خالد بن سعيد بن عامر الصواعي: دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المحلية لدى الرأي العام، ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص54.

⁽³⁾ Maxwell Mc combs, the agenda -setting role of mass communication mass media and public opinion, p4.

⁽⁴⁾ Linda jean kensicki, second level Agenda Setting A study of integration and PRGRESS? Quarterly published by public opinion Research Center Faculty of Mass COMMUNICATION- Cairo university, volume (1) Number (2), April- June 2000, P85.

⁽⁵⁾ G.RFUNK-HOUSER(1973).THE Issues of tThe Sixities :

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

مؤشرات حقيقية واقعية⁽¹⁾.

وقد شمل وضع الأجندة ثلاث أنواع هي:

الأجندة الإعلامية، الأجندة العامة وأجندة السياسة.

الأجندة الإعلامية: هي مجموعة مواضيع تقدمها المصادر الإعلامية (مثلا: الصحف، التلفزة، الإذاعة)

الأجندة السياسية: تقدم فيها المواضيع التي يتبناها صناع القرار (المشرعين للقانون).

أجندة الجمهور: المواضيع التي يعتقد الجمهور أنها بارزة بصفة خاصة⁽²⁾. وتكون أجندتهم.

وعلية فعلية وضع الأجندة Agenda-Setting Process تتضمن ثلاث اتجاهات بحثية متميزة هي:

الاتجاه الأول: وضع أجندة الجمهور Public Agenda- Setting وتتخذ من أولويات

اهتمامات الجمهور متغيرا تابعا لها، وقد بدأ هذا الاتجاه البحثي على يد McCombs Show عام

1972.

الاتجاه الثاني: وضع أجندة السياسية العامة Policy Agenda- Setting وتتخذ من

أولويات قضايا السياسية العامة ودوائر صنع القرار، وأولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا لها،

بينما تمثل أولويات اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل.

الاتجاه الثالث: وضع أجندة وسائل الإعلام Media Agenda- Setting وتتخذ من

أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيرا تابعا لها، وقد انبثق هذا المجال البحثي مرتبطا بالدراسات

الاجتماعية.⁽³⁾

⁽¹⁾ Elizabeth M, Perse (2001). Op cit P98-99. نقلا عن: محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام، ص-62

⁽²⁾ Katherine miler: Communication théories, perspectives, processus, and contexts, Library of congres, United states of America, 2002, p258.

⁽³⁾ Rogers Dearing, 1993, 11. نقلا عن: أ.د بسبوني حمادة: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة كلية الصحافة

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

والمجالات البحثية لوضع الأجندة في تطور مستمر يوماً بعد يوم، ويتضاعف التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي نتيجة اكتشافه للأدوار الفاعلة التي تمارسها الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في حياتنا السياسية والاجتماعية.

وقد تعمق الباحثون في اتجاهات بحثية نظرية ومنهجية جديدة خارج نطاق المفهوم الأول لوضع الأجندة⁽¹⁾. وقسموها إلى أربع أجندات مميزة في عملية وضعها: مصدر الأجندة، الأجندة الإعلامية، أجندة الجمهور والأجندة السياسية وكل منها مرتبطة بالأخرى بعوامل معلوماتية سلوكية ومؤسسية، معظم البحث في وضع الأجندة الإعلامية اقترنت بالحيطنة من إدراك الجمهور واهتمامه بالمسائل أو المشاكل التي تركز عليها وسائل الإعلام وعن زمن بروزها والرأي العام حول الفاعلين الأشخاص والعلاقة المرتبطة بين الأداء الإعلامي والرأي العام⁽²⁾.

ولأن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، فإنه وحسب جيمس كونان (1951)، فقد تميزت نظرية الأجندة بثلاث خصائص هي:

أ-تطورها التاريخي المستمر.

ب-قدرتها على إدماج عدد من أبحاث الاتصال في المجالات الفرعية تحت لواء نظري موحد.

ج-استمرار القدرة على استقصاء المشاكل الجديدة للبحث بواسطة وضعيات اتصالية متنوعة وكل واحد من هذه الخصائص هو مفهوم مميز للبحث في وضع الأجندة لخمسة وعشرون سنة من تاريخ ظهور مكان لسوق الأفكار⁽³⁾.

⁽¹⁾-Maxwell E McCombs &Donald L Shaw , The Evolution of Agenda-Setting Reseach: Twenty- Five Years in the Marketplace of Ideas, Journal of Communication, Spring, 1993, vol43 no 2,p 62.

⁽²⁾-Dr.basyouni Ibrahim hamada, Islamic cultural theory, arab Media performance, and public opinion,Egyptian journal of public opinion research,quarterly published by public opinion research center faculty of mass communication-cairouniversity,volume(1),number(1),January-martch 2000, 62.

⁽³⁾-Ibid, P58-68.

2-مراحل تطورها:

يلخص كل من Bryant .Thompson مراحل تطور بحوث وضع الأجندة في أربع مراحل هي⁽¹⁾.

-مرحلة الأولى: وتمثلها دراسة McCobs. Shaw عام 1972 والتي أثبتت نتائجها أن اهتمام الجمهور العام بالقضايا يتأثر باهتمام المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام بالقضايا ذاتها.

-المرحلة الثانية (التكرار): عندما كرر هذان الباحثان عام 1977 تطبيق افتراضات نظرية وضع الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى الناخبين، وقد أكدت نتائجها على أن هؤلاء الناخبين الذين يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الإعلام تتأثر أجندة اهتمامهم بالقضايا المختلفة المطروحة ضمن أجندة هذه الوسائل.

-المرحلة الثالثة: (دراسة المتغيرات الوسيطة): بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبتكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد والتحليل الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الإعلام ومثليتها لدى الجمهور، فإن دراسات أخرى تالية أكدت نتائجها على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة.

وتعد دراسة Weaver.Grabner, McCombs.Eyal التي أجروها على الناخبين أثناء حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1976 دراسة رائدة في هذا المجال، فقد كشفت نتائجها عن وجود تأثيرات لمتغيرات أخرى وسيطة كالمهنة والمستوى التعليمي ومحل الإقامة، وكلها متغيرات تلعب دورا مؤثرا في تحديد أولويات اهتمام الناخبين إضافة لتأثير الأجندة الإعلامية⁽²⁾.

-المرحلة الرابعة (التساؤل عن وضع أجندة وسائل الإعلام): ويمكن أن نطلق عليها أيضا مرحلة الانتقال لدراسات بناء الأجندة.

⁽¹⁾ _ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل الاهتمامات ووسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشرة والتوزيع، ط1، 2009، ص17.

⁽²⁾ _ المرجع نفسه، ص 18.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

على الرغم من أن جميع الدراسات الأولى التي اختبرت نظرية وضع الأجندة برهنت على صحة افتراضاتها من خلال إجراء الدراسات الميدانية، إلا أن مرحلة الاختبار التجريبي لافتراضات النظرية نفسها تمثل مرحلة مهمة ضمن مراحل تطور تلك النظرية، حيث يصنف الباحثون أنواع دراسات وضع الأجندة لأربعة أنواع، ويعد النوع الرابع منها الأكثر ملائمة لإجراء مثل هذه الدراسات التجريبية، ففيها النوع "يقوم الباحثون بدراسة بروز قضية واحدة في ذهن الفرد وغالبا ما يحدث ذلك من خلال التجريب"⁽¹⁾.

وتمثل الدراسات التجريبية التي أجراها Shanto Iyengar الأستاذ بجامعة Yale وزميله Peters. Kinder عام 1982 دليلا تجريبيا للبرهنة على تأثيرات وضع الأجندة⁽²⁾.

ومن أمثلة هذه الدراسات التجريبية التي برزت ضمن التطبيقات البحثية لنظرية وضع الأجندة الدراسة التي أجراها Protess وآخرون حول وقوع جريمة اغتصاب بمدينة شيكاغو الأمريكية، ثم تعريض عينه من الجمهور قوامها 347 مفردة للتحقيقات التي نشرتها جريدة The Chicago Sun Times، وأعقب ذلك سؤال هؤلاء المفحوصين عن القضايا التي تتصف بالخطورة في هذه المدينة، وقد خلصت نتائج هذه الدراسة إلى البرهنة على صحة افتراضات نظرية وضع الأجندة ووجود علاقة سببية بين أجدتي كل من الصحف والجمهور، حيث برز ذلك من خلال إعطاء هؤلاء المفحوصين لهذه الجريمة ترتيبا متقدما ضمن أهم القضايا الخطيرة التي تواجهها مدينتهم⁽³⁾.

ويوضح Mcquali ذلك بتأكيد أنه يشار أحيانا لتأثيرات الاستشارة المعرفية خاصة في بحوث الاتصال السياسي باعتبارها شكلا محددًا ضمن عملية وضع الأجندة.

وتشير الاستشارة المعرفية إلى قدرة وسائل الإعلام على التأثيرات في أحكام الجمهور ومعايير

⁽¹⁾- young jae choi, Creating a dynamic agenda-setting model, public opinion, Egyptian journal of public opinion research, quarterly published by public opinion research center faculty of mass communication- Cairo university, volume(1),number(1),January-march, 2000, P118.

⁽²⁾ _ أحمد زكريا أحمد: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، ص 19.

⁽³⁾ _ يمكن الاستفادة مما كتبه غنام: ص 36.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

تقييمه للشخصيات والمؤسسات السياسية⁽¹⁾.

وعليه نجد أن نظرية وضع الأجندة (الأولويات) شهدت العديد من التعديلات لعل من أبرزها ما قام به الباحثان Rogers, dearing وأسمياه بمفهوم "بناء الأولويات" ولا يقتصر هذا المفهوم على دراسة تأثيرات وسائل الإعلام من المنظور الفردي بل يشمل كذلك تأثيرات هذه الوسائل على مستوى أكثر شمولاً واتساعاً يضم المجتمع ككل، وقد أوضح lang, lang الإضافات الجوهرية التي قدمتها هذه النظرية في النقاط التالية:

- لم تكتف هذه النظرية بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور فقط كما فعلت نظرية- وضع الأولويات - بل تدرس التفاعل بين وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع (الحكومة/الجمهور/جماعات الضغط).

-اهتمت النظرية بدور القائم بالاتصال في عمليات ترتيب القضايا بعد انتقائها وإبرازها لجذب اهتمام الجمهور- وإن تجاهلت خصائص الجمهور (الديموغرافية والنفسية) التي ركزت عليها نظرية وضع الأجندة.

-تدرس هذه النظرية- كعملية تجميعية- التفاعل بين العناصر الموجودة في المجتمع والتكامل بينها وقد أشار إلى أهمية إضافة أولويات السياسة العامة لأولويات الوسائل والجمهور.

-حاولت هذه النظرية التعرف على كيفية تحويل بعض الموضوعات التي تهتم بها وسائل الإعلام المختلفة لقضايا عامة تلتفت إليها كافة الفئات والطبقات في المجتمع مما يوجد نوعاً من المشاركة والتفاعل بين هذه الفئات.

-أوضحت هذه النظرية أن وسائل الإعلام تؤثر بعمق في الأسلوب الذي يحدد به المجتمع اهتماماته وبالتالي يشير المؤسسات المختلفة في المجتمع لاتخاذ القرارات بشأن هذه الاهتمامات.

⁽¹⁾ _ لاستزادة فيما يخص النظرية ينظر: أماني السيد: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، أكتوبر/ديسمبر 1999، ص 56.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

-اكتفت نظرية البناء بالتأثيرات المعرفية المتوقع حدوثها من خلال وسائل الإعلام المختلفة أي زيادة معارف الأفراد بشأن قضاياها المختلفة.

-أكدت هذه النظرية على أن الجمهور نشط وإيجابي يتفاعل مع وسائل الإعلام والمجتمع بقضاياها المختلفة.

-لم تكتف هذه النظرية بمنهج أو هدف معين بل استخدمت الدراسات العديدة التي اتخذت من هذا المدخل إطارا نظريا لها عدة مناهج.

الأول: حاول تحديد العوامل التي تؤثر في عملية بناء الأولويات (دور القادة السياسيين /البيروقراطية /جماعات الضغط/الجمهور/وسائل الإعلام وغيرها).

الثاني: استخدم هذا المدخل للتأثير على بعض المشاكل الاجتماعية مثل: الانحراف والعنف وغيرهما⁽¹⁾.

ومنه فقد أصبح التوجه البحثي الجديد لدراسات وضع الأجندة هو النظر للنتائج المترتبة على عملية وضع الأجندة وسماقتها.

(1) _ أماني السيد فهمي: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، 1999، ص 57.

كذلك يمكن الاطلاع على مميزات نظرية الأجندة في دراسة:

Gerald M kosicki , problems and opportunities in agenda-setting research., journal of communication, 43(2) spring, 1993,p 100-126

ثانيا: مستويات وضع الأجندة والعوامل المؤثرة فيها

1- مستويات وضع الأجندة:

إضافة إلى العوامل المفاجئة التي يمكن أن تؤثر على وضع الأجندة، فقد وسع علماء آخرون النظرية إلى مستويات مختلفة:

فمثلا ماكوبس وشو ويفر (1997) فرقوا بين المستوى الأول والثاني لوضع الأجندة.

1-1- المستوى الأول:

يعتمد المستوى الأول من دراسات الأجندة على دراسة التأثيرات الخاصة بوسائل الإعلام وقياس كيفية انتقال وترتيب الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور⁽¹⁾، ومن المهم ذكر أن دراسات المستوى الأول لوضع الأجندة ركزت على النتائج السلوكية، فالبحث في المستوى الأول لوضع الأجندة بين بأن نتائج السلوكيات متوقعة حين التعرض لمحتوى الإعلام والاعتراف بأن الإعلام في الواقع يقول للجمهور عن ما يفكر فيه⁽²⁾

1-2- المستوى الثاني:

أما المستوى الثاني لوضع الأجندة فيخوض خلافا لذلك في صفات الأشياء، ففي هذا المستوى لا يقترح الإعلام ماذا يجب على الجمهور أن يفكر فيه لكن أيضا يؤثر على كيفية تفكير الناس في المسألة، يعني أن هذا المستوى يقترح بأن الإعلام في الواقع يؤثر بإخبار الجمهور عن ما يفكر فيه.

تقول غانم (1997): " إذا كانت الصفات هي " حجج مقنعة" فإنها تستطيع أن تؤثر على بروز الموضوع في الأجندة العامة، في هذه الحالة ليس فقط حجم التغطية مثلما هو الحال في المستوى الأول لوضع الأجندة بل أيضا نوع التغطية يمكن أن يؤثر على اهتمام الناس بالمسألة، الصفات يمكن

¹ -مرفت كامل الطرايشي: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا السياحية لدى الجمهور المصري، دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع11، يوليو، 1999، ص169.

⁽²⁾ -salma I. Ghanam: Compelling Arguments: The Influence of Attributes on Issue Salience, published by public opinion Research Center Factually of communication .Cairo university, volume (1), Number (2), April-JUNE 2000. P34.

الفصل الثاني:نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

أن تختلف اعتمادا على الثقافة، الحدث الذي شملته التغطية، وكذلك يمكن أن يتغير مع الزمن⁽¹⁾. وهذا المستوى الثاني قد يقترح اختيارات يضعها إعلاميون محترفون يكون تأثيرها عميق على أفكار الجمهور حول هذه المسألة وغيرها.

رغم أن نظرية وضع الأجندة قد اقترحت كنظرية تجميع المستوى (بمعنى أن توزيع الرأي العام مبني على توزيع التغطية الإخبارية)، تحول بعض العلماء إلى مستوى استغلال الآليات التي من خلالها قد تؤثر الأجندة الإعلامية على التقدير الفردي لما هو هام، وهنا استعملت مسألة الأولوية في مجالها الاجتماعي، العقلي والنفسي في أبحاث وضع الأجندة⁽²⁾.

مما سبق نخلص إلى وجود فرضيتان سياسيان توضحان كيف أن مسألة يغطيها الإعلام تؤثر على تفكير الجمهور حول مسألة ما في المستوى الأول والفرضية الثانية للمستوى الثاني عن كيفية تغطية المسألة في الإعلام وتأثير التنبؤات على الأجندة العامة، وبالتالي فإن كلا المستويين لوضع الأجندة متوازيان في توضيح ترابط المتغيرات والاختلاف الوحيد بينهما هو في كيفية فهم المتغيرات، فالمستوى الأول يرى أن المتغير المستقل للأجندة الإعلامية كأشياء، الثاني يعبر عن المتغير المستقل للأجندة الإعلامية كصفات ونفسه صحيح بالنسبة للمتغير التابع في الأجندة العامة على المستوى الأول يقدر كبروز للمسألة وعلى المستوى الثاني كبروز للصفات.

المستوى الثاني لوضع الأجندة لم يتعزز حتى أواخر منتصف التسعينات، وحاليا هذا المستوى الثاني يفحص مفاهيم الصفات وكذلك الأشياء وكما ذكر ماكوب فإن المثال الممتاز لهذا المستوى كانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية، حيث أنه وفي أواخر 1981 توصل الباحثون إلى التناغم بين أجندة الصفات الموجودة في جريدة شيكاغو وأجندة الصفات في أوصاف الجمهور لجيمي كارتر وجيري فورد، ومثال آخر: عندما طرحوا تناسق بين أوصاف المترشحين الممنوحة من طرف ناخبين

⁽¹⁾-Salma I. Ghanam: Compelling Arguments: The Influence of Attributes on Issue Salience public opinion research ,p32

⁽²⁾-Katherine Miler: communication theories: perspectives, processes, and contexts, library of congress, united states of america,2002, p258.

في نيويورك والتغطية لصفات المترشحين في صحيفة نيوزويك.

هذه الدراسات السابقة لم تشكل المستوى الثاني لوضع الأجندة، لكن خدمت إدراج ما يسمى تقليد-مستمر للاندماج والتقدم في البحث لوضع الأجندة⁽¹⁾.

ومنه فالبحث في وضع الأجندة يقترح وجود علاقة بين بروز الصفات في الأجندة الإعلامية وبروز الشيء في الأجندة العامة وبالتالي الأجندة الأولى قد تؤثر على الأجندة الثانية.

لقد استطاع وضع الأجندة قلب نظريات وسائل الاتصال من تأثيرها التقليدي الضعيف _دراسات وضع الأجندة اليوم_ وبحث التأثيرات الفكرية وفهم الحوافز الجماهيرية وأي تغيرات تنتج عن السلوكات للإجابة عن التأثير القوي للصور الإعلامية على الأذهان⁽²⁾.

2- المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة:

اقترح شافي وويلسون (1977) بأن واضعي الأجندة يجب أن يلاحظوا تنوع الإعلام والمضمون وغموض عدد المرات التي طرحت فيها المواضيع الحساسة.

ومثل ويفر فهما، تضمن فكرة التفكير كمطلب للتمييز بين هذه المواضيع، وأضاف بيكر (1979): "البحث في وضع جدول أعمال يسير بمقاييس متنوعة لكل من أجندة الإعلام أو الجمهور ناتجة عن مشاكل في وضع جدول حول أي عمل موجود"⁽³⁾.

كما كان ويفر واليوت (1985) من بين العلماء الذين عبروا عن عدم ارتياحهم من المعايير المتغيرة التي استعملت، كالتجنب، التعرض، التركيز والأهمية .

كما يمكننا ذكر ملاحظة بيكر (1982) بأن المتغير هو مفهوم أكثر تعقيدا وصعب

⁽¹⁾ Linda Jean Kensicki, second level Agenda Setting A study of integration and PROGRESS, Quarterly published by public Opinion Research Center Faculty of Mass COMMUNICATION- Cairo university, volume (1) Number (2), April- June 2000, P86

⁽²⁾ -Ibid, P85.

⁽³⁾ -Alex S.Edelstrin.: thinking About the creation Variable in Agenda- setting Research ,University of Washington, p87.

تعريفه⁽¹⁾.

2-1- طبيعة ونوع القضية:

ويقصد بها ما إذا كانت القضية مجردة Abstract Issue أو ملموسة Concrete Issue حيث أنه وبالرغم من تعدد الدراسات التي أجريت بشأن تحديد نوع القضية مجردة أو ملموسة، إلا أنه لم يستقر بعد على طريقة موحدة لتحديد نوع القضية ملموسة أو مجردة، لكن بوجه عام تعد القضايا المعتادة اليومية التي يعايشها الجمهور هي قضايا ملموسة⁽²⁾.

وهناك اختلاف بين الباحثين حول قدرة وسائل الإعلام على ترتيب القضايا الملموسة، والمجردة، حيث أكدت معظم الدراسات على أن وسائل الإعلام قادرة على أن تضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا المجردة أكثر من الملموسة، حيث يزداد إدراك الجمهور للقضايا الملموسة والتي لها آثار مباشرة على الجمهور بصورة أكبر من القضايا المجردة⁽³⁾، بينما أكدت دراسات أخرى العكس.

وبرغم التباين واختلاف نتائج الدراسات السابقة حول متغير "طبيعة القضية" إلا أن هذه الدراسات تتفق على أهمية هذا المتغير "طبيعة القضية" وتأثيره بالنسبة لوضع الأجندة لدى الجمهور.

2-2- الاتصال الشخصي: Personal communication

يعد الاتصال الشخصي همزة الوصل بين الإدراك الذاتي لأهمية القضايا على المستوى الشخصي وبين إدراك أهمية القضايا على المستوى العام، حيث تقترح بعض الدراسات التمييز بين تصميم الأجندة الفردية وعمليات وضع الأجندة على المستوى الاجتماعي باستعمال مصطلح "تصميم" بدل المصطلح التقليدي "وضع"، حيث لا بد أن تأخذ في الحسبان بأن اهتمام الفرد بأي مسألة هو نتيجة

⁽¹⁾ -Alex S.Edelstrin; thinking About the creation Variable in Agenda- setting Research ,p88.

⁽²⁾ _ عاطف عدلى العبد، نهي عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، - القاهرة، 2008، ص 335.

⁽³⁾ _ اشرف جلال حسن حسن، دور نشرات الأخبار والبرامج الاقتصادية بالفضائيات العربية في تكوين معارف واتجاهات الجمهور المصري والقطري نحو الأزمة الاقتصادية العالمية_دراسة مقارنة بين الجزيرة والنيل الإخبارية، cnbc العربية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، ج7، 1_9 يوليو 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 446.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

لعملية تقييم شامل لمختلف العوامل الشخصية الداخلية والتي تعمل مع بعضها :

- الاتصال بالتداخل الشخصي حول المسائل السياسية مع الناس قد يعزز أو يضعف اهتمام الفرد بالمسألة وتأثير الإعلام على اجتذاب الفرد ستتوسع حسب مضمون المناقشة السياسية.
- تقييم المسألة قد ينتج من معتقد أنها تمس مسار حياة الفرد وليس فقط تحييد أهميتها أو عدمها.
- أخيرا درجة التوافق بين شبكات الاتصال الشخصية التي قد ترتبط أيضا بالتداخل مع الاتصال الشخصي حول أي مسألة وتقييمها والتي قد تتأثر بالتغطية الإعلامية⁽¹⁾.

2-3- نوع الوسيلة MEDIA TYPE

أجريت العديد من الدراسات حول تأثير اختلاف نوع الوسيلة الإعلامية على وضع أجندة الجمهور للتعرف على الوسائل الإعلامية التي تتفوق على الأخرى في وضع أجندة الجمهور. وقد أثبتت بعض الدراسات أن التلفزيون وسيلة فعالة أكثر من الصحف في وضع أجندة الجمهور على المدى القصير، في حين تحقق الصحف تأثيرات في وضع أجندة الجمهور على المدى الطويل⁽²⁾.

ومن ناحية أخرى أوضحت بعض الدراسات أن الجمهور يفضل التلفزيون كوسيلة لاستقصاء الأنباء القومية والعالمية في حين يفضلون الصحف كوسيلة لاستقصاء الأخبار المحلية، وانتهت أغلب الدراسات إلى أن الصحف تنجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجندة الجمهور، ذلك لأن التلفزيون يهتم أكثر بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي تهتم بها الصحف⁽³⁾.

⁽¹⁾ Patrick roessler, the Individual Agenda-Designing process haw interpersonal communication, Egocentric Networks, and Mass Media Shape the perception of political py individuals,p669.

⁽²⁾ _ عبد الجواد سعيد محمد: دور الصفحات التعليمية في ترتيب أولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور المصري، دراسة ميدانية وتحليلية، المحلة المصرية لبحوث الرأي العام، دورية محكمة تصدر عن مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 8، العدد الأول، مارس 2008، ص 28.

⁽³⁾ _ ينظر:شكرية كوكز السراج: دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية ميدانية، الباحث الإعلامي، العدد، 26، 2014، ص 80 دراسة منشورة على شكل PDF

وتبقى أهمية التلفزيون لما يتمتع به من قدرة كبيرة على ترتيب أولويات الجمهور فالنقل الحي بالصورة والصوت للأحداث كلها عوامل تساعد على فهم وتذكر المحتوى.

2-4- المدى الزمني للأجندة the Agenda setting Timelage

اختلفت نتائج الدراسات حول تحديد المدى الزمني المطلوب لإحداث تأثيرات انتقال الأجندة الإعلامية إلى الجمهور، ومنها دراسات "بوسيس وكييلنجر" ودراسة "ستون وماكومبس" لكن من المعروف أن انتقال الأجندة أوقات الانتخابات يكون أسرع حيث يكون تأثير وسائل الإعلام أقوى من الأوقات العادية، لأن التكرار يدعم دورها وكذلك لحاجة الأفراد إلى التعرف على ما يدور في الساحة السياسية في ذلك الوقت (1).

ويمكن تمييز خمسة معايير بالنسبة للعنصر الزمني في نظرية الأجندة:

- الحيز الزمني: أي كامل فترة جمع معطيات الأجدتين (أجندة الإعلام وأجندة الجمهور)، والامتداد الشامل للزمن الذي ينجز فيه التحقق من التأثير.
- المقطع الزمني: أي الفترة بين عملية تنظيم المتغير المستقل (التغطية المعلوماتية للإعلام)، والمتغير التابع (أجندة الجمهور).
- مدة إعداد أجندة الإعلام: أي الزمن الكامل للتغطية المعلوماتية التي يتم فيها جمع الأجندة بواسطة تحليل المضمون حول الموضوعات المختارة.
- مدة إعداد أجندة الجمهور: أي الفترة التي تتم فيها معرفة أن الجمهور لديه موضوعات ذات معنى أكثر من السابق.
- فترة التأثير المثالية: أي الزمن الذي يتحدد فيه الاقتران الأقصى بين اهتمام الإعلام بموضوعات معينة وبين بروز هذه الموضوعات في معرفة الجمهور (2).

(1) _ عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، ص 337. مرجع سابق

(2) _ فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، ط1، سوريا، 2002، ص 275.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

وقد ركزت العديد من دراسات الأجندة الرائدة في التعرف على التأثير قصير المدى للأجندة خلال فترة زمنية محددة ومحدودة، ولكن انتقلت دراسات الأجندة سريعاً من هذه المرحلة إلى دراسة الأجندة بشكل أكثر تعمقاً والتعرف عليه كعملية تتم خلال فترة زمنية طويلة نسبياً وذلك من خلال أربعة أساليب بحثية هي:

دراسات الاتجاه TREND – STUDIES.

– تصميم الأداة panel designs .

– تصميم المسلسل الزمني TIME SERIES DESIGNS.

– ودراسات CROSS SECTIONAL STUDIES...⁽¹⁾.

وقد اختلفت الدراسات في تحديد طول الفترة التي تنتقل فيها أجندة الإعلام إلى الجمهور، ففي دراسة "هانس – برن بروسيوس"، "قابريل ويلمان" وجد بأن المعطيات تتجمع على قاعدة شهرية بواقع أن استطلاعات الرأي العام تقام شهرياً فقط رغم أن تأثيرات وضع الأجندة قد تحدث في أقل من شهر، وعملية الأجندة قد تتطلب أيام أو أسابيع، لكن النتائج قد تكون أقوى وأكثر تأثيراً خلال تفصيلها شهرياً⁽²⁾. وبوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الأجندة في التلفزيون أقصر منه في الصحف⁽³⁾.

ومع ذلك فالاختلاف قائم حسب الدراسات وتنوعها.

2-5-العوامل الديموغرافية للجمهور: The Demographic Factors Of The Audience

أظهرت نتائج العديد من الدراسات اختلاف تأثير الأجندة على الجمهور نتيجة اختلاف

⁽¹⁾ _عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، ص338. مرجع سابق

⁽²⁾ _Hans- Bernd Brosius,Gabriel -Weimann: Who Sets the Agenda-Setting as a two- step Flow communication research,p568.

⁽³⁾ _مرفت كامل الطرابيشي: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا السياحية لدى الجمهور المصري، ص172. مرجع سابق.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

العوامل الديموغرافية، فالرجال يختلفون عن النساء، والمراهقون يختلفون عن كبار السن، وذوي المستوى التعليمي المرتفع يختلفون عن الأميين، وذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يختلفون عن ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المتدني وذلك باعتبار أن المتغيرات الديموغرافية تقوم بدور أساسي في تشكيل خبرات الفرد واتجاهاته نحو الأشياء المختلفة وبالتالي تتحكم في اختياراته للقضايا التي يتعرض لها إعلامياً⁽¹⁾.

وقد أجريت عدة دراسات منها ما أشار إلى الدور الكبير لها في انتقال الأجنحة، ومنها من نفى تأثيرها بشكل مطلق.

فقد كشفت إحدى الدراسات التي بحثت ما إذا "الجماعات" في المجتمع قد تتفق على أهم المسائل الاجتماعية كنتيجة للتعرض للأخبار الإعلامية، وقد وجد أن هذا ضروري-لكن غير كافي- كشرط ليعمل النظام الاجتماعي بصفة فعالة، لأن هذا المفتاح للمسائل الاجتماعية لا يعني أن الكل سيفضل نفس الحل للمسائل⁽²⁾.

وقد تعود الاختلافات نتيجة اختلاف المجتمعات التي أجريت فيها الدراسات، بالإضافة إلى تباين القضايا محل الدراسة والخبرة الشخصية للجمهور بهذه القضايا⁽³⁾.

2-6- الحاجة للتوجيه THE NEED FOR ORIENTAION

وهو مقياس لمسألة معينة يبحث فيها الفرد على المعلومات لأنه قد يكون له اهتمام بالمسألة وغير واثق بالآراء المرتبطة بها⁽⁴⁾.

و بوضوح أكثر فحاجة الفرد للتوجيه تعني الاهتمام العالي بالمسألة والشك الكبير فيها مثلاً:

(1) _عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، ص 338. مرجع سابق

(2) _ Donald L. Shaw and Shannon E Martin: the function of media agenda setting, special emphasis: agenda-setting research-20 year birthday, Journalism quarterly, vol 69, n°4, winter1992, p909.

(3) _عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، ص 339. مرجع سابق.

(4) _ Patrick roessler: the Individual Agenda-Designing process haw interpersonal communication, Egocentric Networks, and Mass Media Shape the perception of political py individuals,p670.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

قد يعتقد الفرد أن السياسة الاقتصادية مهمة ولكن معرفته بالموضوع قليلة وهذا الفرد سيلجأ مباشرة للإعلام ليعرف، وبالتالي يتأثر بما تقدمه وسائل الإعلام عنه في الصحافة أو التلفزيون⁽¹⁾. ومنه يعتبر بعض الباحثين أن الحاجة إلى التوجيه أحد العوامل المؤثرة في وضع وانتقال الأجندة، مع أن مفهوم الحاجة للتوجيه قد أهمل الحافز النفسي وهذا ربما بسبب البحث في وضع الأجندة منذ 30 سنة والذي شدد على ما يفكر فيه الأفراد عوض الكيفية الدقيقة في التفكير حول المسائل وبالتالي فإن الحاجة للتوجيه هي نقطة حاسمة لإعادة البدء في تجسيد الرؤية النفسية في الدراسات المستقبلية لوضع جدول الأعمال⁽²⁾.

2-7- درجة الاهتمام بالقضايا THE DEGREE OF THE ISSUE

افترضت دراسة "كارتر وزملائه" (et.al carter) وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على أولويات أكبر وأشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل قضايا: التلوث، والإيدز، عن القضايا التي لا تكون تهديدا مباشرا مثل قضايا: الإجهاض والحرب النووية⁽³⁾.

وتؤدي أهمية الموضوع وارتباطه بالجمهور إلى زيادة تأثير وسائل الإعلام، مما يسبب إعادة في ترتيب أولويات وسائل الإعلام عينها، ويتضح ذلك خاصة في الجانب السياسي المعلن عنه في الأخبار التلفزيونية حيث يتلزم اهتمام الجمهور طرديا مع الأخبار المعلن عنها تحديدا⁽⁴⁾.

ومن الجدير بالذكر، إن أهمية أي قضية تتولد نتيجة الارتباط المباشر بين القضية والفرد والمجتمع، سواء كانت قضية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية فهي إفراز طبيعي للعلاقة بينهما، ومنه

⁽¹⁾ Katherine miler: communication theories, perspectives, processes, and contexts, p259

⁽²⁾ Maxwell McCombs: the agenda -setting role of mass communication mass media and public opinion, P 3.

⁽³⁾ -سيد أحمد يحيى: القيم الاجتماعية في الأفلام السينمائية المصرية وترتيب أولوياتها لدى طلبة الجامعات، (دراسة تحليلية-ميدانية)، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، من شعبة الصحافة والإعلام-قسم الإذاعة والتلفزيون، 1429هـ/2008، ص15.

⁽⁴⁾ -المرجع نفسه: ص15.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

فإن تجربة المتلقي المباشرة والفورية والشخصية تجاه مشكلة تهمه، يجعل منها ملفتة وحاملة للمعاني بالنسبة إليه⁽¹⁾، كما أن الناس يولولون اهتماما أكبر للمعلومات المتعلقة بموضوع ينطوي على أهمية لهم، ويبحثون عن الحقائق التي تتوافق مع توجهاتهم⁽²⁾.

ويتضح مما سبق، أن نظرية ترتيب الأولويات تقوم على رؤية مفادها أن وظيفة الإعلام باختلاف وسائله هي العمل على تشكيل اتجاهات الرأي العام من خلال التركيز على قضايا معينة، وتهميش قضايا أخرى مع مراعاة الدور الفاعل للعوامل والمتغيرات الوسيطة.

عبد القادر للعلوم الإسلامية

(1) فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ص 272.

(2) هبة جمال الدين: أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي، المجلة الاجتماعية القومية، يصدرها المركز القومي للبحوث الإعلامية والجنائية، القاهرة، مايو وسبتمبر 1992 المجلد ثلاثون، ع 2-3، ص 106.

ثالثا: الاتجاهات الحديثة في نظرية الأجندة والنقد الموجه لها

1- النقد الموجه لها:

النقد الرئيسي الذي أطلقه "ماك ليود وزملائه" (1974) هو أن فرضيات وضع الأجندة تتطلب تحديد للمفاهيم والمقاييس لكي تعمل بصفة ملائمة ولهذا الهدف احتاج الباحثون في وضع الأجندة إلى تطوير جهاز أكثر تناسق مع مؤشرات المضمون، كما أن معظم المعالجات لوضع جدول أعمال صيغتها منهجية استقرائية عوض الإدراكية (للمفاهيم)، كما يلح على أن المعايير المتغيرة يجب أن تكون متساوية في المفهوم لكلا من الإعلام والجمهور فليس مسموح استعمال مصطلح لبناء إدراك للإعلام وآخر بما يستجيب له الجمهور.

حيث برر "ونقر" (1982): أن عمليات الإدراك لتصرفات الإعلام والجمهور تحتاج الملاحظة وأنه مهما كانت المعايير المتغيرة فإن التفكير نفسه (المماثل) يجب أن يكون حاضرا في كلاهما لتبرير فرضيته "التفكير في".

كخلاصة فإن العلماء يدعون إلى تحليل معرفي عالي واعتراف بالمشاكل للبحث في وضع جدول أعمال⁽¹⁾.

ولأنها انحدرت من نطاق واسع للبحث، فبعض الباحثين (كوزتسكي 1993) لا يعتبرونها نظرية مفضلين تسميتها نموذج ومن المنطقي تقييمها كمييار ملائم مرتبط بالبساطة ومثمر، وبعض الباحثين يرون أنها ناجحة بكل المقاييس لحصولها على قدر ضخم من الأبحاث، في الواقع هي استعملت لشرح ظاهرة وسائل الإعلام والرأي العام وكيف أنها تفترض أن الأجندة الإعلامية قد تتسبب في بروز الأجندة العامة.

وكنوع من الانتقادات، ذكر الباحثين غموض مستوى التأثير، طبيعته، وآلية حدوثه، رغم

⁽¹⁾-Alex S.Edelstrin. : Thinking about the creation Variable in Agenda- setting Research, p90.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

ملائمتها، بساطتها وقدرتها على توقع حدوث أي تأثيرات اجتماعية إعلامية⁽¹⁾.

وقد فصل زكريا أحمد⁽²⁾ في ذكر ايجابيات وسلبيات النظرية نوجزها فيما يلي:

1-1- الايجابيات:

- يؤكد كل من Mccombs, Shaw على أن نظرية وضع الأجندة متميزة، فهي من ناحية أولى تعد نظرية خصبة ومثمرة، ومن ناحية ثانية أفرزت توجهات بحثية جديدة.

- تعد نظرية وضع الأجندة من النظريات المرنة والمتطورة ولذلك نرى أنها يمكن تسميتها بالنظرية "الأم" لغيرها من النظريات في مجال الإعلام، فقد أفرزت هذه النظرية أربعة أطر نظرية إعلامية هي:

* توحد الأجندة وهو التوجه البحثي المعاصر ضمن دراسات وضع الأجندة التي اختبرته مثل دراسة Shaw وزملائه (1999).

* بناء الأجندة.

* التأطير أو ما يعرف بالمستوى الثاني لوضع الأجندة.

* الاستشارة المعرفية.

- أوضحت هذه النظرية فائدتها العلمية كإطار نظري يبيّن في مجالي الإعلام والسياسة وهو ما أشار إليه Cook (1998) في نموذج المقتراح.

- مرونة اختيار الإطار الزمني الملائم.

- تسمح هذه النظرية بإمكانية تصميم وتنفيذ تطبيقات بحثية وفق مناهج وأساليب علمية مختلفة، فمثلا تسمح بإجراء دراسات علمية تحليلية/ ميدانية أو تحليلية/ تجريبية.

- تتيح نظرية وضع الأجندة للباحثين رصد وتناول المتغيرات الوسيطة الثقافية والسياقية المؤثرة في

⁽¹⁾- Katherine miler: Communication theories: perspectives, processes, and contexts, p259.

⁽²⁾- زكريا أحمد: نظريات الاتصال، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام، ص 61-67.

عملية وضع الأجندة.

- ساهمت صياغة نظرية وضع الأجندة في إفراز تيارات صحفية معاصرة كظاهرة أو كتيار صحافة الجمهور أو الصحافة المدنية.

- أسهمت أيضا دراسات نظرية وضع الأجندة في توسيع محلها بعدما كان مقتصرًا على القضايا والأحداث.

- تطورت دراسات وضع لأجندة فلم يعد مجال التأثيرات الذي تعني به قاصرا على المعرفة منها، وإنما أصبحت هذه الدراسات تنظر بعين الاعتبار للتأثيرات السلوكية.

- تعد نظرية وضع الأجندة من أكثر الأطر النظرية استخداما في الدراسات الإعلامية.

- هناك إجماع لدى الباحثين على أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

1-2- السليبيات:

ورغم كل هذه الجوانب الإيجابية السابق توضيحها لنظرية وضع الأجندة لكنها لم تسلم من الانتقادات والتي نوضح أهمها في:

- نظر الكثير من الباحثين لعملية وضع الأجندة وافتراسات هذه النظرية إلى أن وسائل الإعلام هي المنوط بها تحديد الأجندة الإعلامية للجمهور الذي يتبناها فتصبح أجندته⁽¹⁾.

- انتقدت أيضا النظرية في تفسيرها خلال فترات زمنية معينة خاصة في بدايات صياغتها على أساس العلاقة الارتباطية الخطية التي ترى أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر في أجندة الجمهور دون الأخذ في الحسبان عوامل ومتغيرات أخرى.

⁽¹⁾ - يمكن الرجوع إلى: محمد بن سعود البشر: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، ص-52، مرجع سابق

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

- أغفلت دراسات ترتيب لأولويات التأثير التراكمي لمضامين وسال الإعلام، وركزت على الآثار قصيرة المدى.

- اختلاط أو تضارب نتائج الدراسات التي اهتمت باختبار تأثيرا متغير طبيعة القضايا في عملية وضع الأجندة فبعضها أكدت نتائجها على قوة دور وسائل الإعلام في وضع أجندة القضايا غير الملموسة بينما الأخرى خلصت إلى عكس ذلك بالنسبة للقضايا الملموسة، كما أن بعض الباحثين يتضارب أيضا تصنيفهم للقضايا حسب طبيعتها نظرا لعدم وجود معايير قاطعة لتصنيف القضايا سوى احتكاك الجمهور وخبراتهم بالقضايا.

- يواجه الدور التقليدي للصحف كواضع للأجندة أو كمنتقي للأخبار التي يتعرض لها الجمهور تحديا في عصر الإنترنت كوسيلة إعلام معاصرة.

- التضارب بين الباحثين في تحديد المدى الزمني للملائم لتأثيرات وضع الأجندة وبروز القضايا.

- غياب الأسس النظرية التي تركز عليها دراسات ترتيب الأولويات لأنها تركز على موضوعات وقضايا متخصصة بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الاتصال للجمهور، حيث تكمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد الموضوعات والقضايا المهمة من بين عدد كبير من القضايا المطروحة.

- يرى دينيس ماكويل وغيره أن النظرية لها حدود واتصال من زوايا عديدة بمداخل أخرى ليست واضحة بما فيه الكفاية مثل نظرية "الاستخدامات والإشباعات"، ونموذج "انتشار المعلومات"، أو "تدعيم الصمت" وبالتالي عدم كفايتها كنظرية ومرشد في البحث، ولهذا فإنه ربما يكون من الأفضل أن تعمل في إطار نظرية التعلم والتنشئة الاجتماعية.

2- مستقبل نظرية الأجندة:

لقد أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الرئيسة (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة) هي الوسيط بين الأحداث وبين أفراد الجمهور، حيث يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها، حيث يرى "لانج لانج" أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد، وينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي أن يشعروا به (1).

كما أنها تنقل الأخبار والمعلومات والرأي والتفسير والتحليل، وهي بذلك تساهم في خلق "واقع اجتماعي" يعيش فيه أفراد الجمهور، ولذلك تبدو أي عملية التغيير في المنظومة الفكرية والثقافية لدى الفرد غير ناجعة إذا لم توظف وسائل الإعلام التوظيف الصحيح (2).

وحيث أثبتت الدراسات أن نظرية وضع الأجندة تتسم بالمرونة والقابلية للتوسع والتنوع والشمول بعيداً عن النظرة الأصلية التي قامت عليها والتي تقارن بين ترتيب القضايا في أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجماهير، فإن وضع الأجندة ليست عملية فنية مرتبطة فقط بالأداء الحرفي لوسائل الإعلام، بقدر ما هي تعبير عن وضعية سياسية وثقافية لمجتمع معين بكل توجهاته وسماته وفلسفته التي تحيل المجتمع برمته إلى مجموعة من النظم المرنة والمتفاعلة مع بعضها البعض على أساس من الندية والتوازن والتأثير المتبادل القائم على مبدأ التدفق الحر والمتوازن والمتعدد المراكز والاتجاهات والمستمر للمعلومات، وتمارس وسائل الإعلام دورها في هذا المجتمع ككيان حي نابض بالتأثير ومنفعل بقضايا الرأي العام وهموم الجماهير (3).

أظهرت دراسات الرأي العام توجهاً بحثياً آخر نحو دراسة القوى المجتمعية التي تمارس تأثيرات

(1) - سماح ماضي متولي محمد: دور الصحف المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ع34، ديسمبر، 2009 ص547.

(2) - Alex S.Edelstrin. University of Washington, thinking About the crition Variable in Agenda-setting ResearchK p91.

(3) - بسيوني حمادة: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، دراسة منشورة على صيغة pdf

الفصل الثاني: نظرية الأجنحة وترتيب الأولويات

ذات دلالة في عملية تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام، حيث توجه الباحثون صوب دراسة النخب الفكرية، وهي مجموعة من القوى الفاعلة في المجتمع التي تمارس تأثيرات ذات دلالة في اتجاهات الأفراد، وسلوكياتهم بشأن القضايا البارزة في الواقع الاجتماعي، فليس هناك رأي عام بدون نشاط معين يعكس أو يمثل مرجعيات فكرية معينة، حيث أثبتت البحوث والتجارب العلمية أن الفرد يتأثر باتجاهات النخب التي ينتمي إليها، وكلما زاد تمسك الفرد بقيم هذه النخب ومعاييرها كلما كانت فرصة تقبله لما يتعارض معها نادر الحدوث، وذلك وفق مستويين، هما:

المستوى الأول: دراسة عملية تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته بوصفها تفاعلاً بين متغيرين مستقلين هما وسائل الإعلام والنخب الفكرية.

المستوى الثاني: وصف وسائل الإعلام كمتغير وسيط بين النخب الفكرية وأفراد المجتمع، أي أن وسائل الإعلام في ظل سعيها للحفاظ على البناء الاجتماعي المتناسك في المجتمع؛ تعمل على ربط الفرد بنخب فكرية لديها الأولويات نفسها التي عند وسائل الإعلام، بمعنى أن الفرد عندما يتلقى المعلومات عن القضايا البارزة من تلك الوسائل، يحاول الانضمام إلى نخب فكرية تحمل التوجهات والآراء المرتبطة بهذه الأولويات، وهذه النخب إما أن تؤيد أولويات وسائل الإعلام أو تعارضها. وفي هذا الاتجاه اعتمدت دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والنخب الفكرية والجمهور تجاه القضايا البارزة في المجتمع على مدخلين تفسيريين، هما:

نظرية الأجنحة التوافقية، إلى جانب مدخل الاهتمامات البارزة.

وعلى هذه التطورات البحثية في مجال دراسات الرأي العام برزت متغيرات وعوامل مؤثرة على الدور الوظيفي لممارسات النخب في المجتمع وعلاقتها بوسائل الإعلام؛ فلم تعد المنافسة بين وسائل الإعلام والنخب في التأثير على الجمهور، وإنما أصبح الجمهور مؤثراً في تشكيل الرأي العام أيضاً، بما يتوافر لديه من منصات وحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، وقدرته على صناعة الحدث، واتخاذ موقف منه، وبالتالي انحسر دور النخب، وتراجعت كثير من أدوارها المجتمعية، وأصبحت متلقية أكثر منها مشاركة، كما أن وسائل الإعلام التقليدية تحديداً أصبحت هي الأخرى غير قادرة على مجاراة

واقع الجمهور النشط الواعي والمتفاعل مع الأحداث.

حتماً هناك خطاب آحادي تمارسه النخب بحسب نفوذها ومرجعياتها الفكرية، وخطاب آخر لوسائل الإعلام بحسب أولوياتها ومرجعياتها السياسية، ولكن علينا ألا نتجاهل خطاباً ثالثاً للجمهور بدأ يتشكّل بصورة تفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي أصبح التأثير لمن يبادر أولاً في صناعة الحدث، ويفرض توجهاته قبل غيره، رغم أن هناك تقاطعات توافقية بين هذه الخطابات الثلاثة حين تكون المصلحة الوطنية فوق الجميع، وهذا هو الأهم في هذه المرحلة التي يُفترض أن يكون الجميع (النخب ووسائل الإعلام والجمهور) على قدر المسؤولية لتحمل تداعيات الواقع الجديد⁽¹⁾.

إذن فمستقبل وضع الأجنحة هو نفسه مستقبل تأثيرات الإعلام⁽²⁾.

⁽¹⁾ - أحمد الجمعية: الجمهور النشط أمام توجهات النخب ووسائل الإعلام، صحيفة الرياض:

<http://www.assakina.com/news/>

⁽²⁾ - Gerald M kosicki , problems and opportunities in agenda-setting research.,p 125

رابعا: ترتيب الأولويات في الإسلام

يعتبر ترتيب الأولويات من أهم العوامل التي تنظم حياة الإنسان وتحافظ عليها والذي هو مقصد من مقاصد الشريعة الإسلامية.

فالإسلام جاء منظما لحياة البشر، مؤكدا على ضرورة الترتيب بين الأشياء بحسب أولويتها وأهميتها بالنسبة للفرد المسلم وللأمة المسلمة، قال تعالى: ﴿أَجْعَلْتُمْ سِقَايَةَ الْحَاجِّ وَعِمَارَةَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ كَمَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَجَاهِدَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَوُونَ عِنْدَ اللَّهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ﴾ التوبة:19، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم ردا على سؤال حول أي الجهاد أفضل؟ فقال: كلمة حق عند سلطان جائر⁽¹⁾، كما بين قاعدة الأولويات وتقديم الأهم فالمهم فقال لمعاذ بن جبل رضي الله عنه عندما أرسله إلى أهل اليمن: ((إنك ستأتي قوماً أهل كتاب، فإذا جنتهم فادعهم إلى شهادة أن لا إله إلا الله وأن محمداً رسول الله، فإن هم أطاعوك لذلك فأخبرهم أن الله قد فرض عليهم خمس صلوات في كل يوم وليلة، فإن هم أطاعوك لذلك فأخبرهم أن الله قد فرض عليهم صدقة تؤخذ من أغنيائهم وترد على فقرائهم، فإن هم أطاعوك لذلك فإياك وكرائم أموالهم، واتق دعوة المظلوم فإنه ليس بينها وبين الله حجاب)⁽²⁾.

وإن الحديث عن ترتيب الأولويات في الإسلام، لمن أهم ضرورات هذا العصر الذي احتلت فيه الموازين، في جميع الجوانب وخاصة فيما يقدم على وسائل الإعلام.

حيث تستهدف عملية الانتقاء اليومي لأولويات الموضوعات، وأساليب إبرازها أو طمس تلك المواضيع في حد ذاتها، وتحريكها صعودا أو هبوطا، إثارة اهتمام الجمهور العام⁽³⁾.

وعليه جاءت هذه الجزئية من الدراسة، لتسلط الضوء على مفهوم الأولويات في الإسلام

(1) - رواه الحاكم في المستدرک، حدیث رقم 708/5 <http://www.dorar.net>

(2) - رواه البخاري: حدیث رقم 1496. وهو حدیث صحیح.

(3) - هبة جمال الدين: أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي، ص 105. مرجع سابق

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

وأطره النظرية ومخرجاته المعرفية وتطبيقاته العملية.

1-1- تعريف الأولويات:

1-1- لغة: كلمة الأولويات من مادة (و.ل.ي) يلي وولى أي القرب: جلست مما يليه: أي مما يقاربه⁽¹⁾.

والأولى اسم تفضيل، الأول بمعنى الأقرب، والثاني بمعنى الأحق والأجدر، قال تعالى: ﴿إِنَّ أَوْلَى النَّاسِ بِإِبْرَاهِيمَ لَلَّذِينَ اتَّبَعُوهُ وَهَذَا النَّبِيُّ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاللَّهُ وَلِيُّ الْمُؤْمِنِينَ﴾ سورة آل عمران: آية 67.

بمعنى الأحق والأجدر، يقال: فلان أولى بهذا الأمر من فلان: أي أحق به، وفلان أولى بكذا أي أحرى به وأجدر.⁽²⁾

وقوله تعالى: ﴿أَوْلَىٰ لَكَ فَأَوْلَىٰ ۖ ثُمَّ أَوْلَىٰ لَكَ فَأَوْلَىٰ﴾ سورة القيامة: آية 34-35. أي أهلكك الله تعالى هلاكاً أقرب لك من كل شر، وقال الأصمعي: قاربه ما يهلكه، بمعنى التهديد والوعيد⁽³⁾. وفي الحديث "ألقوا الفرائض بأهلها، فما بقي فهو لأولى رجل ذكر"⁽⁴⁾، أي أدنى وأقرب من النسب إلى المورث، فهو الأولى⁽⁵⁾.

(1) - أنظر ابن فارس: مجمل اللغة، تطبيق شهاب الدين أبو عمر،: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1994م، مادة ولي، ص762.

(2) - أنظر المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مادة ولي، ص1334.

(3) - أنظر الألوسي: روح المعاني في تفسير القرآن والسبع المثاني، ضبط علي عبد البار عطية، دار الكتب العلمية، ط1، بيروت، 1994م، ج29، ص149.

(4) - متفق عليه: أخرجه البخاري، حديث رقم (6351)، وأخرجه مسلم، حديث رقم (1615).

(5) - أنظر ابن منظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، ط3، بيروت، 1999م، ج5، ص401، وأنظر سعدي أبو جيب: القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً، دار الفكر، ط1، دمشق، 1982، ص388.

الفصل الثاني: نظرية الأجنحة وترتيب الأولويات

وواليت بين الشيعين: تابعت، وافعل هذه الأشياء على الولاء: أي متابعة⁽¹⁾، ويقال: له الأولوية في هذا العمل، أي له الأحقية⁽²⁾.

وأولى مثاها أوليان، وجمعها: أولويات، والنسبة أولويات، من أول نقيض الآخر، وهو مصدر صناعي⁽³⁾.

الآيات التي جاء فيها ذكر الأولويات:

- قوله تعالى: ﴿إِنَّ أَوْلَى النَّاسِ بِإِبْرَاهِيمَ لَلَّذِينَ اتَّبَعُوهُ وَهَذَا النَّبِيُّ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاللَّهُ وَلِيُّ الْمُؤْمِنِينَ﴾ سورة آل عمران: آية 68.

يقول ابن كثير: "أي أحق الناس بمتابعة إبراهيم الخليل الذين اتبعوه على دينه وهذا النبي يعني محمدا ﷺ، والذين آمنوا من أصحابه المهاجرين والأنصار ومن تبعهم بعدهم، فالأولى في الآية بمعنى الأحق"⁽⁴⁾.

- قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُفُورًا قَوْمِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِنْ يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَنْ تَعْدِلُوا وَإِنْ تَلَوُّا أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾ سورة آل عمران: آية 135. والأولى في الآية أيضا بمعنى الأحق.

- قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْ بَعْدِ وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا مَعَكُمْ فَأُولَٰئِكَ مِنْكُمْ وَأُولَٰئِكَ الْأَرْحَامُ بَعْضُهُمْ أَوْلَىٰ بِبَعْضٍ فِي كِتَابِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾ سورة الأنفال: آية 75.

(1) - أنظر ابن فارس: مجمل اللغة، ص 762. مرجع سابق

(2) - أنظر المعجم العربي الأساسي: مادة ولي، ص 1334. مرجع سابق

(3) - أنظر ابن فارس: معجم مقاييس اللغة، الدار الإسلامية للطباعة والنشر، مادة أول: بيروت ج 1، ص 158، وأنظر ابن منظور: لسان العرب، مادة أول، ج 5، ص 195.

(4) - أنظر ابن كثير: تفسير القرآن العظيم، تحقيق: سامي محمد سلامة، دار طيبة للنشر والتوزيع، السعودية، ط 2، 1999 ج 2، ص 58.

الفصل الثاني: نظرية الأجدرة وترتيب الأولويات

قال الشوكاني: "ويدخل في هذه الأولوية الميراث دخولا أوليا لوجود سببه، أعني القرابة⁽¹⁾. فالأولى في الآية بمعنى الأحق والأقرب.

- قوله تعالى: ﴿ثُمَّ لَنَحْنُ أَعْلَمُ بِالَّذِينَ هُمْ أَوْلَىٰ بِهَا صِلِيًّا﴾ سورة مريم: آية 70.
أي أحق بجهنم دخولا واحترافا⁽²⁾.

- قوله تعالى: ﴿الَّتِي أَوْلَىٰ بِالْمُؤْمِنِينَ مِنْ أَنفُسِهِمْ وَأَزْوَاجُهُنَّ أُمَّهَاتُهُمْ وَأُولُو الْأَرْحَامِ بَعْضُهُمْ أَوْلَىٰ بِبَعْضٍ فِي كِتَابِ اللَّهِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُهَاجِرِينَ إِلَّا أَنْ تَفْعَلُوا إِلَىٰ أَوْلِيَائِكُمْ مَعْرُوفًا كَانَ ذَلِكَ فِي الْكِتَابِ مَسْطُورًا﴾ سورة الأحزاب: آية 6.

أي قد علم الله تعالى شفقة رسوله على أمته ونصحه لهم، فجعله أولى بهم من أنفسهم، أي أحق بذلك، وحكمه فيهم كان مقدما على اختيارهم لأنفسهم⁽³⁾.

- قوله تعالى: ﴿وَيَقُولُ الَّذِينَ ءَامَنُوا لَوْلَا نُنزِلُ سُورَةً فَإِذَا نُزِلَتْ سُورَةٌ مُحْكَمَةٌ وَذُكِرَ فِيهَا الْقِتَالُ رَأَيْتَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ يَنْظُرُونَ إِلَيْكَ نَظَرَ الْمَغْشَىٰ عَلَيْهِ مِنَ الْمَوْتِ فَأَوْلَىٰ لَهُمْ﴾ سورة محمد: آية 20. والأولى في الآية بمعنى الأفضل والأرجح لهم طاعة الله تعالى وقول معروف.

- قوله تعالى: ﴿أَوْلَىٰ لَكَ فَأَوْلَىٰ ۖ ثُمَّ أَوْلَىٰ لَكَ فَأَوْلَىٰ﴾ سورة القيامة: آية 34-35. فالأولى في الآية بمعنى الأقرب، أي قاربه ما يهلكه.

ومنه فإن لفظ الأولى في القرآن جاءت بمعنى الأحق والأجدر والأقرب، والانتقال من الأهم فالمهم. أما في السنة فعن ابن عباس - رضي الله عنهما - قال: قدم رسول الله المدينة فوجد اليهود يصومون يوم عاشوراء فاستلوا عن ذلك، فقالوا: "هذا اليوم الذي أظهر الله فيه موسى وبني إسرائيل على

(1)- الشوكاني: فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية في علم التفسير، دار الكتاب العربي، بيروت، 1999م ج2، ص436.

(2)- أنظر السيوطي: تفسير الجلالين، دار الحديث، ط1، القاهرة ص403.

(3)- أنظر ابن كثير: تفسير القرآن العظيم، ج6، ص380.

الفصل الثاني: نظرية الأجنحة وترتيب الأولويات

فرعون، فنحن نصومه تعظيماً له، فقال النبي: "نحن أولى بموسى منكم" فأمر بصومه⁽¹⁾. والمقصود هنا بكلمة أولى أي الأجدد والأقرب.

1-2- اصطلاحاً: إذا نظرنا إلى مفهوم الأولويات فالأقدمون لم يعرفوه بالقدر الذي مارسوه

كأسلوب في التعامل مع المواضيع والقضايا التي تم دينهم وأمتهم، وقد يعود السبب إلى ما يلي:

- فمسألة مراعاة الأولويات من البديهيات التي لا ينكرها عاقل.

- أن العمل بالأولويات كان موجوداً على المستوى التطبيقي وليس كمبحث نظري يدرس.

وبما أن أحكام الشريعة في مجموعها معللة وأن وراء ظواهرها مقاصد هدف الشرع إلى تحقيقها، فإن

هذا الموضوع يندرج بشكل طبيعي تحت مباحث فقهية أصولية كثيرة منها:

- مقاصد الشريعة.

- العلة.

- أقسام الحكم التكليفي.

- مسائل رفع الحرج والتيسير.

- سد الذرائع.

وغيرها من المباحث الهامة في الشريعة الإسلامية، والتي راعت الأولويات في الحكم على

الأشياء واستيعاب الأمور والقضايا، والفقهاء باستقراءهم لطريقة الشارع في التشريع عرفوا أن ترتيب

الأولويات سنة تشريعية، فبنوا عليها قواعدهم، واحتكموا إليها.

فالشريعة قدمت الفرض على النافلة، والنص على الاجتهاد، ودرء المفسد فيها أولى من

جلب المصالح، والمصلحة العامة مقدمة على المصلحة الخاصة، ويرتكب أخف الضررين وأهون

الشرين مخافة ضرر أكبر، وغيرها من التفصيلات.

أما في العصر الحديث فقد ظهرت الحاجة إلى وضع تعاريف لهذا المصطلح نظراً للحاجة الملحة في

(1) - متفق عليه: أخرجه البخاري حديث رقم (3216)، وأخرجه مسلم، حديث رقم (1130).

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

استخدامه، وقد عبر جل من عرف مفهوم الأولويات كونه الأحق والأجدر بالتقديم على غيره.

ويعد القرضاوي رائداً من رواد هذا المصطلح، وقد أضاف للأولويات كلمة فقه فأصبحت (فقه الأولويات)، ليعطي بذلك دلالة على أن الأولويات لها فقه خاص بها، يقول: "وأما فقه الأولويات فنعني به وضع كل شيء في مرتبته بالعدل، من الأحكام والقيم والأعمال، بناء على معايير صحيحة يهدي إليها نور الوحي"⁽¹⁾، فاستعمال لفظ الفقه هنا جاء بمعنى الفهم، أي فهم الأولويات بأن ترتب وفق الأهم.

أما فتحي يكن فقد عبر عنه: بأنه معرفة ما هو أجدر من غيره في التطبيق، بمعنى أن يقدم الأفضل والأجدر على غيره، وهذا تابع لمعرفة طبيعة الوقت الذي يطبق فيه الأمر⁽²⁾.

وأما العثماني فقد ذهب إلى أنه: "العلم بفاضل الأعمال ومفضولها، وحسن التصرف بالبدائل من خير أو شر، وذلك بمعرفة خير الخيرين، وشر الشرير"⁽³⁾.

وفي تعريف آخر نجد أنها: تلك القاعدة المبنية على فهم الأنسب والأجدر من الأعمال، ومعرفة فاضل الأعمال ومفضولها، وراجحها ومرجوحها، بناءً على العلم بمراتبها، وبالواقع الذي يتطلبها بغرض تحقيق أهم المصالح بأخف الأضرار، ومعرفة النتائج التي يؤول إليها تطبيق تلك الأعمال⁽⁴⁾، وترى أن هذا التعريف قد أضاف فهم الواقع لتحقيق ترتيب الأولويات.

وقد اهتم بهذا المصطلح عموماً دعاة التغيير الاجتماعي، وكل من له اهتمام بإدارة الذات، من الإداريين والتربويين ومثال ذلك:

(1) - القرضاوي، في فقه الأولويات، دراسة جديدة في ضوء الكتاب والسنة، ط2، القاهرة، 1996، ص9.

(2) - أنظر فتحي يكن: نحو صحوة إسلامية في مستوى العصر، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 1998، ص158.

(3) - سعد الدين العثماني: فقه مراتب الأعمال، مجلة البيان، العدد 97، ص2.

(4) - أنظر: <http://www.aliftaa.jo/Research>، 2015/2/23.

الأولويات: هي الأعمال والأنشطة التي حقها التقديم على غيرها⁽¹⁾.

وهي: وضع الأشياء أو الأمور في ترتيب معين حسب أهميتها، ومن الكلمات أو المفاهيم المرادفة لها مفهوم الترتيب⁽²⁾ . Ranking .

إلى غيرها من تعريفات تتناول العمل الإداري وضرورة ترتيب أولوياته.

1-3- طرق معرفة الأولويات :

-التنصيب عليها بورودها في القرآن والسنة.

-الاجتهاد فيها من أهل الكفاية والتأهيل.

-التجربة والخبرة.

-السؤال والرجوع لأهل العلم.

-الاستقراء والتتبع.

-توفيق الله تسديده.

2-أهمية مراعاة الأولويات

كثر ترداد مصطلح الأولويات على الألسنة في حياتنا المعاصرة، فأمتنا لم تكن في يوم بحاجة إلى مراعاة تقديم الأولى، كما هي اليوم، ويعود ذلك إلى أسباب لعل أهمها:

-الجمود الحضاري الذي تعيش فيه، ومما يزيد الإحساس به للتطور السريع والتقدم في كم المعلومات وكيفها لدى الأمم الأخرى.

-تفكك الأمة إلى دول صغيرة، ليس بينها رابط، فجميع الإمكانيات والقدرات التي لديها خالية من

(1) أنظر عادل بن محمد السليم: الأولويات وضوابطها، مجلة البيان، العدد 177، ص22.

(2) أنظر جودت أحمد سعادة: تدريس مهارات التفكير، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003م، ص217.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

التنسيق والموازنة واختيار الأولى وترجيحه، مما جعلها بعيدة عن أداء دورها المناسب⁽¹⁾.
فمعرفة أولويات الأعمال، ومعرفة ترتيبها وضوابطها، تعين المسلم على الخروج من الحيرة والتردد عندما تواجهه الحياة بمشكلات وأحوال يصعب ردها إلى أحاد الأحكام والفتاوى التي صبغت في إطار نظري أحادي.

كما تعين على تقدير الخصوصيات التي تؤثر على اختيار حل من الحلول المتعددة والذي يحقق أكبر قدر من المصالح المعبرة.

وقد حاول ستيفن كوفي أن يبين أهمية تحديد الأولويات بقوله: "يمكن إيضاح معضلة وضع الأشياء، الأهم أولا بالمقارنة بين أداتين لهما وظيفة التوجيه، الساعة والبوصلة.

فالساعة تمتل مواعيدنا والتزاماتنا وجداولنا وأهدافنا وأنشطتنا، أي كيف ننفق وقتنا ونوزعه. أما البوصلة فهي تمثل ما نحمله داخلنا من رؤية وقيم ومبادئ ومهام ووعي وتوجه؛ أي: ما هي الأشياء ذات الأولوية في حياتنا؟ وما هو المنهج الذي ننهجه في إدارة تلك الحياة؟.

يأتي التعارض عندما نشعر بالفجوة بين الساعة والبوصلة؛ أي: عندما نجد ما نقوم به لا يسهم كثيرا في إنجاز ما نعتبره الأهم في حياتنا⁽²⁾.

وعليه يمكن رصد أهمية تحديد الأولويات في النقاط الآتية⁽³⁾:

2-1- الأولويات ضرورية لتحديد مراتب الأعمال ونسبها:

فلا يكون الجهد كله منصب على تمييز الحلال والحرام، أو معرفة الخير والشر، أو إدراك المعروف والمنكر بل يكون متوجها لمعرفة مراتب كل نوع منها ودرجته، وهذا هو عين الفقه كما

(1) - أنظر سليمان: أحمد يوسف، فقه الأولويات، المؤتمر الثالث عشر: التجديد في الفكر الإسلامي، مايو 2001، على شبكة الإنترنت www.alazhar.org/conference/default.esp.2004/2/24

(2) - كوفي: إدارة الأولويات الأهم أولا، ترجمة السيد المتولي حسن، مكتبة جرير، ط5، السعودية، 2007، ص17.

(3) - للاستزادة ينظر: حساني محمد نور في رسالته لنيل شهادة الدكتوراه: نظرية الأولويات في الشريعة الإسلامية: كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، 2006، دراسة مهمة يمكن الاستفادة منها لطلاب العلم.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

قال ابن تيمية - رحمه الله - «ليس العاقل الذي يعلم الخير من الشر، وإنما العاقل الذي يعلم الخيرين، وشر الشريرين»⁽¹⁾.

إن اللبيب إذا بدا من جسمه مرضان مختلفان داوى الأخطار.

فالأولويات تضبط النظر إلى الأعمال ومراتبها، بحيث لا تبدو جميعا على أنها في خط واحد ومستوى واحد، بل منها المهم ومنها الأهم، ومنه الكبير ومنها الصغير، وهذا ما نص عليه الشيخ القرضاوي حيث يقول:

«من أهم ثمرات العلم والفقه في الدين: معرفة قيم الأعمال ومراتبها الشرعية والاحتفاظ لكل منها بموضوعه في سلم المأمورات أو المنهيات، دون خلط أو إخلال بالنسب أو تفريق بيت التماثلات أو تسوية بين المختلفات... لقد جاء الإسلام فوضع لكل عمل قيمة خاصة وسعرا خاصا بحسب تأثيره في النفس والحياة، ما نعلم منها وما لا نعلم... كما وضع للأمور المحظورة درجات ونسبا أيضا، حسب ضررها وآثارها المادية والمعنوية أيضا»⁽²⁾.

وحقيقة الإسلام تظهر في فهم أولويات الأعمال ومراتبها بحيث يعطى كل عمل نسبه ودرجته بالنسبة للأعمال الأخرى، وإن من قلة الفهم الدين، بل من تشويه الدين تبديل هذه النسب وهذه الأولويات.

يقول الأستاذ محمد المبارك - رحمه الله - تحت عنوان "ضبط النسب في الإسلام": «وإلى جانب خاصة الوحدة في نظام الإسلام خاصة أخرى لا تقل عنها شأنًا، وهي ضبط النسب بين جوانب الحياة وقيمتها، فالمال واللذة والعمل والعقل والمعرفة والقوة والعبادة والقراءة والقومية والإنسانية قيم من قيم الحياة، والإسلام جعل لكل منها موضعا في نظام الحياة ونسبة محددة لا تتجاوزها، حتى لا تطغي قيمة على قيمة وإن من التشويه للإسلام تبديل هذه النسب بحيث تزداد عن حدها، أو تنقص

⁽¹⁾ _ ابن تيمية: مجموع الفتاوى، مجمع الملك فهد، المملكة العربية السعودية، 2004/45/20.

⁽²⁾ _ يوسف القرضاوي: الصحوة الإسلامية بين الجحود والتطرف، دار الوفاء القاهرة، ص 175.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

بالنسبة إلى غيرها، كما حدث فعلا في بعض العصور الأخيرة⁽¹⁾.

وقد بين ابن تيمية أن فهم الأولويات ومراتب الأعمال لا يعد من حقيقة الدين فقط، بل هو حقيقة ما جاء به الرسل - وخاصة العلماء، قال:

«فتفتن لحقيقة الدين، وانظر ما اشتملت عليه الأفعال من المصالح الشرعية والمفاسد، بحيث تعرف من مراتب المعروف ومراتب المنكر، حتى تقدم أهمها عند المزاخمة، فإن هذه حقيقة العمل بما جاءت به الرسل، فإن التمييز بين جنس المعروف وجنس المنكر وجنس الدليل وغير الدليل يتيسر كثيرا، فأما مراتب المنكر ومراتب الدليل، بحيث تقدم عند التزاحم أعرف المعروفين فتدعو إليه، وتكر أنكر المنكرين، وترجح أقوى الدليلين، فإنه من خاصة العلماء بهذا الدين»⁽²⁾.

أما الجهل بالأولويات في الأعمال ودرجاتها ومراتبها، وعدم معرفة المقدم من الأعمال والمؤخر منها، فقد اعتبره ابن القيم من أعمال الشيطان، الذي يجعل المؤمن ينشغل بالمفضول عن الفاضل، وبالمرجوح عن الفاضل، وبالمرجوح عن الراجح.

يقول: «لأنه - أي الشيطان - لما عجز عن تخسيره - أي تخسير المؤمن - أصل الثواب، طمع في تخسيره كما له وفضله ودرجاته العالية فشغله بالمفضول عن الفاضل، وبالمرجوح عن الراجح، وبالمحبوب لله عن الأحب إليه وبالمرضى عن الأرضى له.

ثم يقول موضحا كيفية النجاة "فإن نجا منها بفقها في الأعمال ومراتبها عند الله ومنازلها في الفضل ومعرفة مقاديرها، والتمييز بين عاليها وسافلها ومفضولها وفاضلها ورئيسها ومرؤوسها أو سيدها ومسودها، فإن في الأعمال والأقوال سيدها ومسودها، ورئيسها ومرؤوسها، وذروة وما دونها...

ولا يقطع هذه العقبة إلا أهل البصائر والصدق من أولى العلم، السائرين على جادة التوفيق، قد أنزلوا الأعمال منازلها، وأعطوا كل ذي حق حقه»⁽³⁾.

(1) _ محمد مبارك: الفكر الإسلامي الحديث في مواجهة الفكر الغربي، دار الفكر، 1980، ص 65.

(2) _ ابن تيمية: اقتضاء الصراط المستقيم، تحقيق: ناصر عبد الكريم العقل، مكتبة الرشد، الرياض، ص 622.

(3) _ ابن القيم: مدارج السالكين، دار الكتاب العربي، ط 3، بيروت، 1996، 22/1.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

بل قد يؤدي عدم الموازنة بين الأعمال أو التركيز على عمل على حساب غيره إلى حدّ ضياع أجر المسلم وهذا ما بينه حديث أبي هريرة رضي الله عنه حين قال: قال رجل يا رسول الله إن فلانة يذكر من كثرة صلاحها وصيامها غير أنها تؤذي جيرانها بلسانها، قال: «هي في النار» قال يا رسول الله فإن فلانة يذكر من قلة صيامها وصدقاتها وصلاحها، وأنها تصدق بالأثوار من الأقط (أي اللبن المحفف أو قطع اللبن الجافة) ولا تؤذي جيرانها قال: «هي في الجنة»⁽¹⁾.

يقول أبو الفتح البيانوني - في تعليقه على هذا الحديث - فلم تنقذ المرأة من النار كثرة صلاحها وصيامها وصدقته، في الوقت الذي قصرت فيه بحق جيرانها، وكف الأذى عنهم، وما كان الله ليحب من يقصر في واجب ويكثر من نفل، وما أكثر ما تحتل هذه الموازنة عند كثير من المسلمين اليوم⁽²⁾.

2-2- الأولويات ضرورية للفهم المتكامل للإسلام:

من المعلوم أن الشريعة الإسلامية لها خصائص وصفات واضحة، أهمها: أنها ربانية وشاملة، وعاملة وصالحة لكل زمان ومكان... ومن هذه الصفات أيضا تكاملها وتوازنها في أوامرها ونواهيها، ومراعاتها لكل ما يخص المسلم في دنياه وآخرته.

لفهم هذا التكامل والتوازن لا بد من فهم أولويات العمل ومراتبه ودرجاته، وفهم أن الأعمال ليست في مستوى واحد أو درجة واحدة "فالعمل الإسلامي المتعدد الجوانب الشامل المقاصد، يحتاج إلى تصنيف هذه الجوانب والمقاصد بحسب سلم الأولويات مع ملاحظة التكامل والتوازن فيه"⁽³⁾.

وهذا الفهم المتكامل والمتوازن للأعمال الشرعية وأولوياتها يجعل نظرة المسلم ثابتة تجاه تقدير هذه الأعمال، بحيث يعطي كل عمل قيمته وقدرته فلا يحمل العظيم، ولا يعظم الصغير، بل يجعل كل

(1) _ مسند أحمد مسند أبي هريرة، برقم 9638.

(2) _ محمد أبو الفتوح البيانوني: القواعد الشرعية ودورها في ترشيد العمل الإسلامي، كتاب: الأمة، العدد 82، السنة الحادية والعشرون 1422هـ/2001م، ص 80.

(3) _ فتحي يكن: أبعاد التصور الحركي، مؤسسة الرسالة، ط12، بيروت، 1997، ص 46.

الفصل الثاني: نظرية الأجنرة وترتيب الأولويات

عمل في مرتبته ودرجته، وبحيث يعرف «أن القيم والأحكام والأعمال والتكاليف متفاوتة في نظر الشرع تفاوتاً بليغ وليس كلها في رتبة واحدة، فمنها الكبير ومنها الصغير ومنها الأصلي ومنها الفرعي، ومنها الأركان ومنها المكملات، ومنها ما وضعه في الصلب وما وضعه في الهامش، وفيها الأعلى والأدنى والفاضل والمفضول»⁽¹⁾.

2-3- الأولويات ضرورية لتقدير المصالح والمفاسد.

فمن المعلوم أن الشريعة الإسلامية إنما جاءت لإقرار العدل في الدنيا والآخرة، وهي لا تأمر إلا بما فيه مصلحة المسلم، ولا تنهى إلا بما فيه مفسدة، قال الإمام العز بن عبد السلام⁽²⁾ -رحمه الله- في قوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ﴾ «سورة النحل الآية: 90. هذا أمر بالمصالح وأسبابها.

﴿وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ﴾ سورة النحل الآية 90.. وهذا نهي عن المفاسد وأسبابها

وأكد عليه في عبارة مشرفة حين قال: «والشريعة كلها: مصالح: إما تدرأ مفاسد، أو تجلب مصالح، فإذا سمعت الله يقول: «يا أيها الذين آمنوا» فتأمل وصيته بعد نداءه، فلا تجد إلا خيراً يثبثك عليه أو شراً يزجرك عنه، أو جمعاً بين الحث والزجر»⁽³⁾.

ولا نزاع بين العلماء أن المصالح منها ما هو ضروري: لا يمكن الحياة إلا به ومنها ما هو حاجي: يمكن العيش بدونه مع المشقة والحر، ومنها ما هو تحسيني. وهو ما يجمل الحياة ويحسنها ويمكن العيش بدونه،

وفهم الأولويات بلا شك- يقتضي تقديم ما هو ضروري على ما هو حاجي ومن ثم على ما

(1)-يوسف القرضاوي: في فقه الأولويات، ص 9.

(2)-العز بن عبد السلام: قواعد الأحكام في مصالح الأنام، مكتبة الكليات الأزهرية، القاهرة، 1991، 1/131.

(3)-المرجع نفسه، 9/1.

الفصل الثاني: نظرية الأجدرة وترتيب الأولويات

هو تحسيني، وتقديم ما هو حاجي على ما هو تحسيني أو تكميلي. والضروريات نفسها متفاوتة وهي كما ذكرها العلماء الخمس، قال الغزالي -رحمه الله: ومقصود الشرع من الخلق خمسة: وهو أن يحفظ عليهم دينهم ونفسهم وعقلهم ونسلهم وما لهم⁽¹⁾.

فما يخص الدين مقدم على ما يخص النفس، وما يخص النفس مقدم على غيرها من عقل أو نسل أو مال، وهكذا.

وكما تفاوتت المصالح، تتفاوت أيضا المفاسد، حسب نظرة الأولويات إليها، فدرء ما هو ضروري -بلا شك- مقدم على درء ما هو حاجي أو تحسيني، ودرء مفاسد حاجة مقدم على درء مفاسد تحسينية.

وكما أدت الأولويات إلى فهم ترتيب المصالح مع بعضها، وكذلك المفاسد مع بعضها، فإنها أيضا تؤدي إلى مراعاة الترتيب إذا اجتمعت المصالح والمفاسد، وفي هذه الحالة تكون الأولوية للجهة الغالبة، وهذا ما قاله الإمام العز: فإن تقدم المصالح الراجحة على المفاسد المرجوحة محمود حسن، وأن درء المفاسد الراجحة على المصالح المرجوحة محمود حسن⁽²⁾.

2-4- الأولويات ضرورية عند كثرة الخيارات الصعبة:

فلا شك أن المسلم اليوم يعيش في عصر له ظروفه المعروفة من تغير وتطور وسرعة وانفتاح على العالم كله، والمسلم في حياته هذه اختلطت عليه الأمور، وصعبت عليه الاختيارات، وهو في موقفه هذا ليس أمامه -عند تزامن الأمور- إلا التخير بينها عن طريق الأولويات، بحيث يقدم ما هو ضروري وملح، ويؤخر ما يمكن تأخير، يقول عبد الكريم بكار في -حديثه عن فقه الموازنة الذي هو فقه الأولويات-:

«وهذا الفقه تشتد إليه الحاجة كلما ساءت الظروف والأحوال التي تمر بها الأمة، حيث تكثر الخيارات الصعبة، وتضيق سبل الحلول المطروحة، وتصبح التضحية ببعض الخير وارتكاب بعض الشر

⁽¹⁾- أبو حامد الغزالي: المستصفى من علم الأصول، تحقيق: محمد سليمان الأشقر، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1997/1/417.

⁽²⁾- العز بن عبد السلام: قواعد الأحكام، 4/1.

الفصل الثاني: نظرية الأهمية وترتيب الأولويات

أمر لا مفر منه إن تنمية الإحساس بفقهِ الموازنات لدى مسلم اليوم ضرورة جِدا، حتى لا نتعامل مع الأشياء على أنها كتلة صلدة، وحتى نشعر أن في بعض الشرخيارات⁽¹⁾ .

وقد نبه شيخ الإسلام ابن تيمية-رحمه الله على هذه الحالة، وبين أنه يجوز للمسلم- في حالة التزاحم وكثرة الخيارات- ترك واجب لفعل الأوجب، وفعل المحرم الأدنى لاجتناب الأكبر، قال: مسألة جواز ترك واجب لفعل الأوجب، أو السكوت عن مفسدة لدفع الأفسد عند تعذر جميع الواجبات، أو دفع جميع المفسد، فإذا ازدحم واجبان لم يكن تاركه لأجل فعل الأوكد تارك واجب في الحقيقة وكذلك إذا اجتمع محرمان لا يكون ترك أعظمهما إلا بفعل أدناهما، لم يكن فعل الأدنى في هذا الحال محرما على الحقيقة، وإن سمي ذلك ترك واجب، وسمي هذا فعل محرم باعتبار الإطلاق لم يضر، ويقال في مثل هذا: ترك الواجب لعذر وفعل المحرم للمصلحة الراجحة أو الضرورة أو لدفع ما هو أحرم⁽²⁾ .

ويوضح الدكتور حسن الترابي كيف أن تطبيق الشريعة في الأحكام والأفعال والمصالح حسب قيمتها ودرجتها، يقول: «فلما بلغنا من بعد الدعوة مرحلة الدولة، أصبح لزاما أن تنزل الدين في شعاب أحكامه الفرعية على الواقع، وبدأت لنا من الصورة الواقعية مشكلات ما كانت لتلوح للناظر من قبل، وبدأ أن الأحكام تتوارد على الواقع، وتتناسخ وتتعارض مقتضياتها أحيانا، ونشأت حاجة ماسة إلى تعريف الأحكام وترتيب أولوياتها، لأن في تطبيق بعضها ما قد يؤدي إلى تفويت مصالح إسلامية مقدرة، أو يحدث فتنة تضر بمستقبل الإسلام، وكان لا بد من فقه أدق من الفقه النظري يرتب أولويات الأحكام وينظر بين قيمتها المختلفة ويؤخر ويقدم ويصرف بين هذا الواقع، هذه مشكلة طرأت لفقه الإسلام⁽³⁾ .

(1) _ عبد الكريم بكار: فصول في التفكير الموضوعي، منطلقات ومواقف. دار القلم ط 3، بدمشق 1421هـ/2000م. ص168.

(2) _ ابن تيمية: مجموع الفتاوى، 57/20.

(3) _ حسن الترابي في حوار مع عمر عبيد حسنه، كتاب: الأمة في فقه الدعوة ملامح وآفاق 30/3 عدد 19 سنة 1408هـ.

2-5- الأولويات ضرورة للفقهاء والداعي والمسلم

أ- بالنسبة للفقهاء: فالأولويات تفتح له بابا جديدا، يساعده على ضبط اجتهاداته وترتيب أحكامه ونظراته إلى الأعمال الشرعية وخصوصا ما يكثر حولها الجدل، يقول الدكتور طه جابر العلواني- مبينا أهمية ترتيب الأولويات للفقهاء والفقهاء أنفسهم:- «فهو الذي يمكن أن يعطيه شيئا من مرونة واسعة، لمواجهة جوانب أخرى من فقه قد تضيق الخناق عليه وتشدد، فإذا بقضية فقه الأولويات تصبح بمثابة خشية النجاة أو المرجع الذي يرد إليه المتنازعين لأن فقه الأولويات من السعة والمرونة ما يمكن أن يساعد على نقل كثير من القضايا التي يشتد الجدل الإسلامي حولها إلى ساحة الفقه الأكبر والفقه الواسع، بلا من ساحة الفقه الأصغر والفكر المضيق⁽¹⁾.

كما أنها مهمة للفقهاء وهو يحاول في اجتهاداته إظهار حكمة الشريعة ورحمتها وملاءمتها للواقع ومناسبتها لظروف المسلم "فيستعين العالم بهذه الموازين وهو يقلب أوجه الرأي في الفتوى المعروضة بين يديه، فيقدم ويؤخر وهو يسعى لتحقيق أعظم مصلحة ودرء أكبر مفسدة، فلا تكون فتواه مجرد كلام شرعي بل حكمة شرعية تظهر حكم الله، وتحقق مراد الله وتبرز عظمة شريعة الله وتبث الصلاح بين عباد الله⁽²⁾.

ب- بالنسبة للداعي: والأولويات مهمة للداعي لأنها تمكنه من ضبط الرتب فيما يدعو إليه بحيث يقدم في دعوته الأصول على الفروع، والفروض على النوافل والأهم على المهم، والأكبر على الكبير ليحقق شعاره ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ سورة النحل الآية 125. «مبتعدا عن العشوائية والتخبط الذي يجعل ما يفسد أكثر مما يصلح فيرتب الداعية أولوياته مقدما الأهم عن المهم، درء أعظم المفساد محقق أعظم المصالح لتكون دعوته كلها إصلاحا في إصلاح،

(1) _ مقدمة، كتاب فقه الأولويات- دراية في الضوابط، التمهيد ص ق.

(2) _ عبد الله يحيى الكمالي: الشريعة الإسلامية وفقه الموازنات، ط، دار ابن حزم، سنة 2000، ص 12، 13، ضمن إصدارات مركز التفكير الإبداعي.

الفصل الثاني: نظرية الأجنحة وترتيب الأولويات

فيكون سائراً على طريق نبيه ﷺ» (1) ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ سورة يوسف الآية 108 .

وفي غيبة الأولويات في الدعوة شر كبير، حيث تضيع عظمة الشريعة وحكمتها ورحمتها، حين يتصور الداعي أن الدعوة محصورة في فروع الأعمال وفنائها ومحاربة المكروهات أو الشبهات، بدلا من التركيز في الدعوة على منهج القرآن وسنة النبي ﷺ من تأسيس العقيدة وشغل المسلمين بالهموم الكبرى لأمتهم الإسلامية.

جـ- وبالنسبة للمسلم: والأولويات ضرورية للمسلم بصفة عامة، ليستعين بها في فهم دينه ودينه، وليعرف مراتب الخير ومراتب الشر فيقوم بأعظم الخيرات ويفوت قليلها، ويدراً أكبر الشرور ويحتمل أصغرها، وحتى يعبد الله على حق.

وإن للمسلم مطالب وخاصة في عصرنا بالسعي نحو الأفضل والأكمل، وتقديم المصالح دون المفسد، وببذل الجهد لتحقيق الأولى في كل ما يقوم به من أعمال ترتبط في الدنيا أو الآخرة، بل حث الإسلام على ضرورة الوصول إلى الأفضل وعمل الأجود في زمن أساء بعض المسلمين التقدير في ترتيب المصالح ودرء المفسد، بسبب غياب فقه الواقع وعدم القدرة على استنباط الأحكام التي تتناسب وتطورات العصر ومتطلباته التي تنبثق عنها قضايا مصيرية وملحة تتطلب وحدة الأمة والتفاهم في العمل على حلها بما يحقق النفع بأقل الخسائر (2)

فإدراك الواقع الذي يحيط بالأمة وفهمه هو حريٌّ بأن يؤدي إيجابيات واضحة ونتائج سليمة حيث يقول ابن القيم - رحمه الله -: «لا يتمكن الحاكم والمفتي من الفتوى والحكم بالحق إلا بنوعين من الفهم: أحدهما: فهم الواقع والفقه فيه واستنباط علم حقيقة ما وقع بالقرائن والأمارات والعلامات حتى يحيط به علماً، والنوع الثاني: فهم الواجب في الواقع» (3) .

(1) _ عبد الله الكماللي: الشريعة الإسلامية وفقه الموازانات، ص12-13.

(2) - انظر: علي جمعة: فقه الأولويات وأثره على مستقبل الأمة، موقع هدى الإسلام.

(3) - ابن قيم: أعلام الموقعين، دار ابن الجوزي، ط1، المملكة العربية السعودية، 1423، مجلد 2، ص 88 .

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

وجعلت الشريعة الإسلامية بين أحكامها المتعلقة في مناحي الحياة وضبطها ما هو مهم وأهم، وما هو واجب وفرض ومندوب ومستحب، والمكروه والمحرم حيث يوجد أولويات في العقيدة وأخرى في العبادات، وهناك أولويات في المعاملات، وأولويات في الدعوة والإصلاح، وهناك أولويات في التخصصات العلمية حسب احتياج المجتمع، وهناك أولويات في العمل ومراتبه، وفي كل مناحي الحياة اليومية تجد أولويات لا بد من العمل بها وترتيبها حسب الأولوية التي تحقق أكثر نفعاً للعباد والبلاد.

أن الاهتمام بقضايا الأمة الإسلامية في العصر الحديث هو واجب العلماء والمفكرين وأصحاب الحل والعقد فيها، والاهتمام بالبحث العلمي الذي يعمل على تقدم المجتمع وينمي الاقتصاد الوطني، وتفعيل العمل الإيجابي بين أطراف المجتمع المختلفة، هو أولى من تكرار الحج والعمرة، أو بناء مسجد بجوار آخر، كما أن المساهمة في المشاريع الخيرية وعلاج المرضى ورعاية وكفالة الأيتام، وإيجاد فرص العمل، ومنع البطالة أولى من إنفاق الأموال الطائلة في تشكيلات ومظاهر غير مفيدة.

وباعتبار الإعلام هو المعبر عن اتجاهات الجماهير وميولها، فالإعلام الإسلامي مطالب بمراعاة الأولويات التي تفيد الأمة، وتأمينها لبناء مجتمع إسلامي فاضل قائم على الحق والمساواة.

3- بين ترتيب الأولويات ونظرية الأجندة:

لقد اقترحت نظرية وضع الأجندة أن تأثيرات الإعلام يمكن أن تحدث في أنظمة سياسية وإعلامية متفتحة عبر وضعيات جغرافية وثقافية متنوعة حيث أن النظام الإعلامي في المجتمعات المتفتحة هي مصادر إعلامية معتمدة على قدرة سياسية وقادرة على الانعكاس، إن الانفتاح السياسي والإعلامي هو شرط ضروري من أجل حدوث تأثيرات في وضع الأجندة لأن الناس لا تثق فقط إلا في المجتمعات أنظمتها متفتحة⁽¹⁾.

⁽¹⁾-Maxwell Mcombs, the agenda -setting role of mass communication mass media and public opinion, P2.

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

وفي مجتمعاتنا العربية والإسلامية التي تعاني من نقص كبير في هامش الحرية، كما لا توجد أي مناهج مستمرة، منتظمة ومتداولة والتي يتوقع بها المسؤولين العاميين الرأي العام، أيضا الوسط السياسي لا يساعد على إبداع رأي عام منثور، ولا القنوات التي بها الرأي العام يقدر على التعبير عن مطالبه بحرية وانفتاح.

كما أن الثقافة المجتمعية مثل: العائلة، النظام التعليمي، الإعلام، والهيئات الدينية تركز على الأخلاق وتوجيه القيم بتأطير خاضع فهو يلعب دورا سلبيا اتجاه ثقافة الرأي العام عند الاستطلاع وسبر الآراء، لذلك انتقد أحد الباحثين القنوات الإسلامية كونها تنتج لدينا على المقاس، لا لدينا حقيقيا.

وحيث إن المشاكل المنهجية تؤثر على سلوك واستعمال البحث الإحصائي (القياسي)، فإن الرأي العام العربي يفتقد للتخصيص للبحث عن المعلومات وغير مهتم بالعالم السياسي، يعتمد على التلفزيون للحصول على الأخبار أو متابعة الأحداث لكن معظم القنوات مهتمة بالحصص الترفيهية رغم أنها المصدر الوحيد لبناء الأشخاص العاديين فهي لا تخدم تكوين الرأي العام.

فأي دور مرتقب لأدوات الإعلام الإسلامي لتثمين دورها وفرض التوجهات الصحيحة وإرساء المرجعيات الفكرية الأصيلة.

حيث لا بد أولا من فرز مفاهيمنا وضبط مناهجنا فاستعارة المناهج الغربية ومحاولة تطبيقها على وضع مثل هذا هو إشكالية في حد ذاته، فلا وضعنا السياسي ولا وضعنا الثقافي والاجتماعي يمكن أن نطبق فيه هذه المناهج، فما علينا أولا قبل كل ذلك فهم على الأقل السياقات المنهجية والعملية التي من خلالها يمكن لنا إجراء دراسات تنفع مجتمعاتنا الإسلامية تنطلق من أطرها المعرفية ومخرجاتها الكيفية ولذلك جاء هذا الجزء لبيين ولو بشكل يسير الفرق بين الطرح الإسلامي لمفهوم الأولويات ونظرية الأجندة.

تقوم فكرة الأجندة سيتينغ على الفكرة نفسها في ترتيب الأولويات إلا أن الأولى أطرها غربية وترتكز إلى الصبغة المعرفية والاجتماعية الغربية، أين يكون لوسائل الإعلام التأثير على الجمهور،

الفصل الثاني: نظرية الأجندة وترتيب الأولويات

وأين نجد هامش الحرية فيها يتعدى طرح القضايا التي تراها الوسيلة الإعلامية ذات الأولوية بالإضافة إلى أجندة السياسيين وصناع القرار وأصحاب المصالح.

بينما يفترض ترتيب الأولويات في الإسلام طرح المواضيع ذات الأولوية الشرعية، مما يمكننا من فهم ديننا لبناء حياتنا كمسلمين بصفة سليمة وحياة طيبة لإعمار الأرض وصياغة الإنسان.

إن الاختلاف بين ترتيب الأولويات ونظرية الأجندة هو الاختلاف بين الثقافة الغربية والثقافة الإسلامية، بين مفهوم الحرية الإسلامية ومفهوم الحرية الغربية.

وجود وسائل الإعلام في المجتمعات الغربية كقوى فاعلة طرحت فكرة الأولويات لأن الصياغة الحقيقية لمفهوم الأولويات جاء كجهد متظافر بين علماء النفس والاجتماع بين السياسة والإعلام، عن كيفية تحديد أولويات الجمهور وتشكيل الاتجاهات، نظرا للقدرة البارزة التي أبدتها وسائل الإعلام في التأثير وتغيير الأفكار والاتجاهات.

إننا كمسلمين لا نريد التأثير على الناس بحيث نجعلهم يفكرون فيما نريدهم أن يفكروا لا لتضليلهم بل لكي ينجحوا في دنياهم.

حيث تبحث عملية الإعلام الإسلامي عن توازن بين حقوق الاتصال للناس وحرقاتهم وبين واجباتهم ومسؤولياتهم.

- من جهة الحقوق حقوق أساسية: القراءة، الكتابة المحادثة، المعرفة وحق القوة التي لا تسمح بمجال الهيمنة الإعلامية.

- من جهة الواجبات: الحلال والمستحب والحرام والمكروه في نشاط الإعلام عند تعريف، تشكيل وتسيير الأخبار.

فالاتصال في الإسلام روحيا واجتماعيا هو عملية تسهل الاندماج الفردي داخل الأمة وعملية توافق بين الإيمان الداخلي للذات مع إيمان التعايش، الوحدة والتفاهم.

إن كلمة التبليغ في المضمون الإسلامي، تعني زيادة وانتشار وبث لمبادئ ومعتقدات أو

الفصل الثاني: نظرية الأجنحة وترتيب الأولويات

ممارسات ممتدة في الزمان والمكان فهو له حدود أخلاقية وآلية قيادة لنظرية الاتصال والاندماج الشامل⁽¹⁾.

إذن من المتوقع من وسائل الإعلام الإسلامي أن تستفيد من ترتيب الأولويات في بناء أجنحة تخدم الأمة الإسلامية وتساهم في نهضتها، لا أن تجعل من أولوياتها أولويات السادة وصناع القرار ومالكي القنوات أو تجعلها منبرا ل طرح توجهاتهم وأفكارهم، أو أن تكون ساحات للتراعات الطائفية والاختلافات الفقهية والعقدية، إن نظرية الأجنحة بالفعل تطرح نفسها كمؤيد لفكرة نشر الإسلام وتنقيف الناس وتوعيتهم بالقضايا التي تنفعهم في دينهم ودنياهم، لا أن تشغلهم بويلات الحروب ومهازل المغنين والفنانين، وأكاذيب السياسيين.

وهو ما نلاحظه اليوم للأسف فقد أوجدت الفضائيات الإسلامية مثلا واقعا جديدا تمثل: أولاً: في إنتاج صراعات جديدة بين التيارات التي سينتقل^{*} خلافها على الهواء مباشرة بعد أن كان سجين الكتب والمقالات، لأن هذا الخطاب الوحيد للإسلام منشغل بإثبات أنه التفسير الوحيد للإسلام. ثانياً: في تعاضم الفرق بين الواقع المقدم في القنوات الدينية والواقع الذي يعيشه المشاهد مما ينشأ عنه في الغالب إما العزلة والانكفاء، أو العنف في بعض الحالات، أو صعوبة التعامل مع الواقع لصعوبة إصلاحه، فالعقل الباطن قد اختزل صوراً مثالية تشكلت ببرامج السيرة... التي تعرض سير السلف وشجاعتهم بغير الطبيعة البشرية التي تخطئ وتصيب⁽²⁾.

إن على وسائل الإعلام الإسلامي دور كبير في تشكيل رأي عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويعي الدور المنوط به في هذه الحياة الدنيا ليغالبها كي يبني دار آخرته، ولذلك جاء الوحي القرآني يرشد الناس للاهتمام بدنياهم ليخدموا أحرارهم: ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا﴾ القصص 77.

⁽¹⁾-Dr.basyouni Ibrahim hamada, Islamic cultural theory, arab Media performance, and public opinion, P62..

* -لقد عبر الكاتب بعبارة مستقبلية " سينتقل " وفعلا هو ما نلاحظه اليوم على كثير من الفضائيات الإسلامية.

⁽²⁾-محمد بن عبد الله العبد الكريم: لماذا قاطع الإعلام الإسلامي مقاصد الشريعة؟ دراسة مقاصدية موجزة عن الإعلام الفضائي

الإسلامي 3/1 مجلة العصر 2009-4-04/http://www.alasr.ws

الفصل الثالث:

المرأة وقضاياها في الإعلام

أولاً: المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليد المجتمع

ثانياً: تطور خطاب المرأة العربية والجزائرية

وتحولاته التاريخية.

ثالثاً: المرأة في الإعلام العربي

رابعاً: المرأة والإعلام الريني

تطرح هذه الفصل نقاط هامة نستطيع من خلالها فهم ما يطرح في الفضائيات العربية والدينية على وجه الخصوص فيما يتعلق بالمرأة، فما يعرض من أجدات على هذه الأخيرة مبني على تطور هذا الخطاب وما أفرزه من فكر يتعلق بالمرأة سواء حضورا على الفضائيات أو غيرها.

أولا: المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليده المجتمعية

1- المرأة في الإسلام:

لقد جاء الإسلام حينما من الدهر كانت المرأة فيه سوءة يستحي الآباء حتى من ولادتها، فلم يفرق بينها وبين الرجل لا من حيث التكاليف والأحكام ولا من حيث الثواب والعقاب.

وقد كرمها وأعلى شأنها أيما تكريم، والآيات الكريمات أفضل توضيح لذلك:

قال تعالى:- ﴿ وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهَنَا عَلَى وَهْنٍ وَفَصَلَّهُ فِي عَمَامٍ أَنْ أَشْكُرَ لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَى الْمَصِيرِ ﴾ لقمان: 14.

وقال: ﴿ وَهَلْ مِثْلَ الَّذِي عَلَّمْنَ بِالْمَعْرُوفِ وَلِلرِّجَالِ عَلَيْنَّ دَرَجَةٌ وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴾ البقرة: 228.

وقال: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴾ النساء: 1.

وقال: ﴿ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ مِمَّا قَلَّ مِنْهُ أَوْ كَثُرَ نَصِيبًا مَفْرُوضًا ﴾ النساء: 7.

وقال: ﴿ الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ فَإِلَّذِي حَفِظَتْ قَلْبِنْتُ حَفِظَتْ لِلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ ﴾ النساء: 34.

وقال: ﴿ إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَالْقَنِينَ وَالْقَنِينَ وَالصَّادِقِينَ وَالصَّادِقَاتِ

وَالصَّادِقَاتِ وَالصَّابِرَاتِ وَالْخَاشِعَاتِ وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالصَّامِيَاتِ وَالصَّائِمَاتِ وَالْحَفِظَاتِ وَالذَّاكِرَاتِ اللَّهُ كَثِيرًا
وَالذَّاكِرَاتِ أَعَدَّ اللَّهُ لَهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا ﴿الأحزاب: 35﴾.

﴿وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغْيٍ مَا أَكْتَسَبُوا فَقَدِ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا
﴿٥٨﴾ يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ قُلًا لَأُزْوَاجُكَ وَبَنَاتُكَ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِيكَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلِيدٍ بَيْنَهُنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا
يُؤْذِنَنَّ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿الأحزاب: 58﴾.

وقال: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً
وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿الروم: 21﴾.

وقال: ﴿وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ بَنِينَ وَحَفَدَةً وَرَزَقَكُمْ
مِنَ الطَّيِّبَاتِ أَفَبِالْبَاطِلِ يُؤْمِنُونَ وَبِنِعْمَتِ اللَّهِ هُمْ يَكْفُرُونَ ﴿النحل: 72﴾.

وقال: ﴿فَأَسْتَجَابَ لَهُمْ رَبُّهُمْ أَنِّي لَا أُضِيعُ عَمَلَ عَمَلٍ مِنْكُمْ مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْثَى بَعْضُكُمْ مِنْ بَعْضٍ
فَالَّذِينَ هَاجَرُوا وَأُخْرِجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ وَأُودُوا فِي سَبِيلِي وَقَاتَلُوا وَقُتِلُوا لَأُكَفِّرَنَّ عَنْهُمْ سَيِّئَاتِهِمْ
وَلَأُدْخِلَنَّهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ ثَوَابًا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الثَّوَابِ ﴿آل عمران: 195﴾.

وقال: ﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْثَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ
أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿النحل: 97﴾.

وقال: ﴿وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ وَمَنْ يَعْصِ
اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا مُّبِينًا ﴿الأحزاب: 36﴾.

وقال: ﴿ فَأَعْلَمَ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَسْتَغْفِرُ لِدُنْيَاكَ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مُتَقَلَّبَكُمْ وَمَثْوَاكُمْ ﴾ محمد: 19.

وهناك مفارقة كبيرة وهائلة بين موقف الإسلام من المرأة بصفة عامة، ودورها في تنمية المجتمع بصفة خاصة، وبين موقف كثير من المسلمين الذين عزلوها عن المجتمع وحرموها من حقوقها وعليه لا بد من التمييز بين الإسلام كعقيدة ونظام ونسق حضاري، وبين المسلمين كشعوب يرتفع شأنها حيناً وينخفض حيناً آخر، وتقرب أوضاعها الاجتماعية من تعاليم الإسلام زمنياً وتبتعد عنه أزماناً. ووضع المرأة في العديد من المجتمعات الإسلامية المعاصرة ليس نتاجاً صحيحاً لنصوص الإسلام ومبادئه، بقدر ما هو نتاج لتقاليد فاسدة، حيث أن الأوان لتصفية هذه القضية، وفرز ما هو إسلامي المصدر وتمييزه عما عداه، حتى لا يتمسك بعض المسلمين بأعراف وتقاليد فاسدة وضارة، وهم يحسبون أنهم يتمسكون بدينهم ويلتزمون بعقيدتهم وشريعتهم⁽¹⁾.

إن المبالغة في حجب النساء من شأنه أن يباعد مباحة كاملة بين الرجال والنساء، وأن يقسم المجتمع قسمين متباعدين تماماً، وهي حالة غير إنسانية وغير إسلامية وغير سوية تظل معها علاقة الرجال بالنساء بؤرة قلق وتوتر وتوجس وانشغال دائم، وأن لمجتمع يسوده مثل هذا التوتر أن ينطلق إلى العمل النافع أو يحقق لأبنائه وبناته التقدم المنشود.

لقد كان للمرأة في العهد النبوي مشاركتها ولقاؤها الرجال في مختلف المجالات من دون ضرورة قاهرة، بل وأحياناً من دون حاجة ماسة وكثيراً ما كان اللقاء يتم بصورة عفوية لا يقصد بها غير تيسير الحياة، كما شهد مجتمع النبي ﷺ النساء يعملن في بيوتهن وخارج تلك البيوت، وينمين مجتمعهن كما ينمي الرجال، ويدافعن عنه في الحرب مجاهدات بالسلاح ومداويات للجرحى ومساعدات للمقاتلين.

(1) - المرأة حررها الإسلام وظلمتها التقاليد الفاسدة، حوار مع الدكتور كمال أبو المجد:

وهذا يبين كيف كانت المرأة تعمل خارج بيتها معاونة لزوجها في توفير الدخل لأسرتها، أما اشتغال النساء بالعلم في عهد النبوة، وبعد عهد النبوة فظاهر لا يحتاج إلى شاهد أو دليل. كما عاشت المرأة في عصر النبوة إلى جنب أخيها الرجل، بناء وعمارة جهادا ودعوة. وقد استطاع بعد ذلك الخطاب الديني الممتد من العصر الأموي إلى عصور الانحطاط، أن يحدث القطيعة مع التصور الإسلامي المتصل بالمرأة في المرحلة النبوية ويتزاح عنها⁽¹⁾.

2- المرأة العربية وتقاليد المجتمع:

لقد انتهى فكر المسلمين وواقعهم إلى تغيير جل الأحكام المتصلة بالمرأة، ما كان أصله في العقيدة أو الشريعة، لا تخاطب بدعوة ولا تكلف بتربية إلا تبعاً للرجل، لا حرية لها في اختيار زوج تحبه ولا في فراق زوج ثقليه، ولا حق لها من حيث هي زوجة في المشاورة والمعاشرة بالحسنى، ولا مجال لها في كثير من الاحياء للتملك أو الاتجار والتصرف في أموالها وربما تحرم بحيل شتى من الميراث وقد تقلص دورها في الحياة إلا أن تتخذ زوجاً⁽²⁾.

وكانت معايير الزوجة الصالحة لا تشمل الدين بل تركز على الكفاءة النسبية، وقد أهمل أهلها تربيتها وتذكيرها بواجبات العبادة العينية فضلاً عن العبادة الكفائية.

أما في مجال الحياة فقد حرمت المرأة تماماً من الإسهام الأدبي في تقويم الحياة الإسلامية، ولربما يكون لها نصيب في إعمار الحياة المادية ولكنه في الغالب تسخيرٌ تُباشره المرأة غير منفعة بأي معنى من معاني الخير إذ لا تربي على شيء من المقاصد الطوعية⁽³⁾.

و لقد تم رصد كل الأحكام التشريعية التي خص بها الرجال دون النساء، واعتبرت دليلاً على

⁽¹⁾ -عبد الرزاق الحمادي، صورة المرأة في مدونة بعض الفقهاء، مجلة الحياة، الثقافية، العدد62، تونس 1991، 29-31 نقلا عن، محمد عبد الوهاب يوسف، جسد الأنثى بين الخطاب الديني والخطاب الإعلامي، ط1، دار الطليعة بيروت، 2009ص85.

⁽²⁾ -حتى وان بدت هذه الأمور في مجتمعاتنا اليوم أقل حضوراً إلا أنها مازالت على حالها في بعض المجتمعات العربية وفي بعض المناطق غير الحضرية وتتمارس على المرأة بطريقة أو بأخرى خاصة فيما تعلق بالميراث، ولذلك نجد كثير من النساء تغفل عن حقها حفاظاً على علاقتها بأخوتها، أو تقاطعهم بدخولها معهم في دائرة المحاكم، إلا قليل منهم.

⁽³⁾ -حسن الترابي، المرأة بين الأصول والتقاليد، مركز دراسات المرأة، الخرطوم، 2000، ص21.

تفضيل الرجال ومنها:

الجمعة والجماعات، واختصاصهم بالنبوة والولاية، والاكتفاء بشهادة الواحد منهم، ووجوب القتال عليهم وحقهم في الزواج بأكثر من واحدة.

وتناسى ما انفردت به النساء من حمل ووضع وإرضاع، وحضانة ورعاية للبيوت وتربية الأطفال، وصنفت أنها أعمال لا ترتقي إلى كونها شريفة.

إن هذا الانحراف قد أثر بشكل سلبي على أسس بناء بعض الاجتهادات⁽¹⁾.

حيث ما زال يفتي بأن صلاة المرأة في البيت أفضل من المسجد، مع ما تواتر عن طريق القطع من أيام النبي صل الله عليه وسلم والراشدين، من احتشاد النساء في المساجد وانتظام صفوفهن عشرات السنين، مغربا وعشاء وفجرا⁽²⁾.

وقد استند أصحاب هذا التيار إلى عدة مسائل تتعلق بالمرأة في القرآن الكريم، منها على سبيل المثال:

- قوله تعالى: ﴿وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنثَى﴾ آل عمران: 36، من قول امرأة عمران لما نذرت إن رزقها الله بذكر جعلته في خدمة المعبد، فلما رزقت بأنثى اعتذرت إلى الله بهذا القول، حيث لا علاقة للآية بنفي المساواة أو تأكيدها، ولا يستنتج منها أن الله قد نفى المساواة المطلقة.

- ومثل ذلك مما يشيع عند البعض أن كيد النساء غلب كيد الشيطان، لأن الله تعالى يقول: في

الأول، ﴿إِنَّ كَيْدَ كُنَّ عَظِيمٌ﴾ يوسف 28، وعن الثاني ﴿إِنَّ كَيْدَ الشَّيْطَانِ كَانَ ضَعِيفًا﴾ النساء 76.

وهو استدلال خاطئ، فلاية الأولى يذكرها القرآن من قول العزيز يصف كيد النسوة

⁽¹⁾-إيمان سلاوي: المرأة في الإسلام بين هداية الوحي ومهانة التقاليد، سلسلة الزهراء العدد الخامس، رباط نات ماروك، 2011، ص76-77.

⁽²⁾- يمكن الرجوع إلى هذا المعنى في: محمد الغزالي: قضايا المرأة بين التقاليد الوافدة والراكدة، دار الشروق، ص6.

المتآمرات على يوسف عليه السلام، والأخرى وردت مقابل قدرة الله فكان ضعيفا⁽¹⁾.

- كما يستندون إلى قوله ﷺ عن النساء ((ناقصات عقل ودين)⁽²⁾).

فما من عاقل يصدق أن يعهد الإسلام، وتعهد الحكمة الإلهية بأهم الصناعات الإنسانية والاجتماعية صناعة الإنسان، ورعاية الأسرة، وصياغة مستقبل الأمة إلى ناقصات العقل والدين بالمعنى السلبي الذي شاع بين الناس في عصور الانحطاط وإنما هي دعاية صاحب الخلق العظيم الذي آتاه ربه جوامع الكلم للنساء، في يوم الفرح والزينة، عندما قال لهن: إنهن يغلبن بسلاح العاطفة وسلطان الاستضعاف أهل الحزم والألباب من عقلاء الرجال، ويخترقن بالعواطف الرقيقة أمنع الحصون (ما رأيت من ناقصات عقل ودين أذهب للب الرجل الحازم من إحداكن)⁽³⁾.

- وقوله ﷺ (لن يفلح قوم ولوا أمرهم امرأة)⁽⁴⁾.

حيث تظهر ملابسات قول الرسول ﷺ، لهذا الحديث: (أن نفراً قد قدموا من بلاد فارس إلى المدينة المنورة، فسألهم رسول الله ﷺ: (من يلي أمر فارس) ؟ قال أحدهم امرأة. فقال ﷺ (لن يفلح قوم ولوا أمرهم امرأة).

فملابسات ورود الحديث تجعله نبوءة سياسية بزوال ملك فارس - وهي نبوءة نبوية قد تحققت بعد ذلك بسنوات - أكثر منه تشريعاً عاماً يحرم ولاية المرأة للعمل السياسي العام.

حيث قد ثبت أن للمرأة أهلية كاملة، وأنها صاحبة فكر صائب، ورأي راجح وتدبير محكم ويشهد لذلك سير النساء عبر التاريخ⁽⁵⁾.

وهذا الحديث خاص " بالولاية العامة " أي رئاسة الدولة وقيادة الأمة، وذلك لأن طبيعة المرأة

(1)- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، قضايا المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليد المجتمع، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص25.

(2)- رواه البخاري، حديث رقم، 1462، والحديث صحيح.

(3)- منصور العبادي: شبهات حول أحاديث نبوية شريفة عن المرأة www.quran-m.com

(4)- رواه البخاري، حديث رقم 4425، والحديث صحيح.

(5)- كوثر كامل علي: أحكام تصرفات المرأة في الشريعة الإسلامية، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2006، ص 184.

وتكوينها الجسمي والنفسي، والعقلي والعاطفي، يتنافى مع القيام بأعباء هذا المنصب الخطير⁽¹⁾.

-وقوله ﷺ عن النساء: (أهن خلقن من ضلع أعوج)⁽²⁾

لقد أخبر ﷺ عن خلق المرأة من ضلع أعوج وقصد بها أمنا حواء - عليها السلام- ونحن نعرف أنها خلقت من ضلع أبينا آدم عليه السلام والضلع هو عظم من عظام القفص الصدري وطريقة اعوجاجه صُمِّمَتْ من قبل أحسن الخالقين ليحمي القلب فهذا الضلع له أهمية عظيمة فلولاها لتسببت أي صدمة - مهما خفت - للقلب نزيفاً وبالتالي موتاً محتماً إذن فالله حينما خلقها من هذا الضلع كرمها أولاً - لأهمية الضلع - وعلمها وظيفتها في هذه الحياة ألا وهي حفظ القلب وحمايته وذلك من خلال قيامها بأدوارها المختلفة في الأسرة فهي أم تربي أطفالها فتحمي بذلك قلوبهم وعقولهم من الانحراف والضلال وهي زوجة يتوجب عليها حماية قلب زوجها وإعانتته على القيام بوظيفته التي كلفه الله بها وعلمه إياها بنفس الطريقة فلما خلقه من تراب الأرض - من أديم الأرض- أشار له إلى وظيفته في إعمار الأرض من خلال الزراعة والصناعة⁽³⁾.

وصحيح أن هناك أحكاماً خاصة بالرجل، وأخرى خاصة بالنساء، لكن ذلك استثناء عن الأصل، وليس مرده نقص أو كمال لإنسانية أحدهما عن الآخر، وإنما لأمر بالعدالة والاحتياط.

فكون المرأة لها نصف ميراث الرجل، هذا في حالة الأب مع أولاده وبناته، حيث الابن

مسئول عن الإنفاق على زوجته وبيته، وسياق الآية: ﴿يُوصِيكُمُ اللَّهُ فِي أَوْلَادِكُمُ﴾ النساء 11.

يؤكد ذلك ولكن هذه الحالة ضمن 26 حالة تتساوى فيها المرأة بالرجل أو تزيد عليه.

وأما كون شهادتها نصف شهادة الرجل، فالآية في قوله تعالى: ﴿وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِدَيْنِ مِنْ

رِّجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَأَمْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ﴾ البقرة 282. واردة

(1)- كوثر كامل علي: أحكام تصرفات المرأة في الشريعة الإسلامية، ص 177.

(2)- رواه البخاري، حديث رقم 5185، وهو صحيح.

(3)- منصور العبادي: شبهات حول المرأة مرجع سابق.

كتعليم وإرشاد لصاحب الحق إلى أفضل الطرق لحفظ الحق والمال، أي شهادة تحمل لا شهادة أداء، وللقاضي أن يقبل شهادة امرأة واحدة، ولو كان الأمر انتقاصاً لما قبلت شهادة المرأة الواحدة في (الولادة والرضاع، والاستهلال ومالا يطلع عليه الرجال، وقد قبل الفقهاء رواية المرأة الواحدة للحديث، والرواية شهادة⁽¹⁾).

ولعل أقسى ما جرى على المرأة هو عزلها عن المجتمع، فجعل ظهورها كله كشف عورة حتى الصوت، وسمي وجودها حيث يوجد الرجال اختلاطاً حراماً، وأمسكت في البيت بذات الوجه الذي لم يشرعه الدين إلا عقاباً لإتيان الفاحشة، بدعوى تجريدتها لتربية الأولاد وخدمة الزوج، سوى أنها لم تنهياً لرعاية البيت بعلم ولا تجربة.

وكيف يصلح مريباً من عزل عن المجتمع مادامت التربية الأسرية ليست إلا إعداداً للحياة الاجتماعية لمادة تربية تؤخذ كفاحاً من قيم المجتمع وعلاقاته.⁽²⁾

بالنظر إلى ما سبق نجد أن الذي ساعد على تهميش المرأة ما يلي:

- سوء فهم وتطبيق لمبدأ سد الذريعة، إذ تحول هذا المبدأ الشرعي إلى سد أبواب البر والتيسير نتيجة سوء فهم وتطبيق.

- سوء فهم لفتنة النساء، إذ أدى إلى ثقافة متحيزة ضد النساء بحجة سد ذريعة الفتنة.

- سوء الظن بالمرأة واستضعافها، نتيجة استمرار بقية من الرواسب الجاهلية في نفوس البعض، ومع توالي القرون، زاد البعد عن تعاليم القرآن في شأن المرأة حتى صارت في نظر الرجال إنساناً من الدرجة الثانية أو الثالثة.

فهي إما ضعيفة بلهاء تنخدع وتسقط من أول نظرة، وإما خبيثة ماكرة لعوب ولذلك منعت حتى من المشاركة في حضور الصلاة في المسجد فضلاً عن العلم، وامتد الإسراف والغلو على كل أمر له صلة بالنساء، ويكفي إلقاء نظرة على العديد من الكتب المؤلفة في تلك العصور: كتاب الكبائر

(1)- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، قضايا المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليد، ص180. مرجع سابق

(2)- حسن الترابي، المرأة بين الأصول والتقاليد، ص22. مرجع سابق

للذهبي، والإحياء للغزالي، على سبيل المثال.

-الغيرة المرضية المسرفة والتي وصلت ببعض المجتمعات إلى أن يغار الرجل من مجرد رؤية الناس لوجه زوجته أو أخته أو أمه أو حتى سماع صوتها، بل الغلو والتطرف لدرجة أن يأنف أن يصرح باسم زوجته.

-دعوى فساد الأخلاق والزمان، والتي بموجبها تم منع النساء من حضور الكثير من الأنشطة، وقد ساعدت هذه الدعوى مقولة الأخذ بالأحوط، حتى تحول الدين إلى مجموعة من الأحوطيات، فقد طابع اليسر وحمل طابع الحرج والمشقة.

وهذا النوع من فقه التشدد دفع الناس إلى مخالفة أحكام الشريعة جملة واحدة عندما ضاق بهم الحال ولم يجدوا الحل المقبول فتحولوا إلى البديل المرذول⁽¹⁾.

وهكذا اضمحل دور المرأة من أي إسهام اجتماعي، وقد ورد في الأدبيات المعاصرة أن وضعية المرأة في المجتمع هي التي تحدد تقدمه أو تأخره.

إن من علامات إنصاف المرأة أن نترك لعقلها الواعي السليم حرية الاختيار في ملبسها ومسلكتها وخاصة في المسائل الفقهية الخلافية فلقد حرمت من أبسط حقوقها الخاصة والعامة لمدة قرون عديدة وأن لها أن تمارس حقها الطبيعي في التعبير عن رأيها كما أراد لها الإسلام الذي جعل لإرادة المرأة قيمة كبرى في إدارة الحياة كشريكة متعاونة مع الرجل⁽²⁾.

فالمرأة بحاجة للتعلم ولاكتساب المهارات ليس فقط من أجل تربية جيل ناجح، بل من أجل نجاحها هي، وإنجاح الدور الذي تختاره لنفسها، كما أنها بحاجة للتثقيف لتعي موقعها الأساسي في المجتمع ودورها المميز فيه⁽³⁾.

(1)-عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، قضايا المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليد المجتمع، ص19. مرجع سابق

(2)-لطيفة حسين الكندري، بدر محمد ملك: تربية المرأة من منظور الشيخ محمد الغزالي، مجلة العلوم التربوية مجلة علمية محكمة ربع سنوية، معهد الدراسات التربوية في جامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر 2003 ص 27 - 70.

(3)-فهيمة شرف الدين: نحو تصور آخر لقضية المرأة، كتاب قضايا المرأة العربية، الشريعة السلطة الجسد، دار بدايات، سوريا. 2008، ص71.

ثانيا- تطور خطاب المرأة العربية وتحولاته التاريخية.

على اثر الهجمة المقصودة التي هدفت رد المرأة المسلمة عن إسلامها لتقبل الاستعمار وتثبيته في ديار الإسلام، برز هذا الخطاب من جماهير علماء الإسلام لحماية المجتمع الإسلامي المستعمر والمرأة بوجه خاص من تقليد المرأة الغربية والسير على نهجها.

حيث ساهم في وضع المرأة بعد ذلك وإن لم يكن مقصودا، أن جعلها إما في خندق واحد مع العدو، أو تعامل معها كغرة الضعف التي قد لا تعز عنه بحال من الأحوال.

وكلا الافتراضين جعل المرأة المسلمة رهينة المحبسين، التضييق أو الإبعاد في الخطاب الإسلامي عموما وعن العمل الإسلامي الفاعل خصوصا.

1- ظهور خطاب المرأة العربية وتطوره:

ظهر هذا الخطاب في أواخر الخلافة العثمانية، ردا على فئة من المعجبين بالغرب من المثقفين الذين درسوا هناك: ككتاب الشيخ مصطفى صبري "قولي في المرأة" الذي أسس فيه للرد على العلمانيين الذين ينادون بخروج المرأة والمضي على طريق مثلتها في الغرب⁽¹⁾.

ثم تنامي بسقوط الخلافة وبجثم الاستعمار على صدر العالم الإسلامي.

فالجهد كانت موجهة للدفاع عن المجتمع الإسلامي وعاداته الاجتماعية، ثم الحاجة إلى استرجاع الخلافة الإسلامية اثر سقوطها وتعبئة الأمة لمقاومة تغلغل الاستعمار الفكري بمفاهيمه وعاداته.

إلا أن القابلية للاستعمار تتقوى بما جاء به من الأشياء، والتي شملت وسائل متطورة صاحبها اختلاف في التعامل مع المرأة إلى جانب إعطائها لذة حرية التصرف في كل ما تملك بلا استثناء.

ومن أجل ذلك نشأ خطاب إسلامي خاص متنام من ذلك الوقت موجه إلى المرأة تحت

⁽¹⁾ - يمكن الاطلاع على الكتاب: مصطفى صبري: قولي في المرأة، دار ابن حزم.

عنوانين:

الأول: ما أعطاه الإسلام للمرأة بعد الجاهلية والكفر من حقوق لم تنلها المرأة الغربية حتى وقت ليس بالبعيد، وحض المرأة المسلمة على العودة إليه، أضف إلى ذلك التركيز على أهمية الحجاب وعدم الاختلاط، وطاعة الأولياء والأزواج بما لهم من حق الولاية والقوامة في الإسلام، وكل ذلك لردع الفتنة وحماية المرأة المسلمة من "فكر الاستغراب".

الثاني: زيف ما أعطاه الغرب للمرأة وسوء ما بشرها به من استقلالية وحرية والتي لم يقصد بها إلا إرضاء غريزة الرجل الغربي وإرواء شهواته، والذي بدوره كان معول هدم للأسرة في الغرب ومثله في بلاد الإسلام إن سعت المرأة المسلمة سعيها له كمثيلتها في الغرب.

وهنا لا بد من التأكيد أن الكتابات تحت هذين العنوانين ما زالت متجددة ومستمرة⁽¹⁾.

ففي الوقت الذي كانت فيه كتابات الخطاب العلماني تدعو المرأة إلى الخروج في ركب المدنية والتقدم كمثيلتها في الغرب، والذي كان يعني التخلي ورفض ما يعيق هذا الخروج من مفاهيم وعادات وقيم إسلامية، وقبول ما يصاحبه من مفاهيم وعادات وقيم غربية جديدة، كانت أقلام الخطاب الإسلامي تعيد المرأة إلى بيتها بتضخيم مفهوم القرار في البيت، وتأكيد تعارض هذا الخروج مع واجبات المرأة ومسؤولياتها في بيتها اتجاه الزوج والأبناء.

وعليه ساهمت بعض أقلام الخطاب الإسلامي في دفع وتثبيت عجلة الحركة النسوية قدما من حيث لا تدري.

فالحركة النسوية في مصر خاصة ومواقع أخرى في العالمين العربي والإسلامي لم تكن بمعزل عن الخطابين المتقابلين، الإسلامي والعلماني، وإن كنا لسنا بصدد مناقشة ذلك الخطاب.

حيث تم تضخيم خطاب إسلامي بني على فهم مرجوح غالبا لكثير من آي القرآن والتي تنظم

⁽¹⁾-دعاء فينوت: المرأة في الخطاب الإسلامي، جريدة الدستور، ع16450، السنة السابعة والأربعون، تصدر عن الشركة الأردنية للصحافة والآخرة 1434هـ الموافق 28 نيسان 2013م نسخة الكترونية.

علاقة المرأة المسلمة بالمجتمع عامة وبالرجل خاصة، وعلى كثير من الأحاديث الضعيفة أو الموضوعية التي تصطدم بنصوص صحيحة من هدي النبي ﷺ، تحت عنوان "سد الذرائع" و"فساد الزمان". فالجتمتع الإسلامي ألف تأويلات وأحاديث وآراء أسهمت في التضيق على المرأة المسلمة وأربكتها وتركتها في حيرة.

فلما وضعت المجتمعات الإسلامية وخطابها على المحك في مواجهة الاستعمار، والخطاب العلمي، الحدائي، ثم النسوي أخيرا كان البون شاسعا بين النص والواقع.

ومع خروج المرأة المسلمة فعليا جاءت محاولات من علماء ومفكرين تدعو لمراجعة أسس هذا الخطاب ونقدها إسلاميا.

فالمرأة لم تكن معزولة أو مغيبة في عصر الرسالة، وأن الواجب مع تغير الأحوال تأكيد حريتها الإسلامية وأهليتها وتنظيم خروجها فلا يجب أن يقف الخطاب الإسلامي في وجه خروجها. وعليه ظهرت كتابات كثيرة تدعم تيار المراجعة والإصلاح والحاجة إليه والبدء فيه فعلا.

فقد أبرز الشيخ محمد رشيد رضا كلام الشيخ محمد عبده عند تفسيره لسورة النساء (في تفسير المنار) عن مكانة المرأة في الإسلام وما حباها الله سبحانه من حقوق فاقت فيه المرأة في الغرب.

حيث دعا الشيخ محمد عبده إلى فهم آي القرآن الكريم فهما معتدلا فيما يتعلق بالعلاقة

الزوجية، مبينا أن القوامة في قوله تعالى: ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ﴾ النساء 34، والتي هي الرياسة للرجل لا تعني الطغيان والأفضلية المطلقة، وإنما هي رياسة قائمة على استعدادات وهبها الله سبحانه للرجل لقيادة الأسرة بالحسن متبعا فيها هدي النبي عليه السلام في التعامل مع المرأة عموما، يقول الأستاذ الإمام: (المراد بالقيام هنا هو الرياسة التي يتصرف فيها المرءوس بإرادته واختياره، وليس معناها أن يكون المرءوس مقهورا مسلوب الإرادة لا يعمل عملا إلا ما يوجهه إليه رئيسه)⁽¹⁾.

ويعيب الفهم الداعي إجمالا إلى الإساءة إلى المرأة تحت غطاء الزوجية، يقول: (يعني أنه لا

(1) - محمد رشيد رضا: تفسير المنار، الهيئة المصرية للكتاب، ج5، ص57.

ينبغي للرجل أن يبغى بفضل قوته على المرأة، ولا للمرأة أن تستثقل فضله وتعدده خافضا لقدرها⁽¹⁾.
معنى أن الشيخ يلمح أحيانا ويصرح في أحيان أخرى إلى سلبية الفهم لبعض النصوص القرآنية وسلبية التطبيق. وكأنه يدعو بصورة غير مباشرة لضرورة تنخيل ما حملنا من فهم لبعض آي القرآن الكريم دون تمحيص.

ولا ننسى أنه كان يدعو إلى إعادة فتح باب الاجتهاد ويؤكد أنه لا يمكن إغلاقه بحال.
والذي يعني أن الخطاب الإسلامي عموما لا يجب أن يبقى متأخرا عن زمانه، فانه ليس متصورا أن يبقى فهم المصدر الأساسي للخطاب الإسلامي حكرا على حقبة تاريخية محددة يقف عندها.
وبالنظر إلى كتاب الشيخ عبد الحليم أبو شقة "تحرير المرأة في عصر الرسالة". نجد أن الشيخ بين في افتتاحيته الهدف الذي يصبو إليه، فخطاب أبو شقة كان رسالة موجهة للفئة المؤثرة في الأمة لإصلاح وضعية المرأة في الخطاب الإسلامي.

يقول: (وأعتقد أن عرض هذا الحشد من النصوص التي تبين الممارسة العملية المتكررة للمرأة المسلمة، والتي تمت في ظل وحي الله المنزل، وتحت رعاية رسول الله ﷺ، المين للناس وحي السماء، أعتقد أن هذه النصوص تضيء لنا الطريق فلا تعبت بنا الأهواء أهواء الفاسقين وأهواء المتشددین سواء)⁽²⁾.

ولعل وسم الكتاب "بتحرير المرأة" له إيجابيات لا تخفى مؤداهما أن الخطاب الإسلامي الأكثر انتشارا بين الفئات الشعبية خطاب مقيد للمرأة المسلمة، ولا نبالغ إذا قلنا أن التيار الذي يعتمد خطاب التشدد يسارع في دفع المرأة المسلمة للعلمانيين والمستغربين بدل كسبها.

قدم الشيخ جمعا مستطردا لنصوص صريحة وصحيحة من القرآن والسنة تبلور صورة المرأة التي يقدمها القرآن مثلا ليحتذى، وسيرة موثقة لنساء النبي عليه السلام والصحبايات رضوان الله عليهن.

(1)- محمد رشيد رضا: تفسير المنار، الهيئة المصرية للكتاب، ج5، ص57.

(2)- عبد الحليم محمد أبو شقة: تحرير المرأة في عصر الرسالة، دار القلم للنشر والتوزيع، ط7، القاهرة، 2011. ص55.

لقد قدم أبو شقة نقدا عمليا ومؤسسا للخطاب الإسلامي من الداخل، فالسنة في التعامل مع المرأة واحترامها والتوسعة عليها اجتماعيا وإعطائها فرصا هائلة لتمثيل حاجاتها وحاجات بني جنسها على كافة المستويات ما زال مغيب كليا أو جزئيا في العالم الإسلامي.

فالنماذج النسوية المضیئة للتطبيقات العملية في المجتمع في عهد النبي بقيت أسيرة السطور، في الوقت الذي انتشرت فيه الآراء الفقهية التي بنيت على أحاديث ليس لها أسانيد معتبرة. والأئمة الأعلام من فقهاءنا - رحمهم الله - قد برئوا من حمل تبعة هذا الزبغ، فالمشهور عنهم جميعا تقديم السنة إن كان فيها ما يعارض آراءهم.

ولا ننسى أن تحقيق أسانيد السنة قد تأخر تاريخيا عن الكتابة الفقهية، وهذا يلزمنا نحن أكثر من غيرنا في عصر الحاسوب أن نبذل جهودا مضاعفة لإعادة وزن الكثير من الآراء الفقهية الدارحة والترجيح بينها بما ينسجم مع هدي النبي ﷺ الصحيح المسند والإبقاء على قاعدة الإمام مالك - رضي الله عنه - "كل يؤخذ منه ويرد عليه إلا صاحب هذا القبر"⁽¹⁾.

ولقد أيد هذا التوجه، الشيخ محمد الغزالي - رحمه الله - والشيخ يوسف القرضاوي واللدان أعربا عن مباركتهما لهذا الجهد لما قدمه ويقدمه من توعية للجيل المسلم وحثه على العودة إلى أصول الشريعة (القرآن والسنة) يقول الشيخ يوسف القرضاوي: "إن هذا الكتاب بما احتوى من نصوص ثابتة ونقول صادقة، وشواهد ناطقة، وأفهام نيرة، وتعليقات ناضجة، قد أضاف إلى المكتبة الإسلامية إضافة لها وزنها وأصالتها، وقد يخالف في بعض جزئيات الكتاب بعض من الناس الذين تؤثر عليهم مواريتهم، وبيئاتهم بحكم سنة الله في البشر"⁽²⁾.

ثم يقول في موضع آخر: "والكتاب يسير في اتجاه التيسير ورفع الحرج والإعانة عن المرأة المسلمة، وسبب ذلك أن الاتجاه الذي ساد العالم الإسلامي قرونا هو اتجاه التزمته والتشديد على

(1) - دعاء فينو: المرأة في الخطاب الإسلامي، مرجع سابق

(2) - مقدمة كتاب: تحرير المرأة في عصر الرسالة، ص 29.

المرأة وسوء الظن بها"⁽¹⁾.

يقول الشيخ محمد الغزالي: "هذا الكتاب يعود بالمسلمين إلى سنة نبهم، دون تزيد ولا انتقاص، إنه كتاب وثائق، ومؤلفه رجل غيور على دينه محب للمعرفة، متجرد لنصرة الحق، كره الجدل الذي برع فيه أنصاف العلماء، وآثر مسلكاً قائماً على عرض الرويات كما استقاها من البخاري وسلم"⁽²⁾.

ولقد كان للشيخ محمد الغزالي نفسه مراجعات هامة في الخطاب الإسلامي كذلك، فكتابه "السنة بين أهل الفقه وأهل الحديث" أثار جدلاً هائلاً في ساحة الإسلاميين خاصة. فهو أيضاً لم ينج من الاتهام "بتميع جيل الصحوة" رغم أنه لم يأت بآراء تفرد فيها.

كل ما في الأمر أنه بين أن هناك مواقف من المرأة تم لها الانتشار على ألسنة المتدينين من العامة والخاصة ينبغي أن تراجع لأن هناك ما يعارضها نصاً⁽³⁾.

كما قام الغزالي في ركائز الإيمان ببيان ضرر الأحاديث المكذوبة مثل حديث "لا تعلموهن الكتابة ولا تسكنوهن الغرف"⁽⁴⁾ وحديث: قال رسول الله ﷺ لابنته فاطمة أي شيء خير للمرأة قالت: "خير للمرأة ألا ترى رجلاً ولا يراها رجل" فضمها إليه وقال: ذرية بعضها من بعض⁽⁵⁾، يقول الغزالي: "إن هذه الموضوعات أساس للسلوك في بعض البيئات الإسلامية"⁽⁶⁾.

كما أوضح في فقه السيرة إلى أن الجهل بالسنة النبوية، وتقديمها على القرآن جعل الكثير يحجر على النساء في دورهن فلا يخرجن من هذا السجن أبداً، وهو حكم لم يعرف في القرآن بل هو

(1) -مقدمة كتاب تحرير المرأة في عصر الرسالة، ص 24.

(2) -المرجع نفسه، ص 10.

(3) - دعاء فينو: المرأة في الخطاب الإسلامي، مرجع سابق.

(4) - ذكره الألباني في السلسلة الضعيفة، رقم 2017، وهو حديث موضوع.

(5) - العراقي: تخريج الإحياء، رقم 2/60، إسناده ضعيف.

(6) - محمد الغزالي: ركائز الإيمان بين العقل والدين، دار الشروق، ط2، القاهرة، 2002، ص 145.

عقوبة النسوة الآتي يرتكبن الفواحش⁽¹⁾، قال تعالى: ﴿وَأَلْتَمِسْ يَأْتِيكِ الْفَحِشَةُ مِنْ نِسَائِكُمْ فَاسْتَشْهِدُوا عَلَيْهِنَّ أَرْبَعَةً مِنْكُمْ فَإِنْ شَهِدُوا فَأَمْسِكُوهُنَّ فِي الْبُيُوتِ حَتَّى يَتَوَفَّهِنَّ الْمَوْتُ أَوْ يَجْعَلَ اللَّهُ لَهُنَّ سَبِيلًا﴾ سورة النساء: 15.

وأشار الغزالي إلى تسلل بعض التقاليد البدوية إلى فقهننا الإسلامي، ولأن قضية المرأة قضية جوهرية فقد ذكر في سر تأخر العرب والمسلمين تجربته لما كتب مقالا في الأهرام عن الخلع وبين أن البعض ما زال يرفض أن تمارس المرأة حقوقها ويقاوم نصائح المصلحين الداعية لرفع الظلم الاجتماعي عنها.

كما استغرب من وضع المرأة الغربية وهي تقود الشعوب وتغزو الفضاء وتتحكم بالمركبات الفضائية بينما المرأة المسلمة قد لا يحق لها قيادة سيارة على ظهر الأرض⁽²⁾.

وقد انتقده بعض الباحثين مثل: المدخلي، والجزائري، ورأوا أن ضغط الواقع وهيمنة النظريات الغربية المنتصرة شكلت بعض قناعات الغزالي فخضع لها وسار في ركاها وخاصة في قضايا المرأة⁽³⁾. فكلام الغزالي وغيره من المفكرين قد لا يخلو أحيانا من بعض الاجتهادات النسبية، والألفاظ الفضفاضة، وردود الأفعال السريعة أو العاطفية⁽⁴⁾.

وأيده البعض الآخر واعتبر أن ضبط الواقع لا ضغطه أساس نظرية الغزالي في تربية المرأة وهي

(1) - محمد الغزالي: فقه السيرة، دار رحاب، ط5، 2001 الجزائر، ص 42.

(2) - محمد الغزالي: سر تأخر العرب والمسلمين، نهمضة مصر للنشر والتوزيع، ط7، القاهرة، 2005 ص25.

للاستزادة حول موقف الشيخ الغزالي من المرأة تنبه الباحثة للرجوع إلى البحث القيم ل: لطيفة حسين الكندري، بدر محمد ملك، تربية المرأة من منظور الشيخ محمد الغزالي، ص 27 - 70. مرجع سابق

(3) - يمكن الرجوع إلى: رد المدخلي على الغزالي. ربيع بن هادي المدخلي: كشف موقف الغزالي من السنة وأهلها ونقد بعض آرائه، (1409 هـ). موقع المدخلي: www.rabee.net.

(4) - عماد الدين خليل وآخرون: الشيخ محمد الغزالي: صور من حياة مجاهد عظيم ودراسة لجوانب من فكره. دار الصحوة القاهرة،

نظرية رائدة تتسم بالسداد والوسطية لأنها ترفض فوضى الغرب، وتنكر تشدد الشرق⁽¹⁾.

أما الشيخ الألباني فقد أعلن أن وجه المرأة ليس بعورة في كتاب (حجاب المرأة المسلمة)، حيث قال في مقدمة الطبعة المنقحة: "هذا وقد كنت شرعت منذ مدة ليست بالقصيرة بكتابة مقدمة لهذه الطبعة الجديدة، اضطررت من خلالها أن أتعرض لبعض الذين تناولوا كتابي هذا أو بالأحرى قولي بأن وجه المرأة وكفيها ليسا بعورة، تناولوه بالنقد الغير علمي، والمصحوب بالتجريح.... فبدأت باستعراض أدلتهم وردودهم، وتتبع أقوالهم... حتى وجدتي قد تجمع عندي ما يزيد على مائة صفحة، أي أنه لو أتمته ونسقته، لقارب حجم هذا الكتاب... فرأيت بعد نظر وتفكير أن أفضل هذا الذي كتبه عن هذه المقدمة، وسميته: الرد المفحم على من خالف العلماء وتشدد وتعصب، وألزم المرأة أن تستر وجهها وكفيها وأوجب، ولم يقتنع بقولهم: أنها سنة ومستحب" (2).

وتوالت بعد ذلك المراجعات والتي نذكر منها: كتاب الشيخ راشد الغنوشي "الحركة الإسلامية ومسألة التغيير، المرأة بين القرآن وواقع المسلمين"، حيث يستعرض في القسم الثاني من الكتاب: قضية "المرأة في عصر الانحطاط"، وكذا "العمل النسائي في طريق التطور"، فيؤكد أن المرأة شخص كامل، ويدعو لتدارك الأخطاء التي وقعت على المرأة، كما يتناول مسألة عمل المرأة، وتعليمها وإسهامها في الدعوة. وفي خاتمة الكتاب يتطرق المؤلف بنوع من التحليل والنقد للحالة التونسية، وقضية المشاركة العامة للمرأة في الحياة السياسية⁽³⁾.

وخالص حلي في النقد الذاتي، ضرورة النقد الذاتي للحركة الإسلامية".

والأستاذة هبة رءوف عزت وإسهامها المتميز "المرأة والعمل السياسي"⁽⁴⁾، والذي يقدم الرؤية الإسلامية للعمل السياسي للمرأة في إطار التكوين المؤسسي للمجتمع، وما للمرأة من صلاحيات

(1) - فهيمة شرف الدين: نحو تصور آخر لقضية المرأة، كتاب قضايا المرأة العربية، الشريعة السلطة الجسد، دار بدايات، سوريا. 2008، ص 61.

(2) - ناصر الدين الألباني: جلاب المرأة المسلمة، درا السلام للنشر والتوزيع، طبعة جديدة منقحة ومزودة، ص 5.

(3) - راشد الغنوشي: المرأة بين القرآن وواقع المسلمين، المركز المغاربي للدراسات والترجمة، ط3، لندن، 2000.

(4) - هبة رءوف عزت: المرأة والعمل السياسي، المعهد العالمي لفكر الإسلام، سلسلة رسائل جامعية 18، 1995.

شرعية، ووظائف اجتماعية للمشاركة في هذا التكوين. كما يبحث في الأهلية والوعي بحسبهما من صلاحيات المشاركة في التكوينات الاجتماعية، ويبحث مكان ودور المرأة على خريطة قضايا البيعة والولايات العامة والشورى، كما يبحث موضوع الجهاد في إطار التنمية بما يسع النشاط السياسي للمرأة، وينتقل إلى دائرة الأسرة ليلقي الضوء على الرؤيتين الغربية والإسلامية للأسرة ولدورها في التنشئة السياسية.

ومن الجهود النسوية كذلك كتاب أسماء محمد زيادة "دور المرأة في العمل السياسي في عهد النبي والخلفاء الراشدين".

ومن الجدير بالذكر أن نستعرض كتاب الدكتورة سعاد صالح: "قضايا المرأة المعاصرة، رؤية شرعية ونظرة واقعية"⁽¹⁾، حيث تحدثت فيه عن الضوابط الشرعية لعلاج الخلافات الزوجية، والعنف داخل الأسرة وعلاج الإسلام له، وتنظيم الإسلام للغريزة الجنسية، وغيرها من المسائل والقضايا الهامة التي تخص المرأة المسلمة.

وبالطبع لا ننسى عقد الكثير من المؤتمرات والندوات التي تميزت بجدية الطرح وانفتاحه في هذا الاتجاه ومن أبرز الحضور فيها الشيخ العلامة القرضاوي، والدكتور محمد عمارة والدكتور محمد سليم العوا، د. شادية قناوي، د. سامية الساعاتي، والتي قصد منها توضيح موقف الشريعة الإسلامية من مفاهيم وأحكام شرعية كقضية شهادة المرأة والمساءلة حول أهليتها القانونية، الميراث، الحق في طلب الخلع وغيرها من المسائل المطروحة على بساط المناقشة والبحث.

نذكر منها الندوة التي عقدت في القاهرة "مراجعة في خطابات معاصرة حول المرأة: نحو منظور حضاري (28-29 نوفمبر 2004)⁽²⁾، حيث غطت المحاور الأساسية للندوة الموضوعات المختلفة مثل: الأطروحات التجديدية لقضايا المرأة على صعيد الفقه المعاصر، ومناقشة اتجاه الوسطية،

(1) - سعاد صالح: قضايا المرأة المعاصرة، رؤية شرعية ونظرة واقعية، مكتبة مدبولي، ط1، القاهرة، 2008.

(2) - مركز البحوث والدراسات السياسية، من خلال برنامج حوار الحضارات بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية، بجامعة القاهرة، خلال يومي الأحد والاثنين 28، 29/11/2004م والذي صدر في شكل كتاب: عبد الحميد أبو سليمان: مراجعة خطابات معاصرة حول المرأة نحو منظور حضاري، جامعة القاهرة، 2007.

ذلك الاتجاه الفكري الذي يحمل شعلة التحديد الديني، بالإضافة إلى عرض لإعادة قراءة دور المرأة في النصوص والوقائع عبر التاريخ، والتعمق في المنظور الحضاري في دراسات المرأة الذي يقوم على محاولة إثبات القدرة المعرفية والفكرية على مواجهة العديد من الإشكالات الحدية والنقلية التي نراها في العديد من المقاربات المعاصرة التي تتناول قضية المرأة.

وقد وجه عبد الحميد أبو سليمان- رئيس المعهد العالي للفكر الإسلامي بالولايات المتحدة الأمريكية- انتقادًا حادًا لفكري الأمة؛ لعدم جدية وعلمية ما يدور من نقاش حول المرأة وذلك يرجع لأن علاقتهم بالمادة المطروحة للمناقشة في قضايا المرأة إما أن تكون علاقة محاكاة أو علاقة جزئية بالتراث أو بالغرب، وهناك عدم وعي بالزمان أو المكان والعلاقات الأساسية فيما يطرح⁽¹⁾.

وهو ما يعكس تفاوتًا أن الخطاب الإسلامي يتجه حثيثًا نحو الإصلاح، إلا أننا يجب أن لا نمنع في التفاؤل طالما أن هذا الخطاب الإصلاحي لم يتجاوز بعد أبواب هذه المؤتمرات والندوات، فالغياب الشعبي والعملية لهذا الخطاب الإصلاحي لا تجعله فاعلاً.

وعليه لا بد من أن تخرج هذه المؤتمرات بخطوات عملية تفعل فيها هذا الخطاب⁽²⁾.

والخطاب الذي نقصده هو خطاب الدعاة والوعاظ والخطباء والمفتين والباحثين حين يقدم إلى جمهور الناس على أنه الوصف السليم والفهم الصحيح للإسلام في عقيدته ونظامه الأخلاقي وآدابه وشريعته.

(1)-مقدمة كتاب: مراجعة خطابات معاصرة حول المرأة نحو منظور حضاري. مرجع سابق

(2)-دعاء فينو: المرأة في الخطاب الإسلامي، مرجع سابق.

2- المرأة والفكر الإصلاحى فى الجزائر:

كتب الشيخ عبد الحميد ابن باديس عددا كبيرا من المقالات فى المنتقد والشهاب والبصائر، حول تعليم المرأة والاعتناء بها مظهرها وخبرا، داخل البيت وخارجه فى إطار التعاليم الإسلامية، وندد بالعادات والتقاليد البالية، التى فرضت عليها ودعا إلى نبذها.

وقد وجه خطابا للمدير مدرسة دوحة الأدب فى دمشق عندما علم بتدريس الفتيات فيها قائلا: "تعرفى يا سيدتى أن بالجزائر نهضة أدبية تهذيبية تستمد حياتها من العروبة والإسلام غايتها رفع مستوى الشعب العلمى والأخلاقى ومن مؤسسات هذه النهضة جمعية التربية والتعليم الإسلامية بقسنطينة، ولما علمت إدارتنا بجمعيتكم المباركة بما تنشر عنها مجلة الرابطة الإسلامية، رغبت أن ترسل بعض البنات ليتعلمن فى مدرسة الجمعية".

وفعلا استجيب لطلب الشيخ وانتخبت عشرة فتيات للبعثة لیسافرن لدمشق فى شهر أكتوبر 1939 ولكن اندلاع الحرب العالمية الثانية قبل ذلك بشهر عطل المشروع، ثم توفى الشيخ فى 16 أبريل 1940 فتعطل المشروع تماما⁽¹⁾.

ورغم فشل بعثة دمشق إلا أنه نجح فى ترقية المرأة الجزائرية والنهوض بمستواها على الأقل أدبيا، لأنه فتح لها الطريق لتنشيط، وذلك لها الكثير من الصعاب والعراقيل وتمكن من إقناع شريحة كبيرة من المجتمع الجزائري بضرورة إخراج المرأة من أوضاعها المزرية، وإتاحة الفرصة لها لتعلم ولتشارك بعد ذلك فى الحياة العامة إلى جانب أخيها الرجل.

وفعلت مثله الحركة الوطنية خاصة تيار حزب الشعب الذى كانت له نفس السياسة داخل الجزائر، وحتى فى المهجر، فشجع المرأة على أن تتعلم وتخوض غمار السياسة على أى مستوى.

وهكذا توسعت الحركة النسوية الإصلاحية فى المدن القرى ووجدت الاستجابة الواسعة لها على مدى نصف قرن، وظهرت مجموعة من النساء فى شكل نخبة، يكتبن وينشرن فى الصحف

⁽¹⁾- يحيى بوعزيز: المرأة الجزائرية وحركة الإصلاح النسوية العربية، دار الهدى، الجزائر، 2001، ص 27-28-29.

والمجلات ويؤلفن القصص، وينظمن الأشعار، ويشاركن في النشاط المسرحي ويمتهن التدريس والتمريض، ويعالجن الموضوعات النسوية، ومشاكلهن، ويفكرن في مصير البلاد والعباد⁽¹⁾.

ومن الصدفة أنه في هذه الفترة ظهرت بعض الجمعيات النسوية للعمل على ترقية المرأة والنهوض بها، ومنها جمعية نهضة المرأة المسلمة بتلمسان، التي كانت ترأسها السيدة فتيحة كاهية، وقد نشرت بلاغا في مجلة البصائر 7 ربيع الأول 1367هـ الموافق 19 جانفي 1948 قالت فيه لا نطلب سفورا لعلمنا، وانتقدت المتعلمات في المدارس الفرنسية، ودعت إلى التمسك بالقيم الإسلامية وعدم الاغترار بمظاهر الحضارة الغربية.

جاء في خطابها الآتي: "وما بلغت أمة أوج المعال إلا بمشاركة نساءها في نهضتها إذ بهن تتوفر أسباب سعادة المجتمع"⁽²⁾. وغيرها من الجمعيات والنماذج.

ورغم التواجد الكبير للتيار التغريبي في الجزائر غداة الاستقلال ومحاولته الخروج بالمرأة عن عاداتها وتقاليدها الإسلامية ومجاعة المرأة الغربية في كل مساراتها، حيث عبرت إحدى الباحثات الجزائريات الداعيات للمساواة بين الرجل والمرأة دون قيد أو شرط بقولها: "لقد كانت المرأة المنشودة في بداية الاستقلال هي تلك التي تمارس الرياضة وتشارك في السياسة وترأس المؤسسة، حتى أن الرئيس بن بلة لم يتردد في القول أنه من خلال ممارسة الرياضة، مثلا كان يريد أن يرى "امرأة جديدة" قوية مندمجة في الحياة الاجتماعية"⁽³⁾.

وكذا غلو بعض الجماعات الإسلامية والتي أعطت صورة سيئة لتطبيق تعاليم الإسلام، حيث يقول الشيخ محمد الغزالي: "كان التيار الإسلامي في الجزائر متقدما ناضر المستقبل يوشك أن يغسل الأرض من أدران الاستعمار القديم، الاحتشام حل محل التبرج، والإطار الإسلامي أحكم الالتفاف

(1)- المرجع نفسه، ص 34.

(2)- يحي بوعزيز: المرأة الجزائرية وحركة الإصلاح النسوية العربية، ص 35-37

(3)- André, A. (1965), « Chronique sociale et culturelle Algérie », in *Annuaire de l'Afrique du Nord*, Centre national de la recherche scientifique; Centre de recherches sur l'Afrique méditerranéenne (éds.), Paris, Editions du CNRS, p. 165-193.

حول التطور الحضاري، وقاده نحو الحرية والخير وسائر الحقوق، فإذا بصيحات مجنونة تغلو بضرورة النقاب والجلباب والقشور التي يضيع معها اللباب وكانت النتيجة أن أوجس أولو الأبواب خيفة من الإسلام وصحوته، وهم معذورون، وتقهقرت الصحوة الإسلامية عقب تلك الفوضى⁽¹⁾.

ولكن جماعة القيم التي أسسها مالك بن نبي في ذلك الوقت وقفت في وجه المد الجارف للتيار التغريبي، وتيار التشدد، لذلك عبر الرئيس بومدين عن تحرير المرأة الجزائرية أنه لا يتحقق إلا في ضوء الأخلاق الإسلامية.

وعلى العموم هناك ثلاث اتجاهات حول وضع المرأة ومساهمتها في عملية التغيير الاجتماعي والاقتصادي في الجزائر وهي:

الاتجاه الأول: يمثل الاتجاه التقليدي المحافظ يرفض اشتغال المرأة رفضا تاما.

الاتجاه الثاني: يمثل الاتجاه التحرري نسبيا يرخص للمرأة العمل في ميادين معينة فقط.

الاتجاه الثالث: يمثل الاتجاه التحرري الثوري يتيح للمرأة المشاركة في كافة مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية، والثقافية، والسياسية... إلخ⁽²⁾.

ولهذا الخطاب الديني — بتعريفه هذا — دور أساسي في تكوين "العقل المسلم" و"الوجدان المسلم"، ومنه يتلقى عامة الناس تصورهم للإسلام، وللعالم في ظله. وتزداد أهمية ترشيد هذا الخطاب في ظل أمرين تكاد تشترك فيهما جميع البلاد الإسلامية.

أولهما: انتشار الأمية بمعناها العام، والأمية الدينية بوجه خاص، وهو ما يحول دون الاتصال بمصادر المعرفة الدينية الصحيحة، من المراجع المعتمدة في التفسير وفي علوم الحديث والسيرة والفقهاء. وما يجعل الخطاب الديني بمعناه الذي يبناه المصدر الأساسي إن لم يكن الوحيد للمعرفة الدينية. والمستول الأول عن تحديد معالم "التدين" ورسم صورة "المتدينين" لدى الأفراد ولدى الجماعة، ولدى

(1) -محمد الغزالي: قضايا المرأة بين التقاليد الوافدة والراكدة، ص9، مرجع سابق..

(2) -دودو نعيمة: تأثير عمل المرأة على معدلات الخصوبة دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس، بسطيف، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2010-2011، ص36.

الغير.

ثانيهما: تعاضم موجة التدين احتجاجاً على المادية التي آل إليها أمر الحضارات المعاصرة، وما صاحبها من تراجع في "نوع" العلاقات الإنسانية السائدة، وفسادٍ لذات البين داخل الجماعة الواحدة، وداخل المجتمع الدولي كله، وهو التراجع المسئول — مع أسباب أخرى — عن انتشار ظواهر الأنانية والانحصر على الذات، وظواهر العنف الفردي والجماعي، الذي يتخذ أشكالاً متعددة باختلاف ميادينه، بدءاً بالعنف الفردي والحكومي، وانتهاء بالإرهاب الداخلي والدولي، ووصولاً إلى الحروب الأهلية والإقليمية والدولية.⁽¹⁾

3- نقد الأدبيات الإسلامية حول المرأة:

تعد المساحة التي أخذتها قضية المرأة في الأدبيات الإسلامية، من حيث الكم غير قليلة، لكن الراصد والمتأمل في هذه الأدبيات والكتابات بالمنظور النقدي، تتكشف له بعض الحقائق والملاحظات، منها:

أ- يغلب على الكثير من هذه الكتابات الحالة الانفعالية والدفاعية في الرد على الشبهات والإشكاليات التي تثيرها الأعلام والتيارات غير الإسلامية حول المرأة بشكل عام، والمرأة في الخطاب الإسلامي بشكل خاص. وإذا كان من الأهمية الدخول مع هذه الآراء بالحوار والنقد والرد، فإن الأهم من ذلك الانطلاق من الأصول والقواعد الإسلامية في بلورة الرؤية المعرفية والعملية لقضايا المرأة، بعيداً عن حساسيات الطرف الآخر.

وإذا اعتبرنا إن هذه الحالة قد جاءت في ظرف كان التيار الإسلامي يصنف حاله في موقف الدفاع، فإن هذا الظرف تغير، وما زالت العديد من الكتابات الإسلامية لم تتغير.

والمرأة من جهتها لا تنتظر مثل هذه الردود، التي لا تغير من واقعها شيئاً بقدر انتظارها

⁽¹⁾ - أحمد كمال أبو المجد، حول الخطاب الديني المعاصر، رؤى إسلامية (مجموعة من المؤلفين) الجمعة، 30 أبريل 2010. <http://www.alwihdah.com/fikr/adab-ikhtilaf/2010-04-26>.

وحاجتها لصياغة الرؤية الإسلامية حول المرأة والتي ترتبط بأوضاعها، وإصلاح هذه الأوضاع.

تريد التعرف على الرؤية الإسلامية لأجل أن تكيف سلوكها وفقها، لا أن تطلع على تلك الردود فحسب.

ب- إن أغلب الكتابات الإسلامية عن المرأة جاءت من الرجل وليس المرأة. وهذا ما يتضح بصورة واضحة، لو قمنا بتوثيق بيبليوغرافي حول ما نشر عن المرأة في الخطاب الإسلامي، فحين يستعرض الأستاذ «منير شفيق» آراء الإسلاميين عن المرأة يذكر واحداً وعشرين رأياً للرجال، واثنين فقط من النساء⁽¹⁾.

وهذا بالتأكيد ليس لفصل عالم المرأة عن اهتمامات الرجل، بل لأن المرأة ولأسباب ذاتية وموضوعية، معرفية ومنهجية، هي أقرب إلى تشخيص أحوالها، ومعرفة كينونتها، وبالتالي الأقدر على فهم حاجاتها ومتطلباتها. ومن جانب آخر قد لا يتوجه النقد هنا بالضرورة للرجل الذي عبر عن رأيه باهتمام في موضوع المرأة، بقدر ما يوجه للمرأة ذاتها التي لم تتولّ قضاياها بالكتابة والنشر كما أولاهما الرجل.

ج- يكاد المتابع لكثير من الكتابات الإسلامية عن المرأة، أن يصاب بالملل وقد يصل إلى الإحباط، لما تتصف به هذه الكتابات من الاجترار والتكرار والتقليدية أو السطحية في بعض الأحيان، فلا ترى التجديد والعمق والإبداع إلا قليلاً. وقد صار معروفاً في هذه الكتابات أن يبدأ الكاتب بالحديث عن الظروف السيئة للمرأة عند الأمم والشعوب القديمة، ثم عن احتقار المرأة في عصر الجاهلية، ثم عن انحلال المرأة في الغرب، وبعد ذلك يأتي الحديث عن تكريم الإسلام للمرأة الذي أعلى من شأنها، واعترف لها بحقوقها.

وعن هذه المنهجية تقول «زينب الغزالي» «إن مثل تلك القضايا التي قتلت بحثاً، وعرف بها

⁽¹⁾ -زكي الميلاد: المرأة في المشروع الإسلامي المعاصر من منظور نقدي، <http://aafaqcenter.com>، 2010/06/07

دراسة لكتاب منير شفيق: الفكر الإسلامي المعاصر والتحديات.

القاصي والدايني، والبعيد والقريب»⁽¹⁾. ويضيف الدكتور «القرضاوي» «قد شكنا إلى بعض الأحوات مللهن من المحاضرات التي تلقى في المؤتمرات الإسلامية بأمريكا وأوروبا وتدور كلها حول قضايا المرأة وحقوقها وواجباتها، ومكانتها في الإسلام، وهي قضايا تكررت حتى أصبح الحضور لسماعها كأنه عقوبة»⁽²⁾، والمرأة قد سمعت كثيراً عن هذه القضايا، فهل تحسنت أوضاعها .

د- لقد ركزت الكتابات الإسلامية عن المرأة كثيراً، وبمساحات كبيرة، على الجانب الأخلاقي الذي يرتبط بالسفور والاختلاط وتقليد المرأة الغربية في سلوكها. وهذا التركيز بالتأكيد له ما يبرره موضوعياً مع تفشي الانحلال الأخلاقي، والميوعة والفساد الاجتماعي الذي ينتشر بصورة خطيرة ومدّمة في مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

ولكن إلى جانب هذا التركيز، لم نشهد تركيزاً في الكتابات والأبحاث على معالجة قضايا تنمية المرأة، والارتقاء بمستوياتها التربوية والتعليمية، والنهوض بأدوارها الاجتماعية، واستكشاف مواهبها وتفعيل طاقاتها.

هـ- يلاحظ أن نقصاً واضحاً في هذه الكتابات يرتبط بالجوانب التوصيفية والإحصائية، والتي هي من الشروط الأساسية في الدراسات العلمية، ومع غيابها تفتقد هذه الكتابات إلى عنصر أساسي من عناصر البحث العلمي، فالعناصر الكيفية لا تبني إلا على عناصر كمية، وهذا النقص لا يمكن أن يعوض بأي شكل من الأشكال، إلا بواسطة عمليات المسح الاجتماعي، والاستطلاعات الميدانية، والاستبيانات، وتخزين المعلومات.

لم نلاحظ لدينا أرقاماً حول المرأة في مجتمعاتنا العربية والإسلامية، كالتى تتوافر عن المرأة في الغرب، في حين أن الأرقام والإحصاء هما المستند الحقيقي للتشخيص الموضوعي الذي يترتب عليه كيفية فهمنا لهذه الحالة، ونوعية البرامج المناسبة، وطريقة معالجة المشكلات، وتحسين نوعية الحياة للمرأة.

(1) - صحيفة البلاغ، العدد العشرون، 5 تشرين الأول/ أكتوبر، صنعاء، 1991م، من كلمة أقيمت في ندوة «وضع المرأة في العالم الإسلامي» عقدت بالقاهرة في الفترة ما بين 19-20 آب/ أغسطس 1991م.

(2) - أولويات الحركة الإسلامية في المرحلة القادمة، مكتبة وهبة، القاهرة، 1992، ص68.

و- لا زالت هناك فجوة عميقة ترتبط بجذلية النظرية والتطبيق في مسألة المرأة، فالطرح الإسلامي لقضية المرأة لا يجد طريقه إلى التطبيق بالكيفية التي ينظر له. ومازالت الموروثات والتقاليد التي تهمين على الواقع هي أقوى وأكثر تأثيراً من التنظير الإسلامي. وعن هذه الإشكالية تقول «بشينة إبراهيم مكي» تعمل في الحقل الإسلامي في الكويت: (إن المرأة اليوم هي أحد ضحايا التخلف الطويل الذي عاشته الأمة، ولا شك أن الأعراف الاجتماعية، وخاصة في النصف الأول من هذا القرن قد ساهمت في تأخير النهوض بالمرأة وتعليمها)⁽¹⁾. لقد عمزت الحركة الإسلامية بكافة فصائلها عن أن تطرح قضية المرأة طرحاً إسلامياً، مستقلاً، بعيداً عن ضغوط التقاليد والمجتمع، بحيث تقول هذا هو هدي الإسلام، ودور المرأة في المجتمع المسلم⁽²⁾.

والتغيير يجب أن يبدأ من المرأة بأن تعيد النظر إلى ذاتها⁽³⁾، نخلص إلى نتيجة مفادها أنه ينبغي تصحيح تصور المرأة عن نفسها أولاً⁽⁴⁾ ثم تصحيح تصورات المسلمين عن شخصيتها ثانياً. إلا أن الواقع يدل على أن النخب النسائية لم ترقَ بعد إلى درجة الوعي، التي تتيح لهنّ التفاعل مع قضاياهنّ بالمنهجية العلمية المناسبة لطبيعة المرحلة، وعدم قدرتهنّ على المنازلة ومناقشة قضاياهنّ العلمية، والعقلية، والاقتصادية، والسياسية، والحضارية، فضلاً عن عدم امتلاكهنّ أدوات قيادة الحراك الثقافي داخل مجتمعهنّ النسائي. وقد تبين من متابعة التداخيمات الراهنة لقضايا المرأة عدم وجود مشروع حقيقي يكفل تصحيح الوضع القائم، أو يُقدِّم مبادرات واقعية مع استشراف المستقبل المتوقع للقضايا المتنوعة⁽⁵⁾.

(1)- الفكر الحركي الإسلامي وسبل تجديده، ندوة: مستجدات الفكر الإسلامي والمستقبل، الكويت: الأمانة العامة للأوقاف، ط1، 1993، ص304.

(2)- جمال البرزنجي» وهو يلخص وقائع ندوة (الحركة الإسلامية: في ظل التحولات الدولية وأزمة الخليج) يمكن الرجوع فيما ل: زكي الميلاد: المرأة في المشروع الإسلامي المعاصر من منظور نقدي، مرجع سابق.

(3)- زكي الميلاد: تجديد التفكير الديني في مسألة المرأة، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء المغرب، 2011، ص92.

(4)- عبد الحليم أبوشقة: تحرير المرأة في عصر الرسالة، ج1 ص308، مرجع سابق.

(5)- مسفر بن علي القحطاني، أ.د سارة بنت عبد المحسن بن جلوي آل سعود : الموقف الديني من قضايا المرأة المسلمة -دراسة لمنهجية الفتيا في قضايا المرأة المعاصرة-، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، مكتب الأردن، 2013، iiitjordan.org.

ثالثاً: المرأة وقضاياها في الإعلام العربي:

يعود الاهتمام بقضايا المرأة حديثاً- على المستوى الدولي- إلى فترة ما قبل الحرب العالمية الثانية حيث تعكس المؤتمرات الدولية المعنية بالمرأة معالم الحركة النسائية العالمية واهتمامات المرأة وما تتعرض له من مشكلات، فقد ناقشت المؤتمرات الدولية الخاصة بالمرأة - قبل الحرب العالمية الثانية- سبل مساندتها للحصول على حقوقها السياسية في الانتخاب والتصويت وحققها في العمل، وناقشت المؤتمرات الدولية بعد الحرب العالمية الثانية معاناة المرأة من الحروب وسبل دفع العنف الواقع عليها نتيجة هذه الحروب.

كما عقدت العديد من المؤتمرات الدولية المعنية بالمرأة في إطار الأمم المتحدة ومنها المؤتمر العالمي للمرأة في مكسيكو سيتي 1975/6/19 وأعلنت فيه الفترة من 1975- 1985 عقد للمرأة، والمؤتمر العالمي الثاني للمرأة في كوبنهاجن الدانمارك 1980، ومؤتمر السكان والتنمية القاهرة 1994، ومؤتمر القمة العالمي الرابع للمرأة بكين 1995، ومؤتمر بكين +5 بنيويورك 2000، ومؤتمر بكين 10 عام 2005. وذلك بالإضافة للمؤتمرات الخاصة بالمرأة العربية والتي توجت بالمؤتمر الأول لقمة المرأة العربية عام 2000 ومنتدى المرأة والإعلام في الإمارات 2002، وفي نوفمبر 2002 عقد المؤتمر الثاني لقمة المرأة العربية بالأردن⁽¹⁾.

1-أجندة القضايا المعاصرة للمرأة:

من خلال الملاحظة العلمية والتقارير التي توضح واقع المرأة العربية عموماً والجزائرية بشكل خاص على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي، بالإضافة إلى البحوث والدراسات العلمية ذات الصلة نخلص إلى أجندة القضايا المعاصرة للمرأة ، والتي تحتاج إلى اهتمام وسائل الإعلام:

⁽¹⁾-حنان محمد إسماعيل حسنين:تناول قضايا ومشكلات المرأة في الأفلام المصرية، دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، مايو 2008.ص، 823

1-1- القضايا الاجتماعية والصحية:

تحتوي أجندة القضايا الاجتماعية للمرأة، على العديد من القضايا النوعية ذات الطابع الاجتماعي والصحي، تأتي قضية التمييز الاجتماعي والثقافي ضد المرأة كواحدة من أهم القضايا الاجتماعية التي تترك آثارها السلبية على المرأة في المجتمع، تلك الصورة التي النمطية التي تقف حائلا أمام توظيف قدرات المرأة ومهاراتها في مشاركة الرجل لتحديث المجتمع في كافة المجالات.

وتأتي في مقدمة هذه المصادر: الأمثال الشعبية، الحوادث، والأغاني، كما ساهمت مناهج التربية والتعليم هي الأخرى في رسم صورة تقليدية للمرأة لا تراعي التوازن بين أدوارها الاجتماعية والاقتصادية، والعلمية والتي تجمع بينها في الوقت الحالي، وهذا الذي نلاحظه في مناهج التعليم عندنا في الجزائر فهي متذبذبة كانت المرأة زمان في البيت والأب في الحقل، والآن الأم معلمة والأب مهندس وكأن كل النساء لا يخرجن عن هذه الأدوار، فتجاوزت بيت التقليدية البحثة والعصرية المطلقة، حيث أن كثيرات من النساء في الجزائر يفضلن المكوث في البيت كربات بيوت.

كما مثل الإعلام مصدرا مهما من مصادر التمييز الاجتماعي والثقافي، ولا سيما في الدراما، والإعلانات، وأغاني الفيديو كليب، والذي قدمت المرأة فيه بصورة نمطية يغلب عليها الطابع السلبي، فهي عاطفية، لا تستخدم عقلها، أنها غير قادرة على عمل التوازن بين مسؤولياتها الاجتماعية والمهنية.

و على المستوى الصحي تواجه المرأة العربية من العديد من المشكلات الصحية، منها الأنيميا التي تنتشر انتشارا واسعا بين الأمهات الحوامل، والمرضعات، غياب السلوك الصحي والرشيد، ممارسة المرأة للرياضة.....

ويلحق بذلك قضايا تعليم المرأة، حيث أن معدل الأمية بين الإناث في مصر تصل إلى 50%⁽¹⁾، أما المرأة الجزائرية بالمقارنة بالنساء في العالم العربي، فقد حظيت بالاهتمام الكبير من

⁽¹⁾ -البنك الدولي: المجلس القومي للمرأة : نقلا عن: عادل عبد الغفار: الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة - رؤية تحليلية واستشرافية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2009، ص 28.

النقاشات والاتجاهات الفكرية، وعليه استفادت من كل تلك الاختلافات، فقد ارتفعت نسبة تدرس الفتيات ما بين 6 إلى 15 سنة من 36,90% سنة 1966 إلى 92% سنة 2008. وبينما لم يكن عدد الطالبات الجزائريات سنة 1963 يتجاوز 420 طالبة من مجموع 2750 طالب، أي بنسبة 15% فقط، فإن نسبة الطالبات في التعليم العالي قد ارتفعت إلى 59% في قسم التدرج مقارنة بـ 38% لدى الطلبة من الذكور، لكن هذه النسبة تقل في قسم ما بعد التدرج لتبلغ 48%، بينما تصل نسبة الذكور إلى 52%⁽¹⁾..

حيث تطرح النسب السابقة مؤشر والذي يهمننا الوقوف عنده:

- يبين هذا التفاوت في نسبة تسجيل الطالبات بين القسمين (التدرج وما بعد التدرج) أن هناك اتجاها أكبر لدى الفتيات المتخرجات من الجامعة نحو الحياة العملية أو الحياة الأسرية.

و في الحديث عن القضايا الاجتماعية تبرز ظاهرة العنف سواء في المنزل أو العمل، أو الأماكن العامة، وتعدد أشكال العنف ضد المرأة وتشمل العنف الجسدي، واللفظي، والنفسي، وهو ما يستدعي ليس فقط التشدد في نصوص القانون، وإنما يحتاج أيضا إلى تفعيل جهود الإعلام في تنمية الوعي بأهمية المناقشة والحوار داخل الأسرة⁽²⁾.

والجزائر تعتبر من بين الدول التي أعطت حقوقا للمرأة مثل: حقها في سكن الزوجية بعد الطلاق، وحمايتها من أشكال العنف والتحرش، وتجريم التحرش الجنسي في الشارع الذي يعاقب المتحرش بالسجن، ويعطي الشرطة صلاحية التدخل لوقف المتحرش، كما يمكن اعتبار الشرطة شهود عيان عند المحاكمة للمتحرش، وكذلك قانون تجريم تعنيف الرجل لزوجته، ومشروع قانون تجريم تحكّمه في مالها ومنح المطلقة الحاضنة الحق في سكن الزوجية بعد الطلاق⁽³⁾.

⁽¹⁾-الديوان الوطني للإحصاءات نشرة رقم 173، 2011، و احصاءات مركز الإعلام والتوثيق حول حقوق الطفل والمرأة.

⁽²⁾-مايسة جميل: صورة العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير

منشورة، كلية الإعلام، 2003، ص10 PDF

⁽³⁾- [http:// echoroukonline.com/articlesjawahir](http://echoroukonline.com/articlesjawahir) الثلاثاء 17 نوفمبر 2015 ميلادى -4 صفر 1437

هجرى.

1-2- القضايا الاقتصادية للمرأة:

يأتي على رأس هذه القضايا المشكلات المرتبطة بعمل المرأة، والذي أصبح ضرورة حتمية، وتواجه المرأة فيما يتصل بالعمل مشكلات عديدة، في مقدمتها ارتفاع نسبة البطالة بين الإناث رغم حصولهن على درجات ومؤهلات علمية متميزة، وذلك في إطار عجز سوق العمل عن استيعاب أعداد هائلة من الخريجين.

ولا تزال المرأة في الأرياف وبعض الفئات الفقيرة تعمل في أنشطة منخفضة الإنتاجية، ولا تتمتع بأي حقوق تأمينية تضمن حقوقهن.

أما في الجزائر فالتغيرات الاجتماعية عكست جانبا من حيث عاملين مهمين هما :

-نسبة التمدرس والتعليم من جهة، والمشاركة في الحياة المهنية من جهة أخرى، فالتطور الكمي إذن لا يمثل جانبا إيجابيا ومهما عند الأخذ بعين الاعتبار مكانة المرأة الجزائرية اليوم.

-كما يطرح عمل المرأة الجزائرية أيضا مشكل تقلص المجالات المتاحة أمامها في هذا الشأن، فسنة تلوى الأخرى يتجه نشاط النساء المهني إلى القطاع الإداري، ولا سيما التعليم والصحة حيث تصل نسبة تواجد النساء إلى 63%.

وتقلص نسبة النساء العاملات في التجارة والنقل والزراعة بشكل كبير أيضا.

يمكن الإشارة خاصة إلى أن نسبة كبيرة من النساء العاملات هن عازبات وذلك بنسبة 53%، بينما نسبة الرجال العاملين غير المتزوجين تبلغ فقط 29%، وهو ما يطرح مسألة استقلالية المرأة في حياتها الزوجية، وعليه تفضل الكثير من النساء عدم العمل⁽¹⁾

كما يتصل بالقضايا الاقتصادية مشكلة مواجهة الفقر وخروج الأطفال للعمل في سن مبكر، وتسربهم من التعليم، وهو ما تسبب في ارتكاب العديد من الجرائم، سواء ضد الأطفال أو من الأطفال أنفسهم وقد شهدت الجزائر منذ ما يقارب العامين حوادث مفزعة في هذا الخصوص،

⁽¹⁾ -André, A. (1965), « Chronique sociale et culturelle Algérie », p. 165-193.

نشرت على نطاق واسع في وسائل الإعلام المختلفة.

1-3-القضايا السياسية والتشريعية:

تعتبر مشاركة المرأة في الحياة العامة وصنع القرار، واحدة من القضايا الأساسية التي تطرح نفسها، وفي كل الدساتير العربية ما تفتؤ أن تذكر بحق المرأة في الانتخاب والترشح.

وتقر كافة البحوث والدراسات التي تصدت لهذه القضية ضعف مستوى مشاركة المرأة على مستوى الترشح، وعلى مستوى التصويت.

أما في الجزائر فالمرأة التي اختارت المضي قدما نحو التغيير تقلدت مناصب سامية في مختلف مؤسسات الدولة الجزائرية، فهي نائبة في البرلمان ووزيرة في الحكومة، ووالية ورئيسة للجهات القضائية وسفيرة بحيث سجل انتخاب 147 امرأة في المجالس الشعبية البلدية و165 امرأة من مجموع 1870 منتخبا في المجالس الشعبية الولائية، و24 امرأة في المجلس الشعبي الوطني. بمجموع، 366 نائبا. في الانتخابات الأخيرة.⁽¹⁾

إن عمل المرأة الإصلاحي والسياسي في حراسة قيم المجتمع وتنميته وتقويم الاتجاه العام، ومراقبة أداة الدولة، كتابة وخطابة، كل ذلك جدير بأن يملأ فراغ نفسها ووقتها بمشاغل قيمة، ويشعرها بنفاسة الحياة ويوسع من آفاقها وصلتها بالحياة، وينمي مقومات شخصيتها.⁽²⁾

وعليه فمشاركة المرأة الجزائرية في الأندية والجماعات والمنظمات العاملة، نياية وغير نياية، وما اكتسبت فيه من خبرة، وما قابلت في سبيل ذلك من رجال ونساء من نماذج شتى من البشر ذوي المواهب والأمزجة المتباينة، قد جعل منها امرأة قوية بشخصيتها وطموحها فاقت حدود الوطن. ومع ذلك تبقى الموروثات الثقافية التقليدية بما يتضمنه ذلك من أنماط التنشئة، وسيادة ثقافة التمييز الحزبية والعامة، وانخفاض الوعي السياسي، وضعف الأيمان بأهمية الدور السياسي للمرأة تعيق عمل

⁽¹⁾-موقع وزارة الداخلية الجزائرية.

⁽²⁾-البهي الخولي، الإسلام والمرأة المعاصرة، ط4، دار القلم، الكويت، ص224

المرأة السياسي خاصة لدى فئات النساء الأقل ثقافة.

ولعل الاهتمام الإعلامي بهذه المسألة لا بد وأن يكون ضمن منظومة شاملة، تشترك فيها كافة الوسائط.

1-4- القضايا الدينية:

يتصل بهذه القضايا ضرورة تنمية فهم المرأة لصحيح الدين، فيما يتعلق بالحقوق والواجبات، وتقديم الرؤية التسامحية والوسطية للإسلام، وتعريفها بحقوقها وتوثيق صلتها بخالقها.⁽¹⁾

لم يعد من الصحيح طرح قضية المرأة منفصلة عن الجنس الآخر وعن قضايا المجتمع، كما لم يعد مقبولاً معالجة إشكالية المرأة في المجتمع ضمن إطار من الاهتمامات والاحتياجات أو الطموحات الفردية للمرأة من خلال النظرة النسوية المعزولة، لأنها نظرة وحيدة الجانب ومفرطة في التسطيح والتبسيط، ولا بد من معالجة قضايا المرأة ودورها في المجتمع من منظور حضاري إنساني شامل، يهدف لتصحيح ونهضة المجتمع ككل، وهذا لا يعني تجاهل المفاهيم التقليدية الايجابية حتى لا يقع المجتمع في حالة الاغتراب عن ذاته، كما هو الحال في أمتنا العربية⁽²⁾.

2- موقع المرأة من الإعلام العربي:

منذ انطلاق دعاوى تحرير المرأة العربية في بداية القرن الماضي، بدأت قضايا المرأة تأخذ مكانها في وسائل الإعلام العربية، ومع تطور هذه الوسائل تطورت معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة، وصولاً إلى عصرنا الحاضر الذي بتنا نشهد فيه العديد من وسائل الإعلام الموجهة للمرأة ومعالجة قضاياها، من مطبوعات صحفية إلى برامج تلفزيونية إلى مواقع على الشبكة العنكبوتية، حتى بتنا نشهد تنافساً في طرح مشاكل المرأة بين هذه الوسائل لكسب أكبر حجم ممكن من الجمهور.

ولكن وسط هذا الكم الكبير من وسائل الإعلام التي تبدي اهتمامها بطرح ومعالجة قضايا

(1)- حاولت بناء مادة هذا الجزء بقراءة تحليلية لكتاب: عادل عبد الغفار: الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، مرجع سابق.

(2)- حديجة حباشنة: كيفية تقديم صورة جديدة عن المرأة في وسائل الإعلام، ندوة منشورة: تحت اسم: منال أبو عيشة: دور وسائل الإعلام في دعم قضايا المرأة، الوراقون للنشر، الأردن، 1998، ص 106.

المرأة العربية، نطرح على أنفسنا سؤال هل تقوم هذه الوسائل بطرح القضايا التي تعانيها المرأة العربية في الواقع؟ أم أن هنالك نوعاً من الانتقائية في المعالجة الإعلامية لمحمل المشاكل والعقبات التي تواجهها المرأة العربية في حياتها.

ولكون الإعلام من أهم الوسائط التي تساهم في النهوض بالمرأة، فقد عمدت توصيات الكثير من المؤتمرات العربية إلى ضرورة:

- إدراج قضية المرأة والإعلام ضمن القضايا الوطنية التي تتم مناقشتها في المجتمعات العربية بشكل منتظم من أجل رفع مستوى الوعي الاجتماعي والثقافي بهذه القضية باعتبار أن وسائل الإعلام تشكل ظاهرة لها تبعاتها الاجتماعية والثقافية الخطيرة في المدى القصير والبعيد، وقد لوحظ من تقارير الدول أن قضية المرأة والإعلام تثار في مناسبات محددة رغم ما يشهده الواقع المعاش من تناول سلبى وتلاعب بصورة المرأة وعدم تمكينها من المشاركة الفاعلة في العمل الإعلامي.

- تفعيل التشريعات والقوانين الخاصة بالمرأة لتوسيع قاعدة المشاركة في الحياة العامة بشكل عام والقطاع الإعلامي بشكل خاص.

- أن تحدث المؤسسات الإعلامية تحولات مهمة في أساليب عملها وفي قيمها المهنية ومعايير التوظيف فيها بحيث تأخذ بعين الاعتبار تقدم صورة متوازنة وإنسانية للمرأة بعيداً عن الإسفاف والإثارة، ولا يتحقق هذا إلا من خلال تبني مبادئ أخلاقية ومهنية تحظر الإساءة للمرأة وتشجع على مشاركتها في العمل الإعلامي دون ضغوط أو مضايقات، وتحدد في الوقت نفسه واجبات الإعلامية والصحفية نحو المجتمع وفي هذا الخصوص يوصي المشاركون باستثمار المبادرات والجهود التي أنجزت في مجال تطوير مبادئ أخلاقية في بعض البلدان العربية.

- توسيع نطاق التعليم والتدريب الإعلامي أمام المرأة في المستويات القيادية والإدارية المختلفة وبخاصة في المجالات المتخصصة المتعلقة باستخدام تقنيات المعلومات واستخدام الانترنت كوسيلة إعلامية صاعدة في العمل الإعلامي، وممارسة العمل الإداري في المؤسسات الإعلامية حيث لوحظ أن المرأة لا تزال تقف في أدنى السلم الوظيفي للعمل الإعلامي بحيث ينحصر دورها في المناصب الفنية

والتحريرية وليس في مواقع صناعة القرار العليا.

-توفير مرصد إعلامي على المستويين القطري والعربي يتولى توثيق الإنجازات التي حققتها المرأة في القطاع الإعلامي ويتابع التطورات في مجال التشريعات الخاصة بالمرأة، ورصد الصور التي تقدم لها في وسائل الإعلام، ويصدر تقارير دورية به، ولا شك أن توفير قواعد بيانات بالإنجازات ستسهم في نهاية المطاف في تعزيز الإحساس بمستوى التقدم الذي يتم إحرازه في هذا القطاع الحيوي من مسيرة المرأة والمجتمع على حد سواء⁽¹⁾.

ومن هنا تأتي أهمية مناقشة الدور المرتقب للإعلام العربي، عبر كافة مستوياته مقوماته، ووسائله تجاه قضايا المرأة العربية والتي هي في حقيقة الأمر، قضايا المجتمع ككل، كخطوة في تحقيق الاستخدام الأمثل للإمكانات الهائلة لوسائل الإعلام العربية.

والدراسات التي أجريت في مجال المرأة العربية والإعلام، كثيرة يمكن أن نعرض جزءا منها:

-أكدت دراسات سعودية كثيرة من بينها دراسة مها عقيل عن وضع المرأة في الإعلام السعودي والتهميش الذي تتعرض له⁽²⁾.

-كما أسفرت دراسة عن التلفزيون المغربي واقع التلفزيون المغربي يظهر البرامج الخاصة بالمرأة لا تقود حركية المجتمع ولا تواكبها حتى، بل إن مستوى المعالجة بقي متأخرا في شكل تباعد زمني عما تزخر به الساحة المجتمعية من ثراء فكري في قضية المرأة، ومازال التلفزيون يعالج مواضيع متقدمة ويعالجها بأسلوب عقيم لا مردودية له⁽³⁾.

-كما أوصت جل الدراسات المصرية بالاهتمام ببرامج المرأة وزيادة نسبتها وتوسيع دائرتها⁽⁴⁾.

⁽¹⁾-توصيات ورشة "عمل المرأة والإعلام"، التي عقدت ضمن فعاليات المؤتمر الأول لمنظمة المرأة العربية "ست سنوات بعد القمة الأولى للمرأة العربية : الإنجازات والتحديات"، مملكة البحرين، 15 نوفمبر/تشرين ثاني 2006 .

⁽²⁾-مها مصطفى عقيل: المرأة السعودية في الإعلام،الدار العربية للعلوم ناشرون، ط1، 2010.

⁽³⁾-عبد الناصر فتح الله، صورة المرأة في التلفزة المغربية، ضمن كتاب صورة المرأة في الخطاب الإعلامي المغربي، شركة نداكم للطباعة والنشر، الرباط، 2000، ص201.

⁽⁴⁾-عاطف العبد، فوزية آل علي، نهي العبد، المرأة العربية ووسائل الإعلام، دار الفكر العربي، 2008، ص 401/302

- وقد أعدّ موقع "ها أون لاين" عام 2007 تقريراً يرصد استخدامات المرأة العربية للإنترنت بعنوان "أين تذهب المرأة العربية على الإنترنت؟"، وخلص التقرير إلى أن النساء غالباً ما يفضلن زيارة المواقع التي تهتمّ بقضاياهنّ وتعرفهنّ بحقوقهنّ وتمدّهن بالخبرة والمشورة في كافة المجالات التي تتطلبها حياتهنّ اليومية، بينما الذكور غالباً ما تجذبن الأخبار الرياضية والبورصات العالمية، وينجذبون أكثر لمواقع التسلية والدردشات على شبكة الإنترنت (1).

-وأوصت دراسات أخرى على ضرورة تغيير الأنماط الاجتماعية والثقافية لسلوك الرجل والمرأة بهدف القضاء على التحيزات والعادات وكل الممارسات الأخرى القائمة على الاعتقاد بكون أي من الجنسين أدنى أو أعلى من الآخر أو على الأدوار النمطية للرجل والمرأة، وتحسين صورة المرأة النمطية التي تناوها الصحف وعدم طرحها بشكل سلبى أو تقليدي (2).

-أما المرأة الجزائرية فهناك إقصاء لها مقارنة بالرجل في الإعلام إذ لا تظهر كثيراً كمصدر معلومات، والمواضيع التي تخصّها ليست بالكثيرة، كما أن عدد النساء الصحفيات أقلّ من عدد الصحفيين الرجال.

ولقد أشار تقرير أُنجزته منظمة "مينا ميديا مينوتورينغ" بشراكة مع الرابطة الجزائرية لحقوق الإنسان، والذي ركّز على محتوى عدد من القنوات العمومية والخاصة بالجزائر، أن نسبة النساء في الإعلام الجزائري لا تتجاوز 29 %، كما أنه بين كل خمسة أشخاص، لا تتم محادثة إلاً امرأة واحدة، وهو معدل يقل أكثر عند محطات الراديو.

ورغم أن المذيعات في الجزائر أكثر من المذيعين الذكور، فإن الأخبار الخاصة بالنساء لا تتجاوز 2,7 %، كما أن الإنتاجات الإعلامية الخاصة بالنساء تقل بحوالي 37 مرة عن تلك الخاصة بالرجال، زيادة على أن التركيز عليهن في المواضيع السياسية والاقتصادية لا يتجاوز 10 %، فضلاً عن أن ظهور النساء يقل بكثير في الأخبار الجادة.

(1) -وسام نصر: أجنحة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية، "دراسة مقارنة، الرأي العام، دورية علمية محكمة نصف سنوية تصدر عن مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام -جامعة القاهرة- المجلد التاسع - العدد الثاني- يولييه- ديسمبر 2008، ص 390 .

(2) -هبة قاسم، قضايا المرأة في الصحف المصرية: دراسة تحليلية لصحف الأهرام الوفد الجمهورية الأسبوعي، والشعب، ط1، القاهرة، 2000، ص 78.

وتحدث التقرير أن النساء غالباً ما يتم حصرهن في مواضيع تقليدية من قبيل الصحة والتربية والأسرة والطبخ، كما أنه نادراً ما يُعهد لهن بتنشيط البرامج الحوارية الإخبارية، بينما يُعهد لهن بتنشيط البرامج الترفيهية، زيادة على أنه كلما تقدمت المرأة في العمر، كلما زاد إقصاؤها، فالنساء العاملات ما بين 50 و64 سنة، لا تتجاوز نسبتهن في وسائل الإعلام المرئية 14%.⁽¹⁾

والملاحظ أن من سمات المشهد الإعلامي الجديد، أن المشاهدين أصبحوا يرون المرأة أحيانا كثيرة في أوضاع لم يعهدها على شاشات التلفزيون، محجبة، أو شبه عارية، وهو ما يجعل المرأة حاضرة في الفضائيات حتى إن ذهب البعض للقول إن تلك الفضائيات تتجنب مسائل المرأة.

وقد يخطئ من يرى أن مسائل المرأة في الفضائيات لا تعرض إلا بتخصيص مضامين تتحدث عنها صراحة، لأن المشاهدين لا يرون في التلفزيون المعاني الصريحة الواردة في نصوص البرامج ومضامينها فقط، بل يقرؤون غير ذلك من صور لا صلة لها ظاهرا بالموضوع المتحدث عنه، فالموضوع التي تقدمه محجبة غير الموضوع التي تقدمه غيرها وهكذا.

وقد بينت أمينة الظاهري في دراسة منشورة على الانترنت، أن الكليات بما في ذلك التي يغني فيها رجال تقدم المرأة على أنها ديكور، فهي تصور غالبا على أنها المحبوبة التي يغني لها⁽²⁾.

ويبرز إثبات صور معينة تأخذ حيزا في ذهن متلقيها مكانيا بتكرارها في الفضائيات الغنائية العديدة، من حيث الظهور مدى ساعات البث، وبتكرار محتواها كذلك وتمثله من حيث وحدة الموضوع فلا يخرج عن العشق، وهو ما يفرز توحيد الأذواق وقتل الاختلاف والإبداع، وفي المقابل تهمش المرأة المفكرة والعاملة في شتى الميادين، ولا يستطيع المشاهد أن يتذكر إلا مثل تلك الصور السلبية.

إن الأداة الإعلامية يمكن أن تبذل الرجل كما تبذل المرأة، إن المشكلة ليست في ظهور المرأة

⁽¹⁾ [http:// echoroukonline.com/articlesjawahir](http://echoroukonline.com/articlesjawahir). الثلاثاء 17 نوفمبر 2015 ميلادي - 4 صفر 1437

هجري.

⁽²⁾ -هبة قاسم، قضايا المرأة في الصحف المصرية: دراسة تحليلية لصحف الأهرام الوفد الجمهورية الأسبوعي، ص 79.

بهذا الشكل، وإنما بجملة الخيارات المقدمة إليها وفي ثقافة المجتمع⁽¹⁾.

إن هذه الفضائيات من خلال ما تقدمه تعبر عن عجزها الفظيع عن قراءة الواقع المعيش ومتطلباته، وعن إفلاسها الفكري وافتقادها إلى قاع مرجعي متعدد الأبعاد⁽²⁾.

وقد خلصت الدكتورة سامية الساعاتي بناء على المؤشرات، ونتائج التحليل الاجتماعي، واستخدام الملاحظة المباشرة، ومنهج تحليل المضمون، لأهم الأبحاث، والدراسات التي أجريت في مجال المرأة العربية إلى ما يلي:

- المرأة العربية ليست مفهوما واحدا، ولكن تضم عدة مفاهيم، هناك المرأة الريفية، والمرأة الحضرية، والمرأة البدوية، وهناك تنوعات بين أبعاد (ريف، حضر، بدو).

كذلك فإن المرأة الحضرية في الشرائح الدنيا على سبيل المثال تختلف عن المرأة الحضرية في المناطق المتخلفة (Slummy areas) والعشوائيات إذن ينبغي أن يختلف الخطاب الإعلامي ليعد ممثلا ومعبرا عن المرأة في الشرائح المختلفة.

ويلاحظ نقص المعلومات الصحية عن المرأة الريفية والبدوية بحاجة في الخطاب العربي للمرأة.

- تعاني المرأة من خلال وسائل الإعلام، من عدم الاعتراف بدورها الإنتاجي، وقد تبين ذلك من تحليل مضمون كثير من البرامج، وعديد من الأفلام السينمائية، والتلفزيونية، والمسلسلات وكذلك كثير من الصحف والمجلات، فالمرأة الريفية على سبيل المثال: تؤدي عدة أدوار: ربة بيت وعاملة زراعية، ورغم ذلك لا يعترف بتلك الأعمال كنوع من أنواع العمل المنتج، وظلت في المرتبة الثانية، ينظر المجتمع إلى عملها كعمل ثانوي تقوم به، من خلال الرجل، مع أنها أكثر كدحا من الرجل، فهي لا تنعم بالراحة أبدا، ووقتها مشغول بشتى الأعمال المنزلية، ورعاية الأطفال، وتربية الدواجن، والأغنام، فضلا عن مساعدتها لزوجها في الفلاحة في كثير من الأحيان.

⁽¹⁾ -زينب منصور حبيب: الإعلام وقضايا المرأة، دار أسامة ط1، عمان، 2011، ص 135.

⁽²⁾ -المرجع نفسه، ص 101.

فهي بذلك تسهم في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وكانت منذ زمن بعيد تعمل مع الرجل في الزراعة، ولم تعرف الحجاب على عكس المرأة الحضرية.

- تعاني البرامج المقدمة للمرأة من خلال الإذاعة والتلفزيون، بما في ذلك المسلسلات أيضا والأعمال الدرامية، وكثير من الكتابات الصحفية من ازدواجية الاتجاه، فهي تتراوح بين عرض المرأة في صورة تقليدية، تبدو المرأة من خلالها مطيعة، خاضعة، عاجزة، مضحية أبدا، سلبية، هدفها الأسمى الزواج. كما أنها دائمة القلق من حيث عدم ثقتها في زوجها، وخوفها من فقده، كما أن خلف الأطفال هو محور حياتها، وحصن الأمان لها في تثبيت وضعها الأسري.

وبينما تعرض وسائل الإعلام هذه الصورة التقليدية، تجدها أيضا تعرض صورة المرأة العصرية، بل والمستقبلية التي تبدو المرأة من خلالها قادرة على اتخاذ القرار، معتمدة على نفسها، ذات شخصية مستقلة، بناءة، معطاءة، منتجة، مبدعة، تسهم في تنمية وطنها على أساس من العلم والوعي.

فوجود الصورتين المتناقضتين للمرأة معا في الخطاب الإعلامي العربي، في وقت واحد، يدل على غياب الإستراتيجية العامة لوسائل الإعلام.

- أن البعد الاجتماعي للخطاب الإعلامي العربي الموجه للمرأة، له أهميته البالغة في تصحيح الأفكار التقليدية الخاطئة التي تسمم الناس عن وضع المرأة، فعلى سبيل المثال في الأفلام السينمائية القديمة، وبعض الأفلام الحديثة منها، وكذلك في بعض المسلسلات يجيء على لسان المرأة التي بيدها العصمة مخاطبة زوجها: روح وأنت طالق" هذا بالإضافة إلى تلك الضجة التي حدثت بعد قانون الخلع، والتي شاع بعدها، أن يقال، ومن كثير من المثقفين، أن المرأة تخلع الرجل، وقد لعبت الرسوم الكاريكاتورية الصحفية في هذا المجال دورا في تزييف الوعي المصري بهذا القانون.

هذه الأفكار الخاطئة، البعيدة تماما عن الحقيقة، وعن الدين، وعن العلم، قد خلقت الكثير بالنسبة لتزييف وعي المتلقي العربي.

- للبعد الاجتماعي الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة، تأثير فعال في ما يتعلق بتعديل المفاهيم

التي كانت سائدة ردحا من الزمن مثل مفهومها الذكور والأنوثة، والأدوار المتعلقة بها، لذلك لا بد من تضافر الجهود في المجالات الاجتماعية والثقافية، لإرساء الأسمى والسياسات الإعلامية التي يمكن بإتباعها إقناع الأفراد في المجتمع بالاتجاهات الجديدة التي تنظر إلى الرجل والمرأة، باعتبارهما وجهتين لعملة واحدة قوامها الإنسانية والديمقراطية والتكامل.

- فيما يتعلق بإعلانات التلفزيون، لوحظ من المشاهدة العادية، بالإضافة إلى تحليل نتائج الأبحاث، اهتمام الإعلانات التلفزيونية، بتوظيف الفتيات لأغراض التسويق للمنتج، وإبراز الاهتمامات المتعلقة بالأنوثة على حساب الأدوار الأخرى، للفتاة الجادة المهتمة بدراستها وثقافتها، والمتمتعة بالإبداع الفكري، والفني، والخلق الحميد، كما تبين من التحليل الاجتماعي تأكيد معظم الإعلانات على المرأة كجسد، وليس كإنسان له جسد، وهذا له تأثيره الخطير في التنشئة للأبناء.

-من أهم العوامل الاجتماعية المؤثرة في إنجاح الإعلام العربي الموجه للمرأة ألا يقتصر الحديث في قضية المرأة، على المرأة ذاتها، بل لا بد من تمكين الرجال المساندين لقضية المرأة من عرض وجهة نظرهم، وإبداء رأيهم، ويكفي أن نعلم أن الذي مهد للحركة النسائية في مصر هم الرجال، وقد كانوا نواب المرأة في المطالبة بحقوقها⁽¹⁾.

إن مسؤولية التعريف بقضايا المرأة واحتياجاتها وحل مشكلاتها وإبراز نجاحها، والإشارة إلى تميزها هو مسؤولية يجب أن تضطلع بها المرأة الإعلامية بالدرجة الأولى⁽²⁾.

فقد أجمع حضور المشاركين في ندوة الصحفيات العربيات: الواقع المهني للصحافية العربية، من أجل مساواة فعلية، أن المعوقات الاجتماعية واقع يمكن تجاوزها فإن المعوقات الثقافية مازالت مؤثرة ومتغلغلة وحاسمة في تحديد دور المرأة الصحافية، وربطوا مختلف هذه المعوقات بالصعوبات المتعددة التي يواجهها العمل الإعلامي عموما بقطع النظر عن الجنس فهي تكمن في تقلص الحرية ممارسة المهنة

⁽¹⁾-سامية حسين الساعاتي: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي العربي بين التقليدية والتغير الاجتماعي، الإذاعات العربية - عدد2- 2003، ص8-9-10.

⁽²⁾-زينب منصور حبيب: الإعلام وقضايا المرأة، ص136، مرجع سابق.

الصحفية وفي ظروف الممارسة وفي تقدير هذه المهنة حق قدرها⁽¹⁾.

فهناك إعلاميات يعترن من أفضل وأنجح الإعلاميات في العالم الغربي واللاتي يحضين باحترام العالم هن ممن تقدم بهن السن واللاتي يظهرن على شاشات التلفاز يتبنين قضايا جدية ثقافية أو اجتماعية تمم الرأي العام. تشاهد الإعلامية منهن بتجاعيد وجهها التي تزيدها جمالاً طبيعياً وبساطة وتلقائية حضورها التي تعطي للبرنامج والمضمون مصداقية وتجعل المشاهد يزيد احترامه وتقديره لها أكثر من المديعة العربية التي تهتم بقضايا اجتماعية أو سياسية ولا توجد أية مصداقية في طرحها للموضوع بسبب الشكل الذي يتناقض مع البيئة الإعلامية التي تقدمها، فترى أن المديعة وهي تُحاور سياسياً محترماً له سمعته في مجال عمله وهي بكامل زينتها ومساحيق التجميل التي تُظهرها وكأنها تستعد لتقديم حفل غنائي وحتى يرتقي الإعلام العربي والمرئي خصوصاً عليه أن يُركز اعتماده على اختيار شخصيات ورموز ثقافية لإعداد وتقديم البرامج خصوصاً التي تكون ذات طابع تخصصي، والحرص على الاهتمام بلغة الجسد لدى الإعلامية التي توصل عن طريقه الكثير من الرسائل غير اللفظية إن كانت صحيحة بدلاً من لغة الجسد الرخيصة من إيماءات وحركات التي تقوم بها بعض المديعات والتي لا علاقة لها بالمضمون والنقاش ولا تنسجم مع واقع المشاهد⁽²⁾.

مع ذلك فإن الكثيرات من العاملات في الحقل الإعلامي يشعرون بعدم الرضا، من ازدواجية المعايير في تطبيق العمل الإعلامي، حتى أصبحت هذه المهنة طاردة أكثر منها مستقطبة للمتحمسات للعمل والإبداع، وهو ما أكدته دراسة رولا فرح الله، مشكلات الإعلاميات في التلفزيون الأردني⁽³⁾. ولعله من المبشر أن هناك اتجاه جديد في إعلام المرأة يناقش موضوعات هامة كالإدمان، ومشاكل الشباب وحقوق المستهلك، وتلوث البيئة، وتأثير التلفزيون على الطفل بدلاً من اقتصار

⁽¹⁾ -مجلة الكريديف: مجلة فصلية يصدرها، مركز الدراسات والبحوث والتوثيق والإعلام حول المرأة، ع 27-29، جويلية 2002، ص 11

⁽²⁾ -ناديا بوهناد: صحيفة العرب، العدد، 9583، ص 5، <http://www.alarab.co.uk>، نُشر في 2014/06/08

⁽³⁾ -رولا فرح الله: مشكلات الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الاجتماعية والمهنية، دراسة لاستكمال درجة الماجستير في دراسات المرأة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، أيار، 2006، ص 30.

برامج المرأة على الديكور وإعداد الأطعمة، والتجميل... في محاولة لتغيير الصورة التقليدية للمرأة⁽¹⁾.

كما وردت المرأة في الدراسات العربية منتجة أو مستهلكة للمادة الإعلامية، وهو ما يقود إلى ضرورة رصد صورة المرأة في وسائل الإعلام، ذلك أن التأثير لا يكون دائما تأثيرا مباشرا، بل بالنظر إلى ظروف متعددة تقتضي الأخذ بعين الاعتبار موقف المتقبلين لفهم ما يث من صور في المضامين قصد تعديلها⁽²⁾.

ولعله من الجهود المعبرة في هذا المجال، الدراسة التي قدمها المركز القومي للبحوث الاجتماعية، حيث قام برصد تناول الإعلام لقضايا المرأة المصرية، وقد أظهرت النتائج:

- ضرورة مراعاة خصوصية المرأة عند طرح قضاياها، وذلك وفقا لكل من البيئة والشريحة الاجتماعية، والشريحة الاقتصادية التي تنتمي إليها المرأة، بحيث تضمن التغطية الإعلامية عدم تجاهل أي من الفئات المجتمعية من النساء.

- أهمية تركيز الإعلام على بعض الأدوار التي تقوم بها المرأة وتمارسها بشكل أيجابي، كالأدوار الاقتصادية والتنموية والتعليمية، والمشاركة في التحولات الديمقراطية،

- مشاركة وسائل الإعلام في الخطاب الديني الصحيح الذي ينشر قيم العدالة والمساواة والتسامح، والذي يدعم الصورة الإيجابية للمرأة⁽³⁾.

وقد بينت الدكتورة موزة غباش في ندوة: واقع الإعلام العربي وقضايا المرأة هذا الواقع بقولها :
"صحيح أن بعض بقايا الإعلام العربي لا يزال ينظر للمرأة على أنها مجرد جسد وشكل، إلا أن هناك مجموعة من البرامج تناقش وتحلل وضع المرأة العربية، بالتأكيد بعد خمسين عاما من حالة التردّي

⁽¹⁾ -رولا فرح الله: مشكلات الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الاجتماعية والمهنية، ص 161.

⁽²⁾ -مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، الكوثر: المرأة العربية والإعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 2008، ص 130.

⁽³⁾ -إشراف ليلي حسين خليل: رصد تناول الإعلام لقضايا المرأة المصرية في الفترة من يناير-أبريل 2011، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2013، ص 157-158.

في المنطقة العربية خصوصاً في الأوضاع الخاصة بالنساء، تحولنا الآن لدخول مرحلة جديدة تتحدث عن امرأة من نوع جديد. وتعتبر دولة الإمارات مقياساً، فيها نوع من المؤشر لوضعية المرأة ومتابعة القوانين المدنية التي ترعى وتحمي المرأة وتضع لها حقوقها وواجباتها، الإمارات أصبحت نموذجاً للتغير رغم بطئه إلا أن هناك تحولاً ووعياً وعقداً جديداً وروحاً شبابية تعمل بجد⁽¹⁾.

⁽¹⁾ www.alkhaleej.a.a-الأربعاء 06 رجب 1437 هـ، 13 أبريل 2016

رابعاً: المرأة والإعلام الفضائي الديني:

يعد الإعلام الإسلامي الفضائي حديث النشأة بالمقارنة بالإعلام العربي عموماً، إما من حيث الممارسة الصحفية فقد سبق ظهوره بدايات القرن الماضي مع كتابات المنار والعروة الوثقى، والمنتقد وغيرها.

وتزايد تزايداً مضطرباً حيث قفز عدد القنوات التلفزيونية الفضائية العربية الدينية الناطقة باللغة العربية من 35 قناة في 2009 إلى 55 قناة في 2015، منها 50 قناة تتبع القطاع الخاص، و5 قنوات فقط تتبع القطاع العام، ويكاد هذا العدد يتضاعف في السنوات القادمة، كما تحتل القنوات الدينية المرتبة الثالثة بين القنوات العربية المتخصصة، بعد كل من القنوات العامة، بإجمالي عدد قنوات 262 قناة، والرياضية والإخبارية بعدد بلغ 61 قناة لكل منها⁽¹⁾.

وللبحث عن السر في تزايدها المُطرد تزدهم مجموعة من العوامل، يمكن أن نذكر منها:

- سعي كل دولة عربية إلى إنشاء قنواتها الدينية من أجل فرض "فهمها الوطني" للدين والإسلام تحديداً،

- اتساع مطالبة الشعب الليبرالية بضرورة "إصلاح" الفكر الديني حتى يواكب العصر.

- وتوجهُ الرأسمال العربي الخاص إلى الاستثمار في الفضائيات الدينية أو التي تدّعي ذلك⁽²⁾

1- سمات القنوات الفضائية الإسلامية:

1-1- مزايا القنوات الإسلامية:

- تعريف غير المسلمين بالإسلام، وتقوم بهذه المهمة بعض القنوات الإسلامية الناطقة بالإنجليزية؛ مثل: قناة الهدى، وبعض القنوات الباكستانية والماليزية، وهي تعرض فكرنا الإسلامي بلغة سلسلة قريبة من الخطاب الإعلامي الغربي، وهي خطوة على طريق التعريف بالإسلام، تسير في

⁽¹⁾ -اتحاد الإذاعات العربية، البث الفضائي العربي، التقرير السنوي 2014-2015، ص24.

⁽²⁾ -نصر الدين لعباسي، الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية: كلفة الخلاف وتداعياته، studies.aljazeera.net.

الطريق الصحيح، وبخاصة أنها موجهة إلى المسلمين من غير العرب، وإلى غير المسلمين أيضاً.

- المساعدة في تمكين الإنسان المسلم في شتى أرجاء المعمورة من معرفة دينه وتثبيتته في مواجهة ما ييئس من أباطيل، كما تستطيع بعض هذه القنوات أن تكون جسراً للحوار والتسامح بين المذاهب الإسلامية، ومع الأديان الأخرى؛ لأنها حاملة لمساحات من القيم الإنسانية المشتركة، ويمكن لقناة الرسالة أن تلعب هذا الدور بكفاءة، من خلال قراءة لأهدافها المنشورة على الإنترنت.

- أن بعض هذه القنوات مثلت منابر إسلامية متنوعة الثقافات؛ مثل: قنوات اقرأ، والحقيقة، والناس، وهي تلعب دوراً مهماً في تثقيف المرأة المسلمة التي ربما لأسباب اجتماعية أو اقتصادية، لا تتراد المنتديات الإسلامية والمساجد.

- أنها أظهرت جانباً مهماً من حيوية وثراء الفكر الإسلامي، من خلال التنوع في الأطروحات والاختلاف في المواقف، كما لعبت هذه القنوات دوراً مهماً في ظهور علماء مجتهدين يحاولون اللحاق بثقافة العصر، فأصبحوا نجومًا لدى المشاهدين المسلمين الآن.

- أدت هذه القنوات إلى ظهور نجوم من الوعاظ والفقهاء، جنح بعضهم نحو التشدد لمراضاة الغلاة، وبعضهم يجنح نحو التيسير والرفق، فتعددت المنابر والرؤى وهي ظاهرة صحية.

- الاقتراب من سياسة إعلامية عاقلة تضع في الاعتبار أن الاختلاف من سنن الكون، مع محاولات جادة نحو إنتاج برامجي ديني وسطي، يتجاوب مع الوسطية الإسلامية كما تفعل قناة اقرأ⁽¹⁾.

1-2- سليات القنوات الإسلامية:

باستثناء عدد محدود من مجلات الدراسات الفكرية والصحف المترنة والفضائيات ذات الرسالة الواضحة، فإن أغلب المشاريع الإعلامية الإسلامية من صحف ومجلات وانترنت إلى إذاعات وقنوات فضائية لم تقدم مادة جديدة ومقنعة، وإنما عملت على إعادة إنتاج خطابها القديم بحلة جديدة

⁽¹⁾ - حسن علي محمد: القنوات الدينية الإسلامية.. واقعها ومستقبلها، من بحوث مؤتمر "مستقبل الإعلام في مصر"، القاهرة، 29 ديسمبر 2012م www.alukah.net ميلادي - 1434/5/7 هجري زيارة: 11036، تاريخ الإضافة: 2013/3/19

وبتقنيات حديثة⁽¹⁾.

لقد ارتفع عدد القنوات التلفزيونية التي تخصصت في الوعظ والفتاوى الفضائية، والتي تستند إلى ما أصبح يُعرف ب"الفقيه الفضائي، ومُفسّر الأحلام وفق الشريعة الإسلامية، وقارئ الطالع والبخت، كذا انتقال بعض القنوات التلفزيونية من بث المنوعات والطرب إلى نشر الدعوة الإسلامية⁽²⁾.

إن انقسام مشهد الإعلام الديني على النحو الموضح سابقاً، قد أسهم في ظهور العديد من السلبيات، لاسيما في ظل غياب رقابة فاعلة في العديد من الدول على الإعلام الخاص بشكل عام. فليس معقولا أن القائمين على هذه الوسائل الإعلامية مقتنعون بأن هذا أفضل ما لديهم ليقدموه إلى المسلم المعاصر الذي ينتظر من هذه الفضائيات وبقية الوسائل الإعلامية أن تكون بديلا له ولأسرته⁽³⁾.

وفي محاولة لتلخيص سلبيات هذه القنوات وقفت الباحثة على الآتي:

أ- الوقوع في فخ الاستقطاب السياسي: على الرغم من سمو الرسالة المفترضة للإعلام الديني والتي تعد في حد ذاتها حائط صد مفترض كذلك لمحاولات الاستقطاب والتأثير من قبل جماعات أو أفراد، فإن الإعلام الديني في المنطقة لم يُستثنى من التأثيرات التي خضعت لها باقي وسائل الإعلام الأخرى، فعملت بعض القنوات على خلط ما هو ديني بما هو سياسي، وظهرت دعوات لمناصرة أحزاب وتيارات سياسية بعينها.

وقد اعتمدت هذه القنوات في محاولاتها الإستقطابية للجمهور المتلقي فيما تقدمه من محتوى على ثلاثة عناصر أساسية:

أولها: تحميل الذات، والتأكيد على تمسكها بتعاليم الدين من دون غيرها من القنوات.

(1)-منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ص 219. مرجع سابق

(2)-عبد الله الغدامي، الفقيه الفضائي: نحول الخطاب الديني من المنبر إلى الشاشة، نقلا عن: نصر الدين ليعاضي، الخطاب الطائفي في

الفضائيات الدينية: كلفة الخلاف وتداعياته، studies.aljazeera.net

(3)-منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ص 220. مرجع سابق

ثانيها: تشويه الآخر وتكفيره. ثالثها: استخدام شعارات دينية تحاول من خلالها التأثير على المتلقي وإقناعه بأنها الطريق الوحيد لله. فعلى سبيل المثال، اتخذت قناة "الناس" شعار "قناة تأخذك إلى الجنة"، واتخذت قناة "دليل" شعار "ليطمئن قلبي"، وقناة "الحكمة" شعار "إن تطيعوا تهتدوا"، وقناة "الكوثر" شعار "معين لا ينضب"⁽¹⁾.

كما تحول كثير منها إلى إعلام طائفي كما اتضح ذلك في القنوات الشيعية العراقية حول الصراع الدائر الآن بين السنة والشيعية⁽²⁾. نظراً لكثافة القنوات الممولة من إيران والتي تخرج في مواجهتها قنوات دينية سنية بتمويل المؤسسات السنية الكبرى⁽³⁾.

جاء في كتاب أيديولوجيات الإعلام الإسلامي توصيفا مهما لذلك حيث إن أحد أبرز العوامل التي أدت إلى تشتت أولويات الخطاب الإعلامي هو تضارب أجندة الحركات والجماعات الإسلامية وعدم حسمها، واستمرار التجاذب الحاصل بين أولوية الديني العقدي والسياسي الاجتماعي، ورغم ذلك فإن محاولة إيجاد معالجة جادة لهذا التجاذب، أو السعي للخروج بصيغ متوازنة لإزالة هذا التزاحم لا تزال محدودة للغاية، ويعود السبب - في ظن البعض - لإهمال الشأن الفكري داخل أغلب الجماعات الإسلامية وتقديم الثقافي والدعائي عليه، إذ لا تزال أغلب الجماعات النشطة تعتبر العمل الفكري ترفاً لا حاجة لها به.

أما الجماعات والأطراف الدينية التي تعاني أساساً من انحسار قواعدها الشعبية، فمن الطبيعي أن ظهورها الإعلامي اتسم بمحاولة لفت الانتباه، فاتخذت منحى الإثارة الطائفية أو الاجتماعية أو السياسية واتسم أداؤها بضباية المواقف، وتشتت الآراء فمرة هي أقرب إلى الاعتدال والوسطية، ومرة أقرب إلى التشنج والعصبية، ومرة خطاها متلبس بالوطنية وأخرى غارق في المذهبية، حيث أن

⁽¹⁾ - لماذا تصاعدت دعوات تقييم دور الإعلام الديني في المنطقة العربية، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، <https://futureuae.com/ar>، الثلاثاء، 18 أبريل، 2017.

⁽²⁾ - محمد الغيلاني الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة وتحليل للمضمون <http://www.mominoun.com/article> 13 نوفمبر 2013.

⁽³⁾ - لماذا تصاعدت دعوات تقييم دور الإعلام الديني في المنطقة العربية، مرجع سابق.

المستهدف في خطابها الإعلامي غير محدد المعالم، والهدف من مشروعها الإعلامي غير واضح الركائز ولا يتكئ على رؤية علمية، والنتيجة أن عددا كبيرا من هذه المشاريع تعاني فعلا من غياب المادة الصالحة للعرض، والتي ينبغي أن تصب في خانة تنمية الإنسان أولا وأخيرا⁽¹⁾.

ب- امتداد أزمة الخطاب الديني: يعاني الإعلام الديني في دول المنطقة أزمة الخطاب الديني الذي تعانيه المساجد، ليس فقط فيما يتصل بتطرف الخطاب أو تعصبه، وإنما أيضاً من نمطية طرحة وتكراره، وسيطرة الأهواء والاعتقادات عليه، غير أن أزمة الخطاب في الإعلام الديني تعد أكثر خطورة من مثلتها في المساجد، في ظل انتشار هذه القنوات بالمقارنة مع أعداد مرتادي المساجد ومستمعي الخطب فيها. ويأتي ذلك على الرغم من الدعوات المتصلة لدور الإفتاء في العالم العربي لتحديد الخطاب الديني ليس بفحواه فقط، وإنما أيضاً بطريقة طرحه على المتلقي، وطريقة مواءمته لروح العصر، والتركيز على الخطاب المعتدل غير الخلافي، لتلافي أزمات المجتمع الاستقطابية الحالية. وفي هذا الإطار، عملت عدة دول عربية على اتخاذ إجراءات من شأنها ضبط النشاط الديني في وسائل الإعلام، لاسيما مع انتشار ظاهرة فوضى الفتاوى، وانتحال العديد من الأشخاص صفة "الداعية".

فعلى سبيل المثال اتخذت الجزائر، في يناير 2017، عدة إجراءات لعمل الدعاة الدينيين في الإعلام، من بينها حظر أي داعية يحمل فكراً تكفيرياً أو متطرفاً ومنعه من الظهور في أي وسيلة إعلامية جزائرية. وكذلك تطهير المشهد الإعلامي الديني من الدخلاء عليه من خلال منع ظهور واستضافة الرقاة والمشعوذين⁽²⁾.

ج- تشتت الرأي العام بتعدد الفتاوى: ما بين الآراء المتشددة والأخرى الأكثر اعتدالاً، والثالثة المتساهلة، أسهم المشهد الإعلامي الديني في تشتت الرأي العام في كثير من القضايا، حيث تحولت الفتاوى من الرؤى المؤسسية إلى الرؤى الفردية.

(1) _ منتصر حاتم حسين: ص 220 - 221. مرجع سابق

(2) -السلطات الجزائرية تمنع "دعاة التكفير والشعوذة" من الظهور عبر وسائل الإعلام الوطنية

لقد أصبحت القنوات الفضائية الدينية هوية بصرية (لمسجد افتراضي أو دار فتوى افتراضية) لمنتوج ديني يُشرف على تشكيل عقل المتدينين وإعادة صياغة المفاهيم الدينية، والتحكم في التحولات الدينية، والاجتماعية، ومنظومة إنتاج القيم من خلال التحكم في منسوب التدين لبناء مجتمع متدين على المقاس. ومع ذلك، تمثل هذه القنوات مصدراً أساسياً من مصادر المعرفة الدينية للمتدينين؛ لأن المواطن العربي وجد فيها ملجأ اضطرارياً جراء اختناق الفضاء الديني العام⁽¹⁾.

د-مشكلات الدعوة الجدد: يلاحظ افتقار الدعوة الجدد إلى العديد من السمات الهامة؛ مثل:

- الوعي التام بكل الأطر المرجعية (القرآن والسنة)، وعمل الصحابة واجتهادات التابعين.
- القراءة الجيدة لحركة التاريخ الإسلامي وإدراك السنن التاريخية.
- الإمام الكافي بالتراكمات العلمية والخبرات المادية والمعنوية التي توصل إليها العالم.
- التدريب على التقنيات الحديثة التي تمكنه من متابعة ما يدور حوله من أحداث واستكشافات علمية ومعطيات عصرية.

-إدراكهم بأن الإسلام في أساسه دعوة بكل معاني هذه الكلمة؛ لأن الإسلام دين يقوم على المنطق، ويستند إلى البرهان في مخاطبة الجماهير المسلمة وغير المسلمة.

-إدراكهم بأن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال، وكذلك الدعوة الواعظة الموجهة المرشدة، وأن الدين في أصوله وكتلياته لا يتغير، ولكن الذي يتغير هو الفتوى وأسلوب التعليم، وطريقة الدعوة إلى الإسلام⁽²⁾.

هـ- من الناحية المهنية والفنية لهذه القنوات: ضيقت هامش العمل لديها، وحدثت من استخدامها لكثير من فنون العمل التلفزيوني؛ مما يمكن أن يجذب المشاهدين بمختلف شرائحهم، كما هو حال الفضائيات الأخرى.

(1)-محمد لغيلاني: مرجع سابق.

(2)- حسن علي محمد: القنوات الدينية الإسلامية.. واقعها ومستقبلها. مرجع سابق.

- إن تجربة القنوات الإسلامية لا تخلو من قصور مهني، فحداثة التجربة، ونقص الكوادر المدربة، من أهم الأسباب وغياب الرؤية أحياناً.

- استخدام العامية في تلك القنوات ما زال موجوداً، وإن كان بنسبة أقل من غيرها من القنوات.

- لم تستطع بعض القنوات الإسلامية أن تتخلص من الطابع المحلي للبلد الذي تبث منه، خصوصاً الاهتمام بالأحداث والفعاليات القطرية على حساب قضايا الأمة والأحداث العالمية.

- تسود هيمنة الطابع الشخصي للمكيها، أو القائمين عليها، فتؤثر على السمة العامة لبرامجها، وعلى مستواها المهني.

- التقليدية في الخطاب والإنتاج، وهي تعكس ضعفاً في الإعداد والإخراج معاً؛ حيث يتصور المُعد أن مهمته تنتهي بجلب ضيوف البرنامج، ويتصور المخرج أن مهمته تنتهي بجلوس الضيف على الكرسي في الأستوديو وتصويب الكاميرات نحوه، وهي سمة سائدة في البرامج الدينية الفضائية والأرضية، وحسبك أن تشاهد بعض برامج قنوات المجد والناس والنفاسي.

- بعضها يخاطب نفسه؛ بمعنى أنه غير معني بخطاب الآخر، فيما عدا قناة المهدي الناطقة بالإنجليزية، وبقية القنوات تعاني من إهمال خطاب غير المسلمين في برامجها، وإلا ما معنى أن تكون فضائية، وما الفرق بينها وبين القنوات الأرضية.

- ضعف وسطحية المحتوى المقدم ولجوء كثير من هذه القنوات لإعادة بث الأعمال القديمة أو إعادة بث الجديد منها، أو إنتاج برامج سطحية أقرب إلى فنون الإذاعة منها إلى التلفزيون⁽¹⁾.

ظهرت القنوات الفضائية الدينية في العالم العربي كاستجابة مفتعلة للطلب المتزايد على التدين الذي أصبحت تتسع قاعدته في العقد الأخير من القرن العشرين. وقد ووجه هذا الطلب بقلق وتوتر كبيرين من الناحية السياسية، فبدأ التفكير داخل مراكز القرار في صيغ احتوائه وتوجيهه، بل توظيفه كذلك لمصلحة التوازنات السياسية، وهذا يفسر بعضاً من العوامل التي أدت إلى انتشار القنوات

(1) - محمد الغيلاني: مرجع سابق.

الفضائية الدينية وتعدد نسخها. ولعل تعددها يفسر حجم الفوضى الدينية التي تقع المجتمعات العربية تحت سطوتها. (1)

هذه الفوضى أنتجت:

- إعلام لا يصنع رأياً دينياً عاماً، لأن الجمهور في هذه الحالة واقع تحت التأثير، معجب وليس ناقد.
- خطاب إعلامي غير متماسك يعتمد استمالة الأذواق في بناء وتشكيل تدين الجمهور.
- خطاب يقتات على التسيب السائد في المعارف الدينية.
- خطاب يضيف على جزء من التدين طابعاً خروفاً فيما يلغي الجزء المتبقي منه، لأنه يتناقض مع الأهداف الكبرى للسياسات الدينية، كما يخلق الرضا عن النفس ويجلب الطمأنينة الداخلية، من خلال الانتماء إلى لحظة تاريخية مليئة بالأعجاب والبطولات والتفوق فيتم تغييب قضايا المجتمع والسياسة من اهتماماته.
- يغلب على هذا الخطاب استحضر مكثف للنصوص والسير والأحداث والروايات من دون ذكر لمصادرها أو التدقيق في صحتها، ولذلك تحتل الخطابة وفنونها أهم أسلوب في الإقناع أو بالأحرى استجلاب الإعجاب.
- إمعان في تصريف هذا الخطاب نحو الماضي، وهو ما يؤدي إلى الإحساس بالعجز أمام مشكلات العصر. (2)

(1)-محمد الغيلاني: مرجع سابق.

(2)-محمد الغيلاني الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية، بتصرف شديد، حيث لا تتفق الباحثة مع كم التضخيم الذي عبر عنه في نقد الفضائيات الإسلامية، والتي ما زالت في أبعديات الممارسة الإعلامية في المرحلة الابتدائية حسب رأي الباحثة.

2- مواصفات الخطاب الإعلامي الديني الموجه للمرأة:

يمثل الخطاب الإعلامي الديني المعاصر على الأغلب، في برامج الدينية امتدادا لذلك الخطاب الفقهي القديم ولكن بأشكال مغايرة.

ونجد أن القنوات الدينية تنتج هي الأخرى خطابا منفصلا عن واقع الفرد العربي وهمومه، على حساب حتى الفهم التقليدي للدين.

بل ونجد طه الزبيدي يناقش فكرة الرأي القائل بعدم جواز المشاركة في وسائل الإعلام الإسلامي وخاصة المرئي منها، والتي من بين حجج الممانعة لديه ظهور المرأة سافرة فيها⁽¹⁾.

وهذه القنوات لا تختلف كثيرا عن قنوات الفيديو كليب في إنزال قضية المرأة في جسدها، إما تغطية أو تعرية⁽²⁾.

وقد لا يكون من المفارقة أن نرى أن مصادر تمويل بعض قنوات الفيديو كليب هي نفسها مصادر تمويل بعض القنوات الدينية وأن نرى تعايشا لافتا بين ثقافة الفيديو كليب والبرامج الدينية في قناة واحدة وفي البرنامج ذاته.

و يحدث أيضا أن تتولى قناة تجنح إلى فضح مخلفات العولمة ومناصرة الفقراء أن تبث إعلانات لشركات متورطة في عولمة العالم العربي⁽³⁾.

كما يرى آخرون أنه لا يمكننا من الناحية السوسيولوجية تحليل الخطاب الديني في هذه الفضائيات من دون فهم وتحليل السياسات الدينية الرسمية، والمرجعيات الرمزية والأخلاقية، وأنماط التدين المهيمنة⁽⁴⁾.

(1) - طه أحمد الزبيدي: المرجعية الإعلامية في الإسلام، دار النفائس، ط1، 2010، الأردن، ص66.

(2) - المرأة العربية والإعلام: مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث كوثر، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2008، ص42.

(3) - المرأة العربية والإعلام: ص42. المرجع السابق

(4) - محمد الغيلاني: مرجع سابق

فالمرأة الإعلامية الناجحة قادرة على تفعيل وسائل الإعلام تفعيلاً ناجحاً لتوسع بذلك الإعلام الإسلامي الناجح⁽¹⁾.

إن الضرورة تحتم علينا الاهتمام بهذه القنوات دراسة وتحليلاً لتقدم للمرأة إعلاماً متميزاً يجمع بين الأصالة والمعاصرة ولا يغفل القضايا الحقيقية للمرأة المسلمة، فقد أسفرت دراسات عديدة منها: دراسة عن استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، بدولة الإمارات عن ضرورة زيادة جرعة البرامج الدينية في القنوات الفضائية الوطنية حيث ثبت أن نسبة بسيطة من أفراد العينة تشاهدن البرامج الدينية وربما يعود ذلك إلى قلة البرامج في معظم القنوات⁽²⁾.

إن من حق المرأة المسلمة الحصول على المعلومات الصحيحة والحقيقة الصادقة وحققها في التبليغ والفهم لما يدور ويجري حولها ولكن الإعلام يتجاهل حقها ويغفلها، وكثير ما تحرم المرأة من حقها في الإعلام لسببين:

1- إهمال المرأة نفسها واختلاف وجهات النظر الإسلامية في عمل المرأة الإعلامي كظهورها على الشاشة ومشاركة الرجل في هذا الحقل.

2- تعمد وسائل الإعلام تجاهل الشخصيات النسائية ذوات التوجه الإسلامي وذوات الرأي والتأثير الجماهيري⁽³⁾.

وقد آن الأوان لتسترد المرأة المسلمة حقها بأن تكون لها وسائل إعلام خاصة تمثلها حقاً وأن تكون لها قناة إسلامية بديلة.

إن وجود قناة إسلامية خاصة بالمرأة المسلمة يعد ضرورة ملحة ووجود قناة إسلامية محافظة وجريئة في الطرح والحوار في الحدود التي صانها الإسلام وباركها المجتمع، يعد ضرورة من

(1)- ماهر حامد الحولي: دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي، ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص 60.

(2)- عاطف العبد وآخرون، المرأة العربية ووسائل الإعلام، ص 155، مرجع سابق.

(3)- نجاة عبد الجبار: الإعلام الإسلامي الموجه للمرأة بين النظرية والتطبيق، ضمن كتاب الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية، دار الفجر، ط 1، العراق الأعظمية، 2010، ص 382. بتصرف

الضروريات بسبب الأوضاع المتجددة.⁽¹⁾

وقد وضعت الكاتبة نجاة عبد الجبار بعض المقومات لعمل المرأة الإعلامي نوجزه في الآتي:

1- أن تحصل على مؤهل علمي في مجال الإعلام إلى جانب العلم الشرعي، أو خبرة علمية عبر الدورات الإعلامية المكثفة على أيدي المتخصصين.

2- التدريب والتحديث المستمر للمعلومات عن طريق الانخراط في العمل الميداني في المؤسسات الإعلامية الإسلامية والمشاركة في النشاطات الدعوية والثقافية.

3- الاطلاع على التجارب الإعلامية الناجحة في الدوائر والمؤسسات الإعلامية الأخرى للإفادة منها.

4- الاطلاع على تاريخ حركات النسائية العالمية وتطورها وأجندتها وأهدافها والمؤتمرات والاتفاقيات الدولية بخصوص المرأة.

5- العمل في المؤسسة الإعلامية لاكتساب خبرة عملية تؤهلها للعمل بعد التمكين من الأدوات والصيغ المتاحة.

6- أن تخضع للتدريب على الفنون الصحفية التحليلية أو الأدوات والأجهزة كالحاسوب والكاميرا فتحصل على المؤهل الذي يسمح لها بالعمل الإعلامي⁽²⁾.

ولكن للأسف ما يقدم للمرأة في الفضائيات الإسلامية لم يرقى لمستوى ما تطمح إليه وهو ما ستكشفه هذه الدراسة.

⁽¹⁾-نجاة عبد الجبار: الإعلام الإسلامي الموجه للمرأة بين النظرية والتطبيق، ص384. المرجع السابق

⁽²⁾-المرجع نفسه، ص390.

الفصل الرابع:

مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

أولاً: الدراسة التحليلية للبيانات الأولية لبرامج المرأة محل
الدراسة

ثانياً: تحليل فئات مضمون برامج المرأة على القنوات الإسلامية
(ماؤا قيل؟)

ثالثاً: تحليل فئات شكل برامج المرأة على القنوات الإسلامية
(كيف قيل؟):

رابعاً: التحليل الكيفي لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية
عينة الدراسة

تمهيد:

لقد ازدادت في الآونة الأخيرة الدراسات الإعلامية في مجال تحليل مضمون رسائل وسائل الاتصال والإعلام المتنوعة مثل: الصحف، والمجلات، والكتب، والنشرات، أو برامج الإذاعة، والتلفزيون، والسينما، لقياس دور القائم بالاتصال، والرسالة الاتصالية في إحداث التغيير، ومعرفة فاعليتها نظرا لما يشكله تحليل المضمون كإحدى طرق قياس الرأي العام، إذ يستخدم تحليل المضمون في معرفة مضمون رسائل وسائل الإعلام لتحديد الأهمية التي تحظى بها القضايا، والموضوعات المختلفة من خلال معرفة كم، ونوع التغطية الإعلامية.

ويشكل الخطاب الإعلامي أو مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام أحد المصادر المهمة في تكوين الأطر السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية للجمهور من خلال إحاطتهم بمجريات الأحداث في المجتمع، إذ تقوم وسائل الإعلام بدورها في تقديم المعلومات حول القضايا، والأحداث المحلية والدولية، وفقا لمعايير عملها المهنية، والأخلاقية، وهو ما يساعد الجمهور على فهم مجريات الأحداث، والقضايا البارزة، وتكوين الآراء، والاتجاهات، واتخاذ القرارات التي تتحكم في سلوكه.

وعليه تتناول الدراسة التحليلية لأولويات قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية مجموعة من برامج المرأة ذات الشهرة والتي عرضت على القنوات الإسلامية محل الدراسة.

فبعد تسجيل الحلقات من موقع اليوتيوب، أو مواقع بعض القنوات كخدمة تابع مثلا على قناة اقرأ، استطاعت الباحثة الحصول على مادة التحليل وباشرت بالعملية والتي استغرقت 15 يوما.

أولاً: الدراسة التحليلية للبيانات الأولية لبرامج المرأة محل الدراسة:

اختارت الباحثة 25 برنامج من برامج المرأة التي عرضت على القنوات الإسلامية خلال فترة ظهورها إلى الآن، حيث استخدمت طريقة العينة العشوائية في اختيار حلقات كل برنامج أو ما هو متاح على المواقع الإلكترونية، بمجموع 241 حلقة وأخضعتها لعملية التحليل.

1- تبيان عناوين البرامج ومصادر عرضها:

جدول رقم (6)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب عنوان البرنامج والقناة التي عرض عليها

الرقم	عنوان البرنامج	القناة
1	موزاييك	أقرأ
2	قلوب حائرة	أقرأ
3	أحلى أسرة	أقرأ
4	خير نساء الأرض	أقرأ
5	أنحف وخذ الأجر	أقرأ
6	أيام مع الحبيب	أقرأ
7	ولي دين	أقرأ
8	رسائل الحب	أقرأ
9	جنتي	أقرأ
10	والذاكرات	أقرأ
11	عقد الياسمين	أقرأ
12	مودة ورحمة	أقرأ
13	تعلمت منها	أقرأ
14	يابني	أقرأ
15	حوار في النور	الرسالة

الرسالة	همسات حرة	16
الرسالة	فقه المرأة	17
الرسالة	الجنة في بيوتنا	18
الرسالة	صحائيات	19
الرسالة	في بيتنا حب	20
الرسالة	همس الزهور	21
المجد	وارفة	22
الرحمة	نسائم الرحمة	23
الرحمة	برنامج جنتي	24
الجزائرية 5	بيتي جنتي	25

توضح بيانات الجدول أن قناة اقرأ كان لها الحصة الأكبر من عينة البرامج، وذلك لعدة اعتبارات:

- فالقناة كانت السباقة في مجال الإعلام الإسلامي وسبق ظهورها العديد من القنوات.
- تميزت بعدة مميزات منها الاستعانة بإعلاميين متخصصين وظهور المرأة فيها بشكل عادي في كل برامجها بلباسها الشرعي الوسطي.
- كما أن العملية الإحصائية أثبتت أن قناة اقرأ تصدرت القنوات الإسلامية بإصدارها للعديد من برامج المرأة على مدار كل دورة برمجية رمضان تقريباً، تليها قناة الرسالة وتعتبر كذلك من قنوات التيار الوسطي أما باقي القنوات فالعملية الإحصائية أثبتت ندرة برامج المرأة عليها.
- ولذا فإن برامج المرأة التي خضعت للتحليل كان جلها من قنواتي اقرأ والرسالة، وبرنامج من قناة الرحمة والمجد وبرنامج من قناة محلية جزائرية وهي قناة القرآن الكريم الخامسة وذلك محاولة لإبراز التنوع الثقافي والاتجاه المذهبي نحو قضايا المرأة.

2- توزيع العينة حسب سنة العرض ونوع البرامج:

جدول رقم (7)

يبين توزيع عينة الدراسة بحسب سنة العرض ونوع البرنامج

الرقم	عنوان البرنامج	سنة العرض الأول	نوع البرنامج
1	موزاييك	2016	متنوع
2	قلوب حائرة	2012	اجتماعي
3	أحلى أسرة	2013	تربوي
4	خير نساء الأرض	2011	قصص
5	أنحف وخذ الأجر	2016	صحي
6	أيام مع الحبيب	2014 2010	وعظي
7	ولي دين	2016	وعظي
8	رسائل الحب	2013	صحي
9	جنتي	2014-2010	متنوع
10	والذاكرات	2015	وعظي
11	عقد الياسمين	2014	صحي
12	مودة ورحمة	2015 2014	اجتماعي
13	تعلمت منها	2015	قصصي
14	يابني	2013	تربوي

اجتماعي	2013	حوار في النور	15
وعظي	2013	همسات حرة	16
فقهي	2010	فقه المرأة	17
اجتماعي	2011	الجنة في بيوتنا	18
قصصي	2012	صحائيات	19
اجتماعي وعظي		في بيتنا حب	20
متنوع	2013	همس الزهور	21
متنوع	2013	وارفة	22
قصصي وعظي	2009	من نسائم الرحمة	23
وعظي اجتماعي	2015	برنامج جنتي	24
متنوع	2016	بيتي جنتي	25
-	-	-	مج

تبين لنا بيانات الجدول أن القنوات الإسلامية حريصة على إنتاج برامج تخص المرأة وهذا ما توضحه سنوات عرض هذه البرامج حيث تميزت كونها موجودة كل سنة منذ ظهور هذه الأخيرة، ولكن الملاحظ من الجدول أن الغالب على سمات هذه البرامج أنها تقريبا جلتها ذات طابع اجتماعي وعظي قليلها صحي وترفيهي، وندرة البرامج السياسية والتثقيفية التعليمية الجادة.

3- توزيع البرامج حسب المدة الزمنية للبرنامج:

جدول رقم (8)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب المدة الزمنية للبرنامج

الرقم	عنوان البرنامج	عدد الحلقات	المدة الزمنية للحلقة الواحدة	المدة الزمنية لمجموع الحلقات
1	موزاييك	8	43:45ثا	5سا:50د
2	قلوب حائرة	10	22:36	3سا:43د
3	أحلى أسرة	10	10:25	1سا:44د
4	خير نساء الأرض	10	20:33	4سا:25د
5	أنحف وخذ الأجر	10	5:04	50د:40ثا
6	أيام مع الحبيب	10	27:27	4سا:34د
7	ولي دين	10	20:04	4سا
8	رسائل الحب	10	13:51	2سا:18د
9	جنتي	8	59:03	7سا:52د
10	والذكريات	10	07:50	1سا:18د
11	عقد الياسين	8	49:03	6سا:32د
12	مودة ورحمة	10	40:32	6سا:45د
13	تعلمت منها	10	4:08	50د:30ثا
14	يابني	10	23:34	3سا:55د
15	حوار في النور	10	14:31	2سا:25د
16	همسات حرة	10	14:48	2سا:26د

17	فقه المرأة	10	27:53	4سا:36د
18	الجنة في بيوتنا	10	36:52	6سا:8د
19	صحائيات	10	27:42	4سا:37د
20	في بيتنا حب	10	8:49	1سا:28د
21	همس الزهور	10	53:24	8سا:54د
22	وارفة	10	54:39	9سا:6د
23	من نسائم الرحمة	7	6:07	42:49ثا
24	برنامج جنني	10	23:17	3سا:52د
25	بيتي جنني	10	25:55	4سا:19د
مج	-	241		2يوم: 7سا:9د

الواضح من بيانات الجدول، أن جل البرامج المقدمة للمرأة من نوع البرامج الطويلة والتي تستغرق غالباً الساعة، وذلك كون هذه البرامج تكون غالباً أسئلة وأجوبة أو متنوعة فقراتها وبالتالي تحتاج لوقت طويل في عرضها، وقد بادرت قناة اقرأ أخيراً باستحداث برامج قصيرة تشبه الومضات التعليمية مثل: برنامج "أنحف وخذ الأجر" والذي لا تتجاوز مدته الخمس دقائق، وهذه نقلة نوعية ترضي الحاجات العصرية خاصة وأن عادات وأنماط المشاهدة اختلفت حسب العديد من الدراسات ولم يعد المشاهد يصبر على برنامج يدوم ساعة كاملة، لما تفرضه الحياة العصرية من مشاغل.

4- التعريف بالبرامج محل الدراسة:

في هذه الجزئية حاولت عرض تعريف البرامج كما ورد على مواقعها الأصلية⁽¹⁾، أو تعريفها من خلال الاجتهاد الشخصي بعد متابعتها.

(1)-<http://iqraa.com/> ،<http://www.alrahma.tv> ،www.alresalah.net

أيام: 13 و14 و15-5-2016، www.almajdtv.com ،www.almadrasah.com ،www.facebook.com/al

-موزاييك: "موزاييك" برنامج نسائي، اجتماعي، منوع، هادف هو بمثابة هدية لمشاهدتنا الكريمات وتلبية لاقتراحات متكررة بتخصيص مساحة أكبر للبرامج التي تهتم بشؤون المرأة وأسرتها واهتماماتها.

يسلط برنامج "موزاييك" الضوء على كل ما يخص مجتمعنا العربي بشكل عام وعلى قضايا المرأة والأسرة بشكل خاص، ويتضمن التحقيقات الصحفية، واستطلاعات الرأي مع الجمهور في ثلاث قارات هي: آسيا وأفريقيا وأوروبا، وتقارير تلفزيونية مختلفة في البلدان العربية والأوروبية. تقدم البرنامج وجوه نسائية هي منال الشريف من السعودية، ودانيا السروجي من لبنان، وياسمين العشري من مصر. وضيوفهن هم مجموعة من المختصين من الرجال والنساء وأصحاب التجارب القيمة فيما يفيد الأسرة ويبي احتياجات المرأة.

-قلوب حائرة: تتعد الدكتورة رفيدة حبش في برنامج "قلوب حائرة" عن النظريات وتخوض في واقع المشكلات التي تتحدث عنها صاحباتها في حلقات البرنامج، وتقوم الإعلامية إيمان رياض بربط الحالة وحصر أسئلتها ونقاط حيرتها لتطرحها أمام الدكتورة لبحث المشكلة بتسليط الأضواء الشرعية عليها والنابعة بالطبع من الأدلة الشرعية المستقاة من القرآن والسنة والتي تأخذ باعتبارها الحلول الواقعية وفن الممكن.

برنامج "قلوب حائرة" يطرح مشكلات نسائية من الحياة والمختلف الأعمار وشرائح المجتمع، ويبدأ البرنامج بعرض حالة نسائية تحكى مشكلتها بشيء من التفصيل ثم تبدأ إيمان رياض بطرح أسئلة الحالة الخاصة على الدكتورة رفيدة حبش، الضيفة الدائمة للبرنامج، ثم تتلقى جميع الأسئلة والمشاركات والتي تأتي هذه المرة من نساء أخريات غير الحالة المعنية.

-برنامج أحلى أسرة: إذا اعتبرنا أبناءنا مشاريع، فإن نجاح وتفوق هذه المشاريع يعتمد بشكل رئيسي على ما نمنحه لهم من حب وجهد واهتمام مقصود، وما نبثه في نفوسهم من تفاؤل وعزيمة وإيجابية وانتصار في التعامل مع النكسات والتحديات. إن الابن صفحة بيضاء نحن نختار موضوعها ونسطر عنوانها الرئيسي، ثم هو من يكتب في إطار الموضوع الذي اخترناه. فإذا كان لا يسمع منا إلا

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

التوبيخ واللوم وأن نعطيه أسماء وعناوين مثل: كسول، غبي، لن تفلح أبداً، لا فائدة ترجى منك.... فإننا بذلك نضع الفشل نصب عينيه وندفعه دفعاً لما يظن أنه قدر مقدور ومصير محتوم. البرنامج التربوي "أحلى أسرة" للدكتور زين عبده، الاستشاري في الشؤون التربوية والأسرية هو إهداء من أقرأ للآباء والأمهات يرسخ عندهم مفاهيم جديدة في تربية الأبناء. البرنامج يطرح قضايا أسرية وتربوية عبر مشاهد درامية يحللها ويناقشها الدكتور زين صاحب عبارة: "تربية الأبناء متعة عندما نتقن فنها ونتملك أدواتها وننطلق في عالمها الرحب المبدع.

-خير نساء الأرض: برنامج تقدمه إيمان رياض مع الدكتورة عبلة الكحلأوي وهو يتناول نساء كان لهم بصمة في التاريخ الإسلامي.

-برنامج انحف وخذ الأجر: لم يكن الرسول محمد ﷺ طبيبا للأرواح والقلوب فحسب، بل كان طبيبا للأبدان؛ وإن المتبع للأحاديث المتناثرة في كتب السنة الصحيحة والتي تتعلق بأداب الطعام والشراب والنام والعادات الحياتية اليومية والتداوي والعلاج يجد فيها وصايا ثمينة انتهى إليها الأطباء والحكماء، وأثبتت صحتها عندما تم اختبارها عند العلماء التجريبيين الذين يضعون معايير علمية صارمة في اختبار النظريات قبل اعتمادها حقائق.

منى اليسير، أخصائية التغذية قامت بالبحث والتمحيص في الهدى النبوي فيما يتعلق بالطعام والشراب والعادات المتصلة بذلك، لتكتشف منهجا دقيقا لو اتبعه المسلم والمسلمة لحصلا على اللياقة المرغوبة من الجميع، ولحصلا على قوة وحيوية وعافية، ولتجنبنا البدانة وما تسببها من أمراض مثل الضغط والسكري وتصلب الشرايين ولأن ذلك علم نافع تعظم الحاجة إليه في زمن طغت فيه العادات الغذائية السيئة.

-أيام مع الحبيب: هو برنامج تقدمه الدكتورة ربيعة الحبش بمعية مجموعة من الشابات عن نساء كانت لهن مواقف مشرفة مع النبي ﷺ وأخريات كن سيئات معه ﷺ، البرنامج تدور فكرته عن المرأة في حياة النبي ﷺ.

-ولي دين: هو برنامج قدمته الدكتورة ربيعة الحبش مع مجموعة من الشابات ويدور حول

بعض القضايا الفقهية التمس تم المرأة المسلمة.

-رسائل الحب: هو برنامج تلفزيوني تقدمه الدكتورة سامية بنت محمد العمودي، وهو برنامج يخص الحديث عن أمراض تصيب المرأة

-جنتي: برنامج متنوع يطرح كل ما يخص المرأة في جوانب متعددة، تقدمه الإعلامية المصرية إيمان رياض، منذ بداية عرضه في 2010 وهو يعاد للآن على القناة أو مواقع التواصل الاجتماعي لأنه حقق شهرة واسعة.

- برنامج "والذاكرات": يتحدث عن الصحابيات المغمورات اللواتي لم يسمع بهن أحد واللواتي سبقن إلى الإيمان برسول الله وكان لهن مواقف عظيمة في دعمه وفي نصرته وفي خدمة الدين ونشر الدعوة، وقد مدحهن الله تعالى في القرآن الكريم فقال: ﴿إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَالْقَنِينَ وَالْقَنِينَ وَالصَّادِقِينَ وَالصَّادِقَاتِ وَالصَّابِرِينَ وَالصَّابِرَاتِ وَالْخَاشِعِينَ وَالْخَاشِعَاتِ وَالْمُتَصَدِّقِينَ وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالصَّامِتِينَ وَالصَّامِتَاتِ وَالْحَافِظِينَ وَالْحَافِظَاتِ وَالذَّاكِرِينَ وَالذَّاكِرَاتِ أَعَدَّ اللَّهُ لَهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا﴾ سورة الأحزاب: 35.

تأخذ الدكتورة ربيعة حبش على عاتقها في برنامج "والذاكرات" النبش في كتب التاريخ لتعريفنا بهؤلاء النساء العظيمات، فكما كان مع رسول الله أربعون رجلا قامت على أكتافهم الدعوة، كذلك كان معه أربعون امرأة حملت لواء الدعوة ووقفت مع رسول الله بمواقف بطولية، ربما لم يسمع بها أحد. وكما أن هناك عشرة رجال مبشرون بالجنة بنص حديث رسول الله كذلك هناك عشر نساء مبشرات بالجنة بنص حديث رسول الله.

هذا البرنامج ينفذ غبار التاريخ عن صحابيات عظيمات، ويكشف للناس مواقفهن البطولية ويسقط هذه المواقف على واقعنا المعاصر نتعلم من سيرهن وقصصهن ما ينهض بنا إلى إحياء الأمة الإسلامية من جديد وإلى خلق جيل مسلم ينهض بأمتة إلى المعالي.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

-عقد الياسمين: وهو برنامج اجتماعي، يتناول في كل حلقة موضوعاً اجتماعياً، وتحمل كل حلقة عنواناً خاصاً بها ومن عناوين الحلقات (عقد الياسمين)، (الرحمة)، (القسوة)، (وانفرجت الصخرة)، (لا اعتراض)، (البويات)، (السند المفقود)، يطرح فيها عدة محاور تناقش وتثار بأشكال متنوعة مع الأستاذة اعتدال إدريس، المستشار الاجتماعية ومحاضرة في برنامج التعليم العام بكلية دار الحكمة للبنات، ومعها الإعلامي عادل بارباع وضيف حالة في كل حلقة يحكي لنا قصته عن الموضوع المطروح في الحلقة، مع إمكانية مداخلات هاتفية، يتم التنسيق معهم للمشاركة بتخصصهم في الحلقة، إن كان تخصص علمي أو قانوني أو نفسي، ذو منصب حكومي، واتصالات جمهور، حيث يتم الإجابة على أسئلتهم من قبل الأستاذة اعتدال عن نفس الموضوع، إضافة على قراء مشاركات مواقع التواصل الاجتماعي وموقع القناة والإجابة عليها .

ويتضمن البرنامج عدة تقارير للحالات، وتقارير استطلاعية لأخذ نبض الشارع، وتقارير معلوماتية، وتقارير إحصائية

-موددة ورحمة: كيف نجعل من المودة والرحمة قولاً وفعلاً نعتاده بيننا فيكون الأمر أصلاً بين الأزواج والجيران، وكيف نرتقي بهذا السلوك ليصير عبادة نتقرب بها إلى الله تعالى الذي عرفنا عنه على لسان نبينا صلى الله عليه وسلم بأنه يرحم الراحمين، وأنه حتى ننال رحمة من السماء فيجب علينا أن نترحم فيما بيننا ونرحم من في الأرض خصوصاً من هم تحت رعايتنا من زوجات وأطفال.

حول أشكال المودة والرحمة التي يجب أن تشيع كنماذج تطبيقية في كافة مناحي الحياة تتحدث الدكتورة عبلة الكحلوي في برنامجها الذي تعرضه أقرأ في شهر إبريل والبرنامج يمتد لنصف ساعة.

-تعلمت منها: الهام شاهين - أستاذة العقيدة والفلسفة - جامعة الأزهر.

لعبت المرأة المسلمة أدواراً مهمة في مختلف المواقف والمراحل عبر تاريخنا الإسلامي بأكمله، ولم يقتصر الأمر على صحايات حملن الدين ونشرنه وفدينه بأموالهن وأرواحهن في فجر الإسلام جنباً إلى جنب مع الصحابة. ولكنه امتد إلى كل عصور الإسلام الزاهرة ومعاركه المصيرية التي خاضها المسلمون لنشر نور الله في الأرض وإقامة صروح الحضارة الإسلامية ومواجهة الغزو الصليبي والمغولي.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

وإن المنقب عن دور المرأة لن يعجز أن يجد أدوار المرأة المسلمة الرائعة في تلك المشاهد العظيمة من بدر إلى فتح مكة إلى اليمامة إلى روائع حضارة الدولة الأموية والعباسية والمملوكية والعثمانية. التنقيب عن هذا الدور الفذ للمرأة المسلمة عبر التاريخ هو ما تتصدى له الدكتورة إلهام شاهين، أستاذة العقيدة والفلسفة بكلية الشريعة في جامعة الأزهر، في برنامجها الرمضاني "تعلمت منها"

-يابني: برنامج تقدمه الإعلامية إيمان رياض وضيقتها الدائمة الدكتورة رفيدة الحبش يتناول طرق تربية الأبناء من خلال المنهج النبوي.

-حوار غي النور: برنامج يجمع لأول مرة نخبة الداعيات د لينا الحمصي من سوريا، ود نداء البنا من الأردن والأستاذة فاطمة النجار من المغرب، ويتناول موضوع البرنامج سورة النور حيث تتحاور المتحدثات الثلاث حول آيات سورة النور وإسقاطاتها الاجتماعية وأحكام الأسرة الفقهية وآداب العلاقات الزوجية وضوابط المجتمع المسلم السلوكية والأخلاقية.

-همسات حرة: بقلب الأخت المشفقة على أخواتها، وبروح الفتاة القرية من بنات جيلها، الداعية حنان القطان وفي حديث صريح ومباشر تتوجه به إلى كل فتاة تبحث عن النجاة، وإلى كل بنت تحاول السمو عن ترهات الحياة ومتاهاتها الملهية للوصول إلى أسمى المنى وعالي الدرجات. معاد على قناة الرسالة

-فقه المرأة: برنامج يتألف من 25 حلقة حول الأحكام الفقهية التي تخص المرأة، وهو برنامج فتوى.

-الجنة في بيوتنا: هو برنامج تلفزيوني قام بتقديمه الداعية عمرو خالد في رمضان 2007. يعرض البرنامج الأسرة وكيفية التعامل مع أبناء عن طريق الاحترام والمودة وكيفية حل المشكلات الأسرية الكثيرة، عن طريق تعاون عدد كبير من الأكاديميين والمتطوعين من الشباب.

-صحابيات: هو برنامج يحكي عن سير صحابيات عشن مع النبي صلى الله عليه وسلم

-في بيتنا حب: برنامج يقدمه الدكتور غازي الشمري عن العلاقات، والخلافات الزوجية من

الناحية السيكلوجية النفسية

- **همس الزهور:** تعرض قناة الرسالة الفضائية برنامج همس الزهور، ويخاطب البرنامج شريحة الفتيات بما يناسبهن من مواضيع وأفكار، وتألقت مقدماته يعرض رسائل تعليمية وثقافية موجهة لقريناهما من فتيات الأمة الإسلامية اللواتي عبرن عن آرائهن بطريقة معبرة واعية إيجابية وناضجة، ولقي هذا البرنامج النجاح صدق في أنحاء الوطن العربي .

- **وارفة:** يتميز البرنامج بتنوع فقراته وموضوعاته وسرعة إيقاعها، وفتح المجال التفاعلي للمشاهدة للتواصل وإبداء وجهة نظرها، وإيصال صوتها.

هو برنامج مجلة تلفزيونية متخصصة في مجال المرأة، يعرض على قناة المجد الفضائية.

يناقش البرنامج عدداً من الموضوعات التي تهم المرأة بأساليب متنوعة وجذابة، وطرح جريء وجديد يتسم بالموضوعية والإيجابية. ويسعى البرنامج في دورته البراجمية الأولى إلى فتح الملفات الحقيقية للمرأة، والحديث عن المسكوت عنه في قضايا المرأة، وطرح وجهة.

- **من نسائم الرحمة:** هو برنامج يشبه الومضات التعليمية عن بعض نساء الإسلام، هي عبارة عن مقتطفات لأقوال مجموعة من الدعاة.

- **برنامج جنتي:** هو برنامج منوع يقدمه الداعية رشيد سلطان على قناة الرحمة

- **بيتي جنتي:** برنامج تلفزيوني، اجتماعي، أسبوعي، حوارى، من إعداد أ. أحمد رباح، ويشارك بدوره في تقديمه مع ثلة طيبة من المتخصصين الشرعيين والنفسانيين.

ويتناول البرنامج عدداً من المشكلات التي تعترض الأسرة وتعيقها أن تبلغ السعادة المرجوة لها، ويدرس هذه المشكلات من الجانب الشرعي والنفسي بصيغة واقعية وإرشادية وتوجيهية سلسلة، ويقدم مادة نظرية، وتفاعلية بحلة جديدة من حيث المادة المطروحة والتصوير العام، وأهم ما فيها الخروج بخطوات عملية لمن يعاني من ذات المشكلة المطروحة، والخروج عن النمط الإلقائي والنظري والدخول إلى النمط الاستشاري السلوكي، لتقديم مادة نافعة وعميقة.

ثانيا: تحليل فئات مضمون برامج المرأة على القنوات الإسلامية (ماذا قيل؟):

لقد حظي مفهوم الأولويات بالاهتمام البارز لدى العلماء والباحثين في مجال الإعلام حيث ظهرت المقولة التي تداولها الدارسون: أن الإعلام لا يدلنا عما نفكر فيه بل يدلنا عن كيف نفكر في المواضيع المختلفة، والتي كانت أهميتها مقتصرة على السياسية منها، وخصوصا الانتخابات ومنصبه حول المترشحين لإبراز أحدهم دون الآخر ولكن نظرية الأولويات، (الأجندة سيتينغ) في تطور مستمر وآلياتها البحثية حولتها الخوض في عديد المواضيع: الاجتماعية، والاقتصادية والثقافية والفنية، فصناعة الرأي العام شملت حتى الأذواق.

1- أولويات القضايا التي طرحتها القنوات الإسلامية من خلال برامج المرأة:

1-1- أولويات القضايا الرئيسية:

جدول رقم (9)

يبين توزيع أولويات القضايا الرئيسية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الرئيسية	الرقم
2	25.28	66	اجتماعية	1
4	16.85	44	صحية	2
1	28.35	74	دينية	3
5	6.13	16	جمالية	4
6	3.06	8	اقتصادية	5
7	1.14	3	سياسية	6
3	19.15	50	تربوية وثقافية	7
	%100	261		المجموع

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن القضايا التي ظهرت على أجنحة القنوات الإسلامية بصفة بارزة هي القضايا الدينية في المرتبة الأولى وتليها القضايا الاجتماعية في الدرجة الثانية، حيث مثلت نسبة الأولى: 26.95%، والثانية: نسبة 25.78%، وتليها القضايا التربوية والثقافية بنسبة أقل، وبعدها القضايا الصحية كذلك، فقد جاءت الأولى في المرتبة الثالثة بنسبة: 19.53% وجاءت الثانية في المرتبة الرابعة بنسبة: 17.18%.

وذلك أن القضايا الدينية هي مطلب جماهيري وما يتوقعه المشاهد من هذه القنوات، ولا تختلف عن القنوات الأخرى في تركيزها على الاجتماعية منها، وهو ما أكدته: دراسة أسماء سمير إبراهيم، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية (2009)، كما أوضحت دراسة وردة بوجلال: الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة⁽¹⁾، على ذلك أيضا، ودراسة مصراحي رباب (قضايا المرأة في الخطاب الديني المعاصر)⁽²⁾، والتي ظهرت المواضيع الاجتماعية على رأس قائمة المواضيع التي قدمت للمرأة في مصر.

والملاحظة العلمية للباحثة عبر سنوات من البحث تؤكد أن الخطاب الإسلامي الموجه للمرأة سواء عبر الفضائيات أو غيرها من مساحد أو كتابات أو توجهات فكرية ومجتمعية عربية يرهن على الفكرة المتجذرة في المخيال العربي حول أدوار المرأة والتي تحصر غالبا في الاجتماعية منها، وأن تعليمها يتوقف عند فهم دينها لتربية أولادها وإدارة بيتها، والحفاظ على صحتها لأداء تلك الأدوار، وهو الأمر الذي تناوله الجانب النظري من الدراسة.

أما بالنسبة للقضايا الأخرى السياسية والاقتصادية فليس للمرأة فيها نصيب على القنوات الإسلامية حيث جاءت الأولى في المرتبة الخامسة بنسبة: 3.12%، والثانية في المرتبة السادسة بنسبة 1.17% من نسبة مواضيع القضايا المطروحة، وهو ما أكدته دراسات عديدة حتى بالنسبة للإعلام

(1) -الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة النهار لك-برنامج أسرار نواعم نموذجاً-مجلة المعيار، دورية محكمة، ع41، قسنطينة، الجزائر، 2016، ص232.

(2) -البصراحي رباب جلال محمد. (2014). قضايا المرأة في الخطاب الديني المعاصر: دراسة تحليلية، أطروحة (دكتوراه) - جامعة عين شمس. كلية التربية. قسم الفلسفة والاجتماع <http://drasat.info/resala/955>

العربي فقد أشارت دراسة حنان محمد إسماعيل حسنين: تناول قضايا ومشكلات المرأة في الأفلام المصرية، دراسة تحليلية⁽¹⁾، إلى ضرورة التوازن في تناول ومعالجة الأدوار المختلفة للمرأة المصرية كما تبدو جلية في الواقع كتناول الأدوار الإنتاجية للمرأة وعدم التركيز على أدوارها الإنجابية فقط في الأفلام.

كما أكد أحد التقارير عن حالة المرأة في الإعلام الجزائري أن التركيز على المرأة في المواضيع السياسية والاقتصادية لا يتجاوز 10%، كما أن ظهورها يقل كثيرا في الأخبار الجادة (تقرير نقلته الشروق الجزائرية)⁽²⁾.

إن هذه النسبة الضئيلة للقضايا التي تعني المرأة عموما في العصر الحديث، خاصة مع تبدل الأدوار في الأسرة العربية وتولي المرأة في كثير من الأحيان زمام القيادة فيها وخروج الكثير من النساء لعالم الشغل وتسيير العديد من النساء للمؤسسات الاقتصادية والتجارية، وتولي المرأة العربية للعديد من المناصب السياسية: النيابية والوزارية، لي طرح على عاتق القنوات الإسلامية مهمة التوازن في الطرح، كونها تمثل الإعلام البديل، ولا تنساق مع دعوات مقاطعة مواضيع بعينها ولا تضخمها وتجعلها أولى أولوياتها، فقد كشفت دراسة نجوى كامل: الصحافة المصرية وقضايا المرأة، بالتطبيق على المؤتمر الدولي للسكان ومؤتمر المرأة 2011⁽³⁾ أن عددا من الكتاب المتحمسين لقضايا المرأة قد وقعوا في فخ التبعية لأجندة اهتمامات غربية تعني المرأة الغربية في الأساس مما يساعد على إغفال خصوصية المرأة المصرية في ضوء الأوضاع الفكرية والسياسية والاقتصادية السائدة في المجتمع، فالمشاركة السياسية ونفاذ المرأة إلى مراكز صنع القرار أمر هام ولكنه لا يساوي في أهميته بالتأكيد الدعوة إلى محو أمية النساء، أو إنقاذ النساء في الريف والعشوائيات في المدن مما يعانين من فقر ومرض، فضلا عن تعسف الرجل ضدهن في تلك الأوساط.

(1) _ المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، مايو، 2007. ص 856.

(2) _ <http://echoroukonline.com/articlesjawahir> - الثلاثاء 17 نوفمبر 2015 ميلادي - 4 صفر 1437 هجري.

(3) _ دراسة منشورة ضمن كتاب بعنوان: الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، مكتبة جريدة الورد، ط1، القاهرة، 2011، 106.

1-2- أولويات القضايا الفرعية:

أ- أولويات القضايا الدينية:

جدول رقم (10)

يبين توزيع أولويات القضايا الدينية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الدينية	الرقم
3	1.44	1	مسائل حديثة تم المرأة	1
1	66.66	46	التربية الإيمانية	2
2	33.33	23	فقه وفتاوى المرأة	3
-	100	69	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه ترتيب القضايا الدينية كالتالي:

جاءت مواضيع التربية الإيمانية في الترتيب الأول بنسبة 66.66%، وفي المرتبة الثانية فقه المرأة بنسبة 33.33%.

والمقصود بالتربية الإيمانية في هذه الدراسة: كل ما يتعلق بإيمان المرأة: من وعظ وإرشاد، وسير وبعث، وموت، وآخرة، ونصح وإرشاد ...

والمقصود بفقه المرأة: كل ما يتعلق بالمرأة من أحكام في العبادات والمعاملات.

والملاحظ أن هذه القنوات ركزت بنسبة كبيرة على الناحية الإيمانية، وهو ما يعبر عن توجه تلك القنوات ويثبت ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة كدراسة (مصراحي رباب) حيث أكدت انشغال الخطاب الديني عموماً بالبعث والآخرة أكثر من انشغاله بالدنيا، حيث دل التحليل علي أن

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

66.66% من الموضوعات الدينية تتجه نحو موضوعات تتصل بالآخرة والحساب والثواب والعقاب، أي بموضوعات دينية بحتة لا تتعلق بالحياة.

ب- أولويات القضايا الدينية الخلافية:

جدول رقم (11)

يبين توزيع أولويات القضايا الدينية الخلافية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الدينية الخلافية	الرقم
2	28.57	2	تعدد الزوجات	1
3	14.28	1	التمكين السياسي للمرأة	2
1	42,85	3	مسائل الحجاب	3
3	14,28	1	خروج المرأة	4
4	0	0	الاختلاط	5
-	100	7	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه أن تناول القنوات الإسلامية للقضايا الدينية الخلافية جاء تناولاً ضعيفاً، حيث إنه من ضمن 74 موضوعاً لم تظهر إلا 7 مواضيع فقط خلافية، وهي على التوالي: المرتبة الأولى مسائل الحجاب المختلفة بنسبة قدرت بـ 42.85%، ثم في المرتبة الثانية تعدد الزوجات بنسبة 28.7%، وفي المرتبة الثالثة خروج المرأة وقضايا التمكين السياسي للمرأة بنسبة 14.28%، أما موضوعات الاختلاط وغيرها فلم تظهر على أجندة القنوات الإسلامية وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 0%.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

والواضح أن هذه المواضيع لم تعد من أولويات القنوات الإسلامية نتيجة التطور في النظرة إلى المرأة، أو أن القنوات الإسلامية تنأى بنفسها من الخوض في المسائل الخلافية وهو ما يفسر ابتعادها كثيرا عن واقع المرأة الحالي، كما أكدته دراسة (المصراقي رباب) كون الخطاب الديني يميل إلى التحدث عن الماضي الذي كان يمثل نموذجا يحتذى به.

ويبتعد عن الواقع الذي تعيشه المرأة ليلعب الدور الإعلامي المنوط به وهو تعريف المرأة بقضاياها وربطها بواقعها.

ج- أولويات القضايا الاجتماعية :

جدول رقم (12)

يبين توزيع أولويات القضايا الاجتماعية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الاجتماعية	الرقم
2	22.72	15	الخلافات الزوجية	1
1	39.39	26	تربية الأبناء	2
6	4.54	3	الطلاق	3
3	13.63	9	الحقوق الزوجية	4
5	6.06	4	المشاركة في الحياة	5
4	10.6	7	تأخر وتبكير والعزوف عن الزواج	6
7	1.51	1	الفئات الفقيرة والمهمشة	
8	0	0	المرأة الريفية	7
7	1.51	1	العنف ضد المرأة	8
7	1.51	1	التحرش	9
-	100	66	المجموع	

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

توضح بيانات الجدول أعلاه أن موضوع تربية الأبناء جاء على رأس أولويات البرامج الاجتماعية فلقد حضي بالترتيب الأول بنسبة: 39.39%، وفي المرتبة الثانية الخلافات الزوجية بنسبة 22.72%، فالقراءة العلمية للجدول توضح كيف أن برامج المرأة لا تركز في موضوعاتها الاجتماعية عليها شخصياً وإنما عن من تتولى مسؤوليتهم، أو تشارك معهم في الحياة كالزوج، ولذلك جاء التركيز على تربية الأبناء والخلافات الزوجية، للحفاظ على الرابطة الزوجية متماسكة، في حين نجد أن مواضيع مثل: الحقوق الزوجية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 13.63%، وتأخر سن الزواج وعزوف الكثيرين عنه في المرتبة الرابعة بنسبة 10.6%، والطلاق في المرتبة الخامسة بنسبة 6.06% و في المرتبة السادسة المشاركة في الحياة الزوجية بنسبة 4.54%، هذا رغم أن علماء الاجتماع والمتخصصون في علم الإحصاء الاجتماعي يتوقعون أن يكون هناك ثبات أو انخفاض نسبي في عدد السكان في السنوات القادمة⁽¹⁾ بسبب العزوف عن الزواج كما أن نسب الطلاق في تزايد مستمر.

أما عن المواضيع الحساسة والتي كان من المفروض أن تحضى بترتيب أولى وهي قضايا: العنف ضد المرأة، والتحرش وفئات النساء الفقيرة والمهمشة فلم توليها أجددة القنوات الإسلامية أهمية تذكر، فقد جاءت نسبتها ضئيلة جدا لا تكاد تذكر 1.51% لكل واحد منها، وجاء ترتيبها السابع، بمعدل حلقة واحدة لكل موضوع من ضمن 241 حلقة.

وهو كذلك بالنسبة للإعلام العربي عموماً حيث أكدت صلاح الدين سليم عواد⁽²⁾، ضرورة أن تصدر الموضوعات والقضايا المستمدة من الواقع، ومنه نستنتج أن الفضائيات الإسلامية مازالت متخلفة عن تناول قضايا المرأة الحقيقية.

فظاهرة العنف ضد المرأة⁽³⁾ وظاهرة التحرش في ازدياد مستمر وخاصة في السعودية البلد الأم

(1) - عامر عبد الله الشهراني: الشباب والعزوف عن الزواج، العربية نت www.alarabiya.net 13 أبريل 2013.

(2) - صلاح الدين سليم عواد، قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين: دراسة مسحية في الفترة من 2004-2006.

لنيل درجة الماجستير من معهد البحوث والدراسات العربية قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 1429هـ-2008.

(3) - للاستزادة: زينب ليث عباس: الصورة الذهنية للجمهور إزاء ظاهرة العنف ضد المرأة في القنوات الفضائية، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 76، بغداد 2012، ص443.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

للفضائيات الإسلامية، حيث كشفت وزارة العدل السعودية عن 6797 قضية تحرش (استدراج حدث، أو مضايقة نساء) لسنة 2014، كما أشارت تقارير عالمية أن السعودية تحتل المركز الثالث من 64 دولة أجري عليها المسح في قضايا التحرش في موقع العمل⁽¹⁾.

وإذا عدنا لنتائج الجدول السابقة نجد كذلك أن المرأة الريفية البسيطة التي تشقى من أجل لقمة العيش لم تظهر على أجندة الفضائيات الإسلامية حيث لم تعثر الباحثة على موضوع واحد يتناول هذه الفئة حيث جاء ترتيبها الثامن بنسبة 0%.

وهو يدل على أن الفئة المستهدفة من قبل القنوات الإسلامية هي نساء الصالونات والمتقفات عموماً، حيث غياب حتى الدراما الموجهة لفئة النساء البسيطات، ووجودها نادر ولا يرقى لمستوى الدراما التي تعرض على القنوات العربية عموماً.

د- أولويات القضايا التربوية والثقافية:

جدول رقم (13)

يبين توزيع أولويات القضايا التربوية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا التربوية	الرقم
1	72	36	النماذج النسائية	1
4	2	1	العمل التطوعي والأهلي	2
3	4	2	تعليم المرأة	3
2	22	11	التربية الحديثة	4
-	100	50	المجموع	

⁽¹⁾ 2015-8-1 www.sayidaty.net

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

دلت نتائج الجدول أعلاه على أن النماذج النسائية وخصوصا التاريخية منها جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة مرتفعة 72%، يعني تقريبا حل المواضيع الثقافية والتربوية تركزت حول الشخصيات التي تقتدي بها المرأة، بينما جاءت التربية الحديثة للفتاة في المرتبة الثانية بنسبة 22% وهي نسبة ضئيلة بالمقارنة بالأولى.

ومن المعلوم أن القدوة لها دور كبير في التربية حيث عرفت ب: "أن يتخذ شخصا أو أكثر يتحقق فيهم الصلاح، ليتشبه به، ويصبح ما يطلب من السلوك المثالي أمرا واقعا ممكن التطبيق"⁽¹⁾.

وللقدوة دوافع نفسية أثبتها علم النفس الحديث منها:

-دافع الإعجاب: حيث إنه عندما يعجب شخص ما بسلوك أو بشخصية فإنه يجد في نفسه

دافعا داخليا للاقتداء بها

-دافع التنافس: وهو الرغبة في التماثل والتسابق

-دافع الشعور بالعجز: وهو نقص في بعض جوانب الشخصية يدفع المرء إلى الاحتذاء بمن

يراهم متفوقون عليه⁽²⁾.

وعليه فالباحثة تؤيد هذه القنوات في ضرورة التركيز على تلك النماذج ولكن ليس على

حساب المواضيع الجدية كالتربية الحديثة وتعليم المرأة والذي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 4%.

وكذا الأعمال الثقافية كمشاركة المرأة في الأعمال الأهلية والتطوعية والحملات الثقافية

والفكرية فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 2%، وهو ما يؤكد كذلك كون الخطاب الديني عموما

يركز على المرأة المربية، الأم، الزوجة، يعني الأدوار التقليدية أما فيما يخص ذاتها ككيان والمتمثل في

تطوير مهاراتها وكفرد فاعل في المجتمع فهي من آخر اهتمامات الخطاب الديني وقد جسد في

الفضائيات الإسلامية.

⁽¹⁾ - عبد الرحمان النحلاوي: أصول التربية الإسلامية وأساليبها في البيت والمدرسة والمجتمع، ص 257.

⁽²⁾ - المرجع نفسه، ص 258.

هـ- أولويات القضايا الصحية:

جدول رقم (14)

يبين توزيع أولويات القضايا الصحية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الصحية	الرقم
1	47.62	21	الرعاية الصحية	1
2	18.18	8	أمراض تصيب المرأة	2
3	15.9	7	الصحة النفسية	3
4	9.09	4	الصحة الإنجابية	4
4	9.09	4	صحة الأبناء	5
5	0	0	ممارسة الرياضة	6
-	100	44	المجموع	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن القضايا الصحية جاء ترتيبها كالتالي:

الرعاية الصحية للمرأة في المرتبة الأولى بنسبة 47.62%، وأمراض تصيب المرأة بنسبة 18.18%، والصحة النفسية في المرتبة الثالثة بنسبة 15.9% وفي المرتبة الرابعة الصحة الإنجابية وصحة الأبناء بنسبة 9.09%، أما ممارسة المرأة للرياضة فجاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 0%.

وبقراءة متفحصة للجدول يتبين أن القنوات الإسلامية قد عالجت في برامج المرأة مواضيع مختلفة صحية وبنسب متقاربة، وهو ما توافق مع دراسة (ابتسام أبو الفتوح الجندي: البرامج

المقدمة للمرأة في كل من النظام الإذاعي القومي والإقليمي إعادة تقييم ورؤية مستقبلية⁽¹⁾

أما موضوع المرأة والرياضة فلم يحض بالاهتمام مطلقاً من قبل القنوات الإسلامية رغم تأكيد الأطباء على ضرورة ممارسة الرياضة للمرأة لتجنب أمراض مختلفة منها: السمنة، هشاشة العظام، الضغط، السكري وغيرها... ولأن فوائد الرياضة لا تعد ولا تحصى.

ويمكن أن يعزى ذلك إلى اللباس الشرعي وكيفية تطبيقه عند ممارسة الرياضة وهو اختلاف كبير بين أصحاب الرؤى الشرعية المختلفة، مع أن دولة كالسعودية مثلاً: تسمح بممارسة الرياضة باللباس الرياضي مع تغطية الشعر حيث أصدرت وزارة التربية والتعليم السعودية قرار يقضي بتنظيم أنشطة اللياقة الصحية في مدارس البنات الأهلية، مستندة في ذلك إلى فتوى ابن باز في جواز ممارسة المرأة للرياضة دون مخالطة الرجال ولا يكون فيه محذور شرعي، إلا أن علماء آخرون جرموا هذا الفعل واعتبروه خطوة سوف تجلب مفسدات كبيرة، خاصة في مشاركة المرأة في الأنشطة الرياضية المختلفة بعد ذلك، حيث قال الشيخ عبد الكريم بن عبد الله الخضير (عضو اللجنة الدائمة للإفتاء، وعضو هيئة كبار العلماء في السعودية): "إذا كان الذكور مطالبون بالإعداد والاستعداد، فالنساء وظيفتهن القرار في البيوت، وتربية الأجيال على التدين والخلق والفضائل والآداب الإسلامية"⁽²⁾

ولعل التحرك المبالغ فيه نحو إشراك المرأة في النشاطات المختلفة يعزى إلى اتفاقية السيداو: حيث نصت الاتفاقية في الفقرة السابعة من المادة العاشر على: "التساوي في فرص المشاركة النشطة في الألعاب الرياضية والتربية البدنية"⁽³⁾.

حيث رفض الدكتور عبد المعطي بيومي، عميد كلية أصول الدين في مصر، مشاركة المرأة في الألعاب الأولمبية مثلاً، لما قد تكون فيه المرأة ملزمة بالتخلي عن لباسها الشرعي، وهو ما أكدته الكثير من علماء الشريعة، كما أكدوا أن الإسلام لم يجرم ممارسة المرأة للرياضة، ولكن بشروط التستر

(1)- مؤتمر السكان والتنمية الذي عقد بالقاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1994، ص 25.

(2)- محمد لافي: إلى أين تتجه رياضة البنات في السعودية، WWW.ALMOSSLIM.NET، 3 صفر 1435

(3)- اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، الأمم المتحدة، A/60/93-03، على شكل pdf.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

والاحتشام فقد كانت السيدة عائشة رضي الله عنها تسابق النبي ﷺ ويسابقها⁽¹⁾

و- أولويات القضايا الفنية الجمالية:

جدول رقم (15)

يبين توزيع أولويات القضايا الفنية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الرقم	المواضيع الفنية والجمالية	التكرار	النسبة %	الترتيب
1	الديكور والمزمل	2	12.5	2
2	الجمال والأناقة	14	87.5	1
	المجموع	16	100	

بين الجدول أعلاه أن القضايا الفنية والجمالية والتي تناولتها برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية جاءت في ترتيب مواضيعها كالتالي:

الجمال والأناقة في المرتبة الأولى بنسبة 87.5% ، وفي المرتبة الثانية الديكور والمزمل بنسبة 12.5% ، وهذا دليل على أن الاهتمام بجمال المرأة قد أخذ حيزاً معتبراً من القضايا الفنية والجمالية، وهو ما أكدته الدراسات السابقة حيث دلت الدراسات السابقة على الحضور الدائم لمواضيع الأناقة والرشاقة في المواضيع التي تطرح للمرأة، لأنه لا يمكن اغفال الجانب الأنثوي في المرأة الذي يميل للجمال ويجذبه.

(1)-WWW .ALBAYAN.AE، 22 مايو 2009.

س- أولويات القضايا الاقتصادية:

جدول رقم (16)

يبين توزيع أولويات القضايا الاقتصادية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة %	التكرار	المواضيع الاقتصادية	الرقم
2	37.5	3	إدارة المشاريع الاقتصادية	1
1	62.5	5	عمل المرأة	2
-	100	8	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه حول القضايا الاقتصادية:

أن عمل المرأة جاء في المرتبة الأولى بنسبة 62.5%، وإدارة المرأة للمشاريع الاقتصادية جاء في المرتبة الثانية بنسبة 37.5%، حيث أنه من الراجح أن تتناول القنوات الإسلامية عمل المرأة في برامجها فهو من المواضيع التي فرضت نفسها في واقع الناس الحالي، وتناولها بصفة محتشمة لموضوع إدارة المرأة للمؤسسات يعبر عن التوجهات الفكرية حول المرأة التي يحملها القائم بالاتصال في هذه القنوات، وقد ركزت الباحثة على هذين الموضوعين دون ذكر سواهما من المواضيع الاقتصادية، لأن التحليل المبدئي لبرامج القنوات الإسلامية محل الدراسة دل على قلة تناول المواضيع الاقتصادية للمرأة، وهذا الأمر ليس خاصا بالقنوات الإسلامية فحسب، فقد أكدت الدراسات السابقة الخاصة بموضوعات المرأة سواء في البرامج أو الأفلام أو الأعمال الدرامية المعروضة على القنوات العربية ضرورة تناول باقي المشكلات بتركيز متوازن على الأقل كالمشكلات الاقتصادية مع نظيرتها القضايا والمشكلات الاجتماعية⁽¹⁾.

(1) - حنان محمد إسماعيل حسنين: تناول قضايا ومشكلات المرأة في الأفلام المصرية، ص 856.

2-تحليل فئة أسانيد وحجج المعارضة لقضايا المرأة المطروحة في برامجها على القنوات

الإسلامية:

جدول رقم(17)

يبين توزيع الأسانيد والحجج التي استخدمتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	الأسانيد والحجج	الرقم
2	23.45	114	واقعية	1
4	13.58	66	تاريخية	2
1	40.33	169	دينية	3
5	4.93	24	قانونية	4
3	23.25	113	توصيات المؤتمرات	5
6	0	0	توجهات المسؤولين	6
-	100	486	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه أن اعتماد البرامج المقدمة للمرأة على الفضائيات الإسلامية للأسانيد الدينية جاء في الترتيب الأول بنسبة 40.33%، وجاءت في المرتبة الثانية الأسانيد والحجج الواقعية بنسبة 23.45%، وتليها في المرتبة الثالثة توصيات المؤتمرات بنسبة 23.25%، وقد تراجعت الحجج التاريخية إلى المرتبة الرابعة بنسبة 13.58%، في حين تأخرت الأسانيد والحجج القانونية إلى المرتبة الخامسة بنسبة 4.93%، ولم يكن لتوجهات المسؤولين أي وجود في الحجج والأسانيد التي تستند عليها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، حيث ظهرت في المرتبة الأخيرة بنسبة الصفر %.

تدلنا البيانات السابقة الذكر على معطيات مهمة حيث أنه على الرغم من تركيز القنوات

الإسلامية في برامجها الموجهة للمرأة على مواضيع تاريخية أو سير ذاتية، أو تربية إيمانية ومواضيع اجتماعية إلا أننا لاحظنا في أسانيد تلك القضايا أنها اعتمدت على الحجج الواقعية بعد الدينية مباشرة، وعليه فإنها تحاول الربط بين المعطيات الدينية والتاريخية والواقع المعاش.

أما فيما يخص الحجج القانونية فقد كانت قليلة نوعاً ما وهذا راجع لكون المواضيع المطروحة لم تحتاج إلى الجانب القانوني فقد كان أغلبها مواضيع دينية، ولكن تناول القضايا الاجتماعية يحتاج إلى الجانب القانوني وهو ما يفسر كما سوف تبينه لنا المعطيات القادمة من الناحية الشكلية، حيث أن غاية هذه البرامج هو تقديم نصائح وإرشادات دون التوضيح القانوني للقضايا، أو جدية في محاولة المساهمة في إمطة اللثام عن قضايا المرأة الحقيقية.

بالنسبة لتوجهات المسؤولين فلم تستند له قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية وهو ما يبرهن أن طرح المواضيع والقضايا الخاصة بالمرأة لم تأخذ الجدوية اللازمة لحد الآن.

ثالثاً: تحليل فئات شكل برامج المرأة على القنوات الإسلامية (كيف قيل؟):

في دراسات الأولويات يشكل دراسة شكل المحتوى المعروض أهمية بالغة، حيث يمثل عامل الجذب للقضايا المطروحة إلى جانب العوامل الوسيطة الأخرى⁽¹⁾.

وعليه فإن القوالب الفنية، وأسلوب العرض ونوع القائم بالاتصال في برامج المرأة له أهمية بالغة في تثبيت القضايا المطروحة أو إعطائها الأولوية على غيرها، حيث يؤكد لانج ولانج (K.Lang&G.E.Lang) أن هناك متغيرات وعوامل أساسية تحكم بروز القضية محلّ بناء الأجندة وهي⁽²⁾.

1- اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام في وصف أهمية هذه القضية.

2- طريقة معالجة وتناول وسائل الإعلام لهذه القضية.

3- الاستعانة بشخصيات مشهورة للتأكيد على أهمية القضية.

والجدول الآتية توضح ذلك:

(1)- يمكن الرجوع إلى الفصل الخاص بالأجندة ص

(2)- وسام نصر: أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية، ص 398.

1- فئة قوالب وأنواع البرامج التي عرضت من خلالها قضايا المرأة على الفضائيات

الإسلامية:

الجدول رقم (18)

يبين الجدول قوالب وأنواع البرامج التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات

الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	قوالب البرامج	الرقم
1	36	9	الحديث المباشر	1
4	8	2	حديث مع الجمهور المشارك	2
3	20	5	المجلة التلفزيونية	3
5	0	0	الندوة	4
4	8	2	برامج تعليمية	5
2	28	7	البرنامج الحوارى	6
-	100	25	المجموع	

يبين الجدول أعلاه أن قالب الحديث المباشر قد طبع البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات الإسلامية بنسبة 36%، وتلاها القالب الحوارى الذى حضى الآخر بنسبة مرتفعة بلغت 28%، ثم المجلة التلفزيونية بنسبة 20%، و ثم الحديث المباشر مع وجود جمهور، 8% والتقارير بنسبة 8%، ولم تحض الندوة بأية تكرار.

وكما هو معلوم في أدبيات الأشكال التلفزيونية فإن الحديث المباشر: هو من أشكال التلفزيونية التي تتميز بها البرامج الدينية عموماً، ويكون ذلك مع وجود ضيف أو مذيع أمام المايكروفون أو الكاميرا بصرف النظر عن المقدم، وقد لاحظنا من خلال تحليل المضمون أن جل

القضايا تمثلت في الدينية منها.

أما المجلة: فهو الشكل الذي يضم عدة أشكال برامجية داخله تظهر على شكل فقرات، إما يجمعها وحدة الموضوع مع تعدد الأشكال أو يجمعها وحدة الشكل مع تعدد المواضيع، ويكون مدة عرض المجلة طويلة، وقد بين الجدول أعلاه أن المجلة قد أخذت نسبة معتبرة من برامج المرأة بنسبة 20%، وقد مثلت البرامج الجديدة على الخريطة التلفزيونية للقنوات الإسلامية مثل: برنامج موزاييك.

أما التقرير الإخباري: فيشبه التحليل من حيث تناوله لأكثر كم من المعلومات، حيث يتم من موقع الحدث، وق مثل في الدراسة ببرنامجي "انحف وخذ الأجر، وبرنامج أحلى أسرة".

أما برنامج عمرو خالد "الجنة في بيوتنا" فقد صنفته على أساس شكل حديث من أشكال الحديث المباشر وذلك باستضافة جمهور يرافقون المتحدث، وهو ما يساعده على التفاعل، خاصة أن المواضيع الدينية تحتاج للتفاعل معها عكس الكلام مع الكاميرا.

و هذه النتائج تؤيدها الدراسات السابقة حيث أثبتت دراسة فاطمة بنت سعد العتيبي: البرامج الدينية في قنوات الإعلام الهادف، دراسة تحليلية في الجوانب الإنتاج الفنية على عينة من القنوات (المجد، اقرأ، الرسالة)⁽¹⁾. أن أبرز الأشكال الفنية للبرامج الدينية يتمثل في البرامج الحوارية، ويليهما البرامج الفردية، في حين غابت المجالات حسب الدراسة، ولعل ظهورها في هذه الدراسة كما ذكرت سابقا هو دليل على محاولات التطوير التي تبذلها هذه القنوات للرقمي ببرامجها.

(1) -مقدمة لاستكمال متطلبات مرحلة الماجستير،، 1430هـ، المملكة العربية السعودية، جامعة محمد بن سعود الإسلامية كلية الدعوة والإعلام قسم الإعلام.

2- فئة الأساليب الفنية التي استخدمتها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية:

الجدول رقم (19)

يبين الجدول الأساليب الفنية التي استخدمتها برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرار	الأساليب الفنية	الرقم
16.99	43	القصة السردية	1
18.18	46	الومضات التعليمية	2
12.64	32	التقارير	3
52.17	132	النقاش	4
100	253	المجموع	

توضح بيانات الجدول أعلاه أن أسلوب النقاش قد غلب على الأساليب الفنية في عرض القضايا بنسبة 52.17%، ثم أسلوب الومضات التعليمية بنسبة 18.18%، ثم القصة السردية بنسبة 16.99%، ثم أسلوب التقارير بنسبة 12.64%.

أظهرت النتائج في الجدول السابق أن برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية تحاول ملامسة الأسلوب العلمي القائم على النقاش وتبادل وجهات النظر، مع إثبات ذلك بالتقارير الخيرية والنتائج العلمية، وهذا على عكس ما جاء في دراسة محمد الغيلاني: أن الفضائيات الإسلامية تقوم بنوع من استدراج الجمهور، ليس فقط للموعظة ولكن أيضا للمتعة والاسترخاء السيكولوجي من خلال الإلقاء بالإنسان العربي في وهم وجودي، ومن خلال التركيز على حياة الرسول الأخلاقية والأسرية، وعلى صفات زوجات الرسول وسيرة الصحابة، والتركيز على المثل وتقديم التاريخ كسيرة طاهرة واعتبار المجتمع الأول مجتمعا فاضلا، ويؤكد على أن هذه الفضائيات تؤكد على ثقافة الاستهلاك مثل غيرها من القنوات فيقول أنها تنتج خطابا دينيا جاهزا للاستهلاك، خطاب يستطيع أن يستجيب

لمعايير الاستقطاب الإعلامي ولقاييس المشاهدة، ولذلك يغلب على الموعظة الدينية أسلوب الإثارة والتشويق وملامسة وجدان. بهذا المعنى، يتحول التدين إلى شكل من أشكال الترويح عن النفس، كما لو أن المشاهد يخضع لحصة علاج نفسي واسترخاء وجداني.⁽¹⁾ ولعله مؤشر على محاولة الخروج من الخطاب السابق المنتهج للأسلوب القصصي والذي غلب على البرامج الدينية عموماً ودحا من الزمن.

3- فئة المدد الزمنية لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية:

الجدول رقم (20)

يبين الجدول المدد الزمنية لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرار	المدد الزمنية	الرقم
20	5	أقل من 10د	1
20	5	بين 10د و 20د	2
28	7	بين 20د و 30د	3
28	7	بين 30د و 60د	4
4	1	60د فما فوق	5
100	25	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه أن المدة بين 20د و 30د، وبين 30د و 60د أخذت أعلى نسبة حيث قدرت بـ 28%، لكل واحدة منها، وأن المدة الزمنية أقل من 10د، والمدة الزمنية بين 10د و 20د

(1) - محمد الغيلاني: الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة وتحليل للمضمون

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

أخذت كل منهما نسبة 20%، أما المدة الزمنية 60د فما فوق فقدرت ب4%.

وهو ما يدل أن برامج المرأة على القنوات الإسلامية تمثل شكلا من أشكال البرامج الطويلة نوعا ما ب نسبة 56%،

4-فئة كيفية عرض قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية:

4-1-أسلوب عرض القضايا:

الجدول رقم(21)

يبين الجدول أسلوب عرض قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	أسلوب العرض	الرقم
1	52.28	126	الإستملات العاطفية	1
3	16.59	40	استملات الخوف	2
2	31.12	75	الاستملات العقلانية	3
	100	241	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه أن أسلوب الاستملات العاطفية قد غلب على الأساليب التي تم من خلالها عرض القضايا وذلك بنسبة 52.28%، كما جاء استعمال الاستملات العقلانية في المرتبة الثانية بنسبة 31.12%، وفي المرتبة الثالثة استملات الخوف ب16.59%.

وتهدف الاستملات العاطفية: التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، وهو ما نلاحظه على مجمل برامج الفضائيات الإسلامية.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

وأما الإستimalات العقلانية فتهدف إلى: تقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وهي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وذلك لاختلاف جمهور المشاهدات لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، حيث تشمل فئات المتعلمات والمثقفات اللواتي يقتنعن بالحجة ولا تكاد تؤثر فيهن الاستمالات العاطفية.

أما استمالات الخوف فتشير إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال، وتستعمل خاصة في الكلام عن الآخرة والجنة والنار، والثواب والعقاب، وتؤدي إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

الأولى: شدة الإثارة العاطفية، التي تشكل حافزاً لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة. الثانية: توقعات الفرد بإمكان تجنب الأخطار وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة.

وتوجد ثلاثة عوامل تؤثر على شدة الإثارة العاطفية في هذا النوع من الاستمالات، وهي:

أ- محتوى الرسالة: إذ يجب أن يكون لمحتوى الرسالة معنى عند المتلقي حتى يستجيب للهدف منها ويحدث التوتر العاطفي، فالناس يميلون إلى تجاهل التهديدات، حتى تظهر علامات واضحة على خطورتها.

ب- مصدر الرسالة: إذا نظر المتلقي إلى القائم بالاتصال باعتباره غير ملم بالمعلومات الكافية فسوف يرفض توقعاته، وبهذا تفشل الرسالة في إثارة ردود فعل عاطفية؛ وإذا شعر المتلقي أن القائم بالاتصال يبالي في التخويف فإنه قد يتجاهل ما يقوله.

ج- خبرات الاتصال السابقة للمتلقي: حيث أشارت بعض الدراسات إلى أنه حينما يتعرض بعض الناس لرسائل تثير (الخوف) والتوتر، يقل جانب الخوف لديهم، إذا سبق أن تعرضوا لرسائل مشابهة، فالتعرض السابق للمعلومات يؤدي إلى نوع من التحصين العاطفي، ذلك أن عنصر المفاجأة يزيد من درجة الإثارة العاطفية التي تحدثها الأنباء السيئة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ - للاستزادة يمكن الرجوع إلى: معتصم بابكر مصطفى: من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، من سلسلة كتاب الأمة 95، قطر، 2003، المكتبة الوقفية.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

وعليه فإن وسائل التأثير تختلف بما يحقق الهدف المرجو، حيث أن الإسلام لم يفرض علينا طرق ووسائل محددة لا يمكن تجاوزها، بل ترك لنا الحرية في الابتكار ولذلك تعتبر مثل هذه البرامج شكل من أشكال الإعلام الدعوي يقول الله تعالى ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ سورة النحل الآية: 125.

4-2- طبيعة أسلوب عرض القضايا:

الجدول رقم (22)

يبين الجدول طبيعة الأسلوب الذي عرضت من خلاله قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة الأسلوب	الرقم
82.98	200	الاتزان	1
4.14	10	الهجوم	2
12.86	31	الغضب اليسير	
100	241	المجموع	

(هي فئة استحدثتها لما لم أجد كيف أعبر عنا)

توضح بيانات الجدول أعلاه أن طبيعة الأسلوب الذي عرضت به القضايا يتسم بالاتزان بنسبة 82.98%، حيث يعتبر عامل الاتزان نزعة فطرية موروثية، تمكن الفرد من إعادة تنظيم وتعديل البنى المعرفية الموجودة لديه⁽¹⁾، ولعل استعانة القنوات الإسلامية بمجموعة من العلماء والمتخصصين للحفاظ على هذا العامل عند طرح قضايا المرأة المختلفة.

⁽¹⁾ -عماد الزغول: نظريات التعلم، دار الشروق، ط1، الاصدار الثاني، عمان الأردن، 2010، كتب Google play.

4-3- فئة زوايا عرض القضايا:

الجدول رقم (23)

يبين الجدول الزوايا التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرار	زوايا المعالجة	الرقم
55.60	134	الجانب المؤيد فقط	1
0	0	الجانب المعارض فقط	2
44.39	107	الجانبين معا	3
100	241	المجموع	

توضح بيانات الجدول أعلاه أن الجانب المؤيد لوحده جاء على رأس زوايا معالجة القضايا على برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية بنسبة 55.60%، ثم تلاه عرض الجانبين معا بنسبة 44.3%، أما بالنسبة للجانب المعارض فلم تتعرض له برامج المرأة لوحده أبدا بنسبة 0%.

وقد وجد بعض الباحثين أن تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة في الموضوع الواحد أكثر فعالية وأقدر على التعبير لدى الفرد المتعلم، وحين يكون الجمهور متردداً فإن تقديم الجانبين يكون أقوى أثراً.⁽¹⁾

ولعل أبرز مثال على ذلك في قول الله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ قَالَ

(1) - معتمد بابكر مصطفى: من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

يَتَّادُمُ أَنبِيَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾ (البقرة: 30-33)

ولذلك نجد أن الآية رقم (34) في سورة البقرة تؤكد أن الملائكة قد وصلوا إلى قناعة بالطرح

الرباني، فحينما أمرهم بالسجود لآدم عليه السلام أقبلوا دون تردد، قال تعالى: ﴿وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ أَبَىٰ وَاسْتَكْبَرَ وَكَانَ مِنَ الْكَافِرِينَ﴾ (البقرة: 34)

وفي المقابل يكون التركيز على جانب واحد من الموضوع أكثر فعالية على تغيير آراء الأفراد الأقل تعليماً، أو الأفراد المؤيدين لوجهة النظر المعروضة في الرسالة، حيث يصبح تأثير الرسالة في هذه الحالة تدعيمياً، ولذلك وجدنا أن برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية ذكرت الجانب المؤيد لوحده في المرتبة الأولى ذلك أن غالب جمهور هذه القنوات، يختارها قصداً وهو مقتنع مسبقاً بما تطرحه.

4-4-4 فئة طرح حلول للقضايا أو عدمه :

الجدول رقم (24)

يبين الجدول طرح حلول أو بدائل للقضايا التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرار	طرح البدائل والحلول	الرقم
95.02	229	اقترح البدائل والحلول	1
0	0	مجرد طرح القضايا	2
2.48	6	مخاطبة الجهات المسؤولة	3
2.48	6	دعوة وسائل الإعلام لتبني القضية	4
100	241	المجموع	

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

تبين بيانات الجدول أعلاه أن القنوات الإسلامية تطرح البدائل للقضايا المطروحة دائما بنسبة: 94.17%.

أما عن مخاطبة الجهات المسؤولة أو دعوة وسائل الإعلام فقد جاءت بنسبة منخفضة جدا 2.91%.

إن برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية تطرح البدائل ولا تترك الأمر مفتوحا فلا تبقي المتلقي في حيرة من أمره، وهذه الأساليب غالبا ما تستعملها وسائل الإعلام لزيادة الإثارة والتشويق.

وغرض القنوات الإسلامية مختلف تماما عن أغراض القنوات والوسائل الإعلامية المختلفة.

4-5- فئة اللغة المستخدمة (الغالبية على الحلقة):

الجدول رقم (25)

يبين الجدول اللغة التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرار	اللغة	الرقم
26.97	65	عربية فصحي	1
41.90	101	عربية بسيطة	2
8.29	20	لهجات محلية	3
22.82	55	مختلطة	4
100	241	المجموع	

توضح بيانات الجدول أن اللغة الغالبة على برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية هي اللغة العربية البسيطة بنسبة 41.9%، ثم جاءت اللغة الفصحى بنسبة 26.97%، ثم المختلطة بنسبة 22,82%، ثم جاءت بعدها اللهجات المحلية بنسبة 8.29%.

الفصل الرابع: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

ولعل اللغة العربية البسيطة ملائمة جدا لطرح القضايا المتعلقة بالمرأة حيث تعتبر اللغة التي تفهمها معظم الفئات والمستويات، وكافة النساء اللواتي يتكلمن اللغة العربية، أما عن اللهجات المحلية المستعملة فقد لاحظت الباحثة استعمال المصرية، والبنانية وحتى الخليجية من المذيعات أو المتخصصين، وهذا لا يشكل عائقا في نظر الباحثة حيث انفتح العالم العربي خصوصا على اللهجات المصرية خصوصا وحتى الخليجية وخاصة في الجزائر، حيث تشهد الدراما إقبالا شديدا من قبل النساء في الجزائر.

7- فئة طبيعة القائم بالاتصال الذي قدم قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية:

الجدول رقم (26):

يبين الجدول طبيعة القائم بالاتصال (مقدم البرامج) قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية

المجموع	العمر			التكوين			الجنس		طبيعة القائم بالاتصال
	شيخ	كهل	شاب	متخصص	عالم دين	إعلامي	أ	ذ	
25	0	14	11	3	11	11	17	8	التكرار
100	0	56	44	12	44	44	68	32	النسبة %

تبين بيانات الجدول أعلاه أن نسبة الذكور كانت أعلى من نسبة الإناث فيما يخص القائم بالاتصال في برامج المرأة عينة الدراسة على الفضائيات الإسلامية بنسبة 68%، للذكور، 32% للإناث، وأن الإعلاميين قد تساوى مع علماء الدين في الظهور على برامج المرأة بنسبة 44%، لكل منهما، أما المختصون فقد شكلوا نسبة قليلة 12%.

وعن سن القائم بالاتصال في برامج المرأة عينة الدراسة فقد غلبت فئة الكهول ب 56%، بينما شكلت فئة الشباب 44% من نسبة القائمين بالاتصال، أما فئة الشيوخ فمثلت نسبة 0%.

يعنى لا وجود للشيوخ في البرامج محل الدراسة.

ولذلك لاحظنا أنه يغلب عليها طابع الاتزان في الطرح، لأن الفئة العمرية المنحصرة بين 45-

50 سنة، يترجح أنها في مرحلة النضج.

رابعاً: التحليل الكيفي لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية عينة الدراسة:

في هذه الجزئية سنتناول التحليل الكيفي من خلال الملاحظات العلمية للباحثة والتي لم تظهر على الجداول الكمية أو تعذر قياسها.

1- من حيث المضمون:

أثناء المشاهدة المتكررة للباحثة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، كشفت عن الإهمال الكبير لقضايا مهمة تطرح نفسها بقوة في الساحة الإعلامية اليوم، ولذلك بالاتفاق مع الأستاذ المشرف لم تكن تفرعات المواضيع كثيرة، خاصة المتعلقة منها بالقضايا السياسية: كالمشاركة بالانتخابات والإدلاء بالصوت الانتخابي، وغيرها من مواضيع زنا المحارم، وختان البنات، والزواج المبكر، ومسائل تحديد جنس المولود، وتبديل الجنس.... وغيرها من المواضيع التي لا تتجرأ القنوات الإسلامية على طرحها.

2- من حيث الشكل:

أما من الناحية الشكلية فالبرامج جميعها مسجلة داخل الأستوديو، كما أنها مكررة مرات عديدة، قد تدوم لعدة سنوات من العرض، حتى أن الباحثة قد استغنت عن فئة توقيت العرض، وغيرها من الفئات التي لا تتناسب مع برمجة القنوات الإسلامية، وظهر كذلك عادات وأنماط جديدة للمشاهدة منها: مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب، وخدمات أصبحت تقدمها مواقع القنوات نفسها، كما أن كثير من البرامج متشابهة، تسرد قصص صحايات أو توعظ الفتيات والبنات ولذلك جاء الاختيار على 25 برنامج متنوع نوعاً ما.

أما أسماء البرامج، فهي توحى بمحتواها محاولة لجذب المشاهدة مثل، منهن تعلمنا، خير نساء الأرض، أسعد امرأة، جنتي، في بيتنا حب.

وعن الإخراج فشارة البداية والنهاية للبرنامج مؤثرة وتعرض اسم البرنامج مصوراً ويصاحبها نشيداً جميلاً خاصة بعض البرامج، ثم الديكور المستخدم للبرنامج يعتبر ذا طابع هادئ ويوحى بطبيعة

البرامج وأسلوبها أما الإضاءة والكاميرات وتوزيعها والانتقال بين اللقطات كذلك كان لا بأس به.

3_ من حيث القائم بالاتصال:

ومن ناحية القائم بالاتصال فتستقطب الفضائيات الإسلامية العديد من العلماء والشيوخ والمتخصصين، وبرامج المرأة من ضمنها، فقد كانت موفقة نوعا ما في الاستعانة بشخصيات مشهورة لطرح أجندة القضايا ذات الأولوية حيث ذكرت دراسة لانج لانج أنها من عوامل إثارة الاهتمام للقضايا ذات الأولوية. والذين منهم:

- الشيخ عائض القرني في برنامج أسعد امرأة: والشيخ هو كاتب وشاعر وداعية إسلامي، له الكثير من الكتب والخطب والمحاضرات صوتية والمرئية من دروس ومحاضرات وأمسيات شعرية وندوات أدبية. يُعتبر كتاب لا تحزن أبرز نتاج القرني المعرفية حيث بيع منه أكثر من عشرة ملايين نسخة. في 1 مارس 2016 م تعرض القرني لمحاولة اغتيال أثناء إلقاءه محاضرة دينية في مدينة زامبوانغا جنوب الفلبين، حيث تعرض لإطلاق نار ما تسبب بإصابته في ذراعه⁽¹⁾.

- الأستاذ عمرو خالد في برنامج اللجنة في بيوتنا: وهو داعية إسلامي ومفكر مهتم بالإصلاح الاجتماعي، وهو مؤسس جمعية صناع الحياة، كانت بداية عمله الدعوي في مصر مع بداية القرن الحالي، ثم ذاع صيته في جميع أنحاء الدول العربية والإسلامية، وقام بتقديم العديد من البرامج التلفزيونية حققت شهرة كبيرة في بداياتها، قام بتأسيس حزب مصر المستقبل عام 2012 لكنه أستقال منه لأسباب سياسية من جهة ورغبته في التفرغ إلى الدعوة من جهة أخرى⁽²⁾.

- عبلة الكحلوي، في برامج نسائية عديدة: وهي من مواليد ديسمبر 1948 داعية إسلامية مصرية. وهي أستاذة للفقهاء في كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بجامعة الأزهر، وهي ابنة

(1)-عدة تقارير منشورة على الانترنت.

(2)-موقع الدكتور عمرو خالد على الانترنت.

الفنان محمد الكحلاوي.

-التحقت بكلية الدراسات الإسلامية بجامعة الأزهر تنفيذًا لرغبة والدها، وتخصصت في الشريعة الإسلامية، حيث حصلت على الماجستير عام 1974 في الفقه المقارن، ثم على الدكتوراه عام 1978 في التخصص ذاته.

-انتقلت إلى أكثر من موقع في مجال التدريس الجامعي، منها كلية التربية للبنات في الرياض وكلية البنات في جامعة الأزهر.

-في عام 1979 تولت رئاسة قسم الشريعة في كلية التربية في مكة المكرمة . ومن فوق منبر الجامعة بدأت عبلة الكحلاوي طريقها في مجال التربية للبنات في مكة المكرمة تعلن طرق التفقه في الدين وتضع أيديهن على أمهات الكتب ومخازن علوم الشريعة متأسية بالآية الكريمة التي تقول "للذين أحسنوا الحسنى وزيادة".

-اتجهت عبلة إلى الكعبة المشرفة لتلقى دروساً يومية بعد صلاة المغرب للسيدات، وقد استمرت هذه الدروس منذ عام 1987 إلى 1989 كانت تستقبل خلاله مسلمات من سائر أنحاء العالم، وبعد عودتها إلى القاهرة بدأت في إلقاء دروس يومية للسيدات في مسجد والدها الكحلاوي في البساتين وركزت في محاضراتها على إبراز الجوانب الحضارية للإسلام بجانب شرح النصوص الدينية والإجابة عن التساؤلات الفقهية.

-طلبت منها السيدة ياسمين الخيام أن تلقى دروساً دينية للفنانات التائبات في مسجد والدها الشيخ محمود خليل الحصري بمحافظة 6 أكتوبر فرحبت بذلك، وكانت من بين هؤلاء الفنانات نورا وعفاف شعيب وشمس البارودي وشهيرة.

-كلفت بإلقاء دروس دينية في الجامع الأزهر ولها درس أسبوعي في بيت الحمد في مسجد المقطم أيضا.

-أسست الدكتورة عبلة الكحلاوي جمعية خيرية في المقطم لرعاية الأطفال الأيتام ومرضى

السرطان وكبار السن من مرضى الزهايمر تحت اسم جمعية الباقيات الصالحات.⁽¹⁾

- رافيدة الحبش في برامج عديدة على القنوات الإسلامية تخص المرأة عموماً: ولدت الدكتورة رافيدة الحبش في دمشق عام 1957 ونشأت في أسرة مؤمنة تحب العلم وتشجع عليه. أتمت تعليمها في ثانويات دمشق وبعد أن دخلت كلية الهندسة تزوجت وانتقلت إقامتها إلى مدينة حماه.

حازت على الليسانس من كلية الشريعة جامعة دمشق عام 1984 ومن ثم أخذت الليسانس من كلية الدعوة في مجمع أبي النور الإسلامي عام 1989 وفي عام 1992 نالت درجة الماجستير من جامعة كراتشي في باكستان وحصلت على الدكتوراه في الدعوة والإعلام من جامعة القرآن الكريم في أم درمان في السودان عام 2001 وقد كان المشرف على رسالة الدكتوراه الأستاذ الدكتور (وهبة الزحيلي) من سوريا الذي أعطاها درجة الامتياز وذلك بفضل الله وتوفيقه، وقد حصلت على شهادة مدرب محترف من الجمعية السورية الكندية للتدريب.⁽²⁾

- لينا الحمصي، كذلك في برامج عديدة على الفضائيات الإسلامية : من مواليد دمشق عام 1965، داعية إسلامية ومقدمة برامج على القنوات الإسلامية، تعمل بوظيفة أستاذة الأديان المقارنة في كليتي الدعوة الإسلامية والشريعة الأزهرية بدمشق، حصلت على ماجستير بمقارنة الأديان في عام 1989، وعلى الدكتوراه في الفقه الإسلامي سنة 1995⁽³⁾.

- الداعية حنان القطان: داعية كويتية شابة، اكتسبت شهرتها من خلال برنامجها "لمن كان له قلب" الذي بثته قناة "اقرأ" الفضائية في رمضان. التحقت حنان بالمراكز واللجان الدعوية، ونهلت من الدورات والمحاضرات الشرعية. التحقت بكلية الشريعة جامعة الكويت، وتخصصت في الفقه وأصوله، وتتلذت على يد خيرة العلماء من أكثر من بلد⁽⁴⁾.

⁽¹⁾-موقع الدكتورة على الانترنت

⁽²⁾-www.iqraa.net، التعريف بالدكتورة.

⁽³⁾-www.altawhid.org/2011/03/28

⁽⁴⁾-موقع أسرتي 2008-6-27

بالإضافة إلى إعلاميات متميزات مثل:

-إيمان رياض: حيث تميزت البرامج التي قدمتها كونها من البرامج المتنوعة والتي تحاول ملامسة بعض القضايا التي تهم المرأة المسلمة بلغة إعلامية ممتعة، مثل برنامج جنتي والذي ما زالت قناة اقرأ تشهر حلقاته التي عرضت من عدة سنوات.

تخرجت إيمان رياض من كلية الفنون الجميلة - قسم تصوير، وعملت كمدير فني في العديد من الإعلانات التلفزيونية والفوتغرافية، في عام 2005 قررت أن تسلك طريق جديد في العمل وكان ذلك بتقديم فقرة تلفزيونية في برنامج "فقه النساء" على شاشة قناة اقرأ، في عام 2007 بدأت تقديم برنامج "جنتي" على شاشة اقرأ أيضاً، كما قدمت برنامج "خير نساء الأرض" مع الدكتورة عبلة الكحلأوي، وبرنامج "قلوب حائرة" مع الدكتورة رفيدة حبش، وغيرها من البرامج.⁽¹⁾

18. ديسمبر 2013 www.mbc.NET-⁽¹⁾

الفصل الخامس:

نتائج الدراسة الميرانية

أولاً: القنوات والبرامج المفضلة عند المبحوثات

ثانياً: ترتيب برامج المرأة المعروضة على القنوات الإسلامية
وأسباب متابعتها لدى عينة الدراسة

ثالثاً: أولويات قضايا المرأة حسب المبحوثات في الجزائر

رابعاً: اختبار الفروض

تمهيد:

تعد دراسات وضع الأجندة مدخلا مهما لفهم قيمة وحجم وسائل الإعلام كأداة للتنمية في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام، لكن تطبيق مثل هذه المناهج في الدول العربية يطرح كثيرا من الإشكالات والتي أهمها ضيق مساحة الحرية فيها.

وإذ نقوم بمثل هذه الأبحاث فذلك محاولة منا لكشف بعض الحقائق بتطبيق المناهج العلمية التي تعيننا على فهم بعض الظواهر الإعلامية.

ومما لاحظته الباحثة على الدراسات العربية الخاصة بالأجندة أنها اقتصرت على أجندة وسائل الإعلام مهملة في الكثير من الأحيان أجندة الجمهور والذي يشكل المتغير التابع في دراسات الأجندة.

ومنه تنطلق أهمية هذا البحث وتمثل في الدور الذي تقوم به الفضائيات الإسلامية بصفتها من وسائل الإعلام الإسلامي الذي يمثل البديل للإعلام العربي الذي يجري خلف السبق الصحفي والربح المادي، في تعريف المرأة المسلمة بقضاياها المهمة في العصر الحديث، والمرأة الجزائرية على وجه الخصوص.

ومن الجدير بالذكر عند الحديث عن مصداقية الاستبيانات في مجتمعاتنا كذلك، وهل فعلا نستطيع من خلالها أن نقيس آراء واتجاهات الجماهير أو حتى معرفة أجدادته، أن نضع في الحسبان مساحة الحرية التي يتمتع بها الفرد العربي وقدرته على البوح بأرائه والتعبير عن اتجاهاته بكل صراحة وموضوعية ناهيك عن أطره الثقافية والفكرية، فمما لاحظته الباحثة من بحث الماجستير ومن بحوث أخرى أجرتها في دراسات الجمهور الجزائري، عدم الصراحة في إبداء الرأي، الجاملة، خصوصا فيما تعلق بالأمور الدينية (فيظهر نفسه بالصورة التي يأملها لا بالصورة التي هو عليها في الحقيقة) وعليه فتتأخر أي دراسة ميدانية تبقى نسبية إلى حد ما.

ولمعرفة أجندة جمهور المرأة الجزائرية واتجاهها نحو الفضائيات الإسلامية قامت الباحثة بإعداد استبيان في مراحل البحث المتقدمة، تم تطبيقه على مجموعة من نساء جزائريات من مدينة قسنطينة

(شرق البلاد) حضرها وريفها، من مختلف المستويات، (العلمية، والاجتماعية)، ومن مختلف المراحل العمرية، و فيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها :

بعد ترميز الاستمارة على برنامج Spss، وتفرغ البيانات عليه، قامت الباحثة باستخراج الجداول التكرارية، والنسب المئوية والرسوم الهندسية، بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية، وبالاستعانة كذلك ببرنامج الإكسيل تم تكوين الجداول كالاتي:

أولاً: القنوات والبرامج المفضلة عند المبحوثات:

ابتدرت الباحثة أفراد العينة بسؤال أولي عن تفضيلهم للقنوات التي يشاهدون عليها البرامج التي تهمهم كنساء.

1-ترتيب القنوات المفضلة:

يوضح الجدول التالي توزيع مجموعة الدراسة بحسب القنوات التي تتابع من خلالها برامج المرأة على القنوات الإسلامية.

جدول رقم (27)

يبين توزيع مجموعة الدراسة طبقاً للقنوات التي تتابع عليها برامج المرأة

القنوات الموجهة للمرأة	القنوات الإخبارية		القنوات الإسلامية		قنوات MBC		القنوات الجزائرية		القنوات الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الأول	26	6,57	19	22,84	66	41,18	119	20,76	60
الثاني	48	12,11	35	25,61	74	17,30	50	28,03	81
الثالث	67	21,80	63	20,42	59	16,26	47	17,99	52
الرابع	69	29,07	84	20,07	58	10,03	29	16,96	49
الخامس	78	30,45	88	10,73	31	15,22	44	15,57	45
المجموع	289	100	289	99,65	289	100	289	99,31	289
المتوسط الحسابي المرجح	3,01		2,01		1,64		2,07		
الترتيب	5		2		1		3		
	4								

يتضح من بيانات الجدول السابق أن القنوات التي تتابع المرأة الجزائرية -والمثلة بالمرأة القسنطينية- من خلالها البرامج المخصصة للمرأة جاءت على التوالي حسب المتوسط الحسابي المرجح:

-قنوات MBC. بمتوسط حسابي قيمته 1.64.

-القنوات الإسلامية بمتوسط حسابي قيمته 2.01.

-القنوات الجزائرية بمتوسط قيمته 2.07.

-القنوات المخصصة للمرأة بمتوسط حسابي قيمته: 2.74.

-القنوات الإخبارية بمتوسط حسابي قيمته: 3.01.

وتتفق نتائج هذه الدراسات مع دراسات كثيرة بينت نسبة المشاهدة المرتفعة لقنوات MBC المختلفة، ومن الملاحظ كذلك أن المبحوثات اخترن القنوات الإسلامية في المرتبة الثانية خصوصا وأن النساء الجزائريات حريصات على معرفة الأحكام الفقهية، وشغوفات لمعرفة دينهن وهذا ما أثبتته بحث الماجستير وردة بوجلال⁽¹⁾.

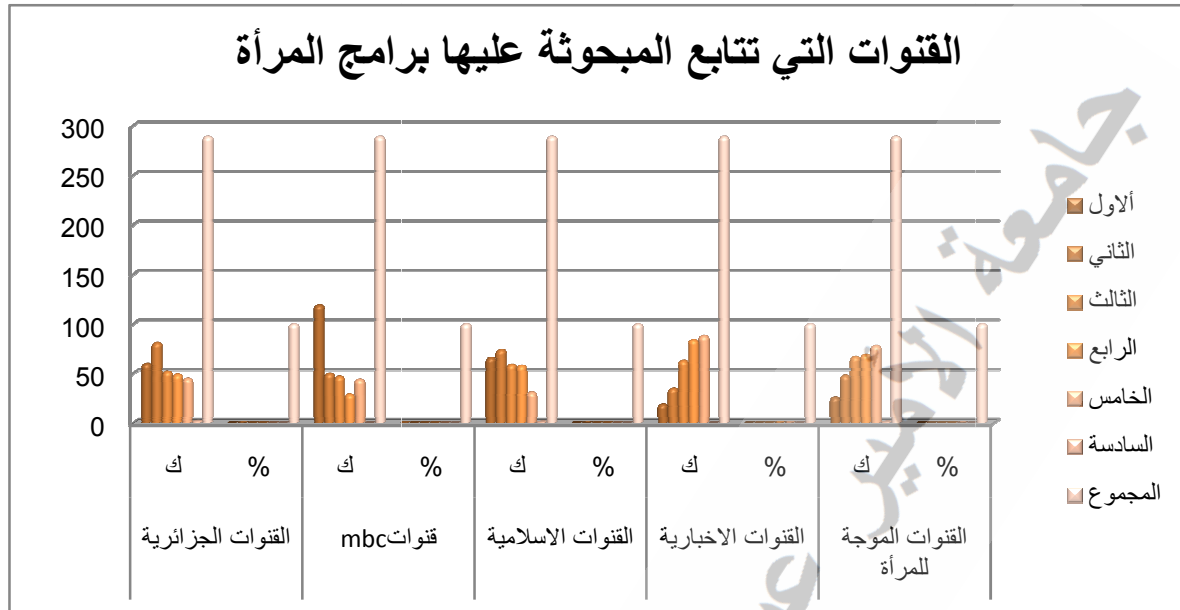
بينما بينت النتائج أن القنوات الجزائرية جاءت في المرتبة الثالثة، بعدما كانت في المراتب الأخيرة حسب الدراسة الآتفة الذكر، ربما يرجع ذلك لظهور قنوات جزائرية جديدة بعد انفتاح الساحة الإعلامية وظهور قنوات متخصصة حتى في المرأة مثل قناة النهار لك، وهذه الأخيرة تعرض برامج تم المرأة الجزائرية من كل النواحي، والتي تحتاج لإجراء العديد من الدراسات حولها، وهو ما أوصت به دراسة وردة بوجلال⁽²⁾.

(1) - اتجاهات الجمهور القسنطيني نحو قناة اقرأ الفضائية: رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد

القادر للعلوم الإسلامية، 2003، ص 232

(2) - الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة النهار لك، مجلة المعيار، دورية علمية محكمة، ع 41، قسنطينة، الجزائر،

جوان 2016، ص 60.



شكل رقم (5): يوضح ترتيب القنوات المفضلة

2 - القنوات الإسلامية التي تشاهدها المرأة الجزائرية:

يوضح الجدول التالي توزيع مجموعة الدراسة بحسب القنوات الإسلامية المفضلة

جدول رقم (28)

يبين توزيع مجموعة الدراسة طبقاً للقنوات الإسلامية المفضلة

الترتيب	النسبة %	ك	القناة
1	80	230	المجد للقرآن الكريم
6	49	142	المجد للحديث الشريف
3	61	177	قناة الرحمة
8	42	120	قناة الحكمة
14	25	71	قناة الخليجية
5	53	152	قناة مكة
11	33	96	قناة المجد العامة
13	28	80	قناة المحافظ

2	79	228	قناة اقرأ
15	18	53	قناة الهدى بالانجليزية
4	54	157	القناة الخامسة الجزائرية
7	45	129	قناتي السعودية للقرآن والسنة
16	17	50	قناة صف
12	32	93	قناة نور دبي
18	16	47	قناة الندى
16	17	50	قناة وصال
20	8	22	قناة أمجاد
21	7	21	قناة ابن العثيمين
19	9	27	قناة بداية
9	39	114	قناة الرسالة
10	38	109	قناة العفاسي
	8	22	قنوات أخرى
			المجموع: لا يعبر المجموع عن شيء لأن المبحوثة قد تختار أكثر من قناة

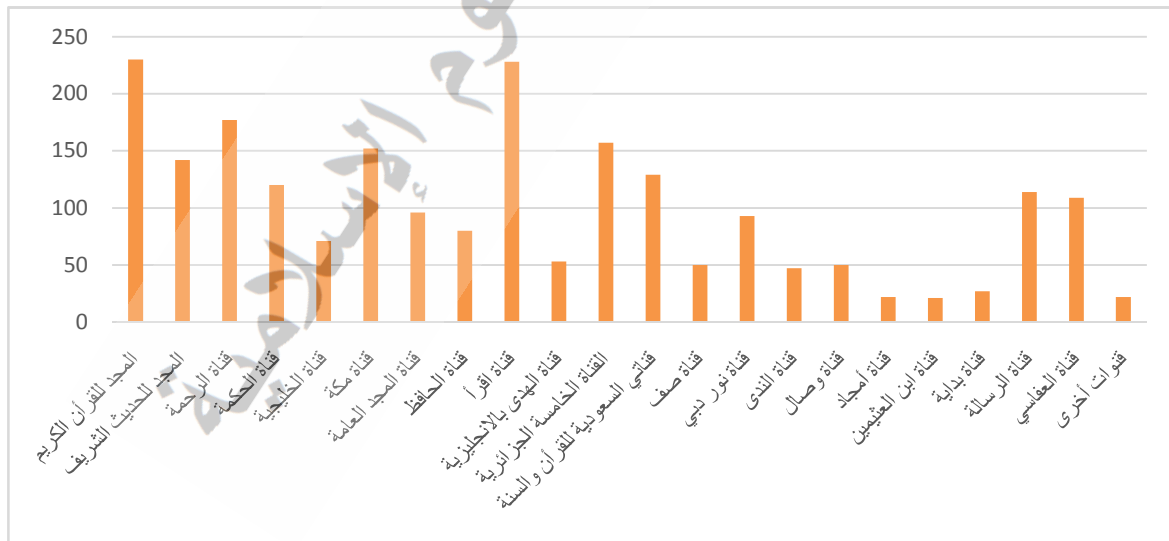
تظهر بيانات الجدول السابق القنوات الإسلامية التي تفضلها المبحوثات الجزائريات حيث جاءت على الترتيب:

المرتبة الأولى الحمد للقرآن الكريم، بنسبة 80%، وفي المرتبة الثانية قناة اقرأ الفضائية بنسبة 79%، وفي المرتبة الثالثة، قناة الرحمة بنسبة 61%، وفي المرتبة الرابعة جاءت القناة الجزائرية الخامسة للقرآن الكريم بنسبة أقل نوعاً ما عن المرتبة الأولى و الثانية بـ 54%، ثم قناة مكة في المرتبة الخامسة بنسبة

53%، تليها قناة المجد للحديث الشريف في المرتبة السادسة بنسبة 49%، وفي المرتبة السابعة قناة السعودية للقرآن والحديث بنسبة 45%، وبعدها في المرتبة الثامنة قناة الحكمة بنسبة 42%، وتأخرت قناة الرسالة إلى المرتبة التاسعة بنسبة 39%، تليها قناة العفاسي في المرتبة العاشرة بنسبة 38%، ثم تأتي بقية القنوات الأخرى وقد أظهر خيار أخرى عن قنوات ظهرت مؤخرا كقناة الجميلة مثلا.

وبالنظر إلى نتائج الجدول يتضح جليا أن قناة اقرأ جاءت على رأس قائمة القنوات الإسلامية المفضلة وهو ما يعضد اختيار الباحثة لكثير من البرامج المراد تحليلها من برامج القناة، كما يلاحظ أن قناة الرسالة والتي كانت تصدرت نسب المشاهدة في القنوات الإسلامية في مراحل سابقة قد تراجعت إلى المراتب الأخيرة ولعل ذلك يعزى إلى تبدل خط سير القناة منذ خروج طارق سويدان منها ناهيك عن الضجة الكبيرة التي أحدثها إقالته⁽¹⁾.

كما بينت النتائج كذلك ميل المبحوثات إلى قنوات القرآن الكريم والحديث الشريف المتخصصة، أكثر من ميلها للقنوات العامة، وترتيب مهم لقناة القرآن الكريم الجزائرية الخامسة، يدل على تعطش المبحوثات الجزائريات إلى إعلام جزائري ديني يعبر عن الهوية الثقافية للشعب الجزائري.



يوضح الرسم البياني رقم (6) ترتيب القنوات الإسلامية المفضلة

(1) - الوليد بن طلال يقيل السويديان من قناة الرسالة <http://www.aljazeera.net> . 2013/8/17 .

3- درجة متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب درجة مشاهدتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية

جدول رقم (29)

يبين توزيع درجة مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية

المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	مدى المتابعة
1,94	6,2	18	دائما
	93,8	271	أحيانا
	100,0	289	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق درجة مشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة في القنوات الإسلامية بمتوسط حسابي وقدره: 1.94، والتي كشفت عن نسبة كبيرة جدا لخيار أحيانا، تمثلت بـ 93.8%، وهي تمثل كل العينة تقريبا، بالمقارنة بخيار دائما والذي جاء بنسبة ضئيلة غير معتبرة تمثلت بـ 6.2%.

وبالنظر إلى الجدول أعلاه نجد أن النتائج جاءت موافقة لأغلب الدراسات السابقة حول مشاهدة البرامج على القنوات، أن خيار أحيانا يأخذ النسبة المرتفعة وهو راجع لكثرة القنوات وتعددتها وتنوعها، بالإضافة إلى اختلاف اهتمامات المبحوثين، التي منها السياسية، والثقافية والدرامية والوثائقية وغيرها.

3-1- درجة متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية حسب المستوى

التعليمي

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب درجة مشاهدتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية

حسب متغير المستوى التعليمي

جدول رقم (30)

يبين توزيع درجة مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي								المتابعة	
النسبة	المجموع	النسبة	جامعي	النسبة	ثانوي	النسبة	متوسط		
6,23	18	3	7	9	4	41,18	7	دائما	
93,77	271	97	221	91	39	58,82	10	أحيانا	
100	289	100	228	100	43	100	17	المجموع	
كا ² =40.207 درجة الحرية 3، معنوية=0.000									

*- أهملت مستوى الابتدائي لأن فيه 1 فقط.

يبين الجدول السابق أن قيمة اختبار مربع كاي هي 40.207 بدرجة حرية مقدارها 3 .

كما يتبين لنا من الجدول أن أقل قيمة لمستوى الدلالة هي $Asymp. Sig. = 0.000$ وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.005$ وبالتالي نستطيع القول أن متابعة القنوات الإسلامية يخضع للمستوى التعليمي، بمعنى آخر كلما ارتفع المستوى التعليمي زادت نسبة المشاهدة.

وهذه النتائج تشير إلى ضرورة توفير خطاب في القنوات الإسلامية يناسب كافة فئات المجتمع، حيث كشفت الدراسة التحليلية أن أغلب البرامج الحوارية تعرض بلغة مباشرة لا تجذب صاحبات المستويات المتوسطة ناهيك عن المستوى العلمي العالي، والتي تعمل القنوات العربية الدرامية أو المختصة في الأفلام لجذبها وعليه تقترح الدراسة إنشاء قنوات إسلامية تعنى بالدراما الهادفة والفيلم المفيد الممتع دون أن ننسى عناصر الجذب الإعلامية المعروفة.

3-2- درجة متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية حسب السن

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب درجة مشاهدتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية حسب متغير السن.

جدول رقم (31)

يبين توزيع درجة مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية حسب متغير السن

المجموع		46 فما فوق		من 35 إلى 45		من 26 إلى 35		من 18 إلى 25		الفئة العمرية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	درجة المتابعة
6,23	18	19,44	7	6,67	5	4,76	3	2,63	3	دائما
93,77	271	80,56	29	94,67	71	95,24	60	97,37	111	أحيانا
100	289	100	36	101,33	76	100	63	100	114	المجموع
كا ² =13.53، درجة الحرية=3، معنوية=0.04										

يبين الجدول السابق أن قيمة اختبار مربع كاي هي 13.53 بدرجة حرية مقدارها 3

كما يتبين لنا من الجدول أن أقل قيمة لمستوى الدلالة هي $Asymp. Sig. = 0.04$ وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.005$ وبالتالي يمكننا القول أن متابعة القنوات الإسلامية تخضع لمتغير السن.

نلاحظ من الجدول السابق أن السن يؤثر على متابعة القنوات الإسلامية فالفئات الصغيرة أقل من 20 سنة لا تعير اهتماما لهذه القنوات، وهو كما قلنا سابقا نظرا لغياب عناصر الجذب التي تستهوي مثل هذا السن، وكذلك لعدم معالجة قضاياهم هذه الفئة بصفة عامة.

ثانيا: ترتيب برامج المرأة المعروضة على القنوات الإسلامية وأسباب متابعتها لدى عينة الدراسة:

1-ترتيب المبحوثات لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية:

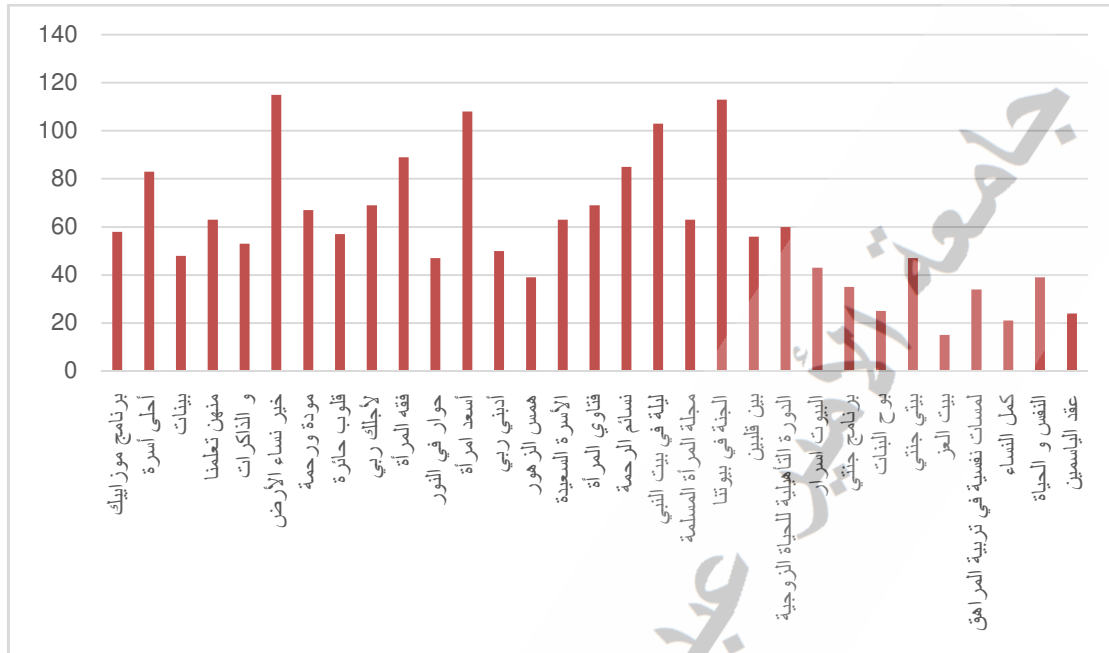
يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب ترتيب برامج المرأة المتابعة على القنوات الإسلامية

جدول رقم (32)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب البرامج لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية

البرامج	ك	%
برنامج موزاييك	58	20
أحلى أسرة	83	29
بينات	48	17
منهن تعلمنا	63	22
و الذاكرات	53	18
خير نساء الأرض	115	40
مودة ورحمة	67	23
قلوب حائرة	57	20
لأجلك ربي	69	24
فقه المرأة	89	31
حوار في النور	47	16
أسعد امرأة	108	37
أدبني ربي	50	17
همس الزهور	39	13

22	63	الأسرة السعيدة
24	69	فتاوي المرأة
29	85	نسائم الرحمة
36	103	ليلة في بيت النبي
22	63	مجلة المرأة المسلمة
39	113	الجنة في بيوتنا
19	56	بين قلبين
21	60	الدورة التأهيلية للحياة الزوجية
15	43	البيوت اسرار
12	35	برنامج جنتي
9	25	بوح البنات
16	47	بيتي جنتي
5	15	بيت العز
12	34	لمسات نفسية في تربية المراهق
7	21	كامل النساء
13	39	النفس و الحياة
8	24	عقد الياسمين
100	289	المجموع



رسم بياني رقم (7) يوضح أولويات برامج المرأة على الفضاءات الإسلامية

أظهرت بيانات الجدول السابق أن أكثر برامج المرأة التي شاهدها المبحوثة على القنوات الإسلامية كانت على التوالي:

برنامج خير نساء الأرض بنسبة 40%، ثم برنامج الجنة في بيوتنا بنسبة 39%، ثم برنامج أسعد امرأة بنسبة 37%، ثم برنامج ليلة في بيت النبي بنسبة 36%. ثم تليها البرامج الأخرى كما هو موضح في الرسم البياني.

وبقراءة تفصيلية للنتائج تبين أن المبحوثات اخترن البرامج الشهيرة والتي عرضت على أكثر من قناة كبرنامج الجنة في بيوتنا، وبمنظرة متفحصة للبرامج التي أخذت أعلى نسب متابعة يتبين الآتي:

-البرامج الثلاث يقدمها دعاة ودكاترة مشهورين ومعروفين على الساحة الإعلامية الدعوية، فمقدم برنامج الجنة في بيوتنا هو الدكتور عمرو خالد، وهو صاحب السلسلة الشهيرة "صناع الحياة" و الذي ذاع صيته من خلالها، وأصبح له العديد من المتابعين وأنشأ العديد من النوادي والمواقع

الدعوية⁽¹⁾، ومقدم برنامج "أسعد امرأة" هو الدكتور عائض القرني وهو أشهر من نار على علم خاصة بعد محاولة اغتياله في ديسمبر الماضي، وأسعد امرأة هو كتاب أخرج القرني من خلاصة تجاربه ثم عرض في شكل سلسلة تلفزيونية.

أما مقدمة برنامج خير نساء الأرض فهي الدكتورة عبلة الكحلأوي أستاذ الفقه وداعية مصرية معروفة لها العديد من الأعمال الدعوية والخيرية كما تمتلك أسلوباً راقياً في الحوار يتمثل في هدوء الطبع ورصانة الكلمة، وعن برنامج ليلة في بيت النبي فمقدمه الشيخ محمود المصري، وهو كذلك من بين الدعاة المتميزين الذين لهم طريقة خاصة وأسلوب تشويقي، وسلسلة ليلة في بيت النبي موجودة حتى على شكل pdf⁽²⁾.

2- أسباب متابعة عينة الدراسة لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أسباب متابعتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية

(1) -انظر عبد الرحمان برقوق، عبيدة صبطي، الإعلام الإسلامي وقضايا التنمية البشرية، دراسة تحليلية لبرنامج صناع الحياة، للداعية عمرو خالد، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، ع2، جوان 2011ص 104 .

(2) -انظر الفصل التحليلي، جزئية التعريف بالشخصيات التي ظهرت على برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية.

جدول رقم (33)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أسباب متابعتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية

ت	النسبة %	ك	الأسباب
6	44	128	البحث عن حلول للمشكلات الأسرية
3	52	150	تعلم طرق وأساليب جديدة في تربية الأبناء
8	40	116	التعرف على حقوقي كامرأة
13	20	58	التعرف على الفئات الفقيرة و المهمشة من النساء.
11	23	67	البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة.
12	22	65	الاطلاع أكثر على مسائل مثل: التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم
1	58	169	البحث عن الفتوى في مسائل المرأة الفقهية: مثل الحيض، النفاس، العدة، الحجاب الشرعي
4	46	134	للموعظة: خلال قصص البحث، الموت، السير و التراجم..
8	39	113	التعرف على النماذج النسائية المشرفة، قديما وحديثا
10	34	97	التثقيف في مجال العمل الأهلي و التطوعي و دور المرأة فيه.
15	13	39	البحث عن التسلية و المتعة
2	53	152	متابعة الجديد في طرق التربية و التعليم الحديثة للفتاة المسلمة
5	47	137	متابعة الجديد فيما يخص ديكور المنزل، جمال المرأة و أناقتها، الطبخ
14	18	51	الجرأة في تناول قضايا المرأة
6	44	128	التثقيف الصحي: للمحافظة على صحي و أناقتي
16	7	19	الاعتماد على مقدمي برامج متميزين
17	1	3	أسباب أخرى تذكر
	100	289	المجموع

* ينظر جداول ترتيب أسباب المتابعة حسب العوامل الديمغرافية في الملحق رقم 1.

أظهرت بيانات الجدول السابق أن البحث عن الفتوى في المسائل الفقهية جاء على رأس الأسباب التي تتابع المبحوثات الجزائريات من خلالها برامج المرأة على القنوات الإسلامية بنسبة 58%، ثم تلاها سبب متابعة الجديد في طرق التربية والتعليم بالنسبة للفتاة المسلمة 53%، ثم تلاه خيار تعلم طرق جديدة في تربية الأبناء بنسبة 52%، وبعده سبب المعوطة والسير بنسبة 46%، وبعدها التعرف على الجديد في الديكور والأناقة والجمال، بنسبة 47%، ثم وفي نفس المرتبة جاء السببين الثقيف الصحي، والبحث عن حلول للمشكلات الأسرية بنسبة 44%، ثم التعرف على النماذج النسائية المشرفة، ومعرفة حقوق المرأة، ثم البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة، والاطلاع على مسائل التحرش وتغيير الجنس وزنا المحارم، ونلاحظ أن سبب الجرأة في طرح القضايا والتسلية و المتعة لم يأخذ نسبة كبيرة 13% فقط .

وبالنظر إلى النتائج السابقة يتضح لنا أن الأسباب الدينية والتربوية جاءت على رأس أسباب متابعة برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، ثم الأسباب الاجتماعية والصحية، أما الأسباب الأخرى المتعلقة بأناقة المرأة وبحقوقها وقضاياها الواقعية، فجاءت في الترتيب الأخير وهذا نظرا إلى كون المبحوثات كغيرهن من متابعي الإعلام الإسلامي عموما يفضلون مشاهدة باقي المواضيع من خلال وسائط إعلامية أخرى، ناهيك على ندرتها في الفضائيات الإسلامية وهو ما كشفتته المقابلة العلمية التي أجرتها الباحثة مع الكثير من المبحوثات.

أما فيما يخص علاقة ترتيب أسباب المتابعة وفقا للعوامل الديمغرافية فقد دلت النتائج الإحصائية على الآتي:

بالنسبة للمستوى التعليمي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية إلا فيما يخص الثقيف الصحي فقد قاربت الدلالة بقليل $\chi^2 = 6.449$ درجة الحرية 3، دلالة المعنوية = 0.092.

بالنسبة للسن لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية إلا فيما يخص التعرف العمل التطوعي للمرأة $\chi^2 = 9.979$ درجة الحرية 3، ودلالة معنوية = 0.019 .

بالنسبة لمحل الإقامة لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية إلا فيما يخص التعرف على حقوق المرأة

$$F_{(1, 3.62)} = 0.057 \text{ و دلالة معنوية} = 0.057$$

كما توجد دلالة إحصائية فيما يخص الموعدة والقصص $F_{(1, 6.899)} = 0.009$ و دلالة معنوية $= 0.009$.

وبالنظر إلى النتائج السابقة يتضح لنا كيف أن المبحوثات يخترن الموضوعات التي تناسب الوضعية التي هم عليها وهو ما يعرف في الأبحاث الإعلامية بالتعرض الانتقائي، وإن كان الدراسة التحليلية دلت على غياب مواضيع مثل العمل التطوعي، وحقوق المرأة، وكان أهم ما يعرض على هذه القنوات متعلق بالموعدة والقصص.



رسم بياني توضيحي رقم (8) لأسباب متابعة برامج المرأة على القنوات الإسلامية

ثالثا: أولويات قضايا المرأة حسب المبحوثات في الجزائر

1- أولويات القضايا الرئيسية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب أولوياتها تجاه القضايا الرئيسية

جدول رقم (34)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات القضايا الرئيسية لديها

المتوسط الحسابي المرجح	الترتيب	المجموع		الترتيب	القضايا
		النسبة %	ك		
1.65	1	40	115	الأولى	قضايا اجتماعية
		25	71	الثانية	
		12	35	الثالثة	
		8	23	الرابعة	
		6	16	الخامسة	
		4	12	السادسة	
		6	17	السابعة	
2.99	3	6	16	الأولى	قضايا صحية
		19	54	الثانية	
		29	84	الثالثة	
		12	36	الرابعة	
		11	32	الخامسة	

		9	25	السادسة	
		15	42	السابعة	
1.93	2	30	88	الأولى	قضايا دينية
		20	58	الثانية	
		12	34	الثالثة	
		13	39	الرابعة	
		8	22	الخامسة	
		6	18	السادسة	
		10	30	السابعة	
3.34	4	9	26	الأولى	قضايا جمالية
		9	26	الثانية	
		9	27	الثالثة	
		19	54	الرابعة	
		11	32	الخامسة	
		12	35	السادسة	
		31	89	السابعة	
5.32	7	1	2	الأولى	قضايا اقتصادية
		2	5	الثانية	
		4	13	الثالثة	

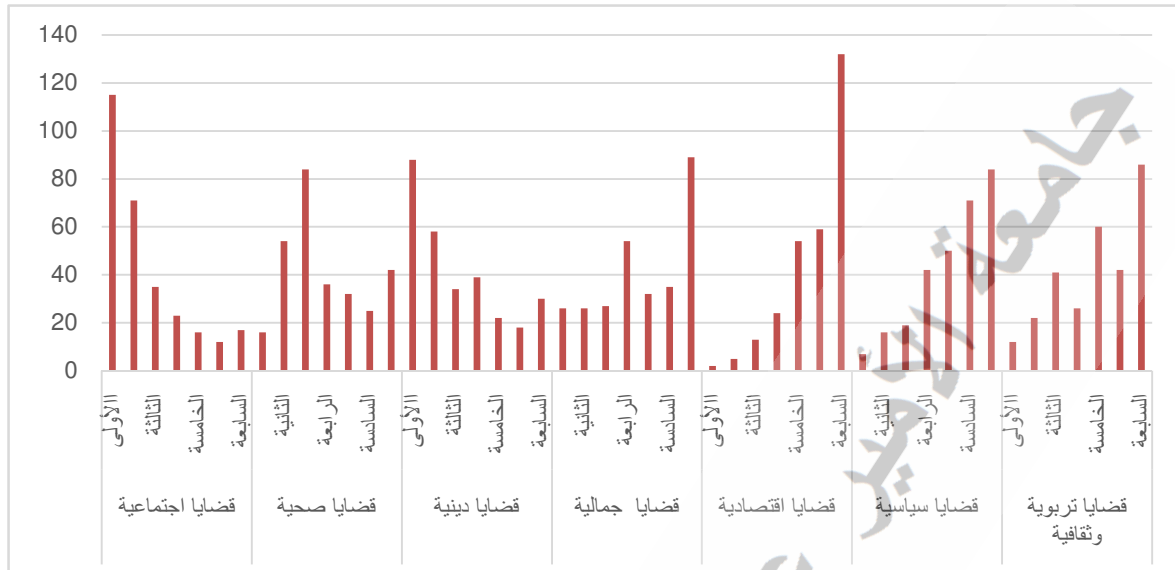
		8	24	الرابعة	
		19	54	الخامسة	
		20	59	السادسة	
		46	132	السابعة	
4.40	6	2	7	الأولى	قضايا سياسية
		6	16	الثانية	
		7	19	الثالثة	
		15	42	الرابعة	
		17	50	الخامسة	
		25	71	السادسة	
		29	84	السابعة	
3.88	5	4	12	الأولى	قضايا تربوية وثقافية
		8	22	الثانية	
		14	41	الثالثة	
		9	26	الرابعة	
		21	60	الخامسة	
		15	42	السادسة	
		30	86	السابعة	
		100	289		المجموع

أظهرت بيانات الجدول أعلاه أن القضايا الاجتماعية تصدرت الترتيب الأول في أجندة الجمهور حول القضايا الرئيسية بمتوسط حسابي مرجح بقيمة: 1.65، ثم تلتها القضايا الدينية في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قيمته : 1.93، ثم تلتها القضايا الصحية في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قيمته 2.99، ثم تلتها القضايا الفنية والجمالية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قيمته: 3.34، ثم القضايا التربوية في المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح قيمته 3.88، ثم القضايا السياسية في المرتبة السادسة بمتوسط مرجح قيمته: 4.40 ثم القضايا الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بمتوسط قيمته 5.32.

لقد أظهرت نتائج الجدول أن القضايا الاجتماعية تصدرت قائمة الأولويات، وبعدها القضايا الأخرى و هو ما أثبتته نتائج جل الدراسات السابقة المعروضة سابقا مثل دراسة: ودراسة فوزية العلي: برامج المرأة في محطات الراديو في دولة الإمارات العربية المتحدة (2008)، ودراسة شكرية كوكز السراج: دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة(2014)، ودراسة أميمة عمران: قضايا المرأة الصعيدية في الصحافة الإقليمية، دراسة تحليلية لمضمون عينة من الصحف وغيرها⁽¹⁾.

يبدو أن المبحوثات في الجزائر كغيرهن من نساء الوطن العربي تراجعت لديهن أولويات القضايا التقليدية المتعلقة بالجمال والأناقة والديكور والمزمل، وأصبحن يركزن أكثر على قضايا تم المرأة فعليا كالصحية منها والسياسية.

⁽¹⁾ -جزئية الدراسات السابقة.



رسم توضيحي رقم (9) لأولويات القضايا الرئيسية

2- أولويات القضايا الفرعية

2-1- أولويات القضايا الاجتماعية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات القضايا الاجتماعية

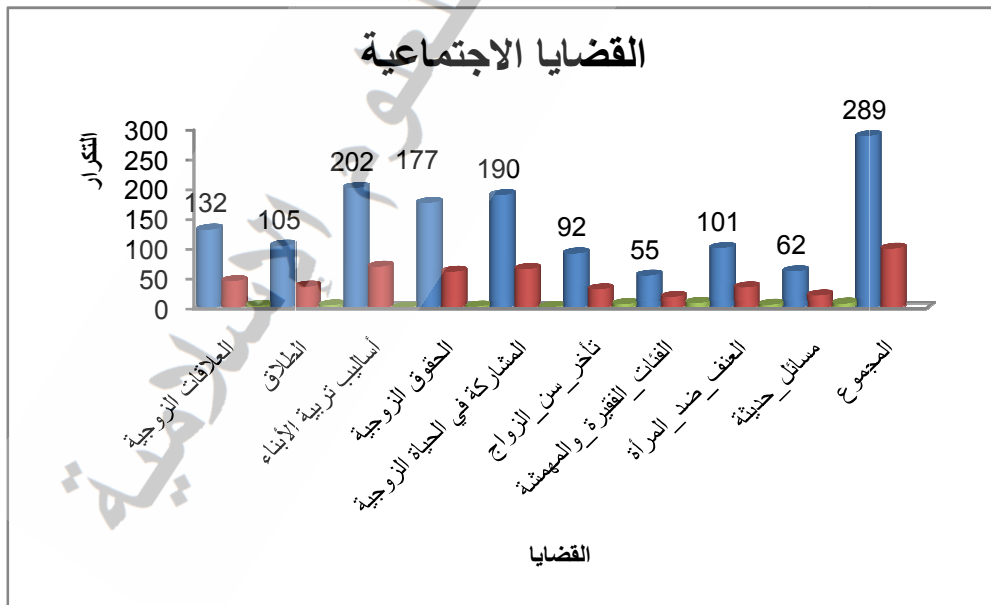
جدول رقم (35)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الاجتماعية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القضايا الاجتماعية
4	45,67	132	العلاقات الزوجية
5	36,33	105	الطلاق
1	69,90	202	أساليب تربية الأبناء
3	61,25	177	الحقوق الزوجية
2	65,74	190	المشاركة في الحياة الزوجية
7	31,83	92	تأخر سن الزواج
9	19,03	55	الفئات الفقيرة والمهمشة
6	34,95	101	العنف ضد المرأة
8	21,45	62	مسائل حديثة
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول أعلاه عن أولويات القضايا الاجتماعية أن موضوع أساليب تربية الأبناء جاء في الترتيب الأول بنسبة 69.90%، ثم موضوع المشاركة في الحياة الزوجية جاء في المرتبة الثانية بنسبة 65.74%، ثم موضوع الحقوق الزوجية في المرتبة الثالثة بنسبة 61.25%، ثم العلاقات الزوجية في المرتبة الرابعة بنسبة 45.67%، ثم في المرتبة الخامسة موضوع الطلاق بنسبة 36.33%، ثم موضوع العنف ضد المرأة في المرتبة السادسة، بنسبة 34.95%، ثم موضوع تأخر سن الزواج في المرتبة السابعة بنسبة 31.83%، ثم في المرتبة السابعة المواضيع الحديثة مثل تغيير جنس الجنين وزنا المحارم، بنسبة 21.45%، و في المرتبة الأخيرة الفئات الفقيرة والمهمشة من النساء بنسبة 19.03%.

بالنظر إلى النتائج السابقة نرى اهتمام أفراد العينة بمواضيع الحياة الزوجية وعلاقتها عن باقي المواضيع الأخرى، وهو يرجع إلى حرص المرأة الجزائرية على الحفاظ على شريك الحياة والحفاظ على الرابطة الزوجية متناسبة حيث جاءت مواضيع الحياة الزوجية في المرتبة الأولى، وبذلك تتماثل مع غيرها من نساء الوطن العربي ولا تختلف في ذلك القنوات الإسلامية عن غيرها، وهو ما أكدته دراسة شكرية كوكز السراج: دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة⁽¹⁾، وكذلك اهتمامها بأولادها وتربيتهم، عكس مواضيع أخرى كالنساء المهمشات (مثلا: النساء العازبات) فكان ترتيبه حسب أفراد العينة في المرتبة الأخيرة، ولعل ذلك يرجع إلى كون أفراد العينة من جمهور القنوات الإسلامية وهو ما نسميه في الأدبيات الدعوية الجمهور المتدين (كمترادي المساجد مثلا)، تمثل هذه الموضوعات طابوهات يستحسن تجنبها وعدم الحديث عنها، حتى لا تشيع الفاحشة، وهذا حسب النتائج التي استخلصتها الباحثة في المقابلات التي أجرتها مع فئات كثيرة من المبحوثات حول هذه المواضيع.



رسم بياني رقم (10) يوضح ترتيب القضايا الاجتماعية المفضلة

⁽¹⁾ _ دراسة تحليلية - ميدانية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، الباحث الإعلامي، العدد 26، 2014، ص 92.

2-2- أولويات القضايا الدينية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات قضايا المرأة الدينية على القنوات الإسلامية

جدول رقم (36)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الدينية على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا
3	32,53	94	مسائل مستحدثة للمرأة
2	41,87	121	فتاوي_ المرأة
1	40,14	116	التربية_ الإيمانية
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن القضايا الدينية التي حصلت على الأولوية لدى أفراد العينة كانت مواضيع التربية الإيمانية، بنسبة 40.13%، ثم موضوع فتاوى المرأة المسلمة بنسبة 41.87%، ثم مواضيع التراحم والسير في المرتبة الثالثة بنسبة 32.53%.

الملاحظ من نتائج الجدول السابق أن مواضيع التربية الإيمانية والتمثلة في الوعظ والإرشاد وذكر الموت والبعث، العلاقة الروحانية جاءت في أعلى سلم أولويات المرأة الجزائرية، حيث إن الجمهور الجزائري كغيره من جمهور الوطن العربي متعطش لمعرفة دينه، وحيث إن وسائل الإعلام ليست نوافذ يطلع الجمهور عبرها على الواقع، بل إنها وسيط يقوم بعملية الوساطة بين القائمين بالأحداث أو مكوّناتها والجمهور.

وتتحلى ثمره وساطته عبر إعادة البناء الاجتماعي للواقع؛ فوسائل الإعلام ليست أدوات محايدة، إنها تعيد صياغة الأحداث بما تملك من عدّة لسانية ومواد اتصالية لإعطائها معنى وإضفاء دلالة على الواقع الذي أنتجها. فهذا المعنى هو نتيجة مسار لتمثل اجتماعي للقائمين بالأحداث،

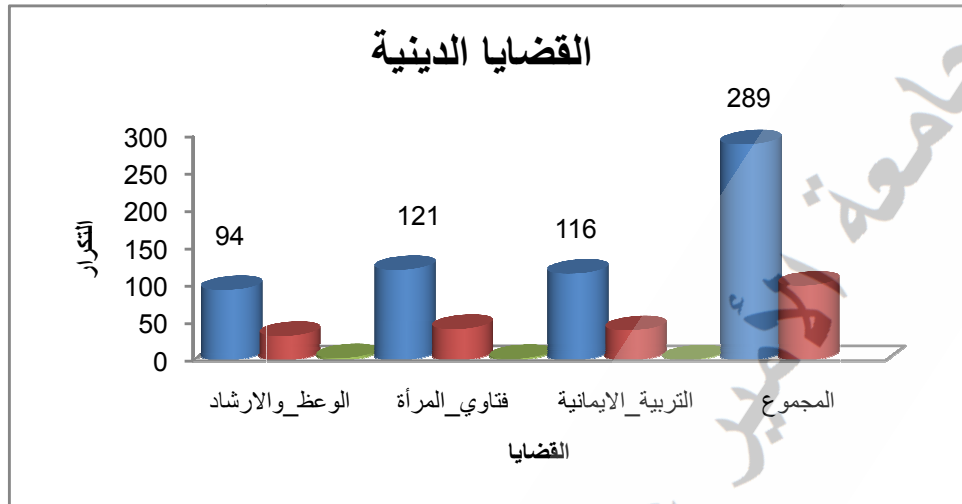
وعناصرها، ونتائجها⁽¹⁾، إذن فحسب دراسة محمد الغيلاني⁽²⁾ : هذه الفضائيات تقوم بنوع من استدراج الجمهور، ليس فقط للموعظة ولكن أيضا للمتعة والاسترخاء السيكولوجي، من خلال التركيز على حياة الرسول الأخلاقية والأسرية، وعلى صفات زوجات الرسول وسيرة الصحابة... إلخ. التركيز على المثل وتقديم التاريخ كسيرة طاهرة واعتبار المجتمع الأول مجتمعا فاضلا، وعليه يزيد منسوب الإعجاب بالماضي، والإحساس بالعجز أمام مشكلات العصر.

أما عن الفتاوى فقد خلقت الفضائيات الإسلامية مشكلة، أطلق عليها الكثيرين فوضى الفضائيات، وخاصة هنا في الجزائر، وعليه أوصت العديد من المؤتمرات منها مؤتمر منهجية الفتوى الذي أقيم بتلمسان 2015 أكد على ضرورة مراجعة فتاوى الفضائيات، ومما لاشك فيه أن برامج الإفتاء المباشرة على القنوات الفضائية، قد تحمل الكثير من الإيجابيات إذا أحسن استغلالها، لما توفره من منابر وفرص للعلماء الكبار المتخصصين في العلوم الشرعية، لإبداء آرائهم في جميع القضايا الحساسة التي تهم الأمة الإسلامية وإعطاء الفتوى الشرعية السديدة، والرأي السليم فيها وفي سبل معالجتها، ولكن كثرة القنوات الفضائية وإغائها للجغرافيا وتحطيمها للحدود بين الدول والشعوب، وتسابقها لكسب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، وانتشارها وتحركها في حرية نسبية، كلها عوامل أدت إلى جملة من الأخطاء وبعض الانحرافات في برامج الإفتاء المباشرة على القنوات الفضائية، كتعميق الخلافات بين المسلمين وإحداث بلبلة وحيرة بينهم، خاصة بين العامة من الناس، الذين لا يعرفون مصادر الخلاف عند علماء المسلمين، والخلفيات التاريخية لهذا الخلاف، والأسباب العلمية التي أدت إليه، كما أن تضارب الفتاوى وعدم تردد من يظهرون على القنوات الفضائية في إصدار الفتوى في أي موضوع يطرح عليهم، جعلت مركز العلماء ومكانتهم العلمية والاجتماعية تهتز، واحترامهم يتراجع بين الناس، بل وصل الأمر في كثير من الحالات إلى التشكيك في نزاهتهم العلمية، لما قد يصدر عن بعضهم من فتاوى غير مؤهلة علميا، ولا مقنعة عقليا⁽³⁾.

(1) _ نصر الدين لعياضي، الخطاب الطائفي، مرجع سابق.

(2) _ الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة وتحليل للمضمون، مرجع سابق.

(3) _ للاستزادة يمكن الرجوع إلى: ديدني ولد السالك، الإفتاء عبر الفضائيات، الفوائد والمحاذير، ورقة مقدمة لندوة الإفتاء المنظمة من طرف الهيئة العامة للأوقاف وشؤون الزكاة طرابلس. يومي 1-2\11\2010، المركز المغاربي للدراسات الإستراتيجية.



رسم بياني رقم (11) يوضح ترتيب القضايا الدينية المفضلة

2-3- أولويات القضايا الدينية الخلافية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات قضايا المرأة الدينية الخلافية على القنوات الإسلامية.

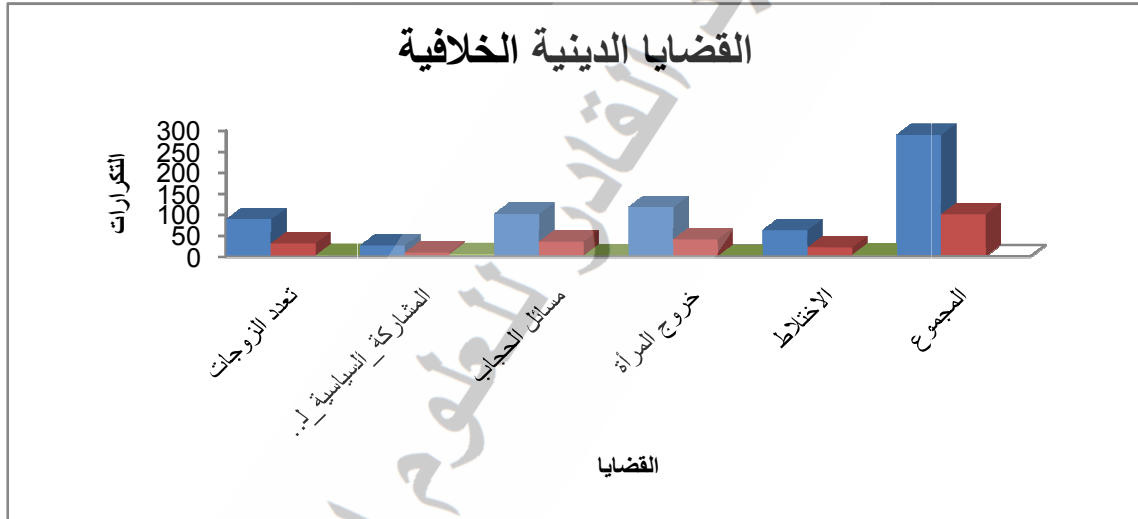
جدول رقم (37)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الدينية الخلافية على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الخلافية
3	30	88	تعدد الزوجات
5	9	26	المشاركة السياسية للمرأة
2	35	101	مسائل الحجاب
1	40	117	خروج المرأة
4	21	62	الاختلاط
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن القضايا الدينية الخلافية التي حصلت على الأولوية لدى أفراد العينة كانت قضية خروج المرأة، بنسبة 40%، ثم قضايا الحجاب في المرتبة الثانية بنسبة 35%، ثم قضية تعدد الزوجات في المرتبة الثالثة بنسبة 32.53%، ثم قضية الاختلاط في المرتبة الرابعة بنسبة 21%، ثم قضية المشاركة السياسية للمرأة في المرتبة الأخيرة بنسبة 9%.

و الملاحظ من نتائج الجدول أن قضية خروج المرأة مازالت على رأس أولويات القضايا الدينية الخلافية، وكذا مسألة الحجاب، ولعه يرجع إلى تنامي تيار التشدد الذي بات يعيد خطاب عودة المرأة لبيتها، وأن بيتها أولى بها، كما يطرح قضية شكل الحجاب وهي من القضايا المهمة، ولقد فصلت ذلك في الفصل الثالث من الدراسة.



رسم بياني رقم (12) يوضح ترتيب القضايا الدينية الخلافية المفضلة

4-4- أولويات القضايا الصحية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات قضايا المرأة الصحية على القنوات الإسلامية.

جدول رقم (38)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الصحية على القنوات الإسلامية

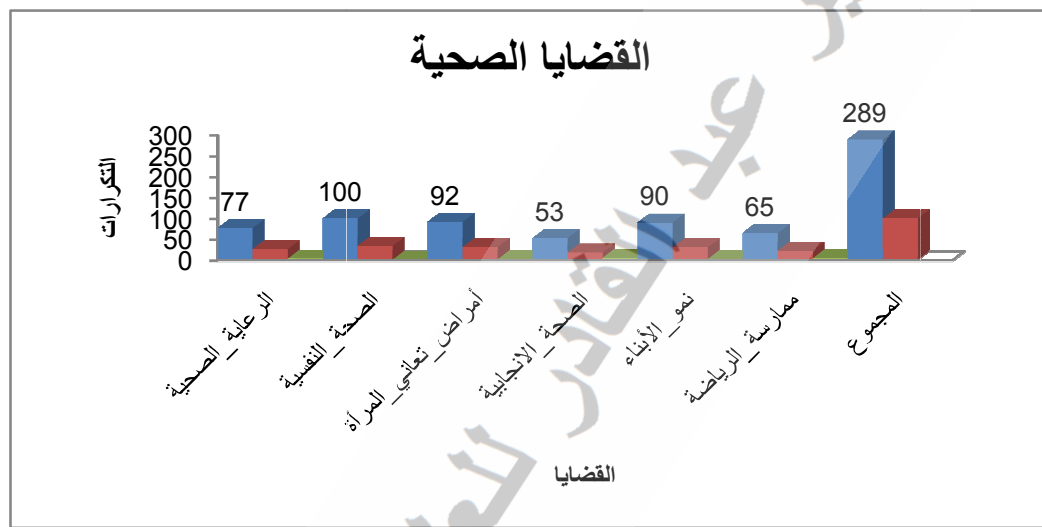
الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	القضايا الصحية
4	26,64	77	الرعاية_الصحية
1	34,60	100	الصحة_النفسية
2	31,83	92	أمراض_تعاني_المرأة
6	18,34	53	الصحة_الإيجابية
3	31,14	90	نمو_الأبناء
5	22,49	65	ممارسة_الرياضة
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن موضوع الصحة النفسية جاء في المرتبة الأولى من أولويات المرأة الجزائرية في القضايا الصحية بنسبة 34.60%، ثم في المرتبة الثانية الأمراض التي تعاني منها المرأة بنسبة 31.83%، ثم موضوع نمو وصحة الأبناء في المرتبة الثالثة بنسبة 31.14%، ثم الرعاية الصحية في المرتبة الرابعة بنسبة 26,64%، ثم موضوع المرأة وممارسة الرياضة في المرتبة الخامسة بنسبة 22.49%، و في المرتبة الأخيرة جاء موضوع الصحة الإيجابية للمرأة 18.34%.

يتضح من الجدول أعلاه أن اهتمام المرأة الجزائرية بالقضايا التي تهم صحتها توزعت بنسب متقاربة حول الموضوعات المختلفة، ولكن ترتيبها شكل فارقا نوعا ما في قراءتها، فكون الصحة النفسية جاءت على هرم سلم الأولويات هو مؤشر عن المشكلات المجتمعية التي تعيشها المرأة الجزائرية، بالإضافة للحساسية والخصوصية النفسية للمرأة، حيث أكدت دراسة المختصة في الطب العيادي نبيلة قاسم، انتشار الأمراض النفسية بين النساء الجزائريات وفي مقدمتها الاكتئاب، حيث

أرجعت الدراسة أسباب ذلك لضغوط الحياة الأسرية التي تعيشها المرأة الجزائرية، بالإضافة إلى عدم الاستقرار العاطفي الذي أصبح طابعا للأسرة الجزائرية⁽¹⁾.

أما موضوع الصحة الإنجابية فقد تخلف للمرتبة الأخيرة، وهذا راجع أن نسبة معتبرة من أفراد العينة من فئة 18-25 سنة وغالبا هذه الفئة لا تهتم كثيرا بمواضيع الإنجاب في هذا السن تعطي أولوية أكثر للعلاقات الزوجية والمحافظة على شريك الحياة، كما لاحظنا ذلك في أولويات المواضيع الاجتماعية.



رسم بياني رقم (13) يوضح ترتيب القضايا الصحية المفضلة

2-5- أولويات القضايا الاقتصادية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات قضايا المرأة الاقتصادية على القنوات الإسلامية.

⁽¹⁾ www.djzairess.com

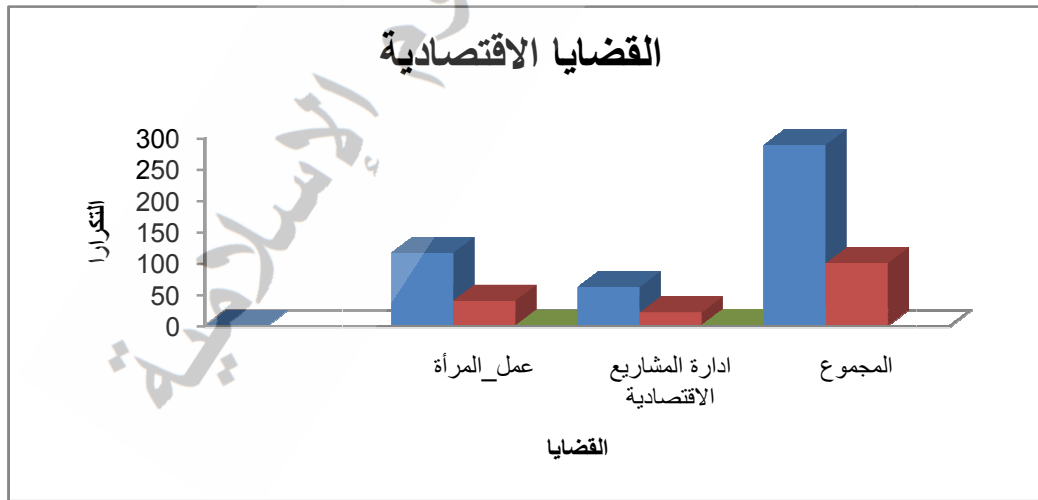
جدول رقم (39)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الاقتصادية على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القضايا الاقتصادية
1	40,48	117	عمالة المرأة
2	21,45	62	إدارة المشاريع الاقتصادية
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن موضوع عمالة المرأة جاء في المرتبة الأولى من أولويات قضايا المرأة الجزائرية الاقتصادية بنسبة 40.48%، ثم في المرتبة الثانية موضوع إدارة المرأة للمشاريع الاقتصادية بنسبة 21.45% .

تشير نتائج الجدول السابق أن عمالة المرأة جاء على سلم أولويات المرأة الجزائرية، نوعيته، طبيعته مجالاته، ثم تأتي مسألة إدارة المرأة للمشاريع الاقتصادية في المرتبة التي تليها، وهو مؤشر على أن المرأة الجزائرية لم تضبط بعد مسألة عمالتها لتتنقل بعدها للمشاريع الاقتصادية وغيرها، وهو ماتوافق مع نتائج تحليل المضمون حيث ظهرت عمالة المرأة على سلم أولويات القنوات الإسلامية.



رسم بياني رقم (14) يوضح ترتيب القضايا الاقتصادية المفضلة

2-6- أولويات القضايا الفنية والجمالية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات قضايا المرأة الفنية والجمالية على القنوات الإسلامية.

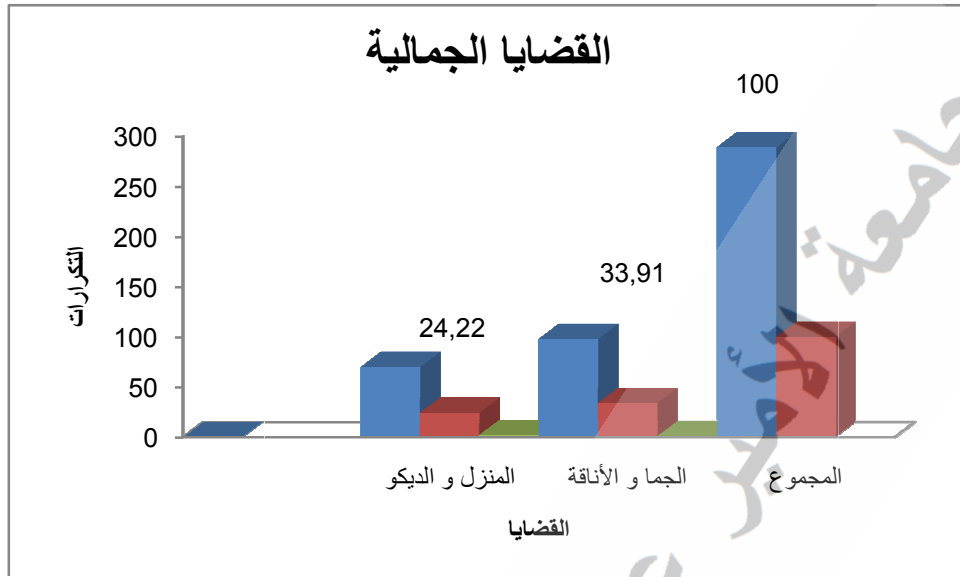
جدول رقم (40)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الفنية والجمالية على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القضايا الفنية
2	24,22	70	المتزل و الديكور
1	33,91	98	الجمال والأناقة
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن من أولويات قضايا المرأة الجزائرية الفنية والجمالية جاء في المرتبة الأولى مواضيع الجمال والأناقة: و التي اختصرتها في الأزياء والإكسسوارات و الشعر، وآخر صيحات الموضة، وطريقة وضع شال الحجاب وموديلات الحجاب الجديدة بنسبة 33.91%، ثم في المرتبة الثانية يأتي الاهتمام بالبيت و المتزل، تنسيقه ديكوره جماله بنسبة 24.22 % .

وبقراءة للنتائج الواردة في الجدول السابق يتضح التغيرات الاجتماعية التي تعيشها المرأة الجزائرية والمرأة العربية بوجه خاص، حيث لم يعد البيت من أولوياتها وإنما اهتمامها بنفسها جاء أولا، وهذا على عكس الجدات والأمهات اللاتي كن ومازلن يولين البيت تزيينه وتنظيفه وتوفير الراحة لساكنيه من أولى أولوياتهن، وهذه المعطيات تحصلت عليها الباحثة من نتائج المقابلة التي أجرتها مع المبحوثات.



رسم بياني رقم (15) يوضح ترتيب قضايا الفنية والجمالية المفضلة

2-7- أولويات القضايا التربوية و الثقافية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب أولويات قضايا المرأة التربوية و الثقافية على القنوات الإسلامية

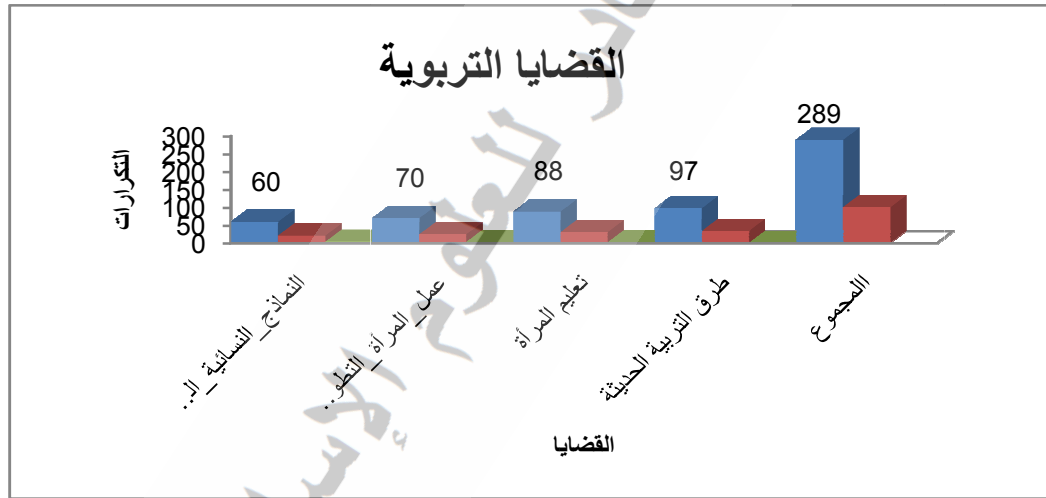
جدول رقم (41)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة التربوية و الثقافية على القنوات الإسلامية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القضايا التربوية
4	21	60	النماذج_النسائية_المشرفة
3	24	70	عمل_المرأة_التطوعي
2	30	88	تعليم المرأة
1	34	97	طرق التربية الحديثة
	100	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن موضوع طرق التربية الحديثة جاء في المرتبة الأولى من أولويات المرأة الجزائرية في القضايا التربوية بنسبة 34%، ثم في المرتبة الثانية تعليم المرأة بنسبة 30%، ثم موضوع عمل المرأة التطوعي في المرتبة الثالثة بنسبة 24%، ثم النماذج النسائية المشرفة في المرتبة الرابعة بنسبة 21%.

بالنظر إلى نتائج الجدول السابقة، يتضح بشكل واضح اهتمام المبحوثات بالتربية الحديثة وأسسها، يرجع إلى التطور الهائل في هذا المجال وتعدد الخبرات فيه، وتراجع أولوية التعرف على النماذج النسائية والتي تعج بها الفضائيات الإسلامية فقد أحصت الباحثة في جزئها المنهجي ستة برامج خصصت لنماذج النساء تاريخيا ودينيا، مثل منهن تعلمنا، وصحايات(وهي برامج لم تعنى الدراسة بتحليلها)، وكشفت نتائج التحليل أنها على رأس أولويات القضايا التربوية لهذه القنوات بنسبة 72%.



رسم بياني رقم (16) يوضح ترتيب القضايا التربوية المفضلة

3-الشخصيات الأكثر بروزا في برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب الشخصيات الأكثر بروزا في برامج المرأة على القنوات الإسلامية.

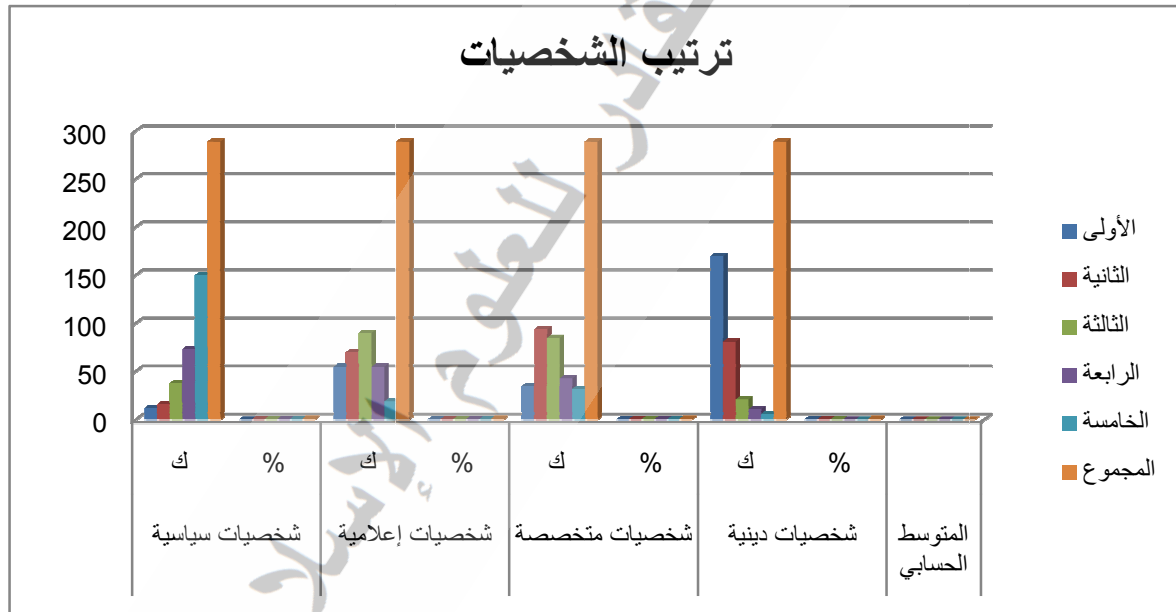
جدول رقم (42) على القنوات الإسلامية

يبين توزيع عينة الدراسة حسب الشخصيات الأكثر بروزا في برامج المرأة

ت	المتوسط الحسابي المرجح	الخامسة		الرابعة		الثالثة		الثانية		الأولى		الترتيب الشخصيات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
5	3.57	51,9	150	25,3	73	13,1	38	5,5	16	4,2	12	شخصيات سياسية
4	3.10	28,4	82	37,0	107	18,3	53	10,0	29	6,2	18	شخصيات تاريخية
2	2.10	6,6	19	19,0	55	31,1	90	24,2	70	19,0	55	شخصيات إعلامية
3	2.27	11,1	32	14,9	43	29,4	85	32,5	94	12,1	35	شخصيات طبية
1	1.31	2,1	6	3,8	11	7,3	21	28,0	81	58,8	170	شخصيات دينية

أظهرت بيانات الجدول أعلاه أن الشخصيات الدينية صنفت في الترتيب الأول في أجندة الجمهور حول الشخصيات الأكثر ظهوراً في برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، بمتوسط حسابي مرجح بقيمة: 1.31، ثم تلتها الشخصيات الإعلامية في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قيمته: 1.10، ثم تلتها الشخصيات الطبية في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قيمته 2.27، ثم تلتها الشخصيات التاريخية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قيمته: 3.10، ثم الشخصيات السياسية في المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح قيمته 3.57.

وهذا يرجع إلى طبيعة البرامج التي تقدمها هذه القنوات، ونلاحظ عدم ظهور المتخصصين خاصة الاجتماعيين منهم.



رسم بياني رقم (17) يوضح ترتيب الشخصيات الأكثر بروزاً

4- درجة الاهتمام بقضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب درجة الاهتمام بقضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية

جدول رقم (43)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاهتمام بقضايا المرأة في برامجها على القنوات

الإسلامية

المتوسط الحسابي	لا أهتم		اهتم قليلا		أهتم كثيرا		القضايا
	%	ك	%	ك	%	ك	
1.27	7,3	21	32,9	95	59,9	173	قضايا اجتماعية
1.16	6,6	19	19,0	55	74,4	215	قضايا صحية
1.10	6,2	18	9,3	27	84,4	244	قضايا دينية
1.82	18,7	54	44,6	129	36,7	106	قضايا فنية وجمالية
2.30	57,1	165	37,0	107	5,9	17	قضايا اقتصادية
1.76	14,5	42	47,1	136	38,4	111	قضايا ثقافية وتربوية
1.34	7,6	22	18,7	54	73,7	213	قضايا سياسية
1.63	100	289	100,0	289	100	289	المجموع

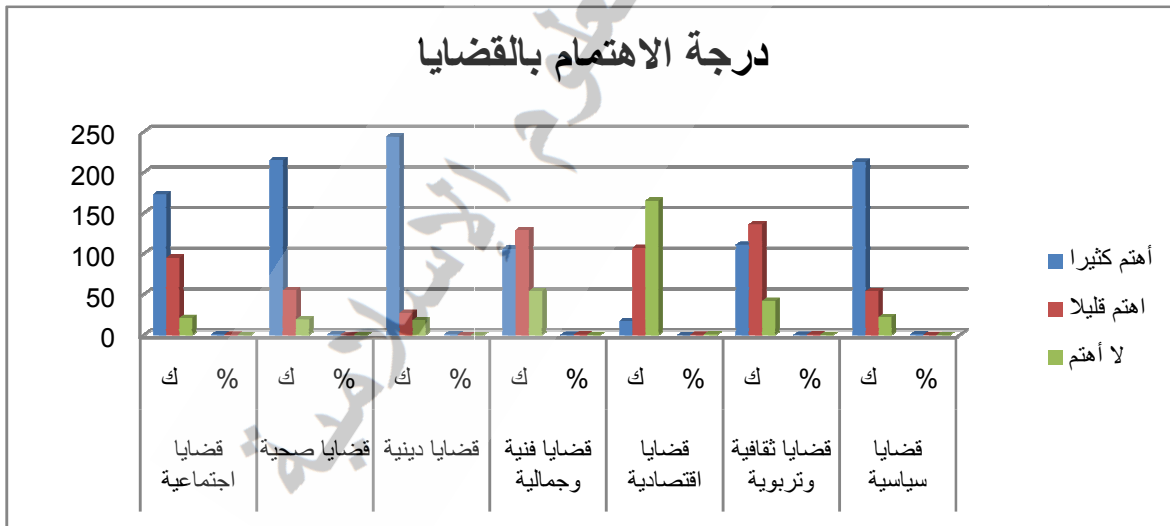
أظهرت بيانات الجدول أعلاه أن القضايا الدينية تصدرت قائمة اهتمامات أفراد العينة بمتوسط حسابي مرجح بقيمة: 1.10، يؤكد خيار أهتم كثيرا، ثم تلتها القضايا الصحية في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قيمته: 1.16، ثم تلتها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قيمته 1.27، ثم تلتها السياسية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قيمته: 1.34، ثم القضايا التربوية والثقافية في المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح قيمته: 1.76، ثم القضايا الفنية والجمالية في المرتبة السادسة بمتوسط مرجح قيمته: 1,82 ثم القضايا الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بمتوسط قيمته 2.30.

وبالنسبة لاهتمام المبحوثات بالقضايا وفقا للمتغيرات الديمغرافية فقد كشف اختبار الأنوفا (أنظر ملحق رقم 2) مايلي:

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بمستوى دلالة 0.000 فيما يخص معدل الاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية والفنية والجمالية، بمستوى دلالة 0.028 بالنسبة للقضايا الاجتماعية، و دلالة بسيطة تقدر ب 0,065 فيما يخص القضايا السياسية يعزى إلى للمستوى التعليمي.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بمستوى دلالة 0.000 فيما يخص معدل الاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية يعزى إلى العمر.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية: بمستوى دلالة 0.029 فيما يخص معدل الاهتمام بالقضايا الفنية والجمالية، وبمستوى دلالة 0.000، فيما يخص القضايا الثقافية والتربوية يعزى إلى عمل المبحوثة. من الملاحظ على البيانات السابقة أن عينة الدراسة تتفق بالاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية بمختلف مستوياتها وأعمارها وأماكن سكنها، وهذا مؤشر يجعلنا نتفاعل حول مستقبل المرأة في الجزائر والتي تتجه نحو تثقيف ذاتها للخروج من البوثة التي وضعت فيها لقرون خاصة من قبل الخطاب الديني الذي تأثر بالعادات والتقاليد، وساهم هو الآخر فيما عانت منه المرأة لقرون حلت.



رسم بياني رقم (18) يوضح درجة الاهتمام بالقضايا التي تقدمها برامج المرأة في القنوات

المفضلة

5- درجة الثقة بقضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب درجة الاهتمام بقضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية.

جدول رقم (44)

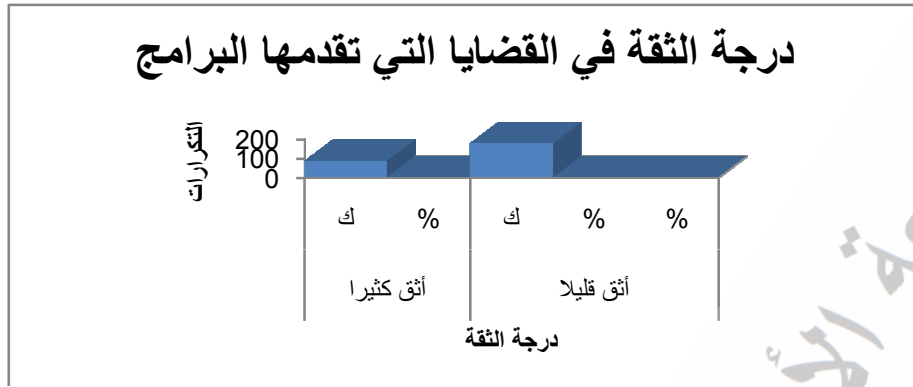
يبين توزيع عينة الدراسة حسب درجة الثقة بقضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية

المتوسط الحسابي	لا أثق أبدا		أثق قليلا		أثق كثيرا		الدرجة
	%	ك	%	ك	%	ك	
1.79	8,7	25	61,6	178	29,8	86	درجة الثقة في القضايا التي تقدمها البرامج

بينت بيانات الجدول السابق عن درجة الثقة في القضايا التي تطرحها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية أن خيار أثق قليلا أحد أعلى نسبة وقدرت ب 61,6%، ثم في المرتبة الثانية خيار أثق كثيرا بنسبة 29.8%، ثم في المرتبة الثالثة لا أثق أبدا بنسبة 8.7%.

من نتائج الجدول السابق يتضح جليا أن أفراد العينة بعيدة عن الوثوق فيما تقدمه الفضائيات الإسلامية حيث أكد 178 من أفراد العينة وهي نسبة تمثل أكثر من النصف عن ثقتها القليلة فيما تقدمه الفضائيات الإسلامية، كما أن عددا غير يسير 25 مبحوثة عبرت بصراحة كونها لا تثق أبدا فيما يقدم في الفضائيات الإسلامية وهذا عكس ما ذكرته دراسات عديدة في نقد الإعلام الديني كدراسة محمد الغيلاني الذي يعتبر جمهور الفضائيات الإسلامية معجبا وليس ناقدا، وهو واقع تحت تأثير الخطاب الديني الذي لا يصنع رأيا دينيا عاما⁽¹⁾.

(1) - محمد الغيلاني الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة وتحليل للمضمون، مرجع سابق.



رسم بياني رقم (19) يوضح درجة الثقة في ما تقدمه برامج المرأة في القنوات المفضلة

6- المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية.

جدول رقم (45)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على

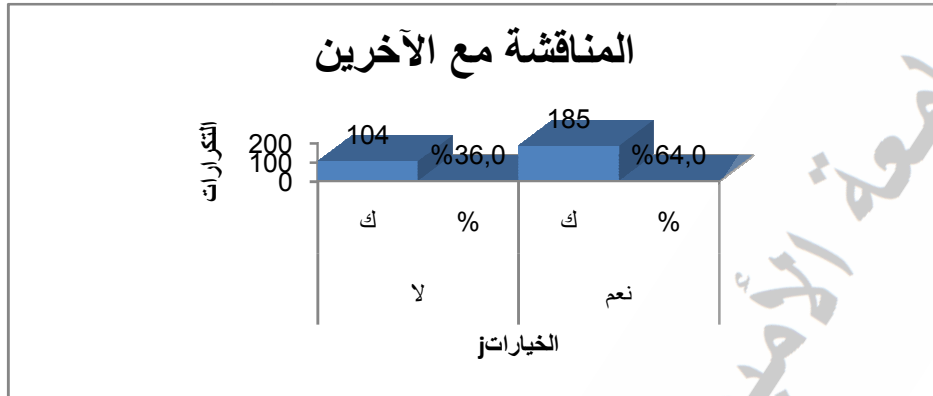
القنوات الإسلامية

نعم		لا		المناقشة
%	ك	%	ك	
64,0	185	36,0	104	المناقشة مع الآخرين

عبرت نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 64%، جاءت لخيار نعم أناقش مع الآخرين حول ما تبثه القناة، والبقية عبرت عن عدم مناقشتها بنسبة 36%.

وهو ما يدل على تفاعل المبحوثات مع برامج القناة، وقد أثبت العديد من الدراسات أن لعامل الاتصال الشخصي تأثير على بناء أجنده الجمهور، وهو ما أثر على مصداقية هذه القنوات خاصة مع اختلاف الفتاوى وظهور الاختلافات بين المذاهب على ساحة النقاش على هذه القنوات وبروز خطاب جزائري واعى يدعو لتمحيص ما يتلقاه الجمهور من وسائل الإعلام عموما ومن الفضائيات الإسلامية

خصوصا فيما يتعلق بأمور الدين.



رسم بياني رقم (20) يوضح المناقشة حول ما تعرضه القنوات من قضايا

7- نمط المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب نمط المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية

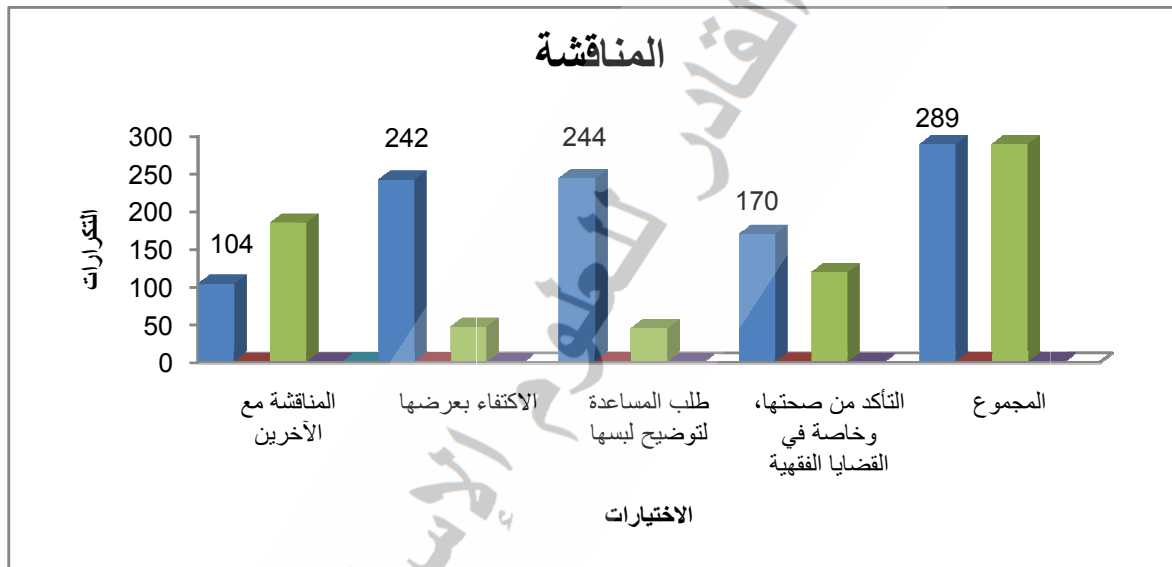
جدول رقم (46)

يبين توزيع عينة الدراسة نمط المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية

	نعم		لا		التفاعل
	%	ك	%	ك	
المتوسط الحسابي					
0.16	16,3	47	83,7	242	الاكتفاء بعرضها
0.16	15,6	45	84,4	244	طلب المساعدة لتوضيح لبسها
0.41	41,2	119	58,8	170	التأكد من صحتها
	100,0	289	100,0	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن المبحوثين عبروا عن مناقشتهم للقضايا المطروحة على القنوات الإسلامية بحيث يعرضونها مرات ويتأكدون من صحتها مرات أخرى، وقد يحتاجون إلى التأكد من صحتها لذلك وجدنا أن المتوسط الحسابي المرجح لإجابات المبحوثات نفسه في خيار: الاكتفاء بعرضها، وخيار طلب المساعدة لتوضيحها وقدر ب: 0.16، وجاء خيار التأكد من صحتها بمتوسط مرجح قيمته 41.2.

وعليه فإذا جمعنا خيار طلب المساعدة لتوضيح لبسها، والتأكد من صحتها لوجدنا عدد التكرار وصل إلى 414 تكرر وهو ما يؤكد السؤال السابق حول درجة الثقة فيما تقدمه هذه القنوات، حيث عبرت المبحوثات عن ثقتهن القليلة فيما تقدمه برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية.



رسم بياني رقم (21) يوضح كيفية المناقشة

8- معية المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على الفضائيات الإسلامية:

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة بحسب معية المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية.

جدول رقم (47)

يبين توزيع عينة الدراسة حسب معية المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على

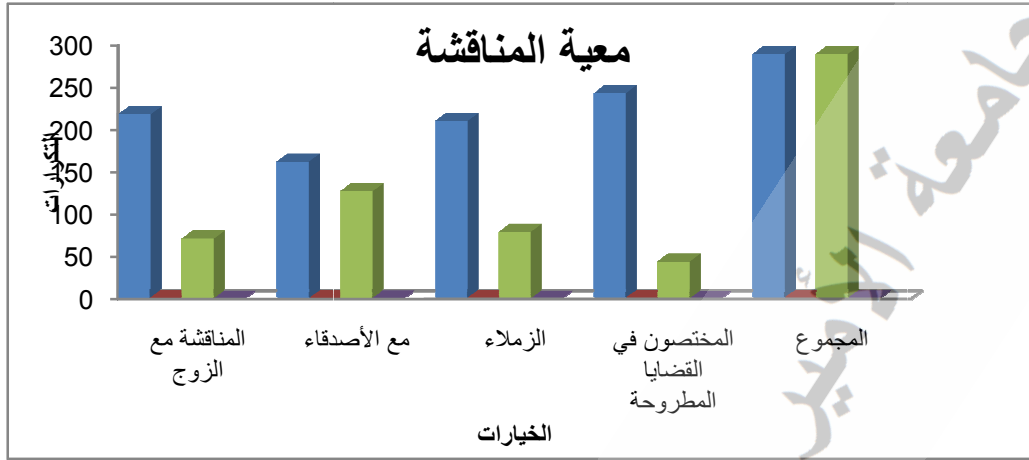
القنوات الإسلامية

المتوسط الحسابي	نعم		لا		معية المناقشة
	%	ك	%	ك	
0.25	24,6	71	75,4	218	المناقشة مع الزوج
0.44	43,9	127	56,1	162	مع الأصدقاء
0.27	27,3	79	72,7	210	الزملاء
0.15	15,2	44	84,1	243	المختصون في القضايا المطروحة
	100	289	100,0	289	المجموع

بينت بيانات الجدول السابق أن المناقشة مع المختصين في القضايا المطروحة جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرجح قيمته، 0.15، ثم في المرتبة الثانية الزملاء في العمل أو الدراسة بمتوسط قيمته 0.27، ثم مع الزوج في المرتبة الثالثة بمتوسط قيمته: 0.25، ثم مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره 0.44، وهي نتيجة تؤكد صحة عدم الثقة وقلة الاهتمام مما يستدعي اللجوء إلى المختصين دون الاعتماد الكلي على وسائل الإعلام، وهي الفرضية الجديدة في دراسات الأجندة، والتي دلت أن الجمهور أصبحت لديه أجدادته التي يعبر عنها ويتبناها بل ويطرحها على منصات التواصل الاجتماعي وهو ما أوصت به برلنت نزيه محمد قابيل: أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف و التلفزيون المصري، دراسة مسحية⁽¹⁾. حيث اقترحت الباحثة ضرورة إجراء بحوث عن نظرية الأجندة في ظل التغيرات الجديدة في مجال الإعلام ودخول مواقع

⁽¹⁾ -رسالة دكتوراه في الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، مايو 2011، ص289.

التواصل الاجتماعي التي تفرض اتجاهها جديدا لبحوث وضع الأجندة وتطبيق ذلك على قضايا المرأة.



رسم بياني رقم (22) يوضح معية المناقشة

رابعاً: اختبار الفروض:

1-الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب قضايا المرأة على القنوات الإسلامية وترتيب هذه القضايا عند جمهورها في الجزائر.

أ-القضايا الرئيسية:

-نتيجة اختبار الفرض:

ثبت صحة الفرض، وتم التحقق من ذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (48)

يوضح العلاقة بين ترتيب قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية، وبين ترتيبها عند المبحوثات

القضايا الترتيب	اجتماعية	صحية	دينية	جمالية وفنية	اقتصادية	سياسية	تربوية وثقافية	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
ترتيب القنوات	2	4	1	5	6	7	3	0.25	0.00
ترتيب المبحوثات	1	3	2	4	7	6	5		

*ينظر ترتيب القضايا الفرعية: ملحق رقم 4.

تشير النتائج السابقة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب قضايا المرأة العامة في الفضائيات الإسلامية وترتيبها عند المبحوثات في الجزائر عند مستوى دلالة 0.05

وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.25، وقيمة مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من 0.05.

وتفسر الباحثة وجود العلاقة بين ترتيب القنوات الإسلامية لقضايا المرأة وترتيب المبحوثات في الجزائر، إلى الارتباط العاطفي بين جمهور النساء في الجزائر وهذه القنوات على الرغم من عدم اهتمامها الكبير بما إلا أنها تعترف ضمناً بأنها تطرح مواضيع مهمة للمرأة المسلمة عموماً.

أما بالنسبة للقضايا الفرعية فلم تتطابق حل المواضيع مع بعضها البعض وهو ما توافق مع دراسة شكرية كوكز السراج: دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة⁽¹⁾.

2-الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية ومدى الثقة فيها.

-نتيجة اختبار الفرض: ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين درجة الثقة في قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية ومدى متابعتها وتم التحقق منه باستخدام معامل الارتباط بيرسون.

جدول رقم (49)

يوضح العلاقة بين مستوى متابعة المبحوثات لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية وفقا لدرجة الثقة

درجة الثقة في القضايا التي تقدمها البرامج								
المتابعة	أثق كثيرا	النسبة %	أثق قليلا	النسبة %	لا أثق	النسبة %	المجموع	النسبة %
دائما	11	12,79	6	3,37	1	4	18	6,23
أحيانا	75	87,21	172	96,63	24	96	271	93,77
المجموع	86	100	178	100	25	100	289	100
قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.15			دلالة المعنوية 0,01					

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين معدل ثقة المبحوثات في القضايا ومدى متابعتهم لها عند مستوى دلالة 0.05.

وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.15 عند مستوى معنوية 0.01، وهي أقل من 0.05

⁽¹⁾ _مرجع سابق، ص 105. بالنسبة لجدول المواضيع الفرعية وضعتها في الملاحق لأنها جداول طويلة نوعا ما.

مما يدل على وجود علاقة بين درجة ثقة المبحوثات بقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية ومدى متابعتهم لهذه القضايا، بمعنى آخر كلما ارتفع مستوى الثقة ارتفعت درجة المتابعة لدى المبحوثات.

وقد خلصت نتائج العديد من الدراسات السابقة منها دراسة غادة عبد التواب اليماني: دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، (دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا)⁽¹⁾. إلى أن من أهم العوامل المؤثرة في بناء أجندة الجمهور النسائي تمثلت في عمر المبحوثة، والمستوى الاقتصادي والمستوى التعليمي، وكثافة التعرض كعوامل مستقلة، ومنه يمكن تفسير قلة تعرض الجمهور النسائي الجزائري غالبا إلى اختلاف البيئة الاجتماعية والثقافية، وعليه يجب على القنوات الإسلامية إذا ما أرادت بناء أجندة النساء الجزائريات أن تراعي واقعها وأولويات قضاياها.

3-الفرض الثالث: هناك ارتباط ايجابي بين مصداقية (درجة الثقة) القنوات الإسلامية لدى المبحوثات في الجزائر ودرجة الاهتمام بقضايا المرأة التي تعرضها.

اختبار الفرض: ثبت صحة الفرض فيما يخص القضايا الدينية والتربوية، وتم التحقق من ذلك باختبار بيرسون، أما باقي القضايا فلا.

⁽¹⁾-دراسة سابقة، ص 307.

جدول رقم (50)

يوضح العلاقة بين مستوى اهتمام المبحوثات بقضايا المرأة في الفضاءات الإسلامية وفقاً لدرجة الثقة

درجة الثقة		المتغيرات
دلالة المعنوية	قيمة معامل الارتباط بيرسون	
0.16	0.14	الاهتمام بالقضايا الاجتماعية
0.14	0.087	الاهتمام بالقضايا صحية
0.00	0.25	الاهتمام بالقضايا الدينية
0.50	0.11	الاهتمام بالقضايا فنية وجمالية
0.62	0.11	الاهتمام بالقضايا اقتصادية
0.16	0.14	الاهتمام بالقضايا سياسية
0.02	0.18	الاهتمام بالقضايا تربوية

* ينظر الجداول التكرارية: ملحق رقم 3 .

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين معدل ثقة المبحوثات في القضايا الدينية والتربوية التي تعرضها القنوات الإسلامية ومستوى اهتمامهم بها عند مستوى دلالة 0.05.

وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.25 عند مستوى معنوية 0.00، وهي أقل من 0.05 للقضايا الدينية، وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.18 عند مستوى معنوية 0.02، وهي أقل من 0.05، بمعنى آخر كلما ارتفعت درجة الثقة ارتفع مستوى الاهتمام لدى المبحوثات.

أما باقي القضايا الاجتماعية، والصحية والفنية الجمالية والاقتصادية و السياسية، فتدل نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى انتفاء هذه العلاقة وذلك أن مستوى المعنوية لكل من تلك القضايا السابقة جاء أكثر من 0.05، وهي على التوالي: 0.16، 0.14، 0.50، 0.62، 0.16. فالمبحوثات في الجزائر لا تتفق في هذه القضايا التي تعرضها الفضائيات الإسلامية وبالتالي لا تهتم بها كثيرا.

ولعل ذلك يرجع إلى تنوع القنوات الفضائية وتعدد المصادر الإعلامية التي تستقي منها المرأة الجزائرية قضاياها، وهو ما يثبت فرضية أن الجمهور يراها قنوات دينية تربية.

4-الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة المختلفة على

الفضائيات الإسلامية وبين المتغيرات الديموغرافية.

اختبار الفرض: هناك علاقة ارتباطية ضعيفة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية والمتغيرات الديموغرافية، ويمكن عرض النتائج كالاتي:

4-1-الفرضية الفرعية1: توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا ومحل الإقامة.

اختبار الفرض: توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الفنية والجمالية، والقضايا التربوية ومتغير محل الإقامة أما باقي القضايا فلا توجد بينهما علاقة.

جدول رقم (51)

يوضح العلاقة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في القنوات الإسلامية ومحل الإقامة

محل الإقامة		المتغيرات
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	
0.94	-0.04	ترتيب القضايا الاجتماعية
0.243	0.69	ترتيب القضايا الصحية
0.59	-0.031	ترتيب القضايا الدينية
0.05	0.164	ترتيب القضايا الفنية وجمالية
0.59	0.031	ترتيب القضايا اقتصادية
0.093	-0.099	ترتيب القضايا سياسية
0.04	-0.16	ترتيب القضايا التربوية
0,44	0.045	ترتيب القضايا الخلافية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الفنية والجمالية والقضايا التربوية في القنوات الإسلامية ومحل الإقامة عند مستوى دلالة 0.05.

وقد بلغت على التوالي:

القضايا الفنية والجمالية: قيمة معامل الارتباط 0.164 عند مستوى معنوية 0.05، وهي

أقل من 0.05 .

القضايا التربوية: قيمة معامل الارتباط كان عكسي 0.16- عند مستوى معنوية 0.04، وهي أقل من 0.05 .

بمعنى آخر مكان الإقامة أثر على ترتيب المبحوثات لهذه القضايا، أما باقي القضايا الاجتماعية، والصحية والخلافية والاقتصادية والسياسية، فتدل نتائج المعاملات الإحصائية التي رصدتها الباحثة إلى انتفاء العلاقة بينها، وتتساوى بين الريف والمدينة.

وهو ما فسرتة الباحثة كون نساء الريف يولين القضايا التربوية أهمية كبيرة نظرا لبيعتهن المحافظة، ونساء المدينة تختلف لديهن الأولويات فيملن لتزيين البيوت وإعداد الحديد من الأكلات والطبخات، وموديلات الحجاب وغيرها.

4-2- الفرضية الفرعية 2: لا توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا والمستوى التعليمي للمبحوثة.

اختبار الفرض: توجد علاقة إرتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الاقتصادية ومتغير المستوى التعليمي أما باقي القضايا فلا توجد بينهما علاقة.

جدول رقم (52)

يوضح العلاقة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في القنوات الإسلامية والمستوى التعليمي

المستوى التعليمي		المتغيرات
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	
0.75	0.018	ترتيب القضايا الاجتماعية
0.80	0.015	ترتيب القضايا صحية
0.98	0.01	ترتيب القضايا الدينية
0.58	-0.032	ترتيب القضايا فنية وجمالية
0.04	0.16	ترتيب القضايا اقتصادية
0.52	0.037	ترتيب القضايا سياسية
0.58	0.032	ترتيب القضايا تربوية
0.385	-0.051	خلافية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الاقتصادية في البرامج التي تعرضها القنوات الإسلامية والمستوى التعليمي عند مستوى دلالة 0.05.

وقد بلغت: قيمة معامل الارتباط 0.16 عند مستوى معنوية 0.04، وهي أقل من 0.05 .
بمعنى آخر كلما ارتفع مستوى التعليم كلما أصبحت القضايا الاقتصادية قضايا ذات أولوية.

أما باقي الموضوعات الاجتماعية، والصحية والفنية الجمالية والخلافية، والتربوية والسياسية، فتدل نتائج المعاملات الإحصائية التي تم رصدها إلى عدم وجود علاقة بين ترتيبها وبين المستوى التعليمي وتتساوى ذوات المستويات المختلفة في ترتيبها.

4-3- الفرضية الفرعية 3: توجد علاقة ارتباطيه بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وعمر المبحوثة.

اختبار الفرض: لا توجد علاقة ارتباطيه بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وعمر المبحوثة.

جدول رقم (53)

يوضح العلاقة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في القنوات الإسلامية وسن المبحوثة

سن المبحوثة		المتغيرات
مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	
0.68	0.081	ترتيب القضايا الاجتماعية
0.31	0.059	ترتيب القضايا صحية
0.675	-0.25	ترتيب القضايا الدينية
0.29	-0.063	ترتيب القضايا فنية وجمالية
0.65	-0.026	ترتيب القضايا اقتصادية
0.092	0.099	ترتيب القضايا سياسية
0.21	-0.074	ترتيب القضايا تربوية
0.43	0.046	خلافية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة بين ترتيب

المبحوثات للقضايا في البرامج التي تعرضها القنوات الإسلامية والسن عند مستوى دلالة 0.05.

إلا فيما يخص القضايا السياسية فقد دلت على وجود ارتباط ضعيف بمستوى معنوية يقترب

من مستوى الدلالة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.099 عند مستوى معنوية 0.092،

وهي أكثر من 0.05 بقليل.

بمعنى آخر هناك ارتباط ضعيف بين ترتيب المبحوثات للقضايا السياسية وبين السن. وباقي

القضايا.

أما باقي القضايا الاجتماعية، والصحية والفنية الجمالية والاقتصادية والتربوية والخلافية، فتدل

نتائج المعاملات الإحصائية التي رصدتها الباحثة بأنه لا فرق بين مختلف المراحل العمرية في ترتيبها.

وقد أجريت عدة دراسات منها ما أشار إلى الدور الكبير للمتغيرات الديموغرافية في انتقال

الأجندة، ومنها من نفى تأثيرها بشكل مطلق.

فقد كشفت إحدى الدراسات التي بحثت ما إذا "الجماعات" في المجتمع قد تتفق على أهم

المسائل الاجتماعية كنتيجة للتعرض للأخبار الإعلامية، وقد وجد أن هذا ضروري-لكن غير كافي-

كشرط ليعمل النظام الاجتماعي بصفة فعالة، لأن هذا المفتاح للمسائل الاجتماعية لا يعني أن الكل

سيفضل نفس الحل للمسائل⁽¹⁾.

وقد تعود الاختلافات نتيجة اختلاف المجتمعات التي أجريت فيها الدراسات، بالإضافة إلى

تباين القضايا محل الدراسة والخبرة الشخصية للجمهور بهذه القضايا⁽²⁾.

(1) _Donald L. Shaw and Shannon E Martin : the function of media agenda setting, special emphasis: agenda-setting research-20 year birthday,p909.

(2) _عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، ص 339.

الاستنتاجات العامة

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1- نتائج تحليل المضمون كيف قيل؟

كشفت النتائج عما يلي:

- أن القنوات الإسلامية حريصة على إنتاج برامج تخص المرأة وهذا ما توضحه سنوات عرض هذه البرامج حيث تميزت كونها موجودة دائماً على الشبكة البرمجية لهذه القنوات، ويظهر كل رمضان غالباً برنامج أو برنامجين منذ ظهور هذه الأخيرة، ولكن الملاحظ من الجدول أن الغالب على سمات هذه البرامج أن جلها تقريباً ذا طابع اجتماعي وعطي قليلها صحي وترفيهي، وندرة البرامج السياسية والتثقيفية التعليمية الجادة.

- أن جل البرامج المقدمة للمرأة من نوع البرامج الطويلة والتي تستغرق غالباً الساعة، وقد بادرت قناة اقرأ أخيراً باستحداث برامج قصيرة تشبه الومضات التعليمية مثل: برنامج "أنحف وخذ الأجر" والذي لا تتجاوز مدته الخمس دقائق، وهذه نقلة نوعية ترضي الحاجات العصرية .

- أن القضايا التي ظهرت على أجندة القنوات الإسلامية بصفة بارزة هي القضايا الدينية في المرتبة الأولى وتليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية، حيث مثلت نسبة الأولى: 26.95%، والثانية: بنسبة 25.78%، وتليها القضايا التربوية والثقافية بنسبة أقل، وبعدها القضايا الصحية كذلك، فقد جاءت الأولى في المرتبة الثالثة بنسبة: 19.53% وجاءت الثانية في المرتبة الرابعة بنسبة: 17.18%، وهي القضايا التي يركز عليها الخطاب الديني عموماً أما بالنسبة للقضايا الأخرى السياسية والاقتصادية فليس للمرأة فيها نصيب على القنوات الإسلامية حيث جاءت الأولى في المرتبة الخامسة بنسبة: 3.12%، و الثانية في المرتبة السادسة بنسبة 1.17% من نسبة مواضيع القضايا المطروحة.

- أما عن القضايا الفرعية فقد احتلت مواضيع التربية الإيمانية الترتيب الأول بنسبة 66.66%، وفي المرتبة الثانية فقه المرأة بنسبة 33.33%.

وهو ما يدل على انشغال الخطاب الديني عموماً بالبعث والآخرة أكثر من انشغاله بالدنيا، حيث دل التحليل علي أن 66.66% من الموضوعات الدينية تتجه نحو موضوعات تتصل بالآخرة والحساب والثواب والعقاب، أي بموضوعات دينية بحتة لا تتعلق بالحياة.

- أن تناول القنوات الإسلامية للقضايا الدينية الخلافية جاء تناولاً ضعيفاً، حيث إنه من ضمن 74 موضوعاً لم تظهر إلا 7 مواضيع فقط خلافية، وهي على التوالي:

المرتبة الأولى: مسائل الحجاب المختلفة بنسبة قدرت ب 42.85% ، ثم في المرتبة الثانية تعدد الزوجات بنسبة 28.7% ، وفي المرتبة الثالثة خروج المرأة وقضايا التمكين السياسي للمرأة بنسبة 14.28% ، أما موضوعات الاختلاط وغيرها فلم تظهر على أجندة القنوات الإسلامية وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 0%.

والواضح أن هذه المواضيع لم تعد من أولويات القنوات الإسلامية نتيجة التطور في النظرة إلى المرأة، أو أن القنوات الإسلامية تنأ بنفسها عن الخوض في المسائل الخلافية محاولة منها لعب الدور الإعلامي المنوط بها، ألا وهو تعريف المرأة بقضاياها وربطها بواقعها.

- تبين أن موضوع تربية الأبناء جاء على رأس أولويات البرامج الاجتماعية فلقد حضي بالترتيب الأول بنسبة: 39.39%، و في المرتبة الثانية الخلافات الزوجية بنسبة 22.72%، و هو دليل على أن برامج المرأة لا تركز في موضوعاتها الاجتماعية على المرأة ذاتها وإنما عن من تتولى مسؤوليتهم، أو تتشارك معهم في الحياة كالزوج، في حين نجد أن مواضيع مثل: الحقوق الزوجية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 13.63% ، وتأخر سن الزواج وعزوف الكثيرين عنه في المرتبة الرابعة بنسبة 10.6%، والطلاق في المرتبة الخامسة بنسبة 6.06% و في المرتبة السادسة المشاركة في الحياة الزوجية بنسبة 4.54% ، هذا رغم أن علماء الاجتماع والمتخصصون في علم الإحصاء الاجتماعي يتوقعون أن يكون هناك ثبات أو انخفاض نسبي في عدد السكان في السنوات القادمة بسبب العزوف عن الزواج كما أن نسب الطلاق في تزايد مستمر.

- أما عن المواضيع الحساسة والتي كان من المفروض أن تحضى بترتيب أولى وهي قضايا: العنف

ضد المرأة، والتحرش وفغات النساء الفقيرة والمهمشة فلم توليها أجندة القنوات الإسلامية أهمية تذكر، فقد جاءت نسبتها ضئيلة جدا لا تكاد تذكر 1.51% لكل واحد منها، وجاء ترتيبها السابع، بمعدل حلقة واحدة لكل موضوع من ضمن 241 حلقة.

- الأمر نفسه بالنسبة للمرأة الريفية البسيطة التي تشقى من اجل لقمة العيش فلم تحض ولو بموضوع واحد يتناول هذه الفئة حيث جاء ترتيبها الثامن بنسبة 0%.

وهو ما يدل على أن الفئة المستهدفة من قبل القنوات الإسلامية هي نساء الصالونات والمتقفات، حيث غياب حتى الدراما الموجهة لفئة النساء البسيطات، والعاميات، ووجودها نادر ولا يرقى لمستوى الدراما على القنوات العربية.

- أن النماذج النسائية وخصوصا التاريخية منها جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة مرتفعة 72%، يعني تقريبا جل المواضيع الثقافية والتربوية تركزت حول الشخصيات التي تقتدي بها المرأة، بينما جاءت التربية الحديثة للفتاة في المرتبة الثانية بنسبة 22% وهي نسبة ضئيلة بالمقارنة بالأولى.

- تؤيد الباحثة هذه القنوات في ضرورة التركيز على تلك النماذج ولكن ليس على حساب المواضيع الجدية كالتربية الحديثة وتعليم المرأة والذي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 4%.

وكذا الأعمال الثقافية كمشاركة المرأة في الأعمال الأهلية والتطوعية والحملات الثقافية والفكرية فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 2%،

وهو ما يؤكد كذلك كون الخطاب الديني عموما يركز كذلك على المرأة المريية، الأم، الزوجة، يعني الأدوار التقليدية أما فيما يخص ذاتها ككيان والمتمثل في تطوير مهاراتها وكفرد فاعل في المجتمع.

- تبين أن الرعاية الصحية للمرأة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 47.62%، وأمراض تصيب المرأة بنسبة 18.18%، والصحة النفسية في المرتبة الثالثة بنسبة 15.9% وفي المرتبة الرابعة الصحة الإنجابية وصحة الأبناء بنسبة 9.09%، أما ممارسة المرأة للرياضة فجاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 0%.

أما موضوع المرأة و الرياضة فلم يحض بالاهتمام مطلقا من قبل القنوات الإسلامية و يعزى ذلك إلى اللباس الشرعي و كيفية تطبيقه عند ممارسة الرياضة وهو اختلاف كبير بين أصحاب الرؤى الشرعية المختلفة.

— كما تبين أن القضايا الفنية و الجمالية والتي تناولتها برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية حيث احتل موضوع الجمال و الأناقة في المرتبة الأولى بنسبة 87.5% ، وفي المرتبة الثانية الديكور و المنزل بنسبة 12.5%، وهذا دليل على أن الاهتمام بجمال المرأة قد أخذ حيزا معتبرا من القضايا الفنية و الجمالية، وهو ما يدل على الحضور الدائم لمواضيع الأناقة و الرشاقة في المواضيع التي تطرح للمرأة، لأنه لا يمكن إغفال الجانب الأثوثي في المرأة الذي يميل للجمال و يجبده.

- أن عمل المرأة جاء في المرتبة الأولى بنسبة 62.5%، و إدارة المرأة للمشاريع الاقتصادية جاء في المرتبة الثانية بنسبة 37.5 %، حيث أنه من الراجح أن تتناول القنوات الإسلامية عمالة المرأة في برامجها فهو من المواضيع التي فرضت نفسها في واقع الناس الحالي، و تناولها بصفة محتشمة لموضوع إدارة المرأة للمؤسسات يعبر عن التوجهات الفكرية حول المرأة التي يحملها القائم بالاتصال في هذه القنوات، و قد ركزت الباحثة على هذين الموضوعين دون ذكر سواهما من المواضيع الاقتصادية، لأن التحليل المبدئي لبرامج القنوات الإسلامية محل الدراسة دل على قلة تناول المواضيع الاقتصادية للمرأة، و هذا الأمر ليس خاصا بالقنوات الإسلامية فحسب

- أن اعتماد البرامج المقدمة للمرأة على الفضائيات الإسلامية للأسانيد الدينية جاء في الترتيب الأول بنسبة 40.33%، و جاءت في المرتبة الثانية الأسانيد و الحجج الواقعية بنسبة 23.45%، و تليها في المرتبة الثالثة توصيات المؤتمرات بنسبة 23.25%، و قد تراجعت الحجج التاريخية إلى المرتبة الرابعة بنسبة 13.58%، في حين تأخرت الأسانيد و الحجج القانونية إلى المرتبة الخامسة بنسبة 4.93%، و لم يكن لتوجهات المسؤولين أي وجود في الحجج و الأسانيد التي تستند عليها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، حيث ظهرت في المرتبة الأخيرة بنسبة الصفر %.

- على الرغم من تركيز القنوات الإسلامية في برامجها الموجهة للمرأة على مواضيع تاريخية أو

سير ذاتية، أو تربية إيمانية ومواضيع اجتماعية إلا أننا لاحظنا في أسانيد تلك القضايا أنها اعتمدت على الحجج الواقعية بعد الدينية مباشرة، وعليه فإن القنوات الإسلامية تحاول الربط بين المعطيات الدينية والتاريخية والواقع المعاش، وهو مؤشر إيجابي يدل على التطور المستمر لها. أما فيما يخص الحجج القانونية فقد كانت قليلة نوعاً ما وهذا راجع لكون المواضيع المطروحة لم تحتاج إلى الجانب القانوني فقد كان أغلبها مواضيع دينية.

- أن غاية هذه البرامج هو تقديم نصائح وإرشادات دون التوضيح القانوني للقضايا، أو جدية في محاولة المساهمة في إمارة اللثام عن قضايا المرأة الحقيقية.

- بالنسبة لتوجهات المسؤولين فلم تستند له قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية وهو ما يبرهن أن طرح المواضيع والقضايا الخاصة بالمرأة لم تأخذ الجدوية اللازمة لحد الآن، على القنوات الإسلامية كغيرها من القنوات العربية الأخرى.

2- نتائج تحليل فئات الشكل (كيف قيل؟):

أظهرت النتائج أن:

- قالب الحديث المباشر قد طبع البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات الإسلامية بنسبة 36%، وتلاها القالب الحوارى الذى حضى الآخر بنسبة مرتفعة بلغت 28%، ثم المجلة التلفزيونية بنسبة 20%، و ثم الحديث المباشر مع وجود جمهور، 8% والتقارير بنسبة 8%، ولم تحض الندوة بأية تكرار.

- أن أبرز الأشكال الفنية للبرامج الدينية يتمثل في البرامج الحوارية، ويليهما البرامج الفردية، وقد ظهرت أشكال جديدة في العامين الماضيين مثل: المجلة النسائية، و هو دليل على محاولات التطوير التي تبذلها هذه القنوات للرقى ببرامجها.

- أن أسلوب النقاش قد غلب على الأساليب الفنية في عرض القضايا بنسبة 52.17%، ثم أسلوب الومضات التعليمية بنسبة 18.18%، ثم القصة السردية بنسبة 16.99%، ثم أسلوب

التقارير بنسبة 12.64%.

- أن برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية تحاول ملامسة الأسلوب العلمي القائم على النقاش وتبادل وجهات النظر، مع إثبات ذلك بالتقارير الخيرية والنتائج العلمية، وهو عكس ما اهتمتها به بعض الدراسات كونها تفرض آراءها وتوجهاتها الفكرية.

- أن المدة بين 20د30د، وبين 30دو60د أخذت أعلى نسبة حيث قدرت ب28%، لكل واحدة منها، وأن المدة الزمنية أقل من 10د، والمدة الزمنية بين 10دو20د أخذت كل منهما نسبة 20%، أما المدة الزمنية 60د فما فوق فقدرت ب4%.

وهو ما يدل أن برامج المرأة على القنوات الإسلامية تمثل شكلا من أشكال البرامج الطويلة نوعا ما ب نسبة 56%،

- أن طريقة الاستمالات العاطفية قد غلب على طرق التي تم من خلالها عرض القضايا، وذلك بنسبة 52.28%، كما جاء استعمال الاستمالات العقلانية في المرتبة الثانية.

- طبيعة الأسلوب الذي عرضت به القضايا يتسم بالاتزان بنسبة 82.98%، حيث يعتبر عامل الاتزان نزعة فطرية موروثية، تمكن الفرد من إعادة تنظيم وتعديل البنى المعرفية الموجودة لديه، وهو ما يفسر استعانة القنوات الإسلامية بمجموعة من العلماء والمتخصصين للحفاظ على هذا العامل عند طرح قضايا المرأة المختلفة.

- توضح أن أسلوب عرض الجانب المؤيد لوحده جاء على رأس زوايا معالجة القضايا على برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية بنسبة 55.60%، ثم تلاه عرض الجانبين معا بنسبة 44.3%، أما بالنسبة للجانب المعارض فلم تتعرض له برامج المرأة لوحده أبدا بنسبة 0%. وهو أكثر فعالية وأقدر على التعبير لدى الفرد المتعلم، وحين يكون الجمهور متردداً فإن تقديم الجانبين يكون أقوى أثر.

وفي المقابل يكون التركيز على جانب واحد من الموضوع أكثر فعالية على تغيير آراء الأفراد

الأقل تعليماً، أو الأفراد المؤيدين لوجهة النظر المعروضة في الرسالة، حيث يصبح تأثير الرسالة في هذه الحالة تدعيمياً، ولذلك وجدنا أن برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية ذكرت الجانب المؤيد لوحده في المرتبة الأولى ذلك أن غالب جمهور هذه القنوات، يختارها قصداً وهو مقتنع مسبقاً بما تطرحه.

-القنوات الإسلامية تطرح البدائل للقضايا المطروحة دائماً بنسبة: 94.17%، أما عن مخاطبة

الجهات المسؤولة أو دعوة وسائل الإعلام فقد جاءت بنسبة منخفضة جداً 2.91%.

-إن برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية تطرح البدائل ولا تترك الأمر مفتوحاً فلا تبقي

المتلقي في حيرة من أمره، وهذه الأساليب غالباً ما تستعملها وسائل الإعلام لزيادة الإثارة والتشويق، حيث أن غرض القنوات الإسلامية مختلف تماماً عن أغراض القنوات والوسائل الإعلامية المختلفة.

- اللغة الغالبة على برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية هي اللغة العربية البسيطة بنسبة

41.9%، ثم جاءت اللغة الفصحى بنسبة 26.97%، ثم المختلطة بنسبة 22.82%، ثم جاءت

بعدها اللهجات المحلية بنسبة 8.29%.

وهي اللغة الملائمة لطرح القضايا المتعلقة بالمرأة حيث تعتبر اللغة التي تفهمها معظم الفئات

والمستويات، وكافة النساء اللواتي يتكلمن اللغة العربية، أما عن اللهجات المحلية المستعملة فقد

لاحظت الباحثة استعمال المصرية، واللبنانية وحتى الخليجية من المذيعات أو المتخصصين، وهذا لا

يشكل عائقاً في نظر الباحثة حيث انفتح العالم العربي خصوصاً على اللهجات العربية المختلفة وخاصة

في الجزائر، حيث تشهد الدراما العربية إقبالا شديداً من قبل النساء في الجزائر.

- نسبة الذكور كانت أعلى من نسبة الإناث فيما يخص القائم بالاتصال في برامج المرأة عينة

الدراسة على الفضائيات الإسلامية بنسبة 68%، للذكور، 32% للإناث، وأن الإعلاميين قد

تساووا مع علماء الدين في الظهور على برامج المرأة بنسبة 44%، لكل منهما، أما المختصون فقد

شكلوا نسبة قليلة 12%.

-وعن سن القائم بالاتصال في برامج المرأة عينة الدراسة فقد غلبت فئة الكهول ب 56%،

بينما شكلت فئة الشباب 44% من نسبة القائمين بالاتصال، أما فئة الشيوخ فمثلت نسبة 0% .
يعنى لا وجود للشيوخ في البرامج محل الدراسة، وما يعبر عن التوجهات الجديدة للقنوات الإسلامية.
-ولذلك لاحظنا أنه يغلب عليها طابع الاتزان في الطرح، لأن الفئة العمرية المنحصرة بين
45-50 سنة، يترجح أنها في مرحلة النضج.

3- نتائج التحليل الكيفي لبرامج المرأة على الفضائيات الإسلامية:

-تبين إغفال القنوات الإسلامية لقضايا مهمة تطرح نفسها بقوة في الساحة الإعلامية اليوم،
مثل القضايا السياسية: كالمشاركة بالانتخابات والإدلاء بالصوت الانتخابي، وغيرها من مواضيع زنا
المحارم، وختان البنات، والزواج المبكر، ومسائل تحديد جنس المولود، وتبديل الجنس... وغيرها من
المواضيع التي لم تتجرأ القنوات الإسلامية على طرحها، لخصوصية المجتمعات العربية من جهة
وللأجندات التي تتبناها القنوات الإسلامية من جهة ثانية.

- أما من الناحية الشكلية فالبرامج جميعها مسجلة داخل الاستوديو، كما أنها مكررة مرات
عديدة، قد تدوم لعدة سنوات من العرض، حتى أن الباحثة قد استغنت عن فئة توقيت العرض،
وغيرها من الفئات التي لا تتناسب مع برمجة القنوات الإسلامية، وظهور كذلك عادات وأنماط
جديدة للمشاهدة منها: مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب، وخدمات أصبحت تقدمها مواقع
القنوات نفسها، كما أن كثير من البرامج متشابهة، تسرد قصص صحايات أو توعظ الفتيات
والبنات.

-أما أسماء البرامج، فهي توحى بمحتواها محاولة لجذب المشاهدة مثل، منهن تعلمنا، خير نساء
الأرض، أسعد امرأة، جنتي، في بيتنا حب، ويغلب عليها الاستمالة العاطفية.

-وعن الإخراج فشارة البداية والنهاية للبرنامج مؤثرة وتعرض اسم البرنامج مصوراً ويصاحبها
نشيدا جميلاً خاصة بعض البرامج، ثم الديكور المستخدم للبرنامج يعتبر ذا طابع هادئ ويوحى بطبيعة
البرامج وأسلوبها أما الإضاءة والكاميرات وتوزيعها و الانتقال بين اللقطات كان موقفاً.

- من ناحية القائم بالاتصال فتستقطب الفضائيات الإسلامية العديد من العلماء والشيوخ والمتخصصين، وبرامج المرأة من ضمنها، فقد كانت موفقة نوعا ما في الاستعانة بشخصيات مشهورة لطرح أجنداتها عن قضايا المرأة منهم:

- الشيخ عائض القرني، الأستاذ عمرو خالد، خالد المصري، جاسم المطوع، عبلة الكحلأوي، ورفيدة الحبش، لينا الحمصي، الداعية حنان القطان، إيمان رياض.

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية

كشفت النتائج عما يلي:

- أن القنوات التي تتابع المرأة الجزائرية - والمثلة بالمرأة القسنطينية - من خلالها البرامج المخصصة للمرأة جاءت على التوالي حسب المتوسط الحسابي المرجح:

- قنوات MBC بمتوسط حسابي قيمته 1.64.

- القنوات الإسلامية بمتوسط حسابي قيمته 2.01.

- القنوات الجزائرية بمتوسط قيمته 2.07.

- القنوات المخصصة للمرأة بمتوسط حسابي قيمته: 2.74.

- القنوات الإخبارية بمتوسط حسابي قيمته: 3.01.

بينما بينت النتائج أن القنوات الجزائرية جاءت في المرتبة الثالثة، بعدما كانت في المراتب الأخيرة حسب الدراسة آنفة الذكر، ربما يرجع ذلك لظهور قنوات جزائرية جديدة بعد انفتاح الساحة الإعلامية وظهور قنوات متخصصة حتى في المرأة مثل قناة النهار لك، وهذه الأخيرة تعرض برامج تهم المرأة الجزائرية من كل النواحي.

- القنوات الإسلامية التي تفضلها المبحوثات الجزائريات حيث جاءت على الترتيب:

المرتبة الأولى الحمد للقرآن الكريم، بنسبة 80%، وفي المرتبة الثانية قناة اقرأ الفضائية بنسبة 79%، وفي المرتبة الثالثة، قناة الرحمة بنسبة 61%، وفي المرتبة الرابعة جاءت القناة الجزائرية الخامسة للقرآن الكريم بنسبة أقل نوعا ما عن المرتبة الأولى و الثانية ب 54%، ثم قناة مكة في المرتبة الخامسة بنسبة 53%، تليها قناة الحمد للحديث الشريف في المرتبة السادسة بنسبة 49%، وفي المرتبة السابعة قناتي السعودية للقرآن والحديث بنسبة 45%، وبعدها في المرتبة الثامنة قناة الحكمة بنسبة 42%، وتأخرت قناة الرسالة إلى المرتبة التاسعة بنسبة 39%، تليها قناة العفاسي في المرتبة

العاشرة بنسبة 38%، ثم تأتي بقية القنوات الأخرى وقد أظهر خيار أخرى عن قنوات ظهرت مؤخرا كقناة الجميلة مثلا.

- درجة مشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة في القنوات الإسلامية ظهرت بمتوسط حسابي وقدره: 1.94، والتي كشفت عن نسبة كبيرة جدا لخيار أحيانا، تمثلت ب93.8%، وهي تمثل كل العينة تقريبا، بالمقارنة بخيار دائما والذي جاء بنسبة ضئيلة غير معتبرة تمثلت ب6.2%.

- كشفت المعالجات الإحصائية أن متابعة القنوات الإسلامية يخضع للمستوى التعليمي، لمتغير السن المبحوثة.

وهذه النتائج تشير إلى ضرورة توفير خطاب في القنوات الإسلامية يناسب كافة فئات المجتمع، حيث كشفت الدراسة التحليلية أن أغلب البرامج حوارية لا تجذب صاحبات المستويات المتوسطة والتي تعمل القنوات العربية الدرامية أو المختصة في الأفلام لجذبها وعليه تقترح الدراسة إنشاء قنوات إسلامية تعنى بالدراما الهادفة والفيلم المفيد الممتع دون نسي عناصر الجذب الإعلامية المعروفة.

- أكثر برامج المرأة التي شاهدها المبحوثة على القنوات الإسلامية كانت على التوالي:

برنامج خير نساء الأرض بنسبة 40%، ثم برنامج اللجنة في بيوتنا بنسبة 39%، ثم برنامج أسعد امرأة بنسبة 37%، ثم برنامج ليلة في بيت النبي بنسبة 36%، ثم تليها البرامج الأخرى.

حيث اختارت المبحوثات البرامج الشهيرة والتي عرضت على أكثر من قناة كبرنامج اللجنة في بيوتنا، وبمنظرة متفحصة للبرامج التي أخذت أعلى نسب متابعة يتبين الآتي:

- البرامج الثلاث يقدمها دعاة ودكاترة مشهورين ومعروفين على الساحة الإعلامية الدعوية، فمقدم برنامج اللجنة في بيوتنا هو الدكتور عمرو خالد، ومقدم برنامج "أسعد امرأة هو الدكتور عائض القرني. وغيرها.

- البحث عن الفتوى في المسائل الفقهية جاء على رأس الأسباب التي تتابع المبحوثات الجزائريات من خلالها برامج المرأة على القنوات الإسلامية بنسبة 58%، ثم تلاها سبب متابعة

الجديد في طرق التربية والتعليم بالنسبة للفتاة المسلمة 53%، ثم تلاه خيار تعلم طرق جديدة في تربية الأبناء بنسبة 52%، وبعده سبب الموعظة والسير بنسبة 46%، وبعدها التعرف على الجديد في الديكور والأناقة والجمال، بنسبة 47%، ثم وفي نفس المرتبة جاء السبب الثقيف الصحي، والبحث عن حلول للمشكلات الأسرية بنسبة 44%، ثم التعرف على النماذج النسائية المشرفة، ومعرفة حقوق المرأة، ثم البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة، والاطلاع على مسائل التحرش وتغيير الجنس وزنا المحارم، ونلاحظ أن سبب الجرأة في طرح القضايا والتسلية والمتعة لم يأخذ نسبة كبيرة 13% فقط.

-القضايا الاجتماعية تصدرت الترتيب الأول في أجندة الجمهور حول القضايا الرئيسية بمتوسط حسابي مرجح بقيمة: 1.65، ثم تلتها القضايا الدينية في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قيمته: 1.93، ثم تلتها القضايا الصحية في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قيمته 2.99، ثم تلتها القضايا الفنية والجمالية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قيمته: 3.34، ثم القضايا التربوية في المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح قيمته 3.88، ثم القضايا السياسية في المرتبة السادسة بمتوسط مرجح قيمته: 4.40 ثم القضايا الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بمتوسط قيمته 5.32. هو ما أثبتته جل الدراسات السابقة التي تناولت أولويات قضايا المرأة.

- موضوع أساليب تربية الأبناء جاء في الترتيب الأول بنسبة 69.90%، ثم موضوع المشاركة في الحياة الزوجية جاء في المرتبة الثانية بنسبة 65.74%، ثم موضوع الحقوق الزوجية في المرتبة الثالثة بنسبة 61.25%، ثم العلاقات الزوجية في المرتبة الرابعة بنسبة 45.67%، ثم في المرتبة الخامسة موضوع الطلاق بنسبة 36.33%، ثم موضوع العنف ضد المرأة في المرتبة السادسة، بنسبة 34.95%، ثم موضوع تأخر سن الزواج في المرتبة السابعة بنسبة 31.83%، ثم في المرتبة السابعة المواضيع الحديثة مثل تغيير جنس الجنين وزنا المحارم، بنسبة 21.45%، و في المرتبة الأخيرة الفئات الفقيرة والمهمشة من النساء بنسبة 19.03%.

وهو ما يعكس اهتمام أفراد العينة بمواضيع الحياة الزوجية وعلاقتها عن باقي المواضيع الأخرى،

وهو يرجع إلى حرص المرأة الجزائرية على الحفاظ على شريك الحياة والحفاظ على الرابطة الزوجية متناسبة حيث جاءت مواضيع الحياة الزوجية في المرتبة الأولى، وبذلك تتماثل مع غيرها من نساء الوطن العربي.

- أن القضايا الدينية التي حصلت على الأولوية لدى أفراد العينة كانت مواضيع التربية الإيمانية، بنسبة 40.13%، ثم موضوع فتاوى المرأة المسلمة بنسبة 41.87%، ثم مواضيع التراجم والسير في المرتبة الثالثة بنسبة 32.53%.

والملاحظ أن مواضيع التربية الإيمانية والمتمثلة في الوعظ والإرشاد وذكر الموت والبعث، العلاقة الروحانية جاءت في أعلى سلم أولويات المرأة الجزائرية، وعليه فهناك تماثل فيما تقدمه القناة وأولويات جمهورها النسائي في الجزائر، وتأتي بعدها الفتاوى كذلك، وعليه لا بد من مراجعة فتاوى الفضائيات، ومما لاشك فيه أن برامج الإفتاء المباشرة على القنوات الفضائية، قد تحمل الكثير من الإيجابيات إذا أحسن استغلالها، لما توفره من منابر وفرص للعلماء الكبار المتخصصين في العلوم الشرعية، لإبداء آرائهم في جميع القضايا الحساسة التي تهم الأمة الإسلامية وإعطاء الفتوى الشرعية السديدة، ولكن كثرة القنوات الفضائية وإغائها للحدود الجغرافية، أدت إلى جملة من الأخطاء وبعض الانحرافات في برامج الإفتاء المباشرة.

- أن القضايا الدينية الخلافية التي حصلت على الأولوية لدى أفراد العينة كانت قضية خروج المرأة، بنسبة 40%، ثم قضايا الحجاب في المرتبة الثانية بنسبة 35%، ثم قضية تعدد الزوجات في المرتبة الثالثة بنسبة 32.53%، ثم قضية الاختلاط في المرتبة الرابعة بنسبة 21%، ثم قضية المشاركة السياسية للمرأة في المرتبة الأخيرة بنسبة 9%.

والملاحظ أن قضية خروج المرأة مازالت على رأس أولويات القضايا الدينية الخلافية، وكذا مسألة الحجاب، ولعه يرجع إلى تنامي تيار التشدد في الجزائر الذي بات يعيد خطاب عودة المرأة لبيتها، وأنه أولى بها كما وي طرح قضية شكل الحجاب كأهم القضايا المحورية، في حين يغفل مواضيع واقعية مهمة للمرأة المسلمة المعاصرة.

-موضوع الصحة النفسية جاء في المرتبة الأولى من أولويات المرأة الجزائرية في القضايا الصحية بنسبة 34.60%، ثم في المرتبة الثانية الأمراض التي تعاني منها المرأة بنسبة 31.83%، ثم موضوع نمو وصحة الأبناء في المرتبة الثالثة بنسبة 31.14%، ثم الرعاية الصحية في المرتبة الرابعة بنسبة 26,64%، ثم موضوع المرأة وممارسة الرياضة في المرتبة الخامسة بنسبة 22.49%، و في المرتبة الأخيرة جاء موضوع الصحة الإنجابية للمرأة 18.34%.

يتضح أن اهتمام المرأة الجزائرية بالقضايا التي تهم صحتها توزعت بنسب متقاربة حول الموضوعات المختلفة.

-أن موضوع عمالة المرأة جاء في المرتبة الأولى من أولويات قضايا المرأة الجزائرية الاقتصادية بنسبة 40.48%، ثم في المرتبة الثانية موضوع إدارة المرأة للمشاريع الاقتصادية بنسبة 21.45%. ظهور عمالة المرأة على سلم أولويات المرأة الجزائرية، نوعيته، طبيعته مجالاته، ثم مسألة إدارة المرأة للمشاريع الاقتصادية في المرتبة ، وهو مؤشر على أن المرأة الجزائرية لم تضبط بعد مسألة عمالتها نظرا للخطاب الديني السائد كما وضحت سابقا.

-من أولويات قضايا المرأة الجزائرية الفنية والجمالية جاء في المرتبة الأولى مواضيع الجمال والأناقة: و التي اختصرتها في الأزياء والإكسسوارات والشعر، وآخر صيحات الموضة، وطريقة وضع شال الحجاب وموديلات الحجاب الجديدة بنسبة 33.91%، ثم في المرتبة الثانية يأتي الاهتمام بالبيت والمزمل، تنسيقه ديكوره جماله بنسبة 24.22% .

-اتضح أن التغيرات الاجتماعية التي تعيشها المرأة الجزائرية والمرأة العربية بوجه خاص، أثرت على ترتيب أولوياتها، حيث لم يعد البيت أولى من أولوياتها، وإنما اهتمامها بنفسها جاء أولا.

- أن موضوع طرق التربية الحديثة جاء في المرتبة الأولى من أولويات المرأة الجزائرية في القضايا التربوية بنسبة 34%، ثم في المرتبة الثانية تعليم المرأة بنسبة 30% ، ثم موضوع عمل المرأة التطوعي في المرتبة الثالثة بنسبة 24%، ثم النماذج النسائية المشرفة في المرتبة الرابعة بنسبة 21%.

واهتمام المبحوثات بالتربية الحديثة وأسسها، يرجع إلى التطور الهائل في هذا المجال والحاجة الماسة إليه في هذا العصر، وهو ما يعكس اختلاف بين أولويات المبحوثات في الجزائر بالنسبة للقضايا التربوية وبين أولويات القنوات الفضائية الإسلامية، والتي جاء موضوع "النماذج النسائية المشرفة بنسبة 72%" على رأس القضايا التربوية.

- أن الشخصيات الدينية صنفت في الترتيب الأول في أجندة الجمهور حول الشخصيات الأكثر ظهورا في برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية، بمتوسط حسابي مرجح بقيمة: 1.31، ثم تلتها الشخصيات الإعلامية في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قيمته: 1.10، ثم تلتها الشخصيات الطبية في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قيمته 2.27، ثم تلتها الشخصيات التاريخية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قيمته: 3.10، ثم الشخصيات السياسية في المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح قيمته 3.57.

- أن القضايا الدينية تصدرت قائمة اهتمامات أفراد العينة بمتوسط حسابي مرجح بقيمة: 1.10، يؤكد خيار أهتم كثيرا، ثم تلتها القضايا الصحية في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قيمته: 1.16، ثم تلتها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قيمته 1.27، ثم تلتها السياسية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قيمته: 1.34، ثم القضايا التربوية والثقافية في المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح قيمته: 1.76، ثم القضايا الفنية والجمالية في المرتبة السادسة بمتوسط مرجح قيمته: 1.82، ثم القضايا الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بمتوسط قيمته 2.30، وهو ما يؤكد النتائج السالفة الذكر.

- عن درجة الثقة في القضايا التي تطرحها برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية جاء خيار أثق قليلا بنسبة عالية قدرت ب 61,6%، ثم في المرتبة الثانية خيار أثق كثيرا بنسبة 29.8%، ثم في المرتبة الثالثة لا أثق أبدا بنسبة 8.7%.

حيث أكد 178 من أفراد العينة وهي نسبة تمثل أكثر من النصف عن ثقتها القليلة فيما تقدمه الفضائيات الإسلامية، كما أن عددا غير يسير 25 مبحوثة عبرت بصراحة كونها لا تثق أبدا فيما

يقدم في الفضائيات الإسلامية وهذا ينفي الدراسات التي اعتبرت جمهور القنوات الإسلامية معجب وليس ناقد مثل دراسة الغيلاني.

-عبر جل أفراد العينة بنسبة 64% أنها تناقش مع الآخرين حول ما تبثه القناة، والبقية عبرت عن عدم مناقشتها بنسبة 36%.

وهو ما يدل على تفاعل المبحوثات مع برامج القناة، كمؤشر ايجابي من جهة وي طرح كذلك مؤشر عدم الثقة (المصدقية) فيما تقدمه القنوات الإسلامية من جهة ثانية، وقد أثبت العديد من الدراسات أن لعامل الاتصال الشخصي تأثير على بناء أجندة الجمهور، خاصة مع اختلاف الفتاوى وظهور الاختلافات بين المذاهب على ساحة النقاش على هذه القنوات و بروز خطاب جزائري واعي يدعو لتمحيص ما يتلقاه الجمهور من وسائل الإعلام عموما ومن الفضائيات الإسلامية خصوصا فيما يتعلق بأمور الدين.

- وعليه فإن طلب المساعدة لتوضيح لیسها، والتأكد من صحتها وصل عدد تكراراته إلى 414 . وهي نسبة معتبرة، كما تؤكد النتيجة السابقة أيضا كون المناقشة مع المختصين في القضايا المطروحة جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرجح قيمته، 0.15، ثم في المرتبة الثانية الزملاء في العمل أو الدراسة بمتوسط قيمته 0.27 ، ثم مع الزوج في المرتبة الثالثة بمتوسط قيمته: 0.25، ثم مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره 0.44.

وهي الفرضية الجديدة في دراسات الأجندة، والتي دلت أن الجمهور أصبحت لديه أجنداته التي يعبر عنها ويتبناها بل وي طرحها على منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يفرض اتجاهها جديدا لبحوث وضع الأجندة وتطبيق ذلك على قضايا المرأة.

ثالثا: نتيجة اختبار الفروض:

- ثبت صحة الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب قضايا المرأة على القنوات الإسلامية وترتيب هذه القضايا عند جمهورها في الجزائر، وتم التحقق من ذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون، والذي قدر بـ 0.25، بمستوى دلالة قدر بـ 0.00.

هذا فيما يخص القضايا الرئيسة أما القضايا الفرعية فوجدت فروق ذات دلالة إحصائية بينها في ترتيب القضايا التربوية فقط.

- ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة بين درجة الثقة في قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية ومدى متابعتها وتم التحقق منه باستخدام معامل الارتباط بيرسون، والذي قدر بـ 0.15، ودلالة معنوية 0.01.

- ثبت صحة الفرض الثالث: هناك ارتباط إيجابي بين مصداقية (درجة الثقة) القنوات الإسلامية لدى المبحوثات في الجزائر ودرجة الاهتمام بقضايا المرأة التي تعرضها. فيما يخص القضايا الدينية والتربوية فقط، وتم التحقق من ذلك باختبار بيرسون، أما باقي القضايا فلا.

- والذي قدر للقضايا الدينية ب: والذي قدر بـ 0.25، ودلالة معنوية 0.00.

- للقضايا التربوية ب: والذي قدر بـ 0.18، ودلالة معنوية 0.02.

- ثبت نفي الفرض الرابع: هناك علاقة إرتباطية ضعيفة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية والمتغيرات الديموغرافية بالتفصيل الآتي:

- اختبار الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة إرتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا الفنية والجمالية، والقضايا التربوية ومتغير محل الإقامة وتم التحقق منه باستخدام معامل الارتباط سبيرمان، والذي قدر بـ 0.164، ودلالة معنوية 0.05، للقضايا الفنية والجمالية، -0.16 عند مستوى معنوية 0.04 التربوية، أما باقي القضايا فلا توجد بينهما علاقة.

- اختبار الفرض الفرعي الثاني: توجد علاقة إرتباطية بين ترتيب المبحوثات للقضايا

الاقتصادية ومتغير المستوى التعليمي وتم التحقق منه باستخدام معامل الارتباط سبيرمان، والذي قدر بـ 0.16 عند مستوى معنوي 0.04 ، أما باقي القضايا فلا توجد بينهما علاقة.

-اختبار الفرض الفرعي الثالث: لا توجد علاقة ارتباطيه بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وعمر المبحوثة وتم التحقق منه باستخدام معامل الارتباط سبيرمان، والذي لم يكن له أية دلالة إحصائية، أي أن عمر المبحوثة لا يؤثر في ترتيبها للقضايا المختلفة.

الخاتمة

جامعة الأمير

عبد القادر للعطوم الإسلامية

مع تبدل الأدوار في الأسرة العربية المسلمة، وتولي المرأة في كثير من الأحيان زمام القيادة فيها وخروج الكثير من النساء لعالم الشغل وتسيير العديد من النساء للمؤسسات الاقتصادية والتجارية، وتولي المرأة العربية للعديد من المناصب السياسية: النيابية والوزارية، وتميز الكثيرات منهن في مجالات طبية وثقافية، ورياضية، وابداعية، لي طرح على عاتق القنوات الإسلامية مهمة التوازن في الطرح، كونها تمثل الإعلام البديل، ولا تنساق مع دعوات مقاطعة مواضيع بعينها تعنى بالمرأة كون مكانها البيت، كما لا تضخم مواضيع بعيدة كل البعد عن ثقافتنا العربية الإسلامية وتجعلها أولى أولوياتها.

فقد وقع الكثير ممن كتب عن قضايا المرأة في فخ التبعية لأجندة اهتمامات غربية تعنى المرأة الغربية في الأساس مما ساعد على إغفال خصوصية المرأة العربية والمسلمة في ضوء الأوضاع الفكرية والسياسية والاقتصادية السائدة في المجتمعات العربية والإسلامية.

فموضوع المشاركة السياسية ونفاذ المرأة إلى مراكز صنع القرار أمر هام ولكنه لا يساوي في أهميته بالتأكيد الدعوة إلى محو أمية النساء، أو إنفاذ النساء في الريف والمناطق الفقيرة في المدن، مما يعانين من فقر ومرض، فضلا عن العنف الممارس ضدها، كما لا يوازي مسائل مهمة أخرى تعنى بتعريف المرأة بدينها وغايتها من الوجود.

ومن المبشر أن النتائج كشفت أن الاتجاه المنتهج في السابق للأسلوب القصصي والذي غلب على البرامج الدينية عموما ردحا من الزمن، قد بدأ ينحسر وذلك باعتماد الخطاب الديني على مناهج جديدة تحاول ربط الماضي بالحاضر والغيبى بالواقعي من خلال الأسلوب العلمي والنقاش الجاد.

إن تجربة القنوات الإسلامية تجربة تحتاج الثمين والوقوف الدائم معها تحليلا ودراسة وتقييما لأن الإسلام لم يفرض علينا طرق ووسائل محددة لا يمكن تجاوزها، للتعريف بديننا والدعوة إليه، أو الترفيه عن أنفسنا بأي شكل من أشكال الممارسات الإعلامية أو الاتصالية حيث ترك لنا الحرية في الاختيار والابتكار.

وعليه تطرح الدراسة مجموعة من التوصيات:

- تفعيل دور القنوات الإسلامية الهادفة والجادة والتي تساهم في تعريف المسلمين بدينهم وتوعيتهم

بمخاضهم من خلال إجراء البحوث العلمية الجادة والتي تعتمد على مشاركة الجمهور والبحث في متطلباته واحتياجاته.

-على القائمين على الإعلام في الجزائر الاهتمام بالمرأة الجزائرية عموما وتخصيص مضامين تعنيها بالدرجة الأولى، وبالمرأة ذات الميول الدينية، وخاصة القنوات الدينية منها، حتى لا تضطر إلى الحصول على المعلومة من قنوات ذات توجهات فكرية ومذهبية بعيدة عن توجهاتنا في المغرب العربي.

-دعوة الجهات المختصة للاهتمام بإعلام المرأة من خلال إنشاء مراكز تهم قضاياها وتعنى بشؤونها، وتعزيز الدراسات في هذا الجانب، واستحداث تخصصات تعنى بدراسات المرأة، لأن الباحثة وجدت صعوبة فيما تعلق بالبحث عن المرأة الجزائرية، قضاياها، إعلامها...

-الالتفات إلى دراسات الأجندة لما لها من فائدة :

فهي من ناحية أولى تعد نظرية خصبة ومثمرة، ومن ناحية ثانية أفرزت توجهات بحثية جديدة، كما تعد نظرية وضع الأجندة من النظريات المرنة والمتطورة وتبين فائدتها العلمية كإطار نظري يبني في مجالي الإعلام والسياسة، وتسمح هذه النظرية بإمكانية تصميم وتنفيذ تطبيقات بحثية وفق مناهج وأساليب علمية مختلفة، فمثلا: تسمح بإجراء دراسات علمية تحليلية/ميدانية أو تحليلية/تجريبية، وقد ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

-تزويد الباحثين بالأدوات التقنية لإجراء البحوث الميدانية، وتكثيف الجهود لتعزيز الدراسات ذات التوجهات الميدانية لما لها من فاعلية في فهم كثير من القضايا.

-التركيز على قضية واحدة في دراسات الأجندة يكون أقدر على كشف العلاقات المراد الوصول إليها، ولا يشتت الباحث ويهدر إمكاناته وجهوده، ويكون البحث أكثر ثراء ودقة.

ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

-بحوث عن علاقة المرأة الجزائرية بالإعلام:

من حيث اتجاهاتها نحو المضامين المقدمة لها.

- استخداماتها للوسائل المختلفة والحديثة منها: والتي تتمثل في منصات التواصل الاجتماعي والمواقع النسائية، الدينية على وجه الخصوص وما تطرحه من اختلافات وتوجهات مذهبية مختلفة.
- من حيث دراسة المضامين الموجهة إليها وتحليل الخطاب الديني الإعلامي فيها.
- من حيث دراسة القائم بالاتصال.
- بحوث عن الأجندة تراعي:
- الخصوصية الثقافية والفكرية لمجتمعنا الإسلامية، وتساهم في زيادة الوعي وانفتاح وسائل الإعلام.

الملاحق

جامعة الأمير

مركز الدراسات
الاسلامية

ملحق رقم 1: خاص بتوزيع أفراد العينة حسب أسباب المتابعة و المتغيرات الديموغرافية

أ- يبين توزيع عينة الدراسة حسب أسباب متابعتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية وفق متغير مستوى التعليمي

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى التعليمي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الأسباب
44	128	44	101	42	18	53	9	0	0	البحث عن حلول للمشكلات الأسرية
52	150	51	117	53	23	53	9	100	1	تعلم طرق وأساليب جديدة في تربية الأبناء
40	116	39	88	42	18	59	10	0	0	التعرف على حقوقى كامرأة
20	58	19	44	23	10	24	4	0	0	التعرف على الفئات الفقيرة و المهمشة من النساء.
23	67	24	54	23	10	18	3	0	0	البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة.
22	65	22	50	28	12	18	3	0	0	الاطلاع أكثر على مسائل مثل: التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم
58	169	60	137	51	22	59	10	0	0	البحث عن الفتوى في مسائل المرأة الفقهية: مثل الحيض، النفاس، العدة، الحجاب الشرعي
46	134	48	110	44	19	29	5	0	0	للموعظة: خلال قصص البعث، الموت، السير و التراجع..
39	113	43	97	26	11	29	5	0	0	التعرف على النماذج النسائية المشرفة، قديما و حديثا
34	97	33	75	35	15	41	7	0	0	التثقيف في مجال العمل الأهلي و التطوعي ودور المرأة فيه.

13	39	13	30	16	7	12	2	0	0	البحث عن التسلية والمتعة
53	152	54	122	47	20	59	10	0	0	متابعة الجديد في طرق التربية والتعليم الحديثة للفتاة المسلمة.
47	137	48	110	51	22	29	5	0	0	متابعة الجديد فيما يخص ديكور المنزل، جمال المرأة وأناقتهما، الطبخ
18	51	18	42	14	6	18	3	0%	0	الجرأة في تناول قضايا المرأة
44	128	48	109	35	15	24	4	0%	0	التثقيف الصحي: للمحافظة على صحي وأناقتي
7	19	7	16	5	2	6	1	0%	0	الاعتماد على مقدمي برامج متميزين
1	3	1	3	0	0	0	0	0%	0	أسباب أخرى تذكر
100	289	100	228	100	43	100	17	100%	1	المجموع

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية إلا فيما يخص التثقيف الصحي فقد قاربت الدلالة بقليل كما $\chi^2 = 6.449$ درجة الحرية 3 ، معنوية = 0.092

ب- يبين توزيع عينة الدراسة حسب أسباب متابعتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية حسب متغير السن

المجموع		46 فما فوق		من 35 إلى 45		من 26 إلى 35		من 18 إلى 25		السن
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أسباب المتابعة
44	128	44	16	42	32	40	25	48	55	البحث عن حلول للمشكلات الأسرية
52	150	61	22	59	45	49	31	46	52	تعلم طرق وأساليب جديدة في تربية الأبناء
40	116	56	20	33	25	40	25	40	46	التعرف على حقوقي كامرأة
20	58	22	8	13	10	21	13	24	27	التعرف على الفئات الفقيرة والمهمشة من النساء.
23	67	28	10	18	14	25	16	24	27	البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة.
22	65	25	9	20	15	16	10	27	31	الاطلاع أكثر على مسائل مثل: التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم
58	169	53	19	51	39	63	40	62	71	البحث عن الفتوى في مسائل المرأة الفقهية: مثل الحيض، النفاس، العدة، الحجاب الشرعي
46	134	39	14	54	41	41	26	46	53	للموعظة: خلال قصص البعث، الموت، السير و التراجم..
39	113	42	15	38	29	32	20	43	49	التعرف على النماذج النسائية المشرفة، قديما وحديثا
34	97	39	14	20	15	33	21	41	47	التثقيف في مجال العمل الأهلي و التطوعي ودور المرأة فيه.
13	39	17	6	16	12	6	4	15	17	البحث عن التسلية والمتعة
53	152	47	17	51	39	52	33	55	63	متابعة الجديد في طرق التربية والتعليم الحديثة للفتاة المسلمة.
47	137	53	19	50	38	51	32	42	48	متابعة الجديد فيما يخص ديكور المنزل، جمال المرأة وأناقته، الطبخ

18	51	8	3	24	18	16	10	18	20	الجرأة في تناول قضايا المرأة
44	128	42	15	43	33	56	35	39	45	التكيف الصحي: للمحافظة على صحي وأناقتي
7	19	3	1	4	3	10	6	8	9	الاعتماد على مقدمي برامج متميزين
1	3	0	0	0	0	2	1	2	2	أسباب أخرى تذكر
100	289	100	36	100	76	100	63	100	114	المجموع
توجد دلالة إحصائية فيما يخص العمل التطوعي للمرأة كما ² = 9.979 درجة الحرية 3 ، معنوية = 0.019										

ج- يبين توزيع عينة الدراسة حسب أسباب متابعتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية وفق متغير محل الإقامة

المجموع		الريف		الحضر		محل الإقامة	الأسباب
%	ك	%	ك	%	ك		
44	128	45	43	44	85		البحث عن حلول للمشكلات الأسرية
52	150	54	52	51	98		تعلم طرق وأساليب جديدة في تربية الأبناء
40	116	48	46	36	70		التعرف على حقوقي كامرأة
20	58	24	23	18	35		التعرف على الفئات الفقيرة والمهمشة من النساء.
23	67	23	22	23	45		البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة.
22	65	27	26	20	39		الاطلاع أكثر على مسائل مثل: التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم
58	169	60	58	58	111		البحث عن الفتوى في مسائل المرأة الفقهية: مثل الحيض، النفاس، العدة، الحجاب الشرعي
46	134	57	55	41	79		للموعظة: خلال قصص البعث، الموت، السير و التراجم..
39	113	36	35	40	78		التعرف على النماذج النسائية المشرفة، قديما وحديثا
34	97	38	36	32	61		التثقيف في مجال العمل الأهلي و التطوعي ودور المرأة فيه.
13	39	13	12	14	27		البحث عن التسلية والمتعة
53	152	53	51	52	101		متابعة الجديد في طرق التربية والتعليم الحديثة للفتاة المسلمة.
47	137	53	51	45	86		متابعة الجديد فيما يخص ديكور المنزل، جمال المرأة وأناقته، الطبخ

18	51	15	14	19	37	الجرأة في تناول قضايا المرأة
44	128	50	48	41	80	التكيف الصحي: للمحافظة على صحي وأناقتي
7	19	4	4	8	15	الاعتماد على مقدمي برامج متميزين
1	3	2	2	1	1	أسباب أخرى تذكر
100	289	100	96	100	193	المجموع
<p>توجد دلالة إحصائية فيما يخص سبب التعرف على حقوق المرأة $\chi^2 = 3.62$ ، درجة الحرية 1 ، معنوية = 0.057</p> <p>توجد دلالة إحصائية فيما يخص سبب الموعدة والقصص $\chi^2 = 6.899$ ، درجة الحرية 1 ، معنوية = 0.009</p>						

الملحق رقم 2: يوضح العلاقة بين درجة اهتمام الباحثين بالقضايا المختلفة والمتغيرات

الديمقراطية

أوضح تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في اهتمام الباحثين بقضايا المرأة

على الفضائيات الإسلامية يعزى إلى المستوى التعليمي

القيمة المعنوية	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	التباين
0,028	3,078	1,193	3	3,580	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الاجتماعية
		0,388	285	110,476	بين المجموعات	
			288	114,055	المجموع	
0,664	,527	0,186	3	0,558	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا صحية
		0,353	285	100,515	بين المجموعات	
			288	101,073	المجموع	
0,232	1,437	0,424	3	1,271	داخل المجموعات	معدا الاهتمام بالقضايا دينية
		0,295	285	83,996	بين المجموعات	
			288	85,266	المجموع	
0,000	6,622	3,272	3	9,817	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا فنية وجمالية
		0,494	285	140,827	بين المجموعات	
			288	150,644	المجموع	
,232	1,438	0,528	3	1,584	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية
		0,367	285	104,624	بين المجموعات	
			288	106,208	المجموع	
,000	7,253	3,228	3	9,684	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية
		0,445	285	126,842	بين المجموعات	
			288	136,526	المجموع	

0,065	2,440	0,908	3	2,724	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا السياسية
		0,372	285	106,044	بين المجموعات	
			288	108,768	المجموع	

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بمستوى دلالة 0.000 فيما يخص معدل الاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية والفنية والجمالية، بمستوى دلالة 0.028 بالنسبة للقضايا الاجتماعية، و دلالة بسيطة تقدر ب 0,065 فيما يخص القضايا السياسية يعزى إلى للمستوى التعليمي.

ب- يوضح تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في اهتمام الباحثات بقضايا المرأة على الفصائيات الإسلامية يعزى إلى العمر

القيمة المعنوية	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	التباين
0,142	1,828	0,718	3	2,153	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الاجتماعية
		0,393	285	111,902	بين المجموعات	
			288	114,055	المجموع	
0,139	1,847	0,642	3	1,927	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا صحية
		0,348	285	99,146	بين المجموعات	
			288	101,073	المجموع	
0,921	0,163	0,049	3	0,146	داخل المجموعات	معدا الاهتمام بالقضايا دينية
		,299	285	85,121	بين المجموعات	
			288	85,266	المجموع	
0,094	2,152	1,112	3	3,336	داخل	معدل الاهتمام

					المجموعات	بالقضايا فنية
		0,517	285	147,307	بين المجموعات	وجمالية
			288	150,644	المجموع	
0,267	1,324	0,487	3	1,460	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية
		0,368	285	104,748	بين المجموعات	
			288	106,208	المجموع	
0,000	6,739	3,014	3	9,043	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية
		0,447	285	127,483	بين المجموعات	
			288	136,526	المجموع	
0,044	2,731	1,013	3	3,040	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا السياسية
		0,371	285	105,728	بين المجموعات	
			288	108,768	المجموع	

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بمستوى دلالة 0.000 فيما يخص معدل الاهتمام بالقضايا الثقافية والتربوية يعزى إلى العمر

ج- يوضح تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في اهتمام المبحوثات بقضايا المرأة على الفضايات الإسلامية يعزى إلى عمل المبحوثة

القيمة المعنوية	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	التباين
0,364	1,066	0,422	3	1,265	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الاجتماعية
		0,396	285	112,790	بين المجموعات	
			288	114,055	المجموع	
0,555	0,697	0,245	3	0,736	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا صحية
		0,352	285	100,337	بين المجموعات	
			288	101,073	المجموع	
,686	,495	0,147	3	0,442	داخل المجموعات	معدا الاهتمام بالقضايا دينية
		0,298	285	84,824	بين المجموعات	
			288	85,266	المجموع	
0,029	3,039	1,557	3	4,670	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا فنية وجمالية
		0,512	285	145,973	بين المجموعات	
			288	150,644	المجموع	
0,089	2,196	0,800	3	2,400	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا الاقتصادية
		0,364	285	103,808	بين المجموعات	
			288	106,208	المجموع	
0,000	8,558	3,761	3	11,283	داخل	معدل الاهتمام

					المجموعات	بالقضايا الثقافية
		0,439	285	125,243	بين المجموعات	والتربوية
			288	136,526	المجموع	
		0,292	3	0,876	داخل المجموعات	معدل الاهتمام بالقضايا
0,511	0,772	0,379	285	107,892	بين المجموعات	السياسية
			288	108,768	المجموع	

توجد فروق ذات دلالة إحصائية: بمستوى دلالة 0.029 فيما يخص معدل الاهتمام بالقضايا الفنية والجمالية ، وبمستوى دلالة 0.000 ي فيما يخص القضايا الثقافية و التربوية يعزى إلى عمل المبحوثة

ملحق رقم 3: بين توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب قضايا المرأة في القنوات الإسلامية وفق المتغيرات الديموغرافية

أ- مستوى التعليمي

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي			
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
40%	115	39%	88	44%	19	47%	8	0%	0	الأولى	
25%	71	25%	58	23%	10	18%	3	0%	0	الثانية	
12%	35	11%	25	21%	9	6%	1	0%	0	الثالثة	
8%	23	10%	23	0%	0	0%	0	0%	0	الرابعة	قضايا اجتماعية
6%	16	7%	15	0%	0	6%	1	0%	0	الخامسة	
4%	12	5%	11	2%	1	0%	0	0%	0	السادسة	
6%	17	4%	8	9%	4	24%	4	100%	1	السابعة	
6%	16	6%	13	2%	1	12%	2	0%	0	الأولى	
19%	54	18%	41	21%	9	24%	4	0%	0	الثانية	
29%	84	29%	67	26%	11	35%	6	0%	0	الثالثة	
12%	36	12%	27	19%	8	6%	1	0%	0	الرابعة	قضايا صحية
11%	32	12%	28	9%	4	0%	0	0%	0	الخامسة	
9%	25	9%	20	9%	4	6%	1	0%	0	السادسة	
15%	42	14%	32	14%	6	18%	3	100%	1	السابعة	
30%	88	31%	71	28%	12	29%	5	0%	0	الأولى	
20%	58	19%	43	28%	12	18%	3	0%	0	الثانية	
12%	34	11%	25	14%	6	18%	3	0%	0	الثالثة	

13%	39	15%	34	9%	4	6%	1	0%	0	الرابعة	قضايا دينية
8%	22	7%	17	9%	4	6%	1	0%	0	الخامسة	
6%	18	6%	14	0%	0	18%	3	100%	1	السادسة	
10%	30	11%	24	12%	5	6%	1	0%	0	السابعة	
9%	26	10%	23	5%	2	6%	1	0%	0	الأولى	
9%	26	10%	23	7%	3	0%	0	0%	0	الثانية	
9%	27	9%	20	9%	4	18%	3	0%	0	الثالثة	
19%	54	17%	38	16%	7	47%	8	100%	1	الرابعة	قضايا جمالية
11%	32	11%	26	9%	4	12%	2	0%	0	الخامسة	
12%	35	13%	30	9%	4	6%	1	0%	0	السادسة	
31%	89	30%	68	44%	19	12%	2	0%	0	السابعة	
1%	2	1%	2	0%	0	0%	0	0%	0	الأولى	
2%	5	2%	4	2%	1	0%	0	0%	0	الثانية	
4%	13	4%	10	7%	3	0%	0	0%	0	الثالثة	
8%	24	7%	17	12%	5	12%	2	0%	0	الرابعة	قضايا اقتصادية
19%	54	16%	37	23%	10	35%	6	100%	1	الخامسة	
20%	59	21%	47	26%	11	6%	1	0%	0	السادسة	
46%	132	49%	111	30%	13	47%	8	0%	0	السابعة	
2%	7	2%	5	2%	1	6%	1	0%	0	الأولى	
6%	16	5%	12	7%	3	6%	1	0%	0	الثانية	
7%	19	7%	16	2%	1	6%	1	100%	1	الثالثة	
15%	42	15%	35	9%	4	18%	3	0%	0	الرابعة	قضايا ثقافية

17%	50	16%	37	26%	11	12%	2	0%	0	الخامسة	
25%	71	23%	53	26%	11	41%	7	0%	0	السادسة	
29%	84	31%	70	28%	12	12%	2	0%	0	السابعة	
4%	12	4%	8	7%	3	0%	0	100%	1	الأولى	
8%	22	7%	17	7%	3	12%	2	0%	0	الثانية	
14%	41	14%	32	19%	8	6%	1	0%	0	الثالثة	
9%	26	9%	20	9%	4	12%	2	0%	0	الرابعة	قضايا تربوية
21%	60	21%	49	21%	9	12%	2	0%	0	الخامسة	
15%	42	14%	33	19%	8	6%	1	0%	0	السادسة	
30%	86	30%	69	19%	8	53%	9	0%	0	السابعة	
8%	23	8%	18	12%	5	0%	0	0%	0	الأولى	
12%	35	12%	28	5%	2	24%	4	100%	1	الثانية	
13%	39	16%	36	2%	1	12%	2	0%	0	الثالثة	
17%	48	16%	36	26%	11	6%	1	0%	0	الرابعة	قضايا خلافية
9%	26	9%	20	7%	3	18%	3	0%	0	الخامسة	
11%	31	10%	23	12%	5	18%	3	0%	0	السادسة	
30%	87	29%	67	37%	16	24%	4	0%	0	السابعة	
100%	289	100%	228	100%	43	100%	17	100%	1	المجموع	

ب- متغير السن

المجموع		46 فما فوق		من 35 إلى 45		من 26 إلى 35		من 18 إلى 25		
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
40%	115	39%	14	39%	30	35%	22	43%	49	الأولى
25%	71	22%	8	18%	14	29%	18	27%	31	الثانية
12%	35	17%	6	16%	12	8%	5	11%	12	الثالثة
8%	23	6%	2	8%	6	6%	4	10%	11	الرابعة قضايا اجتماعية
6%	16	3%	1	7%	5	5%	3	6%	7	الخامسة
4%	12	3%	1	4%	3	6%	4	4%	4	السادسة
6%	17	11%	4	8%	6	11%	7	0%	0	السابعة
6%	16	6%	2	8%	6	5%	3	4%	5	الأولى
19%	54	14%	5	22%	17	21%	13	17%	19	الثانية
29%	84	22%	8	26%	20	21%	13	38%	43	الثالثة
12%	36	14%	5	14%	11	14%	9	10%	11	الرابعة قضايا صحية
11%	32	6%	2	3%	2	21%	13	13%	15	الخامسة
9%	25	11%	4	9%	7	6%	4	9%	10	السادسة
15%	42	28%	10	17%	13	13%	8	10%	11	السابعة
30%	88	22%	8	37%	28	30%	19	29%	33	الأولى
20%	58	33%	12	20%	15	13%	8	20%	23	الثانية
12%	34	11%	4	13%	10	16%	10	9%	10	الثالثة
13%	39	8%	3	5%	4	14%	9	20%	23	الرابعة قضايا دينية
8%	22	6%	2	5%	4	10%	6	9%	10	الخامسة

6%	18	14%	5	3%	2	8%	5	5%	6	السادسة	
10%	30	6%	2	17%	13	10%	6	8%	9	السابعة	
9%	26	3%	1	7%	5	14%	9	10%	11	الأولى	
9%	26	3%	1	12%	9	8%	5	10%	11	الثانية	
	27	8%	3	17%	13	2%	1	9%	10	الثالثة	9%
	54	31%	11	21%	16	16%	10	15%	17	الرابعة	19%
11%	32	17%	6	12%	9	5%	3	12%	14	الخامسة	
12%	35	11%	4	14%	11	17%	11	8%	9	السادسة	
31%	89	28%	10	17%	13	38%	24	37%	42	السابعة	
1%	2	0%	0	3%	2	0%	0	0%	0	الأولى	
2%	5	0%	0	1%	1	3%	2	2%	2	الثانية	
4%	13	8%	3	3%	2	5%	3	4%	5	الثالثة	
8%	24	8%	3	12%	9	3%	2	9%	10	الرابعة	قضايا اقتصادية
19%	54	22%	8	22%	17	17%	11	16%	18	الخامسة	
20%	59	17%	6	16%	12	16%	10	27%	31	السادسة	
46%	132	44%	16	43%	33	56%	35	42%	48	السابعة	
2%	7	6%	2	0%	0	2%	1	4%	4	الأولى	
6%	16	6%	2	8%	6	8%	5	3%	3	الثانية	
7%	19	8%	3	8%	6	8%	5	4%	5	الثالثة	
15%	42	14%	5	14%	11	14%	9	15%	17	الرابعة	قضايا ثقافية
17%	50	25%	9	18%	14	17%	11	14%	16	الخامسة	
25%	71	11%	4	22%	17	35%	22	25%	28	السادسة	

29%	84	31%	11	29%	22	16%	10	36%	41	السابعة	
4%	12	11%	4	4%	3	5%	3	2%	2	الأولى	
8%	22	6%	2	7%	5	10%	6	8%	9	الثانية	
14%	41	14%	5	12%	9	22%	14	11%	13	الثالثة	
9%	26	11%	4	7%	5	11%	7	9%	10	الرابعة	قضايا تربوية
21%	60	14%	5	25%	19	16%	10	23%	26	الخامسة	
15%	42	22%	8	20%	15	8%	5	12%	14	السادسة	
30%	86	22%	8	26%	20	29%	18	35%	40	السابعة	
8%	23	14%	5	3%	2	10%	6	9%	10	الأولى	
12%	35	17%	6	11%	8	8%	5	14%	16	الثانية	
13%	39	11%	4	7%	5	21%	13	15%	17	الثالثة	
17%	48	8%	3	22%	17	21%	13	13%	15	الرابعة	قضايا خلافية
9%	26	8%	3	9%	7	11%	7	8%	9	الخامسة	
11%	31	14%	5	13%	10	5%	3	11%	13	السادسة	
30%	87	28%	10	36%	27	25%	16	30%	34	السابعة	
100%	289	100%	36	100%	76	100%	63	100%	114		المجموع

ج- منغير محل الإقامة

المجموع		الريف		الحضر			
%	ك	%	ك	%	ك		
40	115	39	37	40	78	الأولى	
25	71	29	28	22	43	الثانية	
12	35	10	10	13	25	الثالثة	
8	23	5	5	9	18	الرابعة	قضايا اجتماعية
6	16	5	5	6	11	الخامسة	
4	12	4	4	4	8	السادسة	
6	17	7	7	5	10	السابعة	
6	16	8	8	4	8	الأولى	
19	54	15	14	21	40	الثانية	
29	84	21	20	33	64	الثالثة	
12	36	18	17	10	19	الرابعة	قضايا صحية
11	32	14	13	10	19	الخامسة	
9	25	9	9	8	16	السادسة	
15	42	16	15	14	27	السابعة	
30	88	31	30	30	58	الأولى	
20	58	21	20	20	38	الثانية	
12	34	15	14	10	20	الثالثة	
13	39	11	11	15	28	الرابعة	قضايا دينية

8	22	4	4	9	18	الخامسة	
6	18	8	8	5	10	السادسة	
10	30	9	9	11	21	السابعة	
9	26	4	4	11	22	الأولى	
9	26	7	7	10	19	الثانية	
9	27	7	7	10	20	الثالثة	
19	54	16	15	20	39	الرابعة	قضايا جمالية
11	32	13	12	10	20	الخامسة	
12	35	16	15	10	20	السادسة	
31	89	38	36	27	53	السابعة	
1	2	0	0	1	2	الأولى	
2	5	2	2	2	3	الثانية	
4	13	4	4	5	9	الثالثة	
8	24	9	9	8	15	الرابعة	قضايا اقتصادية
19	54	18	17	19	37	الخامسة	
20	59	18	17	22	42	السادسة	
46	132	49	47	44	85	السابعة	
2	7	3	3	2	4	الأولى	
6	16	8	8	4	8	الثانية	
7	19	9	9	5	10	الثالثة	
15	42	15	14	15	28	الرابعة	قضايا ثقافية
17	50	21	20	16	30	الخامسة	

25	71	15	14	30	57	السادسة	
29	84	29	28	29	56	السابعة	
4	12	7	7	3	5	الأولى	
8	22	9	9	7	13	الثانية	
14	41	20	19	11	22	الثالثة	
9	26	8	8	9	18	الرابعة	قضايا تربوية
21	60	19	18	22	42	الخامسة	
15	42	16	15	14	27	السادسة	
30	86	21	20	34	66	السابعة	
8	23	7	7	8	16	الأولى	
12	35	7	7	15	28	الثانية	
13	39	15	14	13	25	الثالثة	
17	48	19	18	16	30	الرابعة	قضايا خلافية
9	26	8	8	9	18	الخامسة	
11	31	15	14	9	17	السادسة	
30	87	29	28	31	59	السابعة	
100	289	100	96	100	193		المجموع

ملحق رقم 4: يوضح العلاقة بين ترتيب القضايا الفرعية بين المبحوثات والقنوات الإسلامية

الترتيب لدى الجمهور	ترتيب في القنوات	تفريعها	القضايا
3	3	مسائل حديثة تهم المرأة	الدينية
1	1	التربية الإيمانية	لا يوجد فروق
2	2	فقه وفتاوى المرأة	
3	2	تعدد الزوجات	دينية خلافية
5	3	التمكين السياسي للمرأة	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية معاملة الارتباط سبيرمان:
2	1	مسائل الحجاب	0.46 ومستوى الدلالة
1	3	خروج المرأة	0.43
4	4	الاختلاط	
4	2	الخلافات الزوجية	الاجتماعية
5	1	تربية الأبناء	
1	6	الطلاق	
3	3	الحقوق الزوجية	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية
2	5	المشاركة في الحياة	0.33
7	4	تأخر وتبكير والعزوف عن الزواج	مستوى دلالة
9	7	الفئات الفقيرة و المهمشة	0.33
6	8	المرأة الريفية	
8	7	العنف ضد المرأة	
4	7	التحرش	

4	1	النماذج النسائية	التربوية معامل الارتباط سبيرمان: -0.20 ومستوى الدلالة 0.80
3	4	العمل التطوعي و الأهلي	
2	3	تعليم المرأة	
1	2	التربية الحديثة	
4	1	الرعاية الصحية	الصحية معامل الارتباط سبيرمان: 0.52 ومستوى الدلالة: 0.28
1	2	أمراض تصيب المرأة	
2	3	الصحة النفسية	
6	4	الصحة الانجابية	
3	4	صحة الأبناء	
5	5	ممارسة الرياضة	
2	2	الديكور و المنزل	
1	1	الجمال و الأناقة	الفنية والجمالية
2	2	ادارة المشاريع الاقتصادية	الاقتصادية
1	1	عمل المرأة	

ملحق رقم 5: استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
كلية أصول الدين
قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان حول:
أولويات قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية
-دراسة ميدانية في الجزائر-

سيدتي الكريمة:

يدخل الاستبيان الذي بين يديك ضمن إعداد أطروحة دكتوراه العلوم في الدعوة والإعلام والاتصال، بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-بقسنطينة-، بهدف التعرف على أولويات القضايا التي تهم المرأة الجزائرية ومدى توافقها مع مثيلاتها المعروضة على القنوات الإسلامية. وإذ تتقدم الباحثة بشكرها الجزيل على حسن تعاونك، تعلمك بأن المعلومات الواردة في الاستبيان لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وأن ذكر اسمك غير مطلوب

ملاحظة:

-يرجى وضع علامة x أمام الإجابة المناسبة

-المعلومات العامة:

- 1-المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 2-العمر: من 18-25 26-35 36-45 46 فما فوق
- 3-العمل: ربة منزل: طالبة: تخصص كذا: موظفة في:
- 4-محل الإقامة:.....
- 5-رتبي القنوات التي تتابعين عليها برامج المرأة حسب أهميتها لديك:

الترتيب	القنوات
	القنوات الجزائرية
	مجموعة MBC
	القنوات الإسلامية
	القنوات الإخبارية
	القنوات المخصصة للمرأة
	قنوات أخرى تذكر

6-حددي القنوات الإسلامية التي تشاهدينها؟

	قناة المجد للقرآن الكريم
	قناة المجد للحديث
	قناة الرحمة
	قناة الحكمة
	قناة الخليجية
	قناة مكة
	قناة المجد العامة
	قناة الحافظ
	قناة اقرأ
	قناة هدى باللغة الانجليزية
	القناة الجزائرية الخامسة، للقرآن الكريم
	قناتي القرآن الكريم و الحديث الشريف، السعودية
	قناة صفا
	قناة نور دي
	قناة الندى

	قناة وصال
	قناة أمجاد
	قناة ابن العثيمين
	قناة بداية
	قناة الرسالة
	قناة مكة
	قناة العفاسي
	قناة أخرى تذكر

7- ما مدى متابعتك لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية:

	دائماً
	أحياناً
	أبداً

8- إذا كانت الإجابة -أبداً- فما هي أسباب عدم المشاهدة:

	ضعف الإعداد و الإخراج
	لا تعبر عن اهتمامات المرأة الحقيقية
	تكرار مواضيعها
	المقدمين مملين وغير أكفاء
	أخرى تذكر

دوافع الاستخدام:

9- ما هي أسباب متابعتك لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية:

	البحث عن حلول للمشكلات الأسرية
	تعلم طرق وأساليب جديدة في تربية الأبناء
	التعرف على حقوقي كامرأة
	التعرف على الفئات الفقيرة و المهمشة من النساء.
	البحث عن طرق لمواجهة العنف ضد المرأة.
	الاطلاع أكثر على مسائل مثل: التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم.
	البحث عن الفتوى في مسائل المرأة الفقهية: مثل الحيض، النفاس، العدة، الحجاب الشرعي...
	للموعظة: من خلال قصص البعث والموت، السير و التراجم للشخصيات الإسلامية
	التعرف على النماذج النسائية المشرفة، قدما و حديثا

	التثقيف في مجال العمل الأهلي و التطوعي ودور المرأة فيه.
	البحث عن التسلية والمتعة
	متابعة الجديد في طرق التربية والتعليم الحديثة للفتاة المسلمة.
	متابعة الجديد فيما يخص ديكور المنزل، جمال المرأة وأناقتهما، الطبخ
	الجرأة في تناول قضايا المرأة
	التثقيف الصحي: للمحافظة على صحي وأنقحي
	الاعتماد على مقدمي برامج متميزين
	أخرى تذكر

أولويات القضايا التي يتابعها الجمهور:

10- حددى برامج المرأة التي تشاهدها في الفضائيات الإسلامية؟:

الترتيب	البرامج
	موزاييك-على قناة اقرأ، برنامج جديد
	أحلى أسرة: قناة اقرأ، تقديم زين نسبية
	بينات- قناة اقرأ قدمته ابنة على الطنطاوي
	منهن تعلمنا- الدكتورة الهام شاهين
	و الذكريات: قناة اقرأ تقدمه رفيده الحبش
	خير نساء الأرض: مع الدكتورة عبلة الكحلوي -قناة اقرأ
	مودة ورحمة: نيفين الجندي: عبلة الكحلوي إقرأ 2014
	قلوب حائرة: رفيده الحبش إقرأ 2014
	لأجلك ربي: رفيده الحبش مشاهد من المجتمع للتغيير إقرأ 2014
	فقه المرأة: لينا الحمصي: الرسالة 2012
	حوار في النور: لينا الحمصي، نداء البنا الرسالة 2013
	أسعد امرأة: عائض القرني 2013 الرسالة
	أدبي ربي: رفيده الحبش 2009 إقرأ
	همس الزهور: على الرسالة 2013 لحد الآن
	الأسرة السعيدة: جاسم المطوع- إقرأ، عرض سابقا
	فتاوى المرأة: قناة المجد العلمية 2015
	فتاوى النساء: قناة الرسالة، خالد المصلح 2015
	نسائم الرحمة: برنامج فتاوى محمد حسان، قناة الرحمة
	ليلة في بيت النبي: محمود المصري إقرأ 2011

	مجلة المرأة المسلمة: ياسمين العشري، مي مشالي، اقرأ 2015
	الجنة في بيوتنا: عمرو خالد، 2011 الرسالة
	بين قلبين: خليفة المحرزي: قناة بداية 2014
	الدورة التأهيلية للحياة الزوجية، 2012 اقرأ، حتى الآن
	البيوت أسرار: قناة الندى، المقدم عبد الرحمان منصور، 2015
	برنامج جنتي: إيمان رياض اقرأ 2011-2014
	برنامج جنتي: قناة الرحمة، رشيد سلطان 2015
	برنامج بوح البنات: المجد الفضائية، د. خالد الحلبي 2013، عرض كذلك على قناة البداية، 2011، فور شباب 2012، ماسة المجد 2012
	بيتي جنتي: على القناة الخامسة الجزائرية 2016 كانت ضمن برنامج ضحي القناة
	برنامج بيت العز: دعاء فاروق، 2011 قناة اقرأ
	لمسات نفسية في تربية المراهق: طارق الحبيب الرسالة 2011
	كمل النساء: الشيخ محمد السقاف، اقرأ 2014
	النفس و الحياة: طارق الحبيب، قناة الرسالة 2011
	برنامج عقد الياسمين: د.هازي غامدي، 2014 اقرأ

11-رتبي قضايا المرأة في القنوات الإسلامية:

الترتيب	القضايا
	قضايا اجتماعية: مثل الطلاق والخلافات الزوجية وغيرها
	قضايا صحية: مثل الصحة الإنجابية، وأمراض تخص المرأة
	قضايا دينية: مثل التربية الإيمانية، الفتاوى، الوعظ والإرشاد
	قضايا جمالية وفنية: مثل الديكور و الأناقة و الطبخ
	قضايا اقتصادية: إدارة المرأة للمشاريع، عمل المرأة
	قضايا ثقافية: إبراز النماذج النسائية المشرفة، دور المرأة في العمل الأهلي و التطوعي.....
	قضايا تربوية: تعليم المرأة، طرق التربية الحديثة
	قضايا خلافية: تعدد الزوجات، التمكين السياسي للمرأة، المسائل المتعلقة بالحجاب، خروج المرأة للعمل، الاختلاط.

12- ما هي موضوعات المرأة التي تهتمك أكثر من غيرها في الفضائيات الإسلامية؟.

الترتيب	الموضوعات
	الخلافات الزوجية.
	الطلاق
	أساليب تربية الأبناء
	الحقوق الزوجية
	المشاركة في الحياة الزوجية وقراراتها
	تأخر سن الزواج
	الفئات الفقيرة والمهمشة من النساء
	العنف ضد المرأة
	مسائل حديثة: التحرش الجنسي تحديد نوع الجنين، زنا المحارم.
	عمل المرأة
	التربية الإيمانية
	فتاوى المرأة
	الوعظ والإرشاد: البعث، الموت، السير و التراجع..
	النماذج النسائية المشرفة
	دور المرأة في العمل الأهلي و التطوعي.
	المشاركة السياسية للمرأة
	سير النساء في التاريخ الإسلامي
	طرق التربية الحديثة للفتاة المسلمة
	الديكور، جمال المرأة وأناقتها، الطبخ.
	الرعاية الصحية للمرأة.
	أمراض تعاني منها النساء
	الصحة النفسية للمرأة.
	الصحة الإنجابية
	نمو الأبناء وصحتهم
	المرأة وممارسة الرياضة.

13- رتبي الشخصيات التي ظهرت أكثر في برامج المرأة في القنوات الإسلامية:

الشخصيات	الترتيب
سياسية	
تاريخية	
إعلامية	
طبية	
دينية	

-درجة الاهتمام بالقضايا المطروحة:

14- ما مدى اهتمامك بهذه القضايا:

القضايا	درجة الاهتمام	أهتم كثيرا	أهتم قليلا	لا أهتم بها
قضايا اجتماعية				
قضايا صحية				
قضايا دينية:				
قضايا جمالية وفنية				
قضايا اقتصادية				
قضايا ثقافية				
قضايا تربية				

15- ما هي درجة ثقتك في القضايا التي تقدمها برامج المرأة في القنوات الإسلامية:

أثق كثيرا	
أثق قليلا	
لا أثق فيها	

16- هل تناقش الآخرين في القضايا التي تطرحها هذه القنوات:

نعم	
لا	

17- إذا كانت الإجابة ب- نعم- ماهو نمط مناقشتك:

	الاكتفاء بعرضها
	طلب المساعدة لتوضيح لبسها
	التأكد من صحتها(خاصة إذا كانت قضايا فقهية)

18- مع من تكون المناقشة:

	الزوج
	الأصدقاء
	زملاء العمل
	المختصون في القضايا المطروحة

19- ما هي أولويات القضايا التي تم المرأة المسلمة والجزائرية بوجه خاص في هذا العصر، (رتبها حسب أهميتها في نظرك)

ملحق رقم 6: استمارة التحليل

أولاً: البيانات الأولية

1- تاريخ تسجيل العينة: أكتوبر 2015 إلى 01 نوفمبر 2015

2- أسماء البرامج:

3- كل برامج المرأة المعروضة القنوات محل الدراسة

1- فئات المحتوى (ماذا قيل)

1-1: القضايا الرئيسية:

7	6	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---	---

1-2: الموضوعات الفرعية

15	14	13	12	11	10	9	8
----	----	----	----	----	----	---	---

1-3: القضايا الدينية الخلافية

20	19	18	17	16
----	----	----	----	----

2- فئات الشكل (كيف قيل؟)

1-2: فئة القوالب البرمجية

24	23	22	21
----	----	----	----

2-2: المدد المخصصة للعرض

27	26	25
----	----	----

3- فترات إذاعة القضايا

30	29	28
----	----	----

4_ أسلوب العرض

دليل قراءة الاستمارة

- المربعات داخل الشريط من 1 إلى 7 :تمثل القضايا الرئيسية وهي: قضايا اجتماعية، قضايا صحية، قضايا جمالية وفنية، قضايا المشاركة في الحياة العامة، قضايا دينية، قضايا اقتصادية: عمل المرأة، قضايا واقعية
- المربعات 8 إلى 15 تمثل: الموضوعات الفرعية لقضايا المرأة : الخلافات الزوجية، الطلاق، أساليب تربية الأبناء اهمال المرأة لنفسها بعد الزواج اهمال الرجل للمرأة الحقوق الزوجية المشاركة في الحياة الزوجية وقراراتها تأخر سن الزواج الرعاية الصحية، أمراض تعاني منها المرأة، الصحة النفسية، الصحة الانجابية، نمو الأبناء وصحتهم المرأة وممارسة الرياضة، الديكور والمترل، جمال المرأة وأناقته، الطبخ، المرأة الفنانة، التربية الإيمانية، مسائل المرأة الفقهية: الحيض، النفاس، العدة...، الوعظ والارشاد: البعث، الموت، السير و التراجم، ابراز النماذج النسائية المشرفة، دور المرأة في العمل الأهلي و التطوعي، قضايا واقعية: العنف ضد المرأة التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم، المرأة في البلاد غير المسلمة، ادارة المرأة للمشاريع، الفئات الفقيرة من النساء، المرأة الريفية.
- المربعات من 16 إلى 20 تشير إلى القضايا الدينية الخلافية : تعدد الزوجات، التمكين السياسي للمرأة، المسائل المتعلقة بالحجاب، خروج المرأة للعمل، الاختلاط.
- المربعات من إلى تشير إلى المؤيدين و المعارضين لقضايا المرأة:
- المربعات من إلى تشير إلى أسانيد التأييد و المعارضة:
- المربعات من 21 إلى 24 تمثل القوالب البراجمية لعرض المواضيع: حوار ،حديث مباشر، اعلانات أو فلاشات تعليمية.
- المربعات من 25 إلى 27 تمثل المدد المخصصة لعرض الموضوعات: أقل من 5د، بين 5د و 10دقائق، من 10د إلى 20د، أكثر من 30د
- المربعات من إلى تشير إلى فترات إذاعة البرامج التي تقدم قضايا المرأة:الفترة الصباحية، الظهرية، الفترة المسائية
- المربعات من إلى تشير إلى أسلوب عرض القضايا: وجهة النظر المؤيدة فقط، المعارضة فقط، عرض الوجهتين معا.
- المربعات من إلى تشير إلى أسلوب عرض الخاتمة عند تناول القضايا: اقتراح البدائل والحلول، عدم طرح الحلول، مخاطبة الجهات الحكومية المعنية بالقضية، دعوة وسائل الإعلام لتبني القضية
- المربعات من 28-30: تمثل وحدات العد و القياس: الفقرة، الموضوع، الزمن.

استمارة التحكيم

رأي المحكم	الصياغة	فئات المضمون ماذا قيل؟
	اجتماعية، صحية، جمالية وفنية، المشاركة في الحياة العامة، دينية، اقتصادية، واقعية	القضايا الرئيسية
	الخلافات الزوجية، الطلاق، أساليب تربية الأبناء اهمال المرأة لنفسها بعد الزواج اهمال الرجل للمرأة الحقوق الزوجية المشاركة في الحياة الزوجية وقراراتها تأخر سن الزواج الرعاية الصحية، أمراض تعاني منها المرأة، الصحة النفسية، الصحة الانجابية، نمو الأبناء وصحتهم المرأة وممارسة الرياضة، الديكور والمزل، جمال المرأة وأناقتها، الطبخ، المرأة الفنانة، التربية الإيمانية، مسائل المرأة الفقهية: الحيض، النفاس، العدة... الوعظ والارشاد: البعث، الموت، السير و التراجم، ابراز النماذج النسائية المشرفة، دور المرأة في العمل الأهلي و التطوعي، قضايا واقعية: العنف ضد المرأة التحرش الجنسي، تحديد نوع الجنين، زنا المحارم، ادارة المرأة للمشاريع، الفئات الفقيرة من النساء، المرأة الريفية.	الموضوعات الفرعية
	تعدد الزوجات، التمكين السياسي للمرأة، المسائل المتعلقة بالحجاب، خروج المرأة للعمل، الاختلاط.	القضايا الدينية الخلافية
	شخصيات دينية، جمهور متابع، مسؤولون، شخصيات إعلامية، قانونيون، أطباء.	المؤيدين والمعارضين لقضايا المرأة
	خبرات شخصية وواقعية، أمثلة تاريخية، أسانيد دينية، نصوص قانونية، توصيات مؤتمرات، توجهات المسؤولين.	أسانيد التأييد والمعارضة لقضايا المرأة
رأي المحكم		فئات الشكل كيف قيل؟
	الحوار، الحديث المباشر، الومضات التعليمية	القوالب البراجمجة
	أقل من 5، بين 5 و 10 دقائق، من 10 إلى 20، أكثر من 30د	المدد المخصصة

		للعرض
	الفترة المسائية، الظهيرة، الصباحية	فترات إذاعة البرامج التي تقدم قضايا المرأة
	وجهة النظر المؤيدة فقط، المعارضة فقط، عرض الوجهتين معا	أسلوب العرض القضايا
	اقتراح البدائل والحلول، عدم طرح الحلول، مخاطبة الجهات الحكومية المعنية بالقضية، دعوة وسائل الإعلام لتبني القضية	أسلوب عرض حلول للقضايا

الفهارس

جامعة الأمير
القادر للعلوم الإسلامية

فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقمها	الآية
سورة البقرة		
100	228	﴿وَهَلْ مِثْلَ الَّذِي عَلَيْنَ بِالْمَعْرُوفِ وَاللِّرْجَالِ عَلَيْنَ دَرَجَةٌ ۗ وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ﴾
106	282	﴿وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ﴾
سورة آل عمران		
104	36	﴿وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنثَى﴾
81، 80	67	﴿إِنَّ أَوْلَى النَّاسِ بِإِبْرَاهِيمَ لَلَّذِينَ اتَّبَعُوهُ﴾
81	195	﴿فَأَسْتَجَابَ لَهُمْ رَبُّهُمْ أَنِّي لَا أُضِيعُ عَمَلَ عَمَلٍ مِنْكُمْ﴾
سورة النساء		
100	1	﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَجِدَةٍ﴾
100	7	﴿لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ حَضَرَ﴾
106	11	﴿يُوصِيكُمُ اللَّهُ فِي أَوْلَادِكُمْ﴾
115	15	﴿وَالَّذِي يَأْتِيكَ الْفِتْحَةَ مِنْ نِسَائِكُمْ﴾
111، 100	34	﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ﴾
104	76	﴿إِنَّ كَيْدَ الشَّيْطَانِ كَانَ ضَعِيفًا﴾
الأنفال		
81	75	﴿وَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْ بَعْدِ وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا مَعَكُمْ﴾
التوبة		
79	19	﴿أَجْعَلْتُمْ سِقَايَةَ الْحَاجِّ وَعِمَارَةَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ كَمَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ﴾
يوسف		
104	28	﴿إِنَّ كَيْدَكَ عَظِيمٌ﴾
94	108	﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾
النحل		

101	72	﴿ وَاللَّهِ جَعَلَ لَكُم مِّنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا ﴾
89	90	﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ ﴾
101	97	﴿ مَن عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ﴾
93	125	﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾
مریم		
82	70	﴿ ثُمَّ لَنَحْنُ أَعْلَمُ بِالَّذِينَ هُمْ أَوْلَىٰ بِهَا صِلَاتًا ﴾
القصص		
98	77	﴿ أَفَرَأَيْتَ الَّذِي كَفَرَ بِآيَاتِنَا وَقَالَ لَأُوتِيَنَّ مَالًا وَوَلَدًا ﴾
الروم		
100	14	﴿ وَمَنْ آيَاتِنَا أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا ﴾
لقمان		
101	21	﴿ وَوَصَّيْنَا الْإِنسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهْنًا عَلَىٰ وَهْنٍ ﴾
الأحزاب		
82	6	﴿ النَّبِيُّ أَوْلَىٰ بِالْمُؤْمِنِينَ مِنْ أَنْفُسِهِمْ وَأَزْوَاجُهُمْ ﴾
101	35	﴿ إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ ﴾
101	36	﴿ وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَىٰ اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا ﴾
101	58	﴿ وَالَّذِينَ يُؤْذِرُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بغيرِ مَا اكْتَسَبُوا ﴾
محمد		
102	19	﴿ فَاعْلَمُوا أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَسْتَغْفِرُ لِدُنْيِكَ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ ﴾
82	20	﴿ وَيَقُولُ الَّذِينَ ءَامَنُوا لَوْلَا نُزِّلَتْ سُورَةٌ فَإِذَا أُنزِلَتْ سُورَةٌ مُحْكَمَةٌ ﴾
القيامة		
82، 80	35 - 34	﴿ أَوْلَىٰ لَكَ فَأَوْلَىٰ ﴿٣٤﴾ ثُمَّ أَوْلَىٰ لَكَ فَأَوْلَىٰ ﴿٣٥﴾ ﴾

فهرس الأحاديث النبوية

الصفحة	رقم الحديث	الراوي	الحديث
80	2476	البخاري	ألحقوا الفرائض بأهلها، فما بقي فهو لأولى رجل ذكر
108	5185	البخاري	أنهن خلقن من ضلع أعوج
78	1496	البخاري	إنك ستأتي قوماً أهل كتاب،
89		أحمد	قال رجل يا رسول الله إن فلانة يذكر من كثرة صلاتها
114	2/60	العراقي	..خير للمرأة ألا ترى رجلاً ولا يراها رجل"
105	4425	البخاري	لن يفلح قوم ولوا أمرهم امرأة
114	2017	الألباني	لا تعلموهن الكتابة ولا تسكنوهن الغرف
79	708/5	الحاكم	وقال رسول الله ﷺ رداً على سؤال حول
105	1462	البخاري	ناقصات عقل و دين
83	1130	مسلم	نحن أولى بموسى منكم فأمر بصومه

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح برامج المرأة على القنوات الإسلامية	33
2	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	40
3	يبين توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	41
4	يبين توزيع العينة حسب الفئة العمرية	42
5	يبين توزيع العينة حسب مكان الإقامة	43
6	يبين توزيع عينة الدراسة حسب عنوان البرنامج و القناة التي عرض عليها	155
7	يبين توزيع عينة الدراسة بحسب سنة العرض ونوع البرنامج	157
8	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المدة الزمنية للبرنامج	159
9	يبين توزيع أولويات القضايا الرئيسية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	167
10	يبين توزيع أولويات القضايا الدينية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	170
11	يبين توزيع أولويات القضايا الدينية الخلافية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	171
12	يبين توزيع أولويات القضايا الاجتماعية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	172
13	يبين توزيع أولويات القضايا التربوية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	174
14	يبين توزيع أولويات القضايا الصحية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	176
15	يبين توزيع أولويات القضايا الفنية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	178
16	يبين توزيع أولويات القضايا الاقتصادية التي طرحتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	179
17	يبين توزيع الأسانيد و الحجج التي استخدمتها برامج المرأة على القنوات الإسلامية	180

183	يبين الجدول قوالب وأنواع البرامج التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية	18
185	يبين الجدول الأساليب الفنية التي استخدمتها برامج المرأة في الفضائيات الإسلامية	19
186	يبين الجدول المدد الزمنية لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية	20
187	يبين الجدول أسلوب عرض قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية	21
189	يبين الجدول طبيعة الأسلوب الذي عرضت من خلاله قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية	22
190	يبين الجدول الزوايا التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية	23
191	يبين الجدول طرح حلول أو بدائل للقضايا التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية	24
192	يبين الجدول اللغة التي عرضت من خلالها قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية	25
193	يبين الجدول طبيعة القائم بالاتصال (مقدم البرامج) قضايا المرأة على الفضائيات الإسلامية	26
202	يبين توزيع مجموعة الدراسة طبقاً للقنوات التي تتابع عليها برامج المرأة	27
204	يبين توزيع مجموعة الدراسة طبقاً للقنوات الإسلامية المفضلة	28
207	توزيع درجة مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية	29
208	يبين توزيع درجة مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية حسب متغير المستوى التعليمي	30
209	توزيع درجة مشاهدة عينة الدراسة لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية حسب متغير السن	31
210	توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب البرامج لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية	32
214	يبين توزيع عينة الدراسة حسب أسباب متابعتها لبرامج المرأة على القنوات الإسلامية	33
217	يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات القضايا الرئيسية لديها	34
222	يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الاجتماعية	35

224	يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الدينية على القنوات الإسلامية	36
226	يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الدينية الخلافية على القنوات الإسلامية	37
228	يبين توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الصحية على القنوات الإسلامية	38
230	توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الاقتصادية على القنوات الإسلامية	39
231	توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة الفنية والجمالية على القنوات الإسلامية	40
232	توزيع عينة الدراسة حسب أولويات قضايا المرأة التربوية والثقافية على القنوات الإسلامية	41
234	توزيع عينة الدراسة حسب الشخصيات الأكثر بروزا في برامج المرأة	42
236	توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاهتمام بقضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية	43
238	توزيع عينة الدراسة حسب درجة الثقة بقضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية	44
239	توزيع عينة الدراسة حسب المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية	45
240	توزيع عينة الدراسة نمط المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية	46
242	توزيع عينة الدراسة حسب معية المناقشة مع الآخرين عن قضايا المرأة في برامجها على القنوات الإسلامية	47
244	العلاقة بين ترتيب قضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية، وبين ترتيبها عند المبحوثات	48
245	يوضح العلاقة بين مستوى متابعة المبحوثات لبرامج المرأة في الفضائيات الإسلامية وفقا لدرجة الثقة	49
247	يوضح العلاقة بين مستوى اهتمام المبحوثات بقضايا المرأة في الفضائيات الإسلامية وفقا لدرجة الثقة	50

247	يوضح العلاقة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في القنوات الإسلامية ومحل الإقامة (جداول المتغيرات)	51
251	يوضح العلاقة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في القنوات الإسلامية والمستوى التعليمي	52
252	يوضح العلاقة بين ترتيب المبحوثات لقضايا المرأة في القنوات الإسلامية وسن المبحوثة	53

عبد القادر للعطوم الإسلامية

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
40	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	1
41	يبين توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	2
42	يبين توزيع العينة حسب الفئة العمرية	3
43	يبين توزيع العينة حسب محل الإقامة	4
204	يوضح ترتيب القنوات المفضلة	5
206	ترتيب القنوات الإسلامية المفضلة	6
212	يوضح أولويات برامج المرأة على الفضائيات الإسلامية	7
216	لأسباب متابعة برامج المرأة على القنوات الإسلامية	8
221	أولويات القضايا الرئيسية	9
223	يوضح ترتيب القضايا الاجتماعية المفضلة	10
246	يوضح ترتيب القضايا الدينية المفضلة	11
227	يوضح ترتيب القضايا الدينية الخلافية المفضلة	12
229	يوضح ترتيب القضايا الصحية المفضلة	13
230	يوضح ترتيب القضايا الاقتصادية المفضلة	14
232	يوضح ترتيب قضايا الفنية والجمالية المفضلة	15
233	يوضح ترتيب القضايا التربوية المفضلة	16
235	يوضح ترتيب الشخصيات الأكثر بروزا	17
237	يوضح درجة الاهتمام بالقضايا التي تقدمها برامج المرأة في القنوات المفضلة	18
239	يوضح درجة الثقة في ما تقدمه برامج المرأة في القنوات المفضلة	19
240	يوضح المناقشة حول ما تعرضه القنوات من قضايا	20

241	يوضح كيفية المناقشة	21
243	يوضح معية المناقشة	22

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم برواية حفص

المراجع العربية:

1. أحمد أوزي: منهجية البحث وتحليل المضمون، ط2، مطبعة النجاح الجديدة، المغرب، 2008.
2. أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي، ط5، عمان، دار وائل للنشر، 2007.
3. أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل الاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشرة والتوزيع، ط1، 2009.
4. أعلام الموقعين: دار ابن الجوزي، ط1، المملكة العربية السعودية، 1423، مجلد 2.
5. الآلوسي: روح المعاني في تفسير القرآن والسبع المثاني، ضبط علي عبد البار عطية، دار الكتب العلمية، ط1، بيروت، 1994م.
6. أولويات الحركة الإسلامية في المرحلة القادمة: مكتبة وهبة، القاهرة، 1992.
7. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2011.
8. البهي الخولي: الإسلام و المرأة المعاصرة، ط4، دار القلم، الكويت.
9. ابن تيمية: مجموع الفتاوى، مجمع الملك فهد، المملكة العربية السعودية، 2004.
10. ابن تيمية: اقتضاء الصراط المستقيم، تحقيق: ناصر عبد الكريم العقل، مكتبة الرشد، الرياض.
11. جرار كونرو: معجم المصطلحات القانونية، ترجمة منصور القاضي، المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، 1998 .
12. جودت أحمد سعادة: تدريس مهارات التفكير، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003م.
13. أبو حامد الغزالي: المستصفى من علم الأصول، تحقيق: محمد سليمان الأشقر، مؤسسة الرسالة،

بيروت، 1997 .

14. حسن الترايبي في حوار مع عمر عبيد حسنه، كتاب: الأمة في فقه الدعوة ملامح وآفاق 30/3 عدد 19 سنة 1408هـ.

15. حسن الترايبي: المرأة بين الأصول والتقاليد، مركز دراسات المرأة، الخرطوم، 2000.

16. حسن عماد مكاوي: الاعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.

17. الديوان الوطني للإحصاءات: نشرة رقم 173، 2011، واحصاءات مركز الإعلام و التوثيق حول حقوق الطفل والمرأة.

18. راشد الغنوشي: المرأة بين القرآن وواقع المسلمين، المركز المغاربي للدراسات والترجمة، ط3، لندن، 2000.

19. روجر ويمر و جوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح خليل أبو أصبع، ط1، صبرا للطباعة و النشر، سوريا 1989.

20. زكي الميلاد: تجديد التفكير الديني في مسألة المرأة، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء المغرب، 2011.

21. زينب منصور حبيب: الإعلام وقضايا المجتمع، دار أسامة ط1، عمان، 2011.

22. سامية حسين الساعاتي: قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي العربي بين التقليدية والتغير الاجتماعي، الإذاعات العربية، عدد2- 2003.

23. ستيفن كوفي: إدارة الأوليات الأهم أولاً، ترجمة السيد المتولي حسن، مكتبة جرير، ط5، السعودية، 2007.

24. سعاد صالح: قضايا المرأة المعاصرة، رؤية شرعية ونظرة واقعية، مكتبة مدبولي، ط1، القاهرة، 2008.

25. سعدي أبو حبيب: القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً، دار الفكر، ط1، دمشق، 1982.

26. سمير حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ عالم الفكر، القاهرة.
27. السيوطي: تفسير الجلالين، دار الحديث، ط1، القاهرة.
28. شرانماكلين وآخرون: المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، مراجعة د. نواف عدوان، المركز العربي للبحوث، 1988.
29. الشوكاني: فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية في علم التفسير، دار الكتاب العربي، بيروت، 1999م.
30. صالح خليل ابو إصبع: الاتصال الجماهيري، دار الشروق، الأردن، 1999.
31. صلاح مصطفى الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1992.
32. طه أحمد الزبيدي: المرجعية الإعلامية في الإسلام، دار النفائس، ط1، الأردن، 2010.
33. عادل عبد الغفار: الإعلام و المشاركة السياسية للمرأة، رؤية تحليلية واستشرافية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2009.
34. عاطف العبد، فوزية آل علي، نهي العبد: المرأة العربية ووسائل الإعلام، دار الفكر العربي، 2008،
35. عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد: نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
36. عبد الحلیم محمد أبو شفة: تحرير المرأة في عصر الرسالة، دار القلم للنشر والتوزيع، ط7، القاهرة، 2011.
37. عبد الحميد أبو سليمان: مراجعة خطابات معاصرة حول المرأة نحو منظور حضاري، جامعة القاهرة، 2007.
38. عبد الحميد إسماعيل الأنصاري: قضايا المرأة بين تعاليم الإسلام وتقاليد المجتمع، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.

39. عبد الكريم بكار: فصول في التفكير الموضوعي، منطلقات ومواقف، دار القلم، ط3، بدمشق 1421هـ/2000م.
40. عبد الله يحيى الكمالي: الشريعة الإسلامية وفقه الموازانات، ط، دار ابن حزم، سنة 2000
41. عبد الناصر فتح الله، صورة المرأة في التلفزة المغربية، ضمن كتاب صورة المرأة في الخطاب الإعلامي المغربي، شركة نداكم للطباعة والنشر، الرباط، 2000.
42. العز بن عبد السلام: قواعد الأحكام في مصالح الأنام، مكتبة الكليات الأزهرية، القاهرة، 1991.
43. عماد الدين خليل وآخرون، الشيخ محمد الغزالي: صور من حياة مجاهد عظيم ودراسة لجوانب من فكره، دار الصحوة القاهرة، 1993.
44. عماد الزغول: نظريات التعلم، دار الشروق، ط1، الاصدار الثاني، عمان الأردن، 2010، كتب Google play
45. عمر محمد عبد الله الخرابشة: أساليب البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان الأردن، 2012.
46. عواطف عبد الرحمان وآخرون: دراسات منشورة ضمن كتاب بعنوان: الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، مكتبة جريدة الورد، ط1، القاهرة، 2011.
47. ابن فارس: مجمل اللغة، تطبيق شهاب الدين أبو عمر،: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1994م.
48. فتحي يكن: نحو صحوة إسلامية في مستوى العصر، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 1998.
49. فتحي يكن: أبعاد التصور الحركي، مؤسسة الرسالة، ط12، بيروت، 1997.
50. فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، ط1، سوريا، 2002.

51. فهيمة شرف الدين: نحو تصور آخر لقضية المرأة، كتاب قضايا المرأة العربية، الشريعة السلطنة الجسد، دار بدايات، سوريا 2008.
52. القرضاوي: في فقه الأولويات، دراسة جديدة في ضوء الكتاب و السنة، ط2، القاهرة، 1996.
53. القرضاوي يوسف: الصحوة الإسلامية بين الجحود والتطرف، دار الوفاء القاهرة.
54. القيم: مدارج السالكين، دار الكتاب العربي، ط3، بيروت، 1996. ابن
55. ابن كثير: تفسير القرآن العظيم، تحقيق: سامي محمد سلامة، دار طيبة للنشر والتوزيع، السعودية، ط2، 1999.
56. كريم محمد حمزة: تحليل المضمون، الخطاب كمادة للبحث، ط1، دار مكتبة البصائر بيروت لبنان، 2012.
57. كوثر كامل علي: أحكام تصرفات المرأة في الشريعة الإسلامية، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2006.
58. ليلي حسين خليل: رصد التناول الإعلامي لقضايا المرأة المصرية في الفترة من يناير-ابريل 2011، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2013.
59. محمد أبو الفتوح البيانوني: القواعد الشرعية ودورها في ترشيد العمل الإسلامي، كتاب: الأمة، العدد 82، السنة الحادية والعشرون 1422هـ/2001م.
60. محمد الغزالي: ركائز الإيمان بين العقل والدين، دار الشروق، ط2، القاهرة، 2002.
61. محمد الغزالي: سر تأخر العرب و المسلمين، نهضة مصر للنشر والتوزيع، ط7، القاهرة، 2005.
62. محمد الغزالي: فقه السيرة، دار رحاب، ط5، الجزائر، 2001.
63. محمد الغزالي: قضايا المرأة بين التقاليد الوافدة و الراكدة، دار الشروق.
64. محمد رشيد رضا: تفسير المنار، الهيئة المصرية للكتاب.

65. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب لنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.
66. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2010.
67. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط1، 1993.
68. محمد عبد الوهاب يوسف: جسد الأنثى بين الخطاب الديني و الخطاب الإعلامي، ط1، دار الطليعة بيروت، 2009.
69. محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مكتبة نانسي دمياط، مصر، 2006.
70. محمد كشك: مبادئ الاحصاء واستخداماتها في مجالات الخدمة الاجتماعية، دار الطباعة الحرة، ط1، الإسكندرية، 1996.
71. محمد مبارك: الفكر الإسلامي الحديث في مواجهة الفكر الغربي ، دار الفكر، 1980.
72. المرأة العربية والإعلام: مركز المرأة العربية للتدريب و البحوث كوثر، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر و التوزيع، بيروت لبنان، 2008.
73. مصطفى صبري: قولي في المرأة، دار ابن حزم.
74. معتصم بابكر مصطفى: من أساليب الاقناع في القرآن الكريم، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، من سلسلة كتاب الأمة 95، قطر، 2003، المكتبة الوقفية.
75. المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
76. المعهد الوطني للإحصاء فرع الشرق، بالدقسي.
77. منال أبو عيشة: دور وسائل الإعلام في دعم قضايا المرأة، الوراقون للنشر، الأردن، 1998.
78. منتصر حاتم حسين: إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011.

79. ابن منظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، ط3، بيروت، 1999م.
80. مها مصطفى عقيل: المرأة السعودية في الإعلام، الدار العربية للعلوم ناشرون، ط1، 2010.
81. موريس أنجوس: ترجمة مجموعة من الباحثين، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
82. ناصر الدين الألباني: جلاباب المرأة المسلمة، درا السلام للنشر و التوزيع، طبعة جديدة منقحة ومزيدة.
83. نجاة عبد الجبار: الإعلام الإسلامي الموجه للمرأة بين النظرية والتطبيق، ضمن كتاب الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية، دار الفجر، ط1، العراق الأعظمية، 2010 .
84. هبة رؤوف عزت: المرأة والعمل السياسي، المعهد العالمي لفكر الإسلام، سلسلة رسائل جامعية 18، 1995.
85. يحيى بوعزيز: المرأة الجزائرية وحركة الإصلاح النسوية العربية، دار الهدى، الجزائر، 2001.

الرسائل الماجستير والدكتوراه:

86. أسماء سمير إبراهيم، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية، دراسة مسحية مقارنة: رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة، صفر 1430هـ/فبراير 2009م.
87. حساني محمد نور في رسالته لنيل شهادة الدكتوراه: نظرية الأولويات في الشريعة الإسلامية كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، 2006.
88. خالد بن سعيد بن عامر الصواعي: دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المحلية لدى الرأي العام، ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.

89. دودو نعيمة: تأثير عمل المرأة على معدلات الخصوبة دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس، بسطيف، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية و الإنسانية، 2010—2011.PDF
90. رباب جلال محمد البصراي: قضايا المرأة في الخطاب الديني المعاصر، دراسة تحليلية ، أطروحة دكتوراه- جامعة عين شمس كلية التربية. قسم الفلسفة والاجتماع، 2014.
91. رولا فرح الله: مشكلات الإعلاميات العاملات في مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الاجتماعية و المهنية، دراسة لاستكمال درجة الماجستير في دراسات المرأة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، أيار، 2000.
92. سيد أحمد يحيى: القيم الاجتماعية في الأفلام السينمائية المصرية وترتيب أولوياتها لدى طلبة الجامعات، (دراسة تحليلية-ميدانية)، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، من شعبة الصحافة والإعلام-قسم الإذاعة والتلفزيون، 1429هـ/2008.
93. وردة بوجلال: الجمهور القسنطيني وبرامج قناة اقرأ، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، رسالة ماجستير، 2003
94. صلاح الدين سليم عواد: قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين، دراسة مسحية في الفترة من 2004-2006. لنيل درجة الماجستير من معهد البحوث والدراسات العربية قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 1429هـ-2008.
95. مایسة جمیل: صورة العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، 2003.PDF.
96. عادل صادق محمد رزق: دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام.
97. ماهر حامد الحولي: دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي، ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009.PDF

98. نهي عاطف عدلي العبد: دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراه، إشراف أ.د. عدلي السيد محمد رضا، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، يونيو، 2006.

الدراسات والبحوث العلمية:

99. أماني السيد: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، أكتوبر/ديسمبر 1999.

100. إيمان سلاوي: المرأة في الإسلام بين هداية الوحي ومهانة التقاليد، سلسلة الزهراء العدد الخامس، رباط نات ماروك، 2011.

101. بسيوني حمادة: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، كلية الصحافة والإعلام بجامعة القاهرة، PDF.

102. سلوى إمام: الصدق و الثبات في استمارتي الاستقصاء وتحليل المضمون، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، العدد 1، 1989.

103. سماح ماضي متولي محمد: دور الصحف المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ع34، ديسمبر، 2009.

104. شكرية كوكز السراج: دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية ميدانية، الباحث الإعلامي، العدد، 26، 2014، دراسة منشورة على شكل PDF

105. عبد الجواد سعيد محمد: دور الصفحات التعليمية في ترتيب أولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور المصري، دراسة ميدانية وتحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، دورية محكمة تصدر عن مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 8، العدد الأول، مارس 2008.

106. غادة عبد التواب اليماني: دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، (دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا) الإعلام دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام - جامعة القاهرة - العدد الثاني والثلاثون أكتوبر - ديسمبر 2008.
107. مجلة الكريديف: مجلة فصلية يصدرها، مركز الدراسات والبحوث والتوثيق والإعلام حول المرأة، ع 27-29، جويلية 2002.
108. مرفت كامل الطرايشي: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا السياحية لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، دورية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر، ع 11، يونيو، 1999.
109. ناديا بوهناد: صحيفة العرب، العدد 9583.
110. هبة جمال الدين: أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي، المجلة الاجتماعية القومية، يصدرها المركز القومي للبحوث الإعلامية والجنائية، القاهرة، مايو وسبتمبر 1992 المجلد ثلاثون، ع 2-3.
111. هبة قاسم: قضايا المرأة في الصحف المصرية، دراسة تحليلية لصحف الأهرام الوفد الجمهورية الأسبوعي، والشعب، ط 1، القاهرة، 2000.
112. وردة بوجلال: الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة النهار لك-برنامج أسرار نواعم نموذجاً-مجلة المعيار، دورية محكمة، ع 41، قسنطينة، الجزائر، 2016.
113. وسام نصر: أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية، "دراسة مقارنة، الرأي العام، دورية علمية محكمة نصف سنوية تصدر عن مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة - المجلد التاسع - العدد الثاني - يوليه - ديسمبر 2008

دراسات منشورة على الإنترنت:

114. أحمد الجمعية: الجمهور النشط أمام توجهات النخب ووسائل الإعلام، صحيفة الرياض.
115. أحمد كمال أبو المجد، حول الخطاب الديني المعاصر، رؤى إسلامية (مجموعة من المؤلفين) الجمعة، 30 أبريل 2010-02010 <http://www.alwihdah.com/fikr/adab-ikhtilaf/2010-02010>
116. 4-26.
117. الدكتور منصور العبادي: شبهات حول أحاديث نبوية شريفة عن المرأة- www.quran-m.com المرأة حررها الإسلام وظلمتها التقاليد الفاسدة: حوار مع الدكتور كمال أبو المجد.
118. دعاء فينو: المرأة في الخطاب الإسلامي، جريدة الدستور، ع16450، السنة السابعة والأربعون، تصدر عن الشركة الأردنية للصحافة والآخرة 1434هـ الموافق 28 نيسان 2013م نسخة الكترونية
119. ربيع بن هادي المدخلي: كشف موقف الغزالي من السنة وأهلها ونقد بعض آرائه، (1409 هـ). موقع المدخلي: www.rabee.net.
120. زكي الميلاد: المرأة في المشروع الإسلامي المعاصر من منظور نقدي، <http://aafaqcenter.com>، 2010/06/07.
121. زينب ليث عباس: الصورة الذهنية للجمهور إزاء ظاهرة العنف ضد المرأة في القنوات الفضائية، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 76، بغداد، 2012. نسخة الكترونية
122. سعد الدين العثماني: فقه مراتب الأعمال، مجلة البيان، العدد 97.
123. عادل بن محمد السليم: الأولويات وضوابطها، مجلة البيان، العدد 177.
124. علي جمعة.: فقه الأولويات وأثره على مستقبل الأمة، موقع هدى الإسلام.

125. لطيفة حسين الكندري، د. بدر محمد ملك: تربية المرأة من منظور الشيخ محمد الغزالي، مجلة العلوم التربوية مجلة علمية محكمة ربع سنوية، معهد الدراسات التربوية في جامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر 2003. دراسة منشورة على الانترنت.
126. لماذا تصاعدت دعوات تقييم دور الإعلام الديني في المنطقة العربية؟: مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، <https://futureuae.com/ar>، الثلاثاء، 18 أبريل، 2017.
127. مسفر بن علي القحطاني، أ.د سارة بنت عبد المحسن بن جلوي آل سعود : الموقف الديني من قضايا المرأة المسلمة -دراسة لمنهجية الفتيا في قضايا المرأة المعاصرة-، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، مكتب الأردن، iiitjordan.org/2013.
128. محمد الغيلاني الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة وتحليل للمضمون.
129. محمد بن سعود البشر: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، ع83، 2003.
130. محمد بن عبدالله العبد الكريم: لماذا قاطع الإعلام الإسلامي مقاصد الشريعة؟ دراسة مقاصدية موجزة عن الإعلام الفضائي الإسلامي 3/1 مجلة العصر <http://www.alasr.ws> 2009-4-04

الاتفاقيات والندوات والمؤتمرات:

131. اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، الأمم المتحدة، A/60/793-03، على شكل pdf.
132. الفكر الحركي الإسلامي وسبل تجديده، ندوة: مستجدات الفكر الإسلامي والمستقبل، الكويت: الأمانة العامة للأوقاف، ط1، 1993.

133. حسن علي محمد: القنوات الدينية الإسلامية واقعها ومستقبلها، من بحوث مؤتمر "مستقبل الإعلام في مصر"، القاهرة، 29 ديسمبر 2012م www.alukah.net ميلادي - 1434/5/7 هجري 2013/3/19
134. حنان محمد إسماعيل حسنين: تناول قضايا ومشكلات المرأة في الأفلام المصرية، دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، مايو 2007.
135. سليمان: أحمد يوسف، فقه الأولويات، المؤتمر الثالث عشر: التجديد في الفكر الإسلامي، مايو 2001 www.alazhar.org/conference/default.esp، 24/2/2004
136. شرف جلال حسن: دور نشرات الأخبار والبرامج الاقتصادية بالفضائيات العربية في تكوين معارف واتجاهات الجمهور المصري والقطري نحو الأزمة الاقتصادية العالمية، دراسة مقارنة بين الجزيرة والنيل الإخبارية وcnbc العربية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح، الواقع والتحديات، ج1، 7_9 يوليو 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
137. صحيفة البلاغ: العدد العشرون، 5 تشرين الأول/أكتوبر، صنعاء، 1991م، من كلمة ألقيت في ندوة «وضع المرأة في العالم الإسلامي» عقدت بالقاهرة في الفترة ما بين 19—20 آب/أغسطس 1991م.
138. ندوة نحو فقه إعلامي معاصر، مجلة الاقتصاد الإسلامي، إسلامية اقتصادية شهرية، ع213، السنة18، نوفمبر ديسمبر 1998، يصدرها بنك دبي الإسلامي.
139. ورشة "عمل المرأة والإعلام"، التي عقدت ضمن فعاليات المؤتمر الأول لمنظمة المرأة العربية "ست سنوات بعد القمة الأولى للمرأة العربية: الانجازات والتحديات"، مملكة البحرين، 15 نوفمبر/تشرين ثاني 2006.
140. اتحاد الإذاعات العربية، البث الفضائي العربي، التقرير السنوي 2014—2015 العلمية

المراجع الأجنبية:

141. André, A. (1965), « Chronique sociale et culturelle Algérie », in *Annuaire de l'Afrique du Nord*, Centre national de la recherche scientifique; Centre de recherches sur l'Afrique méditerranéenne (éds.), Paris, Editions du CNRS
142. Gerald M kosicki, problems and opportunities in agenda-setting research., journal of communication, 43(2) spring, 1993.
143. Katherine miler: communication theories, perspectives, processes, and contexts, Library of congress, United states of america, 2002.
144. Linda jean kensicki, second level Agenda Setting A study of integration and PRGRESS? Quarterly published pay public opinion Research Center Faculty of Mass COMMUNICATION- Cairo university, volume (1) Number (2), April- June, 2000.
145. Maxwell E McCombs & Donald L Shaw, The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty- Five Years in the Marketplace of Ideas, Journal of Communication, Spring, 1993, vol43 no 2.
146. Maxwell Mccombs: the agenda –setting role of mass communication mass media and public opinion, Egyptian journal of public opinion research, quarterly published public opinion research center faculty of mass communication-Cairo university, volume (1), number (2), april-june 2000.
147. Hans- Bernd Brosius, Gabriel -Weimann: Who Sets the Agenda-Setting as a two- step Flow communication research.
148. Alex S.Edelstrin.: thinking About the creation Variable in Agenda- setting Research, University of Washington.
149. Donald L. Shaw and Shannon E Martin : the function of media agenda setting, special emphasis: agenda-setting research-20 year birthday, Journalism quarterly, vol 69,n 4,winter1992.
150. Dr.basyouni Ibrahim hamada, Islamic cultural theory, Arab Media performance, and public opinion, Egyptian journal of public opinion research, quarterly published by public opinion research center faculty of mass communication-Cairouniversity, volume(1),number(1),January-march 2000.

151. Everett M Rogers, James w Dearing, DorineBregman, the anatomy of agenda-setting ,research, journal of communication, 43(2) spring, 1993.
152. Patrickroessler: the Individual Agenda-Designing process how interpersonal communication, Egocentric Networks, and Mass Media Shape the perception of political pay individuals.
153. Salma I. Ghanam: Compelling Arguments: The Influence of Attributes on Issue Saliency,published by public opinion Research Center Faculty of communication .Cairo university, volume (1), Number (2), April-JUNE 2000.
154. Young jaechoi: creating a dynamic agenda-setting model, public opinion, Egyptian journal of public opinion research ,quarterly published by public opinion research center faculty of mass communication- Cairo university , volume(1),number(1),January-march; 2000.

المواقع الإلكترونية:

155. <http://www.algeriatimes.net/algerianews2017> 16 جانفي .
156. www.alslshaqaeq.com
157. www.amrkhaled.net
158. <https://ar-ar.facebook.com/abla.elkahlawyyyy>
159. <https://ar-ar.facebook.com/dralqarnee>
160. www.iqraa.net ،
161. www.altawhid.org/2011/03/28
162. Osraty.org.s2008-6-27
163. www.mbc.NET 18 ديسمبر 2013.
164. WWW.Albayan.AE.2009 ، 22 مايو
165. WWW.Almoslim.NET1435 ، 3 صفر
166. www.sayidaty.net2015-8-1

167. www.alarabiya.net.2013 13 أفريل
168. http:// echoroukonline.com/articlesjawahir. 4- الثلاثاء 17 نوفمبر 2015 ميلادى - صفر 1437 هجرى
169. www.alresalah.net |
https://www.facebook.com/al.،،www.almajdtv.comahmadrabah.com/-15 و14 و13 أيام: 2016-5
170. http://iqraa.com/ ،http://www.alrahma.tv
171. http:// echoroukonline.com/articlesjawahir. 4- الثلاثاء 17 نوفمبر 2015 ميلادى - صفر 1437 هجرى
172. .708/http://www.dorar.net
173. www.alkhaleej.a ، ابريل 2016 13 الأربعاء 06 رجب 1437 هـ ،
174. www.interieur.gov.dz
175. http://www.alkhaleej.ae/supplement. 01/03/2013
176. http://www.assakina.com/news/
177. http://www.mominoun.com/article.2013 13 نوفمبر
178. http://www.aliftaa.jo/Research.2015/2/23