

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of higher education and scientific research  
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة  
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Tebessa  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
faculty of humanities and social sciences



قسم الإعلام والاتصال  
تخصص اتصال في تنظيمات

## مذكرة ماسترتحت عنوان

صورة المرأة العربية في الصحافة الإلكترونية العربية  
دراسة تحليلية سميائية على صحيفتي  
-الشعب والشرق-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

تحت اشراف الاستاذ(ة):

أ.د. منصرهارون

من اعداد الطالبة

- منصر مروى

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د. بدرالدين مسعودي	أستاذ محاضر-ب-	رئيسا
أ.د. منصرهارون	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
د. ذويب أميرة	أستاذ مساعد - أ-	عضوا ممتحنا







## شكر و عرفان

بسم الله و الحمد لله الذي رزقنا العقل و حسن التوكل

عليه و الذي يسر لنا السبيل لإنجاز هذا الجهد

أتقدم بالشكر و العرفان لكل من أعانني على إتمام هذا  
العمل من بعيد أو قريب سواء ماديا أو معنويا و لو بكلمة

محفزة

و أخص بالذكر إستاذي المشرف الدكتور منصر هارون  
على قبوله الإشراف و متابعة المذكرة و ما قدمه لي من  
توجيهات قيمة لإتمام هذا العمل كما أتوجه بالشكر إلى  
كل أساتذتي في كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية و لكل  
من ساندني طيلة مشوري الدراسي خاصة السيد المشرف  
البروفيسور منصر هارون.



## الإهداء

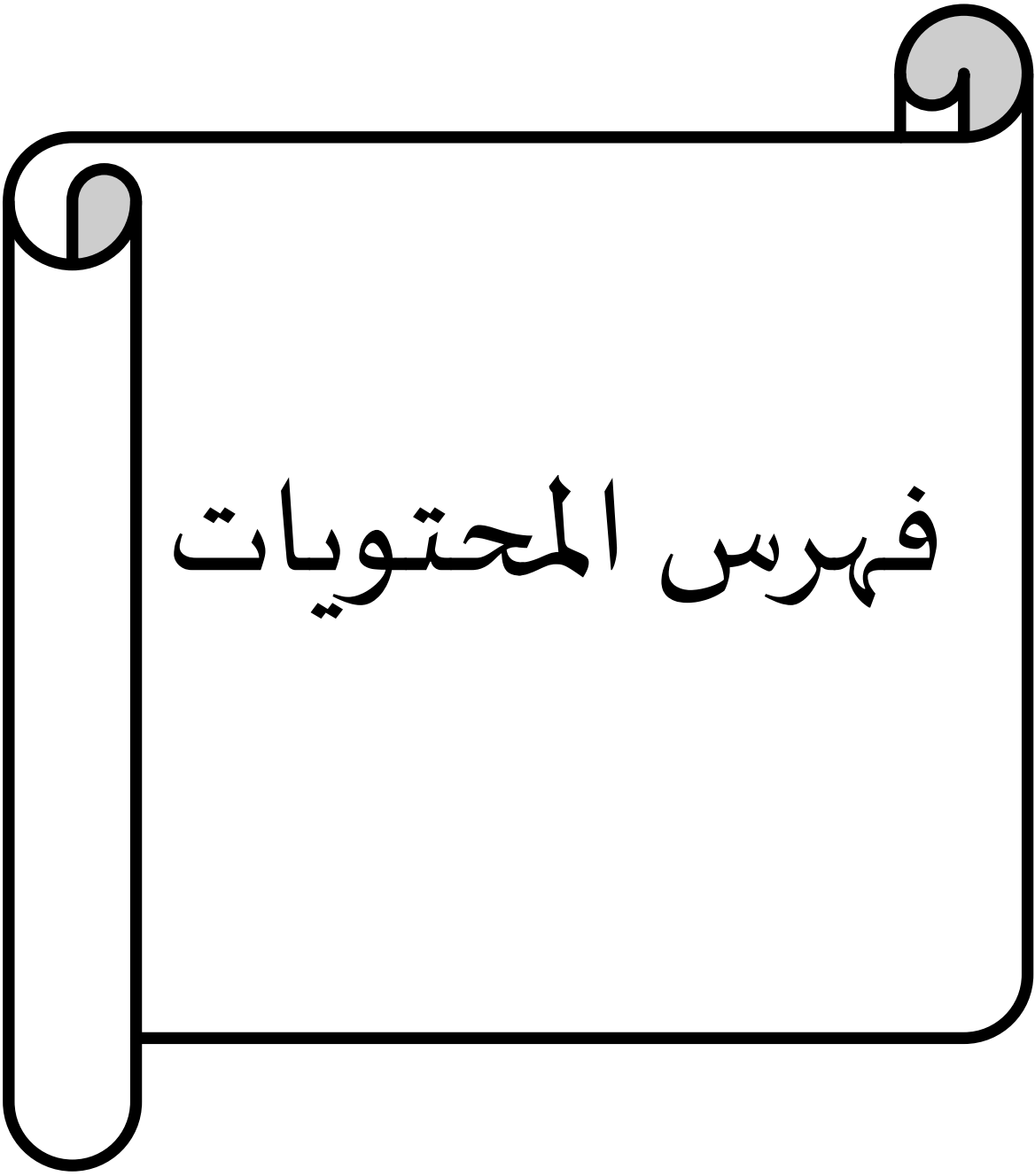
يقول المولى عزوجل ".....نرفع درجات من نشاء و فوق كل ذي علم عليم"  
الحمد لله الذي و فقني لتثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتي  
هذه ثمرة الجهد و النجاح بفضلله تعالى

إهداء هذا العمل إلى الوالدين الكريمين حفظهم الله و أدامهما الله نور  
لدربي أمي و أبي

عائلي الكريمة التي ساندتني و لا تزال من إخوة و أخوات

مريم سارة علي هاجر أحمد طه

جدي و جدتي خالتي و الآخرون دون استثناء.



# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	اهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة
3	1- إشكالية الدراسة:
4	2- تساؤلات الدراسة
4	3- أسباب إختيار الموضوع
5	4- أهمية الدراسة
5	5- وأهداف الدراسة
5	6- منهج الدراسة وأدواته
9	7- مجتمع وعينة الدراسة
11	8- اختبارات الصدق والثبات
11	9- حدود الدراسة.
12	10- تحديد المفاهيم
15	11- دراسات السابقة
21	12- الإطار النظري للدراسة
	الفصل الثاني: وسائل الإعلام وصناعة الصورة
25	تمهيد
27	أولا: ماهية الصورة الذهنية
27	1- مفهوم الصورة الذهنية
29	2- خصائص وسمات الصورة الذهنية
30	3- أبعاد الصورة الذهنية
31	4- أهمية ووظائف الصورة الذهنية
33	5- أنواع الصورة الذهنية وعوامل تكوينها
35	6- مفهوم الصورة النمطية.
36	7- خصائص الصورة النمطية.
37	8- طبيعة الصورة النمطية والذهنية.
38	ثانيا: واقع المرأة وصورتها في الإعلام
40	1- المرأة في المجتمع العربي



43	2- صورة المرأة في الإعلام العربي
45	3- عوامل تكوين صورة المرأة في الإعلام العربي
46	4- دور الإعلام في إبراز قضايا المرأة العربية
	الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية والمرأة
51	تمهيد
52	أولاً: الصحافة الإلكترونية العربية
52	1- مفهوم الصحافة الإلكترونية
53	2- نشأة الصحافة الإلكترونية وعوامل تطورها
56	3- خصائص الصحافة الإلكترونية
58	4- أهداف وأنواع الصحافة الإلكترونية
60	ثانياً: قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية
61	1- المرأة والصحافة
63	2- المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية.
63	3- السمات العامة الإستراتيجية الإعلامية للقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية
63	4- معوقات المعالجة الإعلام لقضايا المرأة
	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي
68	1- بطاقة فنية على صحيفتي الدراسة
68	2- التحليل الكمي والكمي لصحيفتي الدراسة
100	3- التحليل السميولوجي لصحيفتي الدراسة
111	4- النتائج التحليلية العامة للدراسة.
114	خاتمة
116	قائمة المصادر والمراجع
	ملخص



فهرس الجداول

## فهرس الجداول

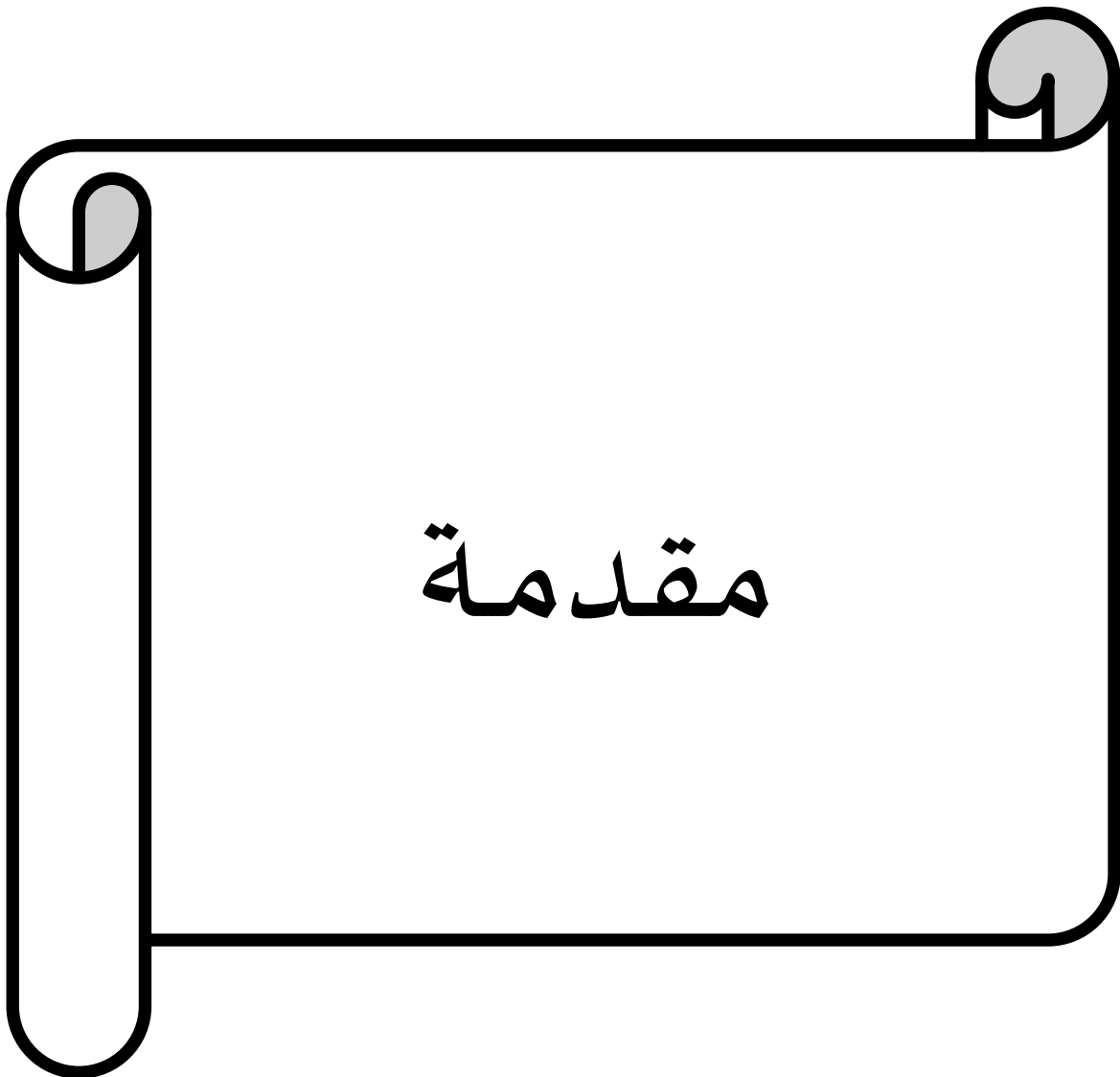
الصفحة	العنوان
68	الجدول رقم 01: يمثل الجدول بشكل مفصل الأعداد التي ستتم عليهم الدراسة من كل صحيفة المتمثل في 12 عدد من كل صحيفة.
70	جدول رقم 02 : يوضح تواريخ الأعداد المكونة للدراسة:
73	الجدول رقم (3) فئة النشر
73	الجدول رقم (4) فئة موقع النشر
75	الجدول رقم : (5) يمثل العناوين
77	الجدول رقم (6) شكل العنوان
79	الجدول رقم (7) الأنواع الصحفية
81	الجدول رقم (8) نوع الصورة
83	يمثل الجدول (9) اللغة المستخدمة
84	الجدول رقم (10) القضايا
86	جدول رقم 11 يمثل القضايا الإجتماعية
88	الجدول رقم : 12 يمثل القضايا السياسية
89	الجدول رقم : 13 يمثل القضايا الثقافية
90	الجدول رقم : 14 يمثل مهنة المرأة
91	الجدول رقم : 15 يمثل الحالة الإجتماعية
92	الجدول رقم : 16 يمثل السمات الإيجابية
93	الجدول رقم : 17 يمثل السمات السلبية
94	الجدول رقم : 18 يمثل الجمهور المستهدف
95	الجدول رقم : 19 يمثل الإتجاه
96	الجدول رقم : 20 يمثل الأهداف
97	الجدول رقم : 21 يمثل المصدر
98	الجدول رقم : 22 يمثل صورة المرأة البارزة
99	الجدول رقم : 23 يمثل القيم
99	الجدول رقم 24 : يمثل الاستمالات



# فهرس الأشكال

## فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان
69	الشكل رقم 01 : يمثل صفحة النشر
70	الشكل رقم 02 :صفحة النشر
71	الشكل رقم 03 :موقع النشر
72	الشكل رقم 04 : موقع النشر
74	الشكل رقم 05 : يمثل العنوان
74	الشكل رقم 06 : يمثل العنوان
76	الشكل رقم 07 : يمثل شكل العنوان
76	الشكل رقم 08 :يمثل شكل العنوان
78	الشكل رقم 09 : الأنواع الصحفية
78	الشكل رقم 10 : الأنواع الصحفية
80	الشكل رقم 11 : يمثل نوع الصور
80	الشكل رقم 12 : يمثل نوع الصور
82	الشكل رقم 13 : يمثل اللغة المستخدمة
82	الشكل رقم 14 : يمثل اللغة المستخدمة
84	الشكل رقم 15 : يمثل القضايا
85	الشكل رقم 16 : يمثل القضايا الإجتماعية
86	الشكل رقم 17 : يمثل القضايا الإجتماعية
87	الشكل رقم 18 : يمثل القضايا السياسية
88	الشكل رقم 19 : يمثل القضايا السياسية



مقدمة

## مقدمة :

لم تعد وسائل الإعلام وسيلة لنقل الأخبار و المعلومات فقط و تشكيل الوعي في مجالات معينة بل تجاوزت دورها إلى تكوين الصورة الذهنية و النمطية لدى الأفراد و المجتمعات و نظرا لمقدرتها على التأثير في توجهاتهم و أفكارهم.

حيث تعد وسائل الإعلام بصفة عامة و الصحافة الإلكترونية العربية خاصة نوع إعلامي جديد يفرضه التطور التكنولوجي و من أبرز التطبيقات المعاصرة التفاعلية و التي تعود امتدادا لصحافة المكتوبة حيث تبرز المرأة بالعديد من الصورة التي منها من يمثل الواقع و منها التي لا تمثل الواقع الحقيقي للمرأة العربية و بدأ واضح أن ظهور المرأة أصبح له مساحة و اضححة على مختلف الوسائل الإعلامية.

و بما أنا المرأة ركيزة أساسية في المجتمع نظرا لدورها المهم في كل الأصعدة و باعتبارها شريك أساسي و فاعلا في المجتمع العربي في الوقت الذي أظهرت فيه و وسائل الإعلام و خاصة الصحافة التي باتت تظهر صورا جديدة بات من الضروري تحليل صورتها في هذه الوسائل و معرفة الأدوار التي كرسها الإعلام لها في المجتمع العربي .

ومن هذا السياق سنحاول من خلل دراستنا هذه معرفة صورة المرأة العربية في الصحافة الإلكترونية في كل من صحيفتي الشعب الجزائرية و الشرق القطرية وفق لمقاربة رولان بارث و للإحاطة بهذا الموضوع قسمنا الدراسة إلى أطر ووفق خطة ممنهجة حيث تطرقنا في الإطار المنهجي للدراسة موضوع الدراسة الذي تطرقنا فيه إلى صياغة إشكالية الدراسة و طرح التساؤل الرئيسي الذي انبثق منه مجموعة من الأسئلة الفرعية كما قمنا بتحدي أهداف الدراسة و أسباب اختيار الموضوع و مجتمع البحث و عينة و نوع الدراسة و أهميتها و كذلك منهجها و أدوات جمع المعلومات و كذا تحديد المصطلحات الدراسات السابقة .

أما الإطار النظري فتطرقنا فيه إلى فصلين الأول وسائل الإعلام و صناعة الصورة عرضنا فيه الصورة الذهنية و النمطية ز خصائصهم و طبيعة كل منهم كم تطرقت إلى أبعاد و أهداف ووظائف و عوامل الصورة الذهنية كما تطرقنا فيه إلى واقع المرأة في المجتمع العربي حيث تطرقنا إلى المرأة في الإسلام و المرأة في المجتمع التقليدي و دور المرأة في المجتمع المعاصر ثم تحدثت عن صورة المرأة في الإعلام العربي و عوامل تكوين صورتها و دور الإعلام في إبراز قضاياها

أما الفصل الثالث تطرقت إلى الصحافة الإلكترونية و قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية حيث تطرقت في العنصر الأول إلى الخلفية التاريخية للصحافة الإلكترونية و مفهومها و خصائصها أما العنصر الثاني تطرقنا فيه إلى قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية كما تحدثنا عن المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية ثم إلى السمات العامة الإستراتيجية لقضايا المرأة و أخيرا تطرقنا إلى معوقات المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة.

أما الفصل الرابع الخاص بالإطار التطبيقي عرضنا فيه بيانات الدراسة لتحليلها في جداول ثم تطرقت إلى التحليل السميولوجي لمجموعة من الصور للمرأة لنصل في الأخير إلى أهم النتائج و أتممنا دراستنا بالخاتمة.



الفصل الأول: الإطار

المنهجي

و المفاهيمي للدراسة

## 1- الإشكالية :

تعد المرأة العربية الخلية والركيزة الأساسية للمجتمع فقد كرمها الإسلام و أعلى من شأنها و عزز مكانتها و حث على ضرورة احترامها فصلاحتها من صلاح المجتمع و فسادها من فساده و هي شريك أول أساسي و جزء فاعل نظرا لدورها المهم باعتبارها جزء من النسق الاجتماعي تساهم في تنمية المجتمع من خلال الجهود التي تبذلها من أجل تحقيق الأفضل برغم أن المرأة العربية مرتبطة بتلك القيم و العادات و التقاليد الإجتماعية الموروثة في المجتمعات العربية التي تفرض عليها بعض الأدوار و المكانة التي تليق بها كونها في مجتمعات تقليدية لا يحق لها بلوغ بعض الأدوار و المهام المتمثلة في مهمة الأم و الزوجة و رب البيت إلا أنها مع تطور المجتمع أصبحت المرأة العربية تفرض و جودها في كل المجالات لتكسر كل تلك الحواجز و الرؤية السلبية عنها كونها المرأة العربية رائدة أساسية للتغيير الإيجابي في إحداث عملية التغيير الاجتماعي في بناء المجتمعات و في مختلف الأحداث الإجتماعية .

و في ظل ظهور التحولات التي وأكبت تطور و سائل الإعلام و الصحافة بأشكالها التي تعد وجه يمثل المجتمع من خلال ماتقدمه من معلومات و أخبار أو بالأحرى هي عبارة عن الغذاء الفكري للإنسان و ثقافته و تعد الوسيلة الأكثر تأثير تمتلك قدرات هائلة في تشكيل التصورات التي يتبناها جماهيرها حيث لم تعد الصحافة تقتصر على بث المعلومات و نقل الأخبار فقط بل تجاوزت كل هذه الخطوات نحو خطوة جديدة متمثلة في تشكيل الصورة الذهنية على مختلف القضايا التي تولى لها غاية من الأهمية تعد الصحافة الإلكترونية خاصة التي تمثل مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي و من أهم الوسائط الإعلامية الجديدة التي يتم إنتاجها و قرائتها من مختلف الوسائط الرقمية و يتم تداولها بسرعة إلى القارئ و تعتبر وسيلة إعلام و إتصال بين البشر تفاعلية عبر الفضاء الإلكتروني تتيح ميزة تبادل الآراء و الأفكار بين الجمهور المتلقي حول الأخبار و القضايا المختلفة التي تهتم بها و تلبي حاجة الجمهور في كل المجالات الإجتماعية و السياسية و الإقتصادية و الثقافية حيث تبرع الصحافة في تشكيل صورة الذهنية على القضايا التي تتبناها و من بين هذه القضايا التي إهتمت بها الصحافة الإلكترونية العربية تناول القضايا المتعلقة بالمرأة العربية حيث تجسدها في صور معينة من خلال مجموعة الإيحاءات و الدلالات و الرموز التي يتم من خلالها إيصال فكرة معينة كنوع من الخطاب الإعلامي البصري حيث أولت للمرأة العربية أهمية في عرض المواضيع التي تخصها و إكتست مواضيع المرأة العربية في الصحافة الإلكترونية العربية خاصة مساحة باعتبارها نصف المجتمع و من بين المعايير التي يقاس بها تطور المجتمعات و رقيها و نتيجة لدورها المهم من خلال طرح قضاياها و مشاكلها وإنجازاتها في الفضاء الرقمي بشكل الذي يحقق المصلحة الإعلامية إلا أن و برغم أن الإعلام الوسيط الأساسي في العملية الهادفة لتحسين وضع و صورة المرأة في المجتمع العربي بوجه عام تبقى طريقة عرضها لقضايا المرأة العربية تنقل صورة أخرى مختلفة فمن قبل كانت الصحافة تتسم بمجموعة المبادئ التي حولها المجتمع لها فكانت لا تظهر و لا تخرج صورتها على نطاق مايقبله المجتمع العربي أما اليوم فقد تبلورة صورتها و مواضيعها لي تأخذ أبعاد أخرى و تغيرت جذريا فأصبح الإهتمام بالمرأة يعتمد على مظهرها أكثر برغم أن قضايا المرأة تحظى بقيمة كبيرة لدى الباحثين باعتبار أن قضيتها قضية إنسانية و إجتماعية و تنموية إلا أنها لم تحظى صورتها في و سائل الإعلام و على وجه الخصوص الصحافة الإلكترونية العربية دراسة في المستوى على الرغم أن وسائل الإعلام تمتلك قدرات و غاية مهمة في تشكيل التصورات التي يتبناها المتلقي مما يجعل القارئ يرى هذه القضايا بعين الصحافة حيث أن الأفكار التي يتبناها القراء إنما هي انعكاس لما تنقله الصحافة برغم أن جزء مما يتم تداوله لا يعبر عن الدور الحقيقي للمرأة العربية التي حققت الكثير من الإنجازات لتصل

إلى ماهي عليه الآن و تأخذ مناصب قيادية في المجتمع العربية كونها طبيبة و صاحبة أعمال ومهندسة و مستشارة ووزير و إعلامية و قائدة راي و كاتبة لها أفكارها الخاصة تتحدث عن نفسها و تعبر عن مجالها و كثير من الأعمال التي كانت في زمن ليس ببعيد حكرا على المجتمع الذكوري إلا أن التحولات المهمة في الدور الإجتماعي للمرأة لم تجد صدى مناسب يواكبها في الصحافة رغم المكانة المهمة التي تمارسها في كل المجالات و نجاحاتها الماهرة إلا أنه لايزال هناك إغفال في نقل صورتها كما هي في الواقع و نقل صورة أخرى تعكس مكانتها و تحجب إيجابيتها و تغطي دورها في بناء المجتمع .

وتعد صحيفتا الشعب و الشرق العربيين من بين الصحف التي إهتمت بقضايا المرأة العربية و صورتها ونظرا لمكانة المرأة كركيزة أساسية في المجتمع لابد من دراسة صورتها التي تعرضها الصحافة الإلكترونية العربية كونه الإعلام بشكل عام سلاح ذوحدين يمكنه أن يقدم صورتين مختلفتين عن المرأة سلبية و إيجابية و مما سبق ارتأينا إلى إجراء دراسة تحليلية سميائية لصورة المرأة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وفقا لمقاربة رولان بارث و من هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية:

- ماهي الصورة التي تقدمها الصحافة الإلكترونية عينة الدراسة عن المرأة؟

و للإجابة على هذا التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات التالية:

2- التساؤلات الدراسة:

- 1- فيما تمثلت أبرز القضايا و المضامين التي عالجتها الصحافة عينة الدراسة عن المرأة؟
- 2- ما هي خصائص و سمات المرأة العربية التي سلطت صحيفتي الدراسة عليها الضوء و كيف تمثلت صورتها للقارئ؟
- 3- ماهي المعاني و الرسائل الضمنية التي تنقلها الصحافة عينة الدراسة عن المرأة ؟
- 4- ماهي الدلالات الرمزية التي إهتمت الصحافة الإلكترونية العربية نقلها عن المرأة ؟
- 5- ماهي الأبعاد التي ركزت عليها صحيفتي الدراسة على تقديمها لقضايا المرأة العربية ؟
- 6- ماهي القيم الإيجابية و السلبية للمرأة العربية التي تحملها الصحافة عينة الدراسة ؟

3- أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي للموضوع كونه موضوع يهمني.

- موضوع يثير اهتمامي ويشغل تفكيري دائما مثل هذه الدراسات.

- موضوع في تخصصي.

- أنه موضوع لم يحظى بالكثير من الدراسات في جامعة- جامعة شيخ العربي التبسي.-

أسباب موضوعية :

-السعي لإثراء المكتبة بمواضيع تتناول ظواهر جديدة في علوم الإعلام و الاتصال لحجانتنا الملحة للمزيد من هذه الدراسات الحديثة حول المواضيع و القضايا التي تتعلق بالمرأة و صورتها .

- نقص الدراسات في هذا الموضوع.

- قابلية الموضوع للبحث و الدراسة معرفيا و منهجيا.

- إلقاء الضوء على الصحافة الإلكترونية من جانب المواضيع و القضايا التي تهتم بالمرأة و تشكل صورتها في المجتمع العربي لما تمثله من أهمية بالغة باعتبارها جزء فاعلا في المجتمع.

4- أهمية الدراسة للدراسة:

-تكتسي الدراسة أهميتها من خلال:

- السعي لتحديد ملامح صورة المرأة في الصحافة الإلكترونية العربية التي ركزت عليها من خلال المضامين التي أبرزتها في صحيفتي الدراسة .

- السعي إلى تحديد اتجاه هذه الصحف من خلال نقلها لصورة المرأة إيجابي أو سلبي

- محاولة إستجلاء و معرفة الصورة المعطاة للمرأة في الصحافة الإلكترونية العربية المعاكسة لها للخروج بنتائج تقدم الصورة الحقيقية التي تمثلها .

- أيضا تتجلى دراستي كونها تعالج صورة المرأة في المجتمع من الزاوية الإعلامية و ذلك من خلال الكشف عن دور الصحافة الإلكترونية العربية في تسليط الضوء و إبراز صورة المرأة في المجتمع من خلال تحليل صورتها وفقا لمقاربة رولان بارث.

- تقييم المادة الإعلامية التي تقدم صورة المرأة من خلال مختلف المواضيع التي تتناولها و ومدى اقتربها من تجسيد الواقع الحقيقي التي تعيشه المرأة.

- يمكن لنتائج هذه الدراسة أن تضيف نتائج مختلفة على التي سبقتها لأن لكل باحث أسلوبه في التحليل و أيضا تقدم هذه الدراسة إلى توجيه القائمين على وسائل الإعلام إلى الإهتمام بمكانة و إنجازات المرأة بغية تفعيل دورها لأنها تمثل جزء يساهم في تنمية المجتمع.

5- أهداف الدراسة:

- التعرف على دور الاعلام عموما و الصحافة الإلكترونية العربية خاصة في طريقة معالجته للقضايا المرأة.

- معرفة حجم تواجد صورة المرأة في الصحافة الإلكترونية العربية- صحيفتي الشعب - الشرق.

- الكشف عن المضامين التي تقدمها الصحافة الإلكترونية العربية لإبراز مكانة المرأة .

- كشف حقيقة الواقع الذي تصوره الصحافة الإلكترونية عن المرأة.

- إبراز المعاني و الرسائل الضمنية و الدلالات الرمزية التي تنقلها الصحافة عينة الدراسة عن المرأة.

- التعرف على أهم المواضيع الصحفية التي جاءت عبرها تغطية الصحافة الإلكترونية عينة الدراسة للمرأة.

#### 6- منهج الدراسة وأدواته:

تعدد مناهج البحث العلمي و تختلف من مجال معرفي لآخر باختلاف الدراسات و البحوث العلمية و نوعية الأهداف المراد بلوغها و إختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة لمبحوثة و المجال الذي ينتهي إليه.

و تحدد مناهج البحث باختلاف ظاهرة الدراسة لذلك فإختيار المنهج الأنسب يعتبر أساس نجاح الباحث في تحقيق الغرض من دراسة لموضوع بحثه و يقصد بالمنهج أسلوب للوصول إلى نتائج معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة.<sup>1</sup>

و يعرف المنهج على أنه مجموعة من الإجراءات و الطرق الدقيقة من أجل الوصول إلى نتيجة أو ومسعى أو طريقة دقيقة و منظمة يستوجب الصرامة لكي تكون نتائج ملائمة إذا المنهج عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منظمة و منسقة.<sup>2</sup>

كما يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيم على سر العقل و تحدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة.<sup>3</sup>

و تدخل دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على تصوير و تحليل و تقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر للحصول على البيانات و المعلومات.<sup>4</sup>

- و جاء إستخدامنا لهذا المنهج لكونه المنهج الأنسب كما أنه يساعدنا على جمع المعلومات و البيانات و كذا تحليلها من خلال تحديد صورة المرأة في صحف عينة الدراسة من خلال التغطية الإعلامية لكل من صحيفة (صحيفة الشعب الجزائرية و صحيفة الشرق لقطرية ) لمدة ثلاثة أشهر من أكتوبر 2022 إلى غاية ديسمبر 2022 لرصد مختلف الصور التي ظهرت بها المرأة العربية.

-رشيد زواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، أسس علمية و تدريبات، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004، ص 81

<sup>2</sup>- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 81

<sup>3</sup>- جندلي عبد الناصر: تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الإجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 1، ص 13

<sup>4</sup>- أحمد بدر: إصول البحث العلمي و مناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، ط 2، 1982، ص 13

### أدوات الدراسة:

لأغراض الدراسة الدراسة التحليلية للصور المتعلقة بالمرأة زمن الدراسة فإن الباحثة قد إعتمدت على مقارنة التحليل السميولوجي لرولان بارث وقد شملت عينة التحليل السميولوجي كافة الصور المتعلقة بالمرأة عبر صفحات صحيفتي التحليلي الإلكترونيتين و التي ضمت 35 صورة .

كما اعتمدت كذلك في جمع المعلومات على تحليل المضمون من خلال الكشف عن الموضوعات المتعلقة بالمرأة و التي نشرت في صحف الدراسة.

حيث أنه لأي بحث علمي أدوات جمع البيانات يقوم الباحث من خلالها بجمع البيانات و إعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المضمون كأداة تحليل على غرار ماذهب إليه سمير محمد حسين الذي إعتبره أنه ليس منهجا قائما و إنما هو أداة يستخدمها الباحث ضمن إطار منهج المسح في الدراسات الإعلامية.<sup>1</sup>

### - تحليل المضمون

يعرف بيرلسون على أنه تحليل المحتوى هو أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي و المنظم الكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الإتصال.<sup>2</sup>

- و مما سبق تم الإعتماد على الفئات التحليلية التالية المتمثلة في فئات الشكل و فئات المضمون.

### وحدات التحليل:

<sup>1</sup> - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام و الإسس و المبادئ، علم الكتب، د ط، القاهرة، 19، ص 36

- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاسيچ كوم للدراسات و النشر و التوزيع، ط 2007، ص 1، ص 92

حيث عدد بيرلسون خمس وحدات أساسية في التحليل هي : ( الكلمة , الموضوع , الشخصية , المفردة , الوحدة القياسية أو الزمنية ).

و مما سبق و لغرض إثراء الدراسة لجأت الباحثة إلى استخدام وحدة الموضوع و هي عبارة عن جملة أو عبارة تحتوي على الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل و تعد أكبر وحدات تحليل المحتوى و إحدى الدعائم الأساسية في تحليل المواد الإعلامية وقد شملت هذه الثانية مجموعة القضايا المطروحة و الصور التي تجلت فيها المرأة من خلال صحيفتي الدراسة كما استخدمت الباحثة الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية و متمثلة في كافة الفنون الصحفية ( الأخبار-التقارير- و المقالات – و المقابلات)

#### فئات التحليل:

يقولو بيرلسون إن تحليل المضمون تكمن قيمته في قيمة فئاته

- يتفق الباحثون على ضرورة أن تكون فئات التحليل المستخدمة في تحليل المضمون مناسبة و دقيقة و شاملة بشكل لا يقبل التداخل فيما بينها فالفئات هي التصنيفات التي يضعها الباحث إستنادا إلى طبيعة الموضوع و مشكلة البحث.

و بعد قيام الباحثة بالإطلاع على كل ماكتب في الصحف الدراسة لفترة دامت ثلاثة أشهر عن قضايا المرأة قامت بتصنيفها بما يخدم أهداف الدراسة إلى الفئات التالية:

1 - فئات الشكل كيف قيل؟ و هي فئات الشكل الذي قدم به المحتوى و تم وضعها على الشكل التالي:

1- فئة الشكل الصحفي: مثلا خبر صحفي – مقال صحفي – تقرير صحفي – تحقيق صحفي – حوار صحفي.

2- فئة اللغة: أي نوع اللغة المستخدمة في هذه الصحف عربية الفصحى – لغة أجنبية

3- فئة الإبراز أو طرق العرض:

-صفحة النشر: الصفحة الأولى – الصفحة الداخلية – صفحة خاصة – صفحة مشتركة.

- موقع النشر: أعلى الصفحة- وسط الصفحة- أسفل الصفحة- الصفحة الأخيرة .

- فئة الصور: عبارة عن شكل التعبير عن جزء من الواقع بطريقة الرسومات أو الصور الفوتوغرافية و على هذا فإن فئة الصور عبارة عن عملية جرد و تحليل محتواها و ألوانها و موقعها من المادة محل الدراسة..

2 – فئات المضمون ماذا قيل؟ و هي فئات المضمون و التي تعني مضمون المادة الإعلامية و تم وضعها في الشكل التالي:

1- فئة الموضوع: وهي أكثر الفئات استخداما في بحوث الإعلام و الإتصال وذلك السهولة النسبية التي يتطلبها إذا أنها تحاول الإجابة عن السؤال على ما يبدو المحتوى؟ أي ماهي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى.



2- فئة نوع الموضوع: أي المواضيع التي تجلت فيها قضايا المرأة و صورتها (إجتماعية – سياسية – إنسانية- ثقافية – اقتصادية- دينية- رياضية).

3- فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالإتصال الوصول إليه طبيعته، نوعه.

4- فئة المصدر: و تتمثل في المصادر التي نقلت هذه الأخبار عن المرأة : مصادر خاصة بالصحيفة أو مصادر من خارج الصحيفة - وكالات الأنباء – و سائل الإعلام- الإذاعة – المدونات – الشبكات الإجتماعية- البيانات.

5- فئة القيم: وهي مجموعة القيم المتضمنة في الرسالة الإعلامية فالقيم ترتبط بعاملين أساسيين عامل النفسي والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعير والضوابط التي يفرضها المجتمع مثل القيم الأخلاقية -السياسية -الإنسانية – الاجتماعي- الدينية- الاقتصادية.

6- فئة الأهداف: ففي هذه الدراسة نسعى للوصول إلى الهدف الذي إهتمت صحيفتي التحليل إيصاله من خلال القضايا و المضامين التي طرحتها على صفحاتها .

7- فئة الإتجاه: يختار الباحث هذه الفئة عادة لمعرفة الإتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل و لقد تم تقسيم الإتجاه في أغلب الدراسات إلى مؤيد معارض محايد وبالرغم من الصعوبة التي يتلقاها الباحث في تعيين الإتجاه إلا أنها تبقى فئة جد هامة في معرفة التوجهات العامة التي يريدها القائم بالإيصال .

8- فئة الإستمالاتالإقناعية: و تعني موقف أو واقعة أو قوة أو قوة داخلية تثير السلوك و تدفعه نحو إشباع غاية معينة و قد إستخدمنا فئة الإستمالات الإقناعية في دراستنا و قسمنا إلى إستمالات عقلية و إستمالات عاطفية و إستمالات عقلية و عاطفيا معا.

#### 7- مجتمع وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث: على أنه جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها البحث.<sup>1</sup>

- وهو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها فقد يكون مجموعة من البشر و يكون المجتمع تحليل المحتوى جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التي يتم إختيارها خلال فترة الدراسة.<sup>2</sup>

1- حمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي، في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط. 2010 ص 166

2- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزي، الإسلوب الإحصائي و إستخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة

مصر، 1993، ص 156

بما أن الموضوع المتناول هو صورة المرأة في الصحافة الإلكترونية العربية فمجتمع البحث هنا يتمثل في الصحف الإلكترونية المتمثلة في كل من صحيفة الشعب الجزائرية و صحيفة الشرق القطرية.

و لتحقيق متطلبات الدراسة و أهدافها لابد من تحديد عينة الدراسة و التي هي جزء من الكل المراد تحديد سماته فهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة و إجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تصميمها على كامل مجتمع البحث الأصلي.

- و تماشياً مع طبيعة موضوع دراستنا و بغيّة تحقيق نتائج سليمة و معبرة عن الصحيفتين ككل و من أجل تفادي التكرار و لصعوبة الحصر الكلي الشامل لمجتمع البحث المكون من مئات الصور التي تخص المرأة إرتأينا إلى الإعتماد على عينة الأسبوع الصناعي .

بإستخدام أسلوب الدورة حيث يتم إختيار المفردة الأولى عشوائياً يوم السبت من الأسبوع الأول من شهر أكتوبر من سنة 2022 و المفردة الثانية يوم الأحد من الأسبوع الثاني و المفردة الثالثة يوم الإثنين من الأسبوع الثالث ..... وهكذا.

و قد تم الإعتماد على هذه الطريقة حتى لا يكون هناك تحيزاً في صور التحليل و حتى لا يؤثر على صدق النتائج.

- ويمكن إيجاز الحجم النهائي لعينة التحليل :

- عدد صحف الدراسة: 2 جريدة الشعب و جريدة الشرق

- طول فترة الدراسة : ثلاثة أشهر 03

- عدد الصور التي خضعت للتحليل 35 صورة .

الجدول رقم 01: يمثل الجدول بشكل مفصل الأعداد التي ستم عليهم الدراسة من كل صحيفة المتمثل في 12 عدد من كل صحيفة.

الأشهر	الأسابيع	السبت	الأحد	الإثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
أكتوبر	الإسبوع 1	.....						
	الإسبوع 2		.....					

				.....			الإسبوع 3	
				.....			الإسبوع 4	
			.....				الإسبوع 1	نوفمبر
	.....						الإسبوع 2	
.....							الإسبوع 3	
						.....	الإسبوع 4	
					.....		الإسبوع 1	ديسمبر
				.....			الإسبوع 2	
			.....				الإسبوع 3	
		.....					الإسبوع 4	

جدول رقم 02 : يوضح تواريخ الأعداد المكونة للدراسة:

- التاريخ	- اليوم	- التاريخ	- اليوم
2022-11-18	الجمعة	2022-10-01	السبت
2022-11-26	السبت	2022-10-09	الأحد
222-12-04	الأحد	2022-10-17	الاثنين
2022-12-12	الاثنين	2022-10-25	الثلاثاء
2022-12-20	الثلاثاء	2022-11-02	الأربعاء
2020-12-28	الأربعاء	2022-11-10	الخميس

#### 8- الصدق والثبات:

يعتبر خطوة مهمة في سبيل جعل أداة القياس أكثر مصداقية.

و الذي يتم البحث عنه بعد استكمال إستمارة التحليل المتمثلة في الموضوعات المتعلقة بالمرأة العربية عبر الصفحات محل التحليل زمن البحث فيما تم إقدام الباحثة على عرضها على ثلاثة أساتذة مرفقة بدليل التعريفات الإجرائية قصد الإطلاع على الفئات و عناصرها تمت تقديم ملاحظات من طرفهم و بناء على ملاحظاتهم العلمية تمت إجراء التعديلات اللازمة في هذا الإطار.

## 9- حدود الدراسة

- تمت الدراسة بداية من السداسي الأول بضبط شهر أكتوبر تم العمل و البحث على الإطار المنهجي و النظري أما الفصل التطبيقي فبدأت العمل على عينة الدراسة شهر مارس من خلال تحليله و تنظيمه إلى يوم طباعة المذكرة.  
حيث ركزت الدراسة على تحليل صحيفتي الشعب و الشرق خلال عام 2022 لمدة ثلاثة أشهر من بداية 2022/10/01 إلى غاية 2022/12/28.

## 10- تحديد المصطلحات و المفاهيم:

**الصورة:** Image ترد لفظة صورة في كلام العرب بما يدل على ظاهرة على معنى حقيقة الشيء و هيئته و معنى صفته يقال: صورة الفعل كذا و كذا و أهميته أي هيئته أو صورة الأمر كذا و كذا.<sup>1</sup>  
لغة: جاء لسان العرب لإبن منظور الصورة في الشكل و الجمع صور و قد صور فتصوره و تصورت الشيء توهمت صورته و التصور و التماثل.<sup>2</sup>  
- و كلمة الصورة Image إغريقية الأصل تعني ما يشبه و ما ينتمي إلى حقل التمثيل فهي تدل لغويا على شيء ظاهري و على معاني حقيقة الشيء و هيئته.<sup>3</sup>  
- و قد وردت كلمة الصورة في القرآن الكريم لقوله تعالى " الخالق البارئ المصور له الأسماء الحسنى " <sup>4</sup> و قوله أيضا " و لقد خلقناكم ثم صورناكم " <sup>5</sup>  
- الصورة هي الصفة التي يكون عليها الشيء كما في قوله تعالى " إن الله خلق آدم على صورته " <sup>6</sup>

## الصورة إصطلاحا:

تعد الصورة تعبير بصريا و إبداعيا يسلك سبيل التخيل و الترجمة الأفكار بمعان مستمدة من البيئة الثقافية التي يتحرك فيها خطاب الصورة ويقصد بصورة هيئة الشيء أو شبهه أو هي تسجيل شكل الجسم و المنظر بطريقة قابلة لدوام ويمكن روايته مباشرة و عن طريق جهاز يسمح بالرؤية.<sup>1</sup>

1- زكية منزل حراية، صورة المرأة في الإعلانات المقدمة في قناة الرسالة الفضائية دراسة تحليلية، مجلة الأمير عبد القادر العلوم

الإسلامية، العدد 32، مجلة دورية أكاديمية تعني بالدراسات الإسلامية و الإنسانية، الجزائر، ص 424

2- ابن منظور، بن مكرم، جمال الدين معمد، لسان العرب، دار الفكر، بيروت، 1999، قاموس

3- عبدالله الحيدري، الصورة، مجلة الإذاعة المحلية العربية، للعدد 2، شركة فنون للرسم و النشر و الصحافة، تونس، 2000، ص 106

-القران الكريم سورة الحشر الاية 244

5- القران الكريم سورة الأعراف الاية 10

6- القران الكريم سورة الإنفطار الاية 8

كما يمكن إعتبار الصورة مادة إتصال تقيم العلاقة بين المرسل و المستقبل فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء و المتلقي يقرأها إنطلاقا مما يسميه الباحث الفرنسي Jean duvigimand بالتجربة الجمالية و المخيل الإجتماعي و ذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط بل تحرك حواسه و أحاسيسه.<sup>2</sup>

التعريف الإجرائي للصورة: الصورة عبارة عن تمثيل للواقع بطريق ثابتة لها العديد من المعاني .

#### الصورة النمطية:

تعريف القاموس الموسوعة لعلوم الإعلام والإتصال يعرف النمط Stereotype على أنه تمثيل إجتماعي Representation و هو الذي يعني أن كل فرد يرسم خلال عمليات تبدل المعلومات مع الآخرين صوراً ذهنية ناتجة عن أحكام حول أشياء متنوعة تخص محيطه الإجتماعي.<sup>3</sup>

- الصورة النمطية: هي تمثيل منظم لموضوع ما في النظام المعرفي للفرد و هي بنية تراكمية من السمات التيتميل نحو التجانس فهي تمثل نموذجا مبسط لبنية الفرد عن طريق الإتصال المباشر و غير ذلك.<sup>4</sup>

#### الصورة الذهنية:

نظرا كون هذا المفهوم من المفاهيم الأساسية في الدراسة خصصت له فصلا كاملا.

- الذهنية: أما عن مفردة الذهنية في اللغة تعني حضور الذهن للأشياء التي سبق أن أدركها الإنسان بحاسة من الحواس.

- و الصورة الذهنية: في اللغة تعني حضور الذهن للأشياء التي سبق أن أدركها الإنسان بحاسة من الحواس.<sup>5</sup>

- عرفت الصورة الذهنية بمجموعة من التعريفات كالأتي هي عبارة عن تصور ذهني تكون إنطلاقا من إدراك سابق و هي الرمز أو التمثيل المادي لحقيقة غير مرئية و هي أيضا تعني الرؤية الداخلية المرتبطة بالذاكرة و المشاعر التي كونها عن كائن ما و عن شيء ما.<sup>6</sup>

- التعريف الإجرائي هي النتائج النهائية للإنطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد و الجماعات إزاء شخص معين و نظام معين أو شعبا أو مؤسسة أو وسيلة إعلامية محلية لأو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان.<sup>7</sup>

#### المرأة:

<sup>1</sup>- طاهر عبد مسلم، عبقرية الصورة و النمان، التعبير التويل للنقد، دار الشروق، عمان، 2002، ص15

<sup>2</sup>- منصر هارون، صورة المسلم في الصحافة العربية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في علوم الإعلام و الإتصال 2016، ص 113

<sup>3</sup>- سلاف فاروق الزوغبي، صورة العرب في الإعلام الأمريكي، دار ورد للنشر و التوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2006، ص 17

<sup>4</sup>- منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة 2004، ص 336، 335

<sup>5</sup>- قدور عبد الله، سميائية الصورة، مغامرة سميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، ط1، الأردن، مؤسسة الوراق 2007، ص 161

<sup>6</sup>- grand la rousse de la langue française (paris librairies la rousse t5-1976) p 54 ، 75

<sup>7</sup>- عدنان بوش ريم، صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام، ط1، الأردن، دار إسامة للنشر و التوزيع، 23015، ص 8

هي كائن بشري بطبيعتها رقيقة الخلق يقضي حالها الرفق و العطف و الحنان.<sup>1</sup>

- و تعرف المرأة بأنها تنتمي إلى جنس الأنثى و لها و صف إنسان باعتبار المصطلح قاسم مشترك بينها و بين الرجل من الناحية الفيزيولوجية و لها مسؤوليات تتفرد بها عنه.<sup>2</sup>

### مفهوم الصحافة:

لغة: مصدر مشتق من عمل الصحف كما أن الصحافة هي فن إنشاء الجرائد و المجلات و كتابتها.

كما يعرفها "قاموس إكسفورد": كلمة صحافة بمعنى (Press) و هي شيء مرتبط بالطبع و الطباعة و نشر الأخبار و هي تسمى أيضا (Journal) و يقصد بها الصحيفة أو الصحافة (Journalisme).<sup>3</sup>

إصطلاحا: يعرفها معجم مصطلحات الإعلام بأنها صناعة إصدار الصحف و ذلك بإيفاء الأنباء و نشر المقالات بهدف الإعلام و نشر الرأي و التعليم و التسلية كما أنها واسطة تبادل الآراء و الأفكار بين أفراد المجتمع و بين الهيئة الحاكمة و الهيئة المحكومة فضلا على أنها أبرز وسائل توجيه الرأي العام.<sup>4</sup>

- الصحافة الإلكترونية: Electronic Journalisme هي الصحيفة اللأورقية التي يتم نشرها و إنتاجها على شبكة الإنترنت و يقوم القارئ بتصفحه

و هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنتشر فيه الأخبار و المقالات و كافة الفنون الصحفية عبر شبكة الإنترنت باستخدام تقنيات عرض النصوص و الرسوم و الصور المتحركة و مختلف الميزات التفاعلية.

مفهوم السمياء: هو لفظ عربي فصيح و معناه العلامة و هو المقصود من هذا العلم فعلم السمياء هو علم العلامات.<sup>5</sup>

### السميولوجيا: Semiology

مصطلح مشتق من الكلمة اليونانية Semio بمعنى علم العلامة و إقترنت هذه الكلمة بالعلوم الطبيعية في دراسة الرموز و أعراض مختلف الأمراض و دلالتها و قد استعاره عالم اللسانيات السويسري "فرديناند دي سوسور Ferdinand de saussure في الكشف عن طبيعة الدليل و يقول أن السميولوجيا هو العلم الذي يدرس جميع الدلائل اللسانية و غير اللسانية في خضم الحياة الاجتماعية و اللسانيات ليست سوى جزء من علم السميولوجيا.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> - عواج سامية، الإشر التلفزيوني و السلوك الإستهلاكي لي المرأة، مؤسسة الورق للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2016، ص41

<sup>2</sup> - طبي عماري و اخرون، السلطة الاجتماعية للمرأة الجزائرية بين التصور العلمي و الواق الثقافي، الناصرية للبحوث الاجتماعية و التاريخية،

العدد01، جامعة معسكر، الجزائر، 2011ص185

<sup>3</sup> - الطويل يوسف، إشكالية العلوم الاجتماعية، دار التصوير للطباعة و النشر، بيروت، 1984، ص13

<sup>4</sup> - منصر هارون ، صورة المسلم في الصحافة العربية ، مرجع سبق ذكره ص110

<sup>5</sup> - صلاح فضل، مناهج النقد المعاصر، إفريقيا، دار البيضاء، المغرب، دط، 2002، ص26

<sup>6</sup> - محمد إبراهيم، ترجمة أحمد بن مرسل: لتحليل السميولوجي للفيلم، (د، ط)، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2006، ص13.

تقوم السميولوجيا بدراسة كل الدلائل ككلام إشارات طقوس تقاليد أنظمة مختلفة قوانين في الحياة الإجتماعية فهي وصف عميق لمستوى ظاهر بواسطة لغات أخرى غير اللغة الطبيعية<sup>1</sup>.

و السميولوجية تهتم بثلاث مجالات أساسية وهي:

- الدليل: و هو حامل الدلالة و يتكون من الدال و المدلول و العلاقة التي تجمع بينهم إعتباطية.

- الأنظمة و الشفرات Codes وهي التي يعمل من خلالها الدليل و هي طريقة تنظيم و تطور هذه الشفرات حسب حاجات و ثقافة المجتمع.

- الثقافة: وهي التي تدور في خضمها هذه الشفرات و تتفاعل فيما بينها.

فالسيميولوجيا علم خاص بالعلامات هدفها دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي فهي تدرس لغة الإنسان الحيوان و غيرها و هي منهجية العلوم التي تعالج الأنساق الدالة<sup>2</sup>.

#### 11- الدراسات السابقة:

##### الدراسة الأولى:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان صورة المرأة المثقفة في البرامج التلفزيونية دراسة تحليلية سميولوجية لعينة من دراما المسلسلات التلفزيونية الجزائرية للباحثة لونيس نسيمه أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال قسم الإتصال جامعة الجزائر-3-2015/2016.

حيث تناولت الباحثة في هذه الدراسة إلى كيفية تقديم صورة المرأة الجزائرية المثقفة في دراما المسلسلات التلفزيونية بأدورها المختلفة و التعرف على الملامح الشكلية و الضمنية للمرأة الجزائرية المثقفة من خلال الصورة الذهنية التي تشكلها الدراما الجزائرية ورصد أهم مؤشرات.

وإنطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي: ماهي دلالة الصورة الذهنية التي تعكسها دراما المسلسلات التلفزيونية عن المرأة الجزائرية المثقفة؟

- و دعمت الباحثة هذا السؤال بمجموعة من التساؤلات الفرعية الهامة :

- ماهية طبيعة الصورة ( إيجابية أو سلبية) التي تعرضها المسلسلات الدرامية التلفزيونية عن المرأة الجزائرية المثقفة؟

- ما الجوانب الشكلية التي تظهر بها المرأة الجزائرية المثقفة في المسلسلات الدرامية التلفزيونية؟

- ما هي الجوانب الضمنية التي أبرزتها المادة الدرامية حول المرأة المثقفة؟

<sup>1</sup>-Dalila Morsly et l'autres :Introduction a la sémiologie. o. p. u Alger (s.d) p17

<sup>2</sup>-Judith Lazer: sociologie de la communication de masse, Op, cit ,p 134



- كيف تصور المسلسلات الدرامية الجزائرية الدور الوظيفي الذي تقوم به المرأة المثقفة في المجتمع؟

- المنهج: تم استخدام المنهج المسحي في مسح مضمون المسلسلات التلفزيونية الجزائرية التي تم عرضها على شاشة التلفزيون ما بين 2008 و 2012 كما إعتمدت على العينة القصدية من خلال إختيار اللقطات الفلمية من المسلسلات المختارة كالعينة للدراسة .

- كما إتبعت الباحثة بتقنية التحليل السميولوجي كمقاربة لتحليل الإتصالات اللسانية و الغيراللسانية تحليل مسلسلين المتمثلة في – مسلسل البذرة و مسلسل دموع القلب.

- النتائج: أنهت الباحثة بعد التحليل السميولوجي الذي قامت به للمسلسلين عينة الدراسة الذين يمثلان مجتمع البحث إلى :

- تأرجحت صورة المرأة المثقفة في دراما المسلسلات الجزائرية بين الصورة الإيجابية و الصورة السلبية التي كانت السمة الغالبة في مسلسل دموع القلب من خلال شخصية المرأة المتعلمة و المثقفة الباحثة على التحرر و الإستقلال و التمرد على أعرافها و قيم أسرتها و مجتمعها و مثل هذه المشاهد تترك تأثير سلبي على المشاهد في حكمه على المرأة المثقفة و بناء صورة ذهنية سلبية .

- تصوير المرأة المثقفة بأنها إمراة تعيش داخل دائرة من المشاكل العائلية و الإجتماعية التي لاتنتهي إلى المجتمعات العربية.

- رسم المرأة على أنها شخصية ضعيفة ليست لها فعالية إجتماعية.

- تجسيد صورة المرأة على أنها بعيدة الكفاءات و المهارات في مجال العمل .

حيث جاءت صورة المرأة مجحفة تتجاهل الواقع الإجتماعي للمرأة الجزائرية المثقفة تبوأ مراكز مرموقة أثبتت جدارتها في تحمل المسؤولية و تحقيق الكثير من النجاحات.

#### التعقيب:

حاولت الباحثة أن تبرر أهمية دور الإعلام في المجتمع و ذلك من خلال تعدد وسائل الإعلام و نلاحظ أن هناك تشابه لهذه الدراسة مع دراستنا في فكرة البحث عن صورة المرأة وانتمائها للبحوث الوصفية كم إستخدمت المنهج المسحي وإعتمدت على مقارنة التحليل السميولوجي لرولان بارث و ركزت الباحثة على زوايا مختلفة لم أتطرق إليها.

أم نقاط الإختلاف فتمثلت في كون هذه الدراسة تطرقت إلى صورة المرأة في التلفزيون كما أنها أجرت الدراسة على المرأة الجزائرية المثقفة أما أنا فقد إعتمدت في دراستي على صورة المرأة العربية بصفة عامة في الصحافة الإلكترونية.

#### الدراسة الثانية:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية العربية دراسة تحليلية في مضمون إعلانات MBC1 وهي عبارة عن رسالة مقدمة نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال من تقديم الباحثة لوافي صليحة تخصص صحافة كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري قسم الصحافة بجامعة قسنطينة 3, 2014/2013.

حاولت الباحثة في هذه الدراسة رصد المعالم الصورة التي ترسمها الإعلانات عن المرأة العربية لمعرفة العلاقة التي تربط بين الصورة الإعلامية وواقع المرأة العربية.

- و إنطلقت من إشكالية مفادها: كيف تم عرض صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية العربية من حيث الشكل و المضمون ؟ و بالتحديد ماهي صورة المرأة في إعلانات الMBC؟

- و قد دعمت الباحثة هذ السؤال الجوهرى بمجموعة من التساؤلات الهامة التي سعت من خلالها إلى تحقيق أهداف الدراسة فطرحت مجموعة من التساؤلات متمثلة في هل الصورة التي تقدمها الإعلانات التلفزيونية العربية هي صورة المرأة العربية المحافظة لتقاليد المجتمع العربي أم هي مجرد صورة تعبر عن المرأة الغربية إلى جانب تساؤل آخر حول الجوانب التي تركز عليها الصورة التي تنقلها الإعلانات التلفزيونية.

وفق لهذه التساؤلات قدمت الباحث إجابات أولية في شكل فرضيات للوصول على أساسها لنتائج و للكشف عن الصورة المرسومة للمرأة

المنهج: و قد وظفت الباحثة المنهج المسحية إعتمدت على العينة القصدية من خلال إنتقاء الإعلانات التي تظهر فيها المرأة لمدة شهر من 15 فيفري إلى غاية 15 مارس 2014 و المتمثلة في 390 إعلان.

النتائج: حيث و صلت في الأخير بعد الدراسة التي قامت بها لمدة شهر إلى مجموعة من

نظرا لكون الباحثة إعتمدت على قناة MBC1 كالنموذج نجد أن الصورة كانت نمطية هذا ما أكدته نتائج الدراسة فالمرأة المعلنة ركزت على سلع و المنتجات النسائية و مستحضرات التجميل بصورة مبالغ فيها .

- كما أن الأدوار التي تم تركيز عليها هي الأدوار التقليدية إضافة للسمات المغربية التي ركزت عليها المرأة في الإعلانات.

- هذه النتائج كلها تؤكد أن الإعلانات صورت المرأة بصورة نمطية بحثة حيث أنها ركزت على الجانب الشكلي و المظهر الخارجي فقط في حين تم إغفال جوانب أخرى مثل فعلية المرأة في مجالات أخرى غير مجال العناية بجمال البشرة و الإهتمام بجمال الشعر و نظارة الوجه.....إلخ

- فمجال العمل و المجالات المهنية الأخرى كانت درجة الإهتمام بها بضيئلة جدا على الرغم من أهميتها في الوقت الراهن ي أن هذه الإعلانات ركزت على المظهر و الشكل و أهملت الجوهر و العقل لإن المرأة شخص فعال و فرد له فكر و سعي إيجابي أيضا و في مجالات متعددة هذا ما أغفلته الدراسة.

تعقيب: تتشارك دراستنا مع هذه الدراسة من خلال الإهتمام بدراسة عنصر أساسي في المجتمع و هو المرأة كذا الصورة التي يرسمها الإعلام و يحاول نقله عنها ونجد تشابها على مستوى المتغير المستقل و المتمثل في صورة المرأة أما المتغير التابع

فتختلف الدراسات لأن الباحثة ركزت على دراسة صورة المرأة في الإعلانات ولاحظنا أيضا أنه هناك اختلاف في المنهج و العينة لكن نفس الأداة وقد إستفدنا من هذه الدراسة كثيرا في تدعيم الإطار النظري الخاص بدراستنا.

### الدراسة الثالثة:

جاءت هذه الدراسة بعنوان صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية الأردنية رسالة ماجستير للباحثة ميس فريد جاد الله كلية الأدب قسم الإعلام جامعة الشق الأوسط للدراسات العليا – الأردن 2009.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية و إتمدت على طرح الإشكالية التالية: ما الصورة التي رسمتها الصحافة اليومية المعاصرة في الأردن للمرأة الأردنية؟

وعليه تم طرح التساؤلات الفرعية التالية: م الفئات النسائية التي أبرزتها الصحافة الأردنية؟ و هل يوجد فروق ذات صلة إحصائية لهذه الفئات في صحف الدراسة؟ و فيما تمثلت القضايا و الموضوعات الخاصة بالمرأة الأردنية التي أبرزتها الصحافة الأردنية؟

-المنهج: كما إتمدت الباحثة على المنهج المسحي لي دراسة ثلاثة صحف يومية إردنية متمثلة في صحيفة الرأي- الدستور- الغد وإتمدت على عينة الإسبوع الصناعي .

النتائج:- و توصلت الباحثة إلى النتيج التالية: أظهرت نتائج هذه الدراسة أن صورة المرأة الأردنية كما رسمتها الصحافة اليومية صورة إيجابية .

- فقد برزت المرأة متقلدة مهن عليا و مراكز مرموقة و في حالة إنسجام و إتفاق مع المجتمع.

- و ظهرت السمات السلبية بصورة قليلة في التغطية الإعلامية و غابت الصورة النمطية للمرأة فلم تظهر مشوهة أو ناقصة وعلى الرغم من أن صورة المرأة الأردنية إيجابية إلا أنها لم تكن متوازنة مع الواقع.

### تعقيب:

تناولت هذه الدراسة صورة المرأة الأردنية في الصحافة اليومية الأردنية من خلال معرفة صورتها العقلية و عناصرها و فئاتها مع تركيز على محاسنها و إيجابيتها أكثر بينما دراستي تتمحور حول صورة المرأة العربية في الصحافة الإلكترونية العربية و هن تشابه دراستنا في عينة الدراسة إلا وهي المرأة كذلك تشابه في نفس الأداة تحليل المضمون أما الإختلاف فيكمين في نوع الوسيلة التي تهتم بها الدراسة بين الصحف الورقية و الصحف الإلكترونية.

### الدراسة الرابعة:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان الصحافة الإلكترونية و تحديات الفضاء الإلكتروني – دراسة ميدانية- لصحافة الإلكترونية الجزائية وهي عبارة عن رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال للباحث رابع عمار

تخصص صحافة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية قسم علوم الإعلام و الإتصال جامعة وهران أحمد بن بلة  
2016-2017.

-تناولت هذه الدراسة في محاولة تسليط الضوء على ظاهرة صحافة جديدة نشأة في أحضان شبكة الأنترنت الصحافة الإلكترونية التي تعد من أهم تطبيقات الإعلام الجديد و إنطلق الباحث من إشكالية مفادها ماهي أهم المتغيرات التي صاحبة الصحافة الغربية في تثبيت هذا النموذج الإلكتروني؟ و ماهي أهم التحولات التي تعيشها الصحافة الجزائرية و التحديات التي تواجهها؟

-المنهج: - اعتمد الباحث على المنهج المسحي من خلال المسح الشامل لأفراد مجتمع الدراسة موقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت من خلال التركيز على صحيفتي الخبر و الشروق و البلاد و الجمهورية.

- النتيجة: و توصلتالدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية محل الدراسة و تؤكد أن مهنة الصحفي في جوهرها لم تتغير إلا أن التقنية الرقمية قد اكتسحتها و أعادت رسم حدودها فالمجال المهني للصحافة الإلكترونية يتمدد ليشمل مهامها لطالما صنفت ضمن مجالات مهنية أخرى و يؤكد على بعض الضبابية التي قد بدأت تشوبه بعض هذه المهام الجديدة كما تفتقر الصحافة الإلكترونية الوطنية إلى إستخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث.

تعقيب:

نلاحظ أن هذه الدراسة تشابه مع موضوع دراستي في متغير الصحافة الإلكترونية إلا أنه الإختلاف يكمن في أن الباحث سلط الضوء على الصحافة الإلكترونية الجزائرية أما دراستي فهتمت بالصحافة الإلكترونية في العالم العربي كما نلاحظ إختلاف في العينة و المنهج و حتى أداة الدراسة.

الدراسة الخامسة:

دراسة للباحثة بن سخرية أمينة بعنوان و اقع الصحافة الإلكترونية في الجزائررسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية قسم علوم الإعلام و الإتصال و علم المكتبات جامعة الحاج لخضر باتنة 1-2021/2022.

تهدف الدراسة إلى التعريف على واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر من خلال دراسة ميدانية على جمهور الصحفيين للتعرف على عادات و أنماط تصفح الصحفيين الجزائريين للصحف الإلكترونية الجزائرية و للكشف على مستقبل الصحافة الإلكترونية الجزائرية .

المنهج: إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي تم من خلاله وصف الظاهرة محل الدراسة و هي واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين.

النتائج:و توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة نذكر من أهمها: أن الواقع الذي تعيشه الصحافة الإلكترونية الجزائرية مقبول حسب رأي الصحفيين الجزائريين عينة الدراسة إلا أنه يحتاج للتكوين الإلكتروني للصحفيين في مجال الإعلام الإلكتروني و

الإعلام بصفة عامة حتى تمتزج الخبرات و المهارات التي تمنح الصحيفة الإلكترونية مكانة عالمية تنافس بها الصحف الأجنبية المتطورة كما إتحض من النتائج أنه في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ذات أهمية تلبية حاجيات القارئ و ترى كل طبقات المجتمع أنها تتميز بالتحديث المستمر الأنية و سرعة نقل الأخبار للمتلقي و تحاول مواكبة التطورات الحاصلة على المستوى العالمي إلا أنها لا زالت تحتاج إلى تطوير أكثر من ناحية المضامين و نقص في دور الإيداع و الإخراج.

تعقيب:

نلاحظ أن الدراسة تهدف إلى تسليط الضوء على واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر من خلال دراسة ميدانية إقيمت على الصحفيين الجزائريين حيث نرى تشابه بين الدراساتين في الوسيلة إلا وهي الصحافة الإلكترونية و في المنهج أما الاختلاف نجده في نوع الدراسة فإهتمت دراسة الباحثة بالصحفيين أما دراستي إهتمت بالمرأة.

الدراسة السادسة:

دراسة للباحثة يمينة بالعاليا بعنوان الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين التحدي الواقع و والتطلع نحو المستقبل رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال كلية العلوم الساسية و الإعلام قسم علوم الإعلام و الإتصال جامعة الجزائر 2006.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر و أسباب ظهورها و تطورها نظرا لما يقدمه من مساحة للحرية و مدى تأثير الصحافة المكتوبة عليها النتائج:

توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج في ما يخص تجربة الجزائر في ميدان الصحافة الإلكترونية إن دخول الصحافة الإلكترونية إلى الجزائر عبارة عن تنمية فرضها الغزو التكنولوجي في وسائل الإتصال في العالم و تعد تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر متزامنة بشكل جد قريب مع تجربة الصحافة المكتوبة الوطنية التي مازلت تعد بالكثير.

- لا تعرف الجزائر ميلاد حقيقي للصحافة الإلكترونية للأسف ماعدا بعض التجارب التي تموت في المهد.-

- كما توصلت الباحثة إلى أن ظهور الصحافة الإلكترونية جاء خاصة لأسباب سياسية و أمنية لذا أغلبية الصحف الإلكترونية الجزائرية تنشر من الخارج حيث يظل الهدف الأساسي من ظهور الصحف الإلكترونية في طبعها المكمل هدف حضاريا بفرصة الغزو الثقافي.

التعقيب:

إقتربت هذه الدراسة مع توجهات دراستنا التي تستهدف الصحافة الإلكترونية فكليهما اعتمدا على وسيلة إعلامية إلا أن الإختلاف يكمن في المنهج و الأداة و العينة كما هدفت الدراسة على تجربة لجزائر للصحافة الإلكترونية أما دراستي فهدف إلى التعرف على نوع الصورة التي تنقلها و سائل الإعلام و خاصة الصحافة الإلكترونية عن المرأة.

لكننا إستفدنا من هذه الدراسة من خلال الجانب النظري الذي إعتمدناه في دراستنا.

## 12- الإطار النظري للدراسة

### 1 - مقارنة رولان بارث:

سميولوجيا الدلالة يعتبر رولان بارث Roland barth خير من يمثل هذا الإتجاه لأن البحث السميولوجي لديه هو دراسة الأنظمة و الأنسقة الدالة فجميع الوقائع و الأشكال الرمزية و الأنظمة اللغوية تدل ، فهناك من يدل باللغة و هماك من يدل بدون اللغة المعهودة مادامت الأنساق و الوقائع كله دالة فلا عيب من تطبيق اللسانية على الوقائع غير اللفظية أي الأنظمة السيميوطيقة غير اللسانية لبناء الطرح الدلالي ، و حسب رولان بارث فإن السميولوجيا الدلالية تتوزع على العناصر في شكل ثنائيات إستقاها من الرسالة البنيوية<sup>1</sup> نذكر منها:

- الدال و المدلول: السمياء تتميز عن اللسانية بكون دلالتها تنحصر في وظيفته الإجتماعية هذه الوظيفة رهينة الإستعمال مشروط بحلول وقته و أوانه وهذا الوقت والأوان يسبب شيء غير علامة .

- الإيحاء و التقرير: يحتوي كل نظام سميائي على مخطط للتعبير وعلى آخر للمضمون الأنظمة باختلاف المخططات التي تشكل على صعيد التقرير و صعيد الإيحاء و هكذا حاول "رولان بارث" التسلح باللسانيات لمقارنة الظواهر السميولوجية كأنظمة الموضة و الأساطير و الأشهار..... إلخ<sup>2</sup>

### 2-مستويات التحليل السميولوجي وفق رولان بارث:

يقول هيمسلاف Himslef كل رمز له نظام دلالات كل لغة تحمل بداخلها صيغة تعبير و صيغة مضمون و هذا ما حدده كثير من الباحثين من خلال الدال و المدلول و أضاف أيضا أنه توجد مستويين لقراءة الصورة سميولوجيا مستوى تعيين و مستوى تضمين فالمستوى التعييني فيظهر عليه بأنه بسيط فهو يمثل ماتعرضه الصورة من الواقع بينما الدال و المدلول ، (دال+مدلول=1 تعيين الصورة) أما المستوى التضميني فهو الأكثر تعقيدا و يعبر عما يراد قوله في الصورة عن طريق تفكيك مدونة المرسل يتدخل هنا عامل لبقراءة الشخصية و تكون نابعة عن إنطباعات و ثقافة الفرد بإعتماد على عناصر القراءة التعيينية

تعيين الصورة+مدلول=2تضمين الصورة.<sup>3</sup>

### - المستوى التعييني:

<sup>1</sup>- جابري سارة، الأبعاد الدلالية للإعلانات التلفزيونية الموجهة للمرأة، دراسة تحليلية سميولوجية لعينة من الإعلانات التلفزيونية في قناة mbc1.

مذكرة دكتوراه، 2019، ص146

<sup>2</sup>- نفس المرجع ، ص147

<sup>3</sup>- Marle Claude Vettrano Sou lard Live un image analyse de contenu in conique (Paris : Ed Armand Colin 1993)، p19

هو القراءة السطحية و الأولى للرسالة و بتعبير آخر هو الإنطباع الأولى لمستقبل الصورة بمعنى أننا في بادئ الأمر نتعرف على لأشكال و الخطوط و الألوان المشكلة للرسالة و الممثلة لدليل ما.

إذا نجد أنفسنا أما دال ممثل ومدلول معين و مترجم لشيء آخر خارجي فالدال أذن وجه جلي ظاهر يمكن إدراكه أما المدلول يتمثل في الفكرة أو المفهوم الذين يصلان إلى المرسل إليه بواسطة الدال كما يقول رون باتوقسكي في هذه الحالة إنني أجد نفسي أمام مجموعة من الأشياء و الخطوط و الألوان في مستويات متباينة أكتشفها بصورة عفوية.<sup>1</sup>

#### - الرسالة التشكيلية: Le message plaslique

و هي مجموعة الدلائل المشكلة للعناصر التقنية تتضمن الدراسة التشكيلية مايلي:

- الحامل : و يقصد به المادة التي تطبع عليها الصورة و حجمها.
- الإطار: يقصد به الحدود الفيزيائية للصورة و الذي يفضل مختلف التعيينات عن بعضها البعض و طريقة توزيعها في الصورة كما يمثل الحواف البيضاء التي تترك على الصورة.
- التأطير: يتمثل في حجم الصورة و يتعلق بالمسافة بين الموضوع المصور و عدسة الكاميرا.
- الأشكال: المنغلقة منها تعطي إحساس بالهدوء الإتباع و الدقة و الكمال و الشكل المتعدد الزوايا يرمز إلى الإستقرار و الإنغلاق.
- حجم الخطوط: إذا كان سميكاً فإنه يدل على القوة و الخشونة أما إذا كان رقيقاً فإنه يدل على الضعف و اللطافة.<sup>2</sup>

#### - المستوى التضميني:

يعرفه رولان بارث و وضع يأتي من أجل مضاعفة الوضع الأول في المستوى التضميني الذي له مدلوله فالتضمين هو القراءة المعمقة للرسالة أي قراءة ما بين أسطر النص و قراءة ما وراء الصور لمعرفة الدلائل و الرموز التي تحملها و تحدد هذه الدلائل في القيم السيميوتقافية بالنسبة لكل مجتمع.<sup>3</sup>

#### 3- رسائل الصورة لمقاربة رولان بارث

<sup>1</sup>- جابري سارة، مرجع سبق ذكره، ص 150

<sup>2</sup>- مرجع السابق، ص 151

<sup>3</sup>- Marle Claude Vettraino Sou lard Live un image analyse de contenu in conique (Paris : Ed Armand Colin 1993) ,p180

تتمثل الرسالة اللسانية لصورة أو الشعار أو العنوان أو النصوص المكتوبة من مجموعة الدلائل اللغوية المشكلة للكلمات و الجملة للصورة و الرسالة اللسانية المرافقة للصورة تدمج الإنفعالية و العواطف و رغبات المتلقي و المشاهد للصورة فهنا ألفاظ توحى بالإنجذاب أو النفور كما أن هناك من تسبب الخجل أو الغضب فهي تستخدم لإنارة الإنفعال في الإنسان فتجذب إنتباهه و تقوده نحو سلوك معين، فألفاظ الشعار و النصوص المكتوبة المرافقة للصورة يجب أن تكون منتقاة إيجابية مركزة في بضع كلمات لتحقيق الهدف المرجو منها.

ويكون هذا الإنتقاء وفقا لي مراحل أساسية حددها "روسي هجمان" و التي يمكن إعتبارها كخطوات لتصميم الشعار و صبغته النهائية.

- تحديد التغير الذي سيحدث له الثر المطلوب في سلوك المتلقي.


- تحديد الفكرة لإنتاج صورة ذهنية تجسد تغيير في السلوك.

- تفيد تفكيك تلك الفكرة إلى أجزاء يتم تحديدها برموز إصطلاحية يستطيع إستخدامها لتكوين عبارات.

- تنظيم تلك الرموز في سلسلة يربطها بواسطة القواعد و المؤشرات النحوية التي ستمكن المتلقي من إعادة تركيب الفكرة الأصلية المراد توصيلها عبر الشعار.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سارة جابري، الأبعاد الدلالية للإعلانات التلفزيونية الموجهة للمرأة، مرجع سبق ذكره، ص 147-148





الفصل الثاني: وسائل  
الإعلام و صناعة الصورة

أولاً : ماهية الصورة الذهنية

1-1 - مفهوم الصورة الذهنية

2-1 - خصائص و سمات الصورة الذهنية

3-1 - أبعاد الصورة الذهنية

4-1 - أنواع الصورة الذهنية و عوامل تكوينها

5-1 - أهمية ووظائف الصورة الذهنية.

6-1 - مفهوم الصورة النمطية.

7-1 - خصائص الصورة النمطية.

8-1 - طبيعة الصورة النمطية و الذهنية.

ثانياً: واقع المرأة و صورتها في الإعلام

1-2 - المرأة في المجتمع العربي

2-2 - صورة المرأة في الإعلام العربي

3-2 - عوامل تكوين صورة المرأة في الإعلام العربي

4-2 - دور الإعلام في إبراز قضايا المرأة العربية

تمهيد:

تعتبر الصورة من أقدم و وسائل الإتصال التي عرفتھا المجتمعات القديمة فهي كغيرھا من الرسائل الإتصالية المختلفة و كان لها دور في تعليم الإنسان و المحافظة على خبراته و تجاربه الحياتية في مرحلة سابقة فوظفت الصورة في كثير من المجالات نظرا لأهميتها في جلب الإنتباه و التأثير و خاصة في و وسائل الإعلام التي تعتبر مهمة في تحديد و صياغة الملامح الرئيسية للحياة الإنسانية في مجمل جوانبھا الإجتماعية و الإنسانية و السياسية و الثقافية و الإقتصادية و ذلك عن طريق تكوين الصورة الذهنية التي تلعب دورا هاما في تكوين الأراء و تشكيل الإتجاهات و إتخاذ القرارات و من بين هذه الصور صورة المرأة و قضاياھا حيث تهتم و وسائل الإعلام و تساهم في تشكيل صور ذهنية مختلفة عنها إلا أن أغلب الصور التي تعرضھا و وسائل الإعلام لا تعبر عن الدور الحقيقي الذي يعبر عن واقع المرأة العربية في المجتمع العربي و تحدياتھا في كل الجوانب .

و نظرا لمكانة المرأة في المجتمع كركيزة رئيسية من ركائزھ فإنه لابد من الالتفات إلى الصورة الذهنية و النمطية التي تعرضھا و وسائل الإعلام العربية لمعرفة ما إذا كانت الصورة حقيقية واقعية مما يعزز موقعھا و مكانتها في المجتمع و يجعلھا تأخذ مكانھا الصحيح في تطوير المجتمع أم غير ذلك.

### 1-1- مفهوم الصورة الذهنية:

بات مفهوم الصورة الذهنية يحظى بإهتمام العديد من الباحثين في حقل الدراسات الإعلامية و الإتصالية نظرا لدورها المهم الذي تقوم به الصورة الذهنية في التأثير على مختلف المجالات في عصرنا الحالي.

وتعد الصورة الذهنية عملية عقلية تبنى على التكرار ترسخ بفضل التراكمات معينة حيث أننا نولي لشيء ما صورة إلا عندما يتكرر نفس الشيء أكثر من مرة فتكرار يصبح هنا عبارة عن معطيات يتم صياغتها و بلورتھا في الذهن لتصل إلى ذهن المتلقي و تصبح رسالة إعلامية.

إن الإعلام يمتلك قوة فاعلية في بناء و رسم توجهات المجتمع و يبرع في نقل مختلف الصور الذهنية على مختلف المواضيع و القضايا التي يتبناها لأن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في إمداد الفرد بالصور بدور في تكوين معارف الجمهور و انطباعاته و تؤدي بذلك إلى رسم الصورة الذهنية التي تؤثر في فكر الإنسان .

وبما أن مفهوم الصورة الذهنية من المفاهيم الأساسية في موضوع الدراسة كان من المهم جدا تقديم مختلف العديد من المفاهيم الخاصة بالصورة الذهنية.

## 1- الصورة الذهنية:

هي الإنطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المختزنة عنها وبذلك فإن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة و الإدراك و هذه الصور الذهنية للأشياء و الموضوعات المحيطة تؤثر في إدراكنا<sup>1</sup>

يعرف قاموس ويبستر الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر أو محاكاة لتجربة حسية إرتبطت بعواطف معينة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو التذوق<sup>2</sup>

يرى كينيث بليدينج Kenneth bouling في كتابه الرائد الصورة أن الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان بعدة عوامل منها المكان الذي يحيا فيه الفرد موقعه من العالم الخارجي والعلاقات الشخصية وروابط الأسرة و الحيوان و الجيران و الأصدقاء المحيطون و الزمان و المعلومات التاريخية و الإجتماعية التي يحصل عليها.<sup>3</sup>

الصورة Image مصطلح مشتق من كلمة لاتينية تعني محاكاة "limitation" و معظم الإستخدامات السيكلوجيا القديمة و الحديثة لهذا المصطلح تدور حول المعنى و من ثم توجد معاني متقاربة مترادفة مع المعنى في مجال الإستخدامات السيكلوجية مثل النسخة إعادة الصورة الأخرى.<sup>4</sup>

و الصورة الذهنية تعريف يدل على أنها تمثيل منظم لموضوع ما في النظام المعرفي للفرد و هي بنية تراكمية من السمات التي تميل نحو التجانس فهي تمثل نمودجا مبسط لبيئة الفرد و تنشأ من تلقي الفرد رسائل عن طريق الإتصال المباشر و الغير مباشر.<sup>5</sup>

و يرى ولبرام شرام wilber shramm: أن الصورة الذهنية تتكون نتاج تفاعل كل ما يحتفظ به الفرد من معارف و معلومات و إتجاهات و خبرات و أفكار ممتدة من الجميع بصفة عامة كما أن وسائل الإعلام تلعب دور في بناء تصورات الفرد عن العالم المحيط به و البيئة الخارجية التي يصعب عليه أن يحصل على معلومات بشأنها من خلال الإتصال المباشر فهي تأليف صناعيا للواقع.<sup>6</sup>

أما الباحثين العرب فقد ساهمو بنشأت تعريف الصورة الذهنية لتوضيح ملامحها المختلفة.

و على الرغم من تعدد التعاريف المقدمة حول الصورة الذهنية إلا أن أهم تعريف قدم لها هو تعريف علي عوجة.

<sup>1</sup>- منصر هارون، مرجع سبق ذكره، ص114

<sup>2</sup>-عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة مصر، ط2، 2001، ص19

<sup>3</sup>-Kenneth Boulding ، 1956. the image universty of Michigan press ، pp 64-81

<sup>4</sup>- شاكر عبد الحميد، علم النفس الإبداع، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، مصر، ب ط، 1995 ص223

<sup>5</sup>- عزة مصطفى الكيكي، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب، بحث منشور في كتاب الإعلام العرب و المسلمين، وقائع

المؤتمر السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ج2، 2002، ص332

<sup>6</sup>-لونيس نسيم، صورة المرأة الجزائرية المثقفة في البرامج التلفزيونية، طروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر3،

و يرى علي عجوة أن الصورة الذهنية هي النتيجة النهائية للإنطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو هي شيء آخر يمكن له تأثير على حياة الإنسان حيث تتكون هذه الإنطباعات من خلال التجارب المباشرة و الغير مباشرة.<sup>1</sup>

أما أيمن منصور فيرى أن الصورة هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على إدراك الأفراد الإنتقائي المباشر و الغير المباشر و الغير مباشر لخصائص و سمات موضوع ما و تكوين اتجاهات عاطفية نحوها في إطار مجتمع معين.<sup>2</sup>

## 2-1- خصائص و سمات الصورة:

### 1- خصائص الصورة الذهنية:

هناك العديد من الخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية بالقدم و الشمولية فهي قديمة قدم الوعي البشري ذاته أي أنها ذات طابع بشري كما أنها شاملة بمعنى أن كل البشر يكونون صورا ذهنية حول شيء ما.

الصورة الذهنية ليست مجرد محاكاة و لكنها إطار للذاكرة و عملية بناء التصورات.<sup>3</sup>

تتميز الصورة الذهنية بخاصية تجاوز حدود المكان و الزمان بشكل كبير لأن الإنسان لا يتقيد بالحدود بل يتخطاها ليكون صورا عن بلده تم العالم يعيش فيه و يكون صورا عن الحاضر إضافة إلى المستقبل.<sup>4</sup>

- التنبؤ بالمستقبل: تسهم الصورة في التنبؤ بالسلوك و التصرفات المستقبلية للجمهور تجاه القضايا و المواقف و الأزمات المختلفة فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها إنطباعات و اتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات و القضايا و الأشخاص يمكن أن تتبنى بالسلوكيات التي تصدر عن الجماهير مستقبلا.

- مقاومة التغيير والثبات: فالصورة تميل إلى الثبات و مقاومة التغيير و تعدد العوامل التي تحدد و تؤثر في كمية و كيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية فبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها و بعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها فكلما زادت الثقة في صحة و دقة الصورة القائمة كانت أقل قابلية للتغيير و التعديل و كلما إرتبطت عناصر الصورة بعضها ببعض الآخر توفر التناسق بين مكوناتها الداخلية إزداد الإستقرار في لصورة المكونة و زادت ثباتا ورسوخا.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - علي عجوة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، عالم الكتب القاهرة، ب ط، 2003، ص10

<sup>2</sup> - لونيس نسيمة، مرجع سابق، ص 102

<sup>3</sup> - ساير مصلح حامد المطيري، الصورة الذهنية لرجل الأمن كما يدركها الجمهور السعودي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، في العلوم الإجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2012 ص40

<sup>4</sup> - فهد بن عبد العزيز عسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس و الأشياء، ط1، دار طويق، الرياض، 1993، ص30

<sup>5</sup> - لونيس نسيمة ، مرجع سبق ذكره، ص 103

- التعميم و تجاهل الفروق الفردية: تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه و نظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود إختلافات و فروق فردية.<sup>1</sup>

عدم الدقة: أكد الباحثين أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة و يعود ذلك إلى أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي لا سيما و أن الأفراد عادة يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.<sup>2</sup>

الذاتية و الإنحياز: رجع البعض إختلاف الصورة الذهنية عن الحقيقة و الواقع إلى أن عملية تكوين الصورة هي عملية ذاتية غير موضوعية و بها قدر كبير من عدم الحياد بدليل الميل الطبيعي إلى إضفاء المعالم الطيبة على صورة الذات و إضفاء المعالم السلبية إلى الخصم فالصورة هي التفسير المفترض للحقيقة و ما نعتقد أنه الواقع.<sup>3</sup>

## 2- سمات الصورة الذهنية:

و تحدد سمات الصورة الذهنية في هذه النقاط التالية:

- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطار نفسي زمنيا بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين أي أننا لانطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.

- تتسم الصورة الذهنية لها إطار ذاتيا حسيا بمعنى أن الصورة الذهنية تنبع من مقدرة الإنسان الحسية أي قدرة الإنسان على إستيعاب المثير أو التعرض له.

- الصورة الذهنية بمعنى أن الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر و من مجتمع إلى آخر إلا أنها تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما و هذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.

- الصورة الذهنية مكونة للإتجاه بمعنى أنها أحد مصادر بناء و تكوين الإتجاه.<sup>4</sup>

- الصورة الذهنية ديناميكية بمعنى أنها متغيرة غير ثابتة و هذا التغيير ناتج تفاعلها مع مثير جديد.

## 1-3- أبعاد الصورة الذهنية:

- هناك إجماع بين أغلب الباحثين على أن الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة أبعاد أساسية تتمثل فيما يلي:

<sup>1</sup>- حامد مجد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة و التوزيع، عمان، 2013، ص323

<sup>2</sup>- حامد مجد الشطري، مرجع نفسه، ص224

<sup>3</sup>- لونيس نسيمة، مرجع نفسه، ص114

<sup>4</sup>- رضوان بلخيري، سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، ط1، دار قرطبة الجزائر، 2012، ص ص 83-85

- البعد المعرفي: و يقصد بها المعلومات التي يدركمن خلالها الفرد موضوعا أو مؤسسة و تعتبر هذه المعلومات هي الأساس التي تبني عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين و عن المؤسسات و بناء على دقة المعلومات التي نكوها وفقا للبعد المعرفي فإن الأخطاء في الصور الذهنية المتكونة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات و المعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الفرد.<sup>1</sup>

ويرى "نيويرج وفيك" أن الفرد ليس لديه الوقت الكافي الكلي للتأمل مع المعلومات التي تأتيه من مصادر مختلفة و ليست لديه المقدرة على إستيعاب كل المعلومات المتاحة لديه، لذلك يستسهل الفرد إستخدام الصورة الذهنية الموجودة لديه في عمل استنتاجات و صور جديدة.<sup>2</sup>

- البعد الوجداني: يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد و يتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي و مع مرور الوقت تتلاشى المعلومات و المعارف التي كونها الأفراد و تبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل إتجاهات الأفراد نحو الأشخاص و القضايا و الموضوعات المختلفة.

يتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية و السلبية و يؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة فكما قلت هذه المصادر إتسم البعد النفسي و كلما تعددت المصادر عزز ذلك فرص الإيجابية في تكوين الإتجاهات كما يؤثر في بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون و الجنس و اللغة فإختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الإتجاهات السلبية و التجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الإتجاهات الإيجابية.

و يرتبط بناء الجانب الوجداني في الصورة الذهنية التي تشكل لدى الأفراد بالمنظومة بالمنظومة القيمية لديهم فالاتجاهات تتشكل في ضوء المنظومة القيمية التي تحكم سلوكيات و تصرفات الأفراد<sup>3</sup>

- البعد السلوكي: يعكس سلوك الفرد طبيعة الصور الذهنية المشكلة لديه تجاه المؤسسات حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد سلوكيات الأفراد بفرض منطقيا.<sup>4</sup>

و هذه الأبعاد الثلاثة السابقة لا توجد في الواقع منفصلة بل هي متلاحمة تشكل نماذج بنائية للصور الذهنية يصعب الفصل بين أبعادها بشكل واقعي.

#### 4-1 - أهمية ووظائف الصورة الذهنية

##### 1- أهمية الصورة الذهنية:

<sup>1</sup>- محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 182

<sup>2</sup>- أيمن منصور ندا، صورة الوطن العربي و أوروبا في المواد الإخبارية المقدمة في الفضائيات العربية و الأوربية، رسالة دكتوراه كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 46

<sup>3</sup>- لونييس نسيمه: مرجع سبق ذكره ص 118

<sup>4</sup>- محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 182

تكمن أهمية الصورة الذهنية أنها تلعب دورا هاما في تكوين الأراء و تشكيل الإتجاهات و توجيه السلوك و يؤكد بولدينج bouldinng أن الكيفية التي يتصرف بها الفرد تعتمد كثيرا على الصورة الذهنية و يوضح ذلك أن أي تغيير يصيب هذه الصورة يستتبع بالضرورة تغييرا في السلوك و لهذا فإن طبيعة هذه الصورة و كيفية تشكيلها و التغيير فيما يعتبر من أهم الموضوعات التي يجب الإهتمام بها من قبل وسائل الإعلام التي تعتبر من أكثر العوامل التي تؤثر في تكوين هذه الصور.<sup>1</sup> و بالتالي يمكن التأكيد على أن الصورة الذهنية أهمية في إبراز أرائنا و إتجاهاتنا و قيمنا ورددود أفعالنا تجاه كل الفئات و الأحداث أن للصورة الذهنية دورا بارزا في حياة الأفراد ككل.<sup>2</sup>

كما أن الصورة ترشدنا إلى المفاهيم و الأفكار المجردة التي يستخدمها للتعلم و إتخاذ القرار و لخلق سياسة إجتماعية بالإضافة إلى أنها ترشدنا إلى واقع ملموس.<sup>3</sup>

- كما أنها مهمة للتنمية التفكير الإبداعي فمثلا الرسام يحتاج أن يرى الأشكال قبل أن يبدأ في الرسم فأغلبيت الأشخاص أشارو إلى أنهم يفكرون على الأقل بعض الوقت في الصور الذهنية قبل البداية في عمل الأشياء حيث أن الصورة الذهنية شبيهة لما هو موجودا في الذهن.

- الصورة الذهنية تقوم بتفسير مواقف الفرد و أرائه و أنماط سلوكه في الحياة الإجتماعية و تفسر فلسفة إتجاه الحياة و تساهم في تكوين و تشكيل الرأي العام تجاه الأفراد في المجتمع و المنظمات و المؤسسات.

- كما أنها تقوم بدور محوري و مهم في تكوين الأراء و إتخاذ القرارات و تشكيل سلوك الأفراد.<sup>4</sup>

## 2- وظائف الصورة الذهنية:

لقد حدد الباحثون مجموعة من الوظائف للصورة الذهنية و تتمثل هذه الوظائف فيما يلي:

1- تؤدي الصورة الذهنية إلى تسير عملية تصنيف المنبهات الواردة إلى الإنسان مع العالم الخارجي مما يوفر له من له من إقتصاد الجهد و الوقت حيث يقدم هذا التصنيف أطر عامة تكفل للفرد التفاعل مع المواقف المختلفة و فق المعرفة المسبقة عنها و هذه المعارف تشكل لديه تصورات معينة تكفل له التفاعل معها و توفر عليه الجهد و يسلك سلوكاته و فقا لهذه التصرفات.

<sup>1</sup>-لونيس نسيمه، مرجع سبق ذكره، ص 118

<sup>2</sup>-عبد الله مصطفى، دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الإستراتيجية مع جمهور المستفيدين، مذكرة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، فلسطين 2016، ص 26

<sup>3</sup>- نفس المرجع، ص 19

<sup>4</sup>- نيرمين أحمد السيد الإمام، صورة المرأة المصرية في مجالات الأطفال، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، د



2- تؤدي الصورة الذهنية إلى تسيير التواصل بين الناس حيث أتبسيط الظواهر في شكل رموز يجعل التفاعل بين الناس ممكنا على أساس هذه الرموز و يلجأ العثل الإنساني إلى تكوين الرموز كعملية حتمية لتنظيم التجارب الإنسانية في شكل مبسط حتى يسهل عليه تربيتها و إختزالها و تذكرها.

3- تقدم الصورة الذهنية للفرد معيارا تقييمها للحكم على صحة ما يصل إليه من المعلومات .

4- تستخدم الصورة الذهنية كأداة للدفاع عن الذات إذ تشير بعض الدراسات في هذا المجال إلى أن الصور تتيح للفرد فرصة للتبرير كثير من أفعاله.

5- تزيد الصورة الذهنية من تقدير الذات نتيجة عضوية الفرد في جماعة معينة فالصورة الإيجابية عن الجماعة التي ينتمي إليه الفرد تزيد من تقديره لذاته و من شعوره بالرضا عن نفسه ذلك أن الصورة الإيجابية للفرد أو الجماعة توفر رجع الصدى إيجابي للإنسان مما يمنحه شعورا بالرضا و الإطمئنان.<sup>1</sup>

#### 4-1- أنواع الصورة الذهنية و عوامل تكوينها :

##### 1- أنواع الصورة الذهنية:

صنف الباحثين الصورة الذهنية إلى خمسة أنواع تتمثل حسب جفكينز:

1- الصورة المرآة: وهي الصورة التي يرى الفرد أو الجماعة نفسها من خلالها.

2- الصورة الحالية: و هي ماتراه جماعة أو فرد معين عن جماعة أو فرد آخر.

3- الصورة المرغوبة: وهي الصورة التي تود جماعة ما أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.

4- الصورة المثلى: و هي أمثل صورة يمكن أن تحقق إذا أخذنا في الإعتبار منافسة المنشآت الأخرى و جهودها في التأثير على الجماهير و يطلق عليها البعض الصورة المتوقعة.

5- الصورة المتعددة: و يحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين عن جماعة ما يعطى كل منهم إنطبعا مختلف عنها و من الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتجول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلمها العناصر الإيجابية و السلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.<sup>2</sup>

- أما في تصنيفات بيتش Beach للصورة الذهنية فإنه يرى أنها تتكون من:

<sup>1</sup>- لونييس نسيمه، مرجع سبق ذكره، ص ص 120-121

<sup>2</sup>- عصام سليمان، دور الإشهار في تعزيز الصورة المرغوبة للعلامة التجارية بذهن المستهلك، مجلة افاق للعلوم، العدد 2018، 11، ص 211

1- الصورة الذاتية: وهي تتكون من المعتقدات و الأخلاقيات و القيم و الأعراف التي تكون مقبولة بشكل عام داخل المؤسسة و على أساس كل ذلك يتم تشكيل الأهداف و تقييمها و من الواضح أن هذا النوع يقترب من مفهوم الذاتية و هو يركز على الجمهور الداخلي أو على أعضاء المنظمة و العاملين فيها.

2- الصورة المستقبلية للمنظمة: و تقوم على الأهداف التي تسعى المنظمة لتحقيقها و خططها وبرامجها و أجندتها.

3- صورة أعمال المنظمة: الصورة العقلية و الصورة الواقعية و هي تقوم على الخطط المرتبطة بالأهداف و السلوك العقلي للمنظمة.

4- صورة مشاريع المنظمة: و هي تقوم على الأحداث المتوقعة التي يمكن أن تصنعها المنظمة أو تشارك في صنعها.<sup>1</sup> و هناك تصنيفات حددت بأنها:

1- الصورة الواقعية: وهي الصورة التي يتم تشكيلها بالفعل للمنظمة أو المؤسسة أو الدولة أو الجماعة و التي أصبح الجمهور يتعامل على أساسها مع المنظمة أو المؤسسة أو الدولة و يقرر على أساسها التعرض للمعلومات عنها و هذه الصور يتم تشكيلها عن طريق الخبرة الشخصية و الإتصال المباشر و الرسائل الإتصالية التي تعرض لها الجمهور و الموجهة من المنظمة نفسها.

- و قد يوجد بها سمات سلبية كما أنها تكون سلبية بشكل كامل.

2- الصورة الإتصالية: و هي الصورة التي تقوم المؤسسة أو المنظمة أو الدولة بالعمل على تشكيلها من خلال الرسائل الإتصالية التي توجهها للجمهور و بإستخدام كل وسائل الإتصال و هذه الصورة تكون إيجابية في كثير من الأحيان أقل من الصورة التي ترغب المؤسسة أو المنظمة أو الدولة في تشكيلها.

3- الصورة المرغوبة: و هي تلك الصورة التي تسعى المنظمة أو المؤسسة أو الدولة لتشكيلها لنفسها و تحتاج لإستراتيجيات إتصالية طويلة المدى و إلى إقناع المسؤولين في المنظمة و القائمين بالإتصال فيها بسمات هذه الصورة و النجاح في تشكيل هذه الصورة يحتاج إلى تطوير نظرة المنظمة نفسها للجمهور و الشعور بحاجاتها إلى العمل على الحصول ثقة الجمهور و العمل على زيادة مصداقيتها و التأكيد على أن الأنشطة التي تقوم بها مشروعة بمعنى أنها تحقق مصالح المجتمع و لا تهدف إلى تحقيق الربح و أن المنظمة تقوم بخدمة عامة.

4- الصورة الناتجة عن أزمة: وهي ليست صورة دائمة أو قوية و لكنها نشأت نتيجة تعرض المنظمة أو المؤسسة أو الدولة لأزمة أدت إلى إستجابة عاطفية سريعة معادية للمنظمة أو مؤسسة أو الدولة.<sup>2</sup>

2- عوامل تكوين الصورة الذهنية:

<sup>1</sup> - سليمان صالح، وسائل لإعلام و صناعة الصورة الذهنية ط1، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الويت 2005 ص 23.

<sup>2</sup> - لونييس نسيمه، مرجع سبق ذكره، ص ص 127-128.

- عوامل شخصية: السمات الذاتية المستقلة للمعلومات (التعليم، الثقافة، القيم).

- الإتصالات الذاتية للفرد أو قدرته على إمتصاص و تفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة أو تكوين ملامح الصورة الذهنية .-  
درجة دفعيته الفرد و إهتمامته بالمعلومات المقدمة عن المنظمة.

- عوامل إجتماعية:

- تأثير قادة الرأي على اتجاه الجماهير.

- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد و القيم السادة فيه.

- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في إتصالاتهم الشخصية حول المنظمة.

- عوامل تنظيمية:

- إستراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة و ثقافة المنظمة.

- الأعمال الحقيقية للمنظمة نفسها و سياستها و منتجاتها.

- شبكة الإتصالات الكلية للمنظمة و هي تشمل كل الإتصالات الداخلية و الخارجية للمنظمة مع جماهيرها.

- الإتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمنظمة و الجماهير و الأعمال الإجتماعية التي تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع<sup>1</sup>.

1-6- الصورة النمطية:

يجمع الباحثين العرب بين مصطلحي الصورة الذهنية والصورة النمطية ويعدونها مفهوم واحد وعلى الرغم من المصطلحين يشتركن في الكثير من التفاصيل لكن تبقى هناك فروق لغوية فردية بينهم:

الصورة النمطية لغة: Stéréotype تستقي معناها من عالم الطباعة حيث تشير إلى القالب الذي تصب على نسقه حروف الطباعة أما الصورة النمطية في معجم وبستر فقد جاءت الكلمة تدل على الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام.<sup>2</sup>

يعد الصحفي الأمريكي Walter Lippeman هو أول من تناول موضوع النمطية في كتابه المشهور "الرأي العام" الذي نشر أو مرة سنة 1922م و قد عرف الصورة النمطية

Stereotype بأنها عملية منتظمة Ordering Process و مختزلة Short-cut تشير إلى العالم و تعبر عن قيمنا و معتقداتنا.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 181

<sup>2</sup>- علي عجوة، مرجع سبق ذكره ص 97

و نشأ مصطلح الصورة النمطية في أحضان علم النفس الإجتماعي ثم إنسبك في إطارات دراسات الإتصال و يشير هذا المصطلح إلى تصور المثبرات في حالة غيابها حيث تشير موسوعة علم النفس و التحليل النفسي إلى أن الصورة النمطية إلى أن الصورة النمطية صورة أو تصوير حي في غياب المثبر الأصلي بان نتصوره ببصرنا العقلي.<sup>2</sup>

كما وردت الصورة النمطية في قاموس المعجم الإعلامي لتعبر عن إستخدام الأنماط الفكرية السائدة أو الصور الذهنية السائدة عن فرد أو جماعة أو شعب ز إصاق مبادئ و نظم و فكار بشكل يسهل قبولها لدى عامة الناس.<sup>3</sup>

و الصورة النمطية هي تمثيل منظم لموضوع ما في النظام المعرفي للفرد و هي بنية تراكمية من السمات التي تميل نحو التجانس فهي تمثل نموذجا مبسطا لبنية الفرد و تنشأ في تلقي الفرد رسائل عن طريق الإتصال المباشر و غير ذلك.<sup>4</sup>

### 7-1- خصائص الصورة النمطية.

-تتسم الصورة النمطية بخصائص عدة أبرزها:

1- تختلف الصورة النمطية عن الأخر أي المعرفة بهذا الأخر و ذلك لأنها خلاصة إدراك شامل لهذا الأخر فهي نتاج اعتبارات و عوامل متعددة و تاريخية و إجتماعية و سياسية و إقتصادية و ثقافية قديمة و جديدة كما تكون نتيجة لعمليات متعددة و مقصودة.

2- الصورة النمطية تجسيد لواقع فكري معين و للصورة مقدرة كبيرة على تميمين الفكرة و هي القالب الذي تصب صمته و يحفظها من الضياع و يسهل إنتشارها و عندما تتشكل تصبح بحد ذاتها منطلقا لعمليات فكرية جديدة و تضاف إلى الصورة فتبلورها.

3- تحمل الصورة حكما قيمي و تعكس خيارا عن الإدراك لذا فإن دراسة مضمونها و عناصرها و خصائصها وحركته تظم طبيعة الإرث الثقافي و البعد الإيديولوجي و الزاد المعرفي.

4- تتسم الصورة النمطية بسمة بارزة و هي نزوعها إلى الثبات و التكرار دون التغيير.<sup>5</sup>

5- أن تكوين الصورة النمطية لدى الشعوب و الأمم عن الأخرين عملية معقدة تتشابك في صياغتها عوامل متعددة كم أن هذه العملية تستغرق مدى زمني قد يمتد إلى أجيال عديدة.

<sup>1</sup> سليمان صالح ، مرجع سبق ذكره، ص ص 150-151

<sup>2</sup> عبد المنعم الحنفي، موسوعة علم النفس و التحليل النفسي، ج2، القاهرة ، مكتبة مدبولي:1978 ص883

<sup>3</sup> محمد جمال الفأر. المعجم الإعلامي، دار إسامة ، الأردن، 2006 د ط. ص 212

<sup>4</sup> موسى حواء موسوي و آخرون، الإعلام الجديد، الدار لجامعية للطباعة و النشر و الترجمة بغداد، 2011 ص66

<sup>5</sup> عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، ط1999، ص 23

6- يهيمن على الإتجاه السائد للصورة النمطية عدة عوامل و قوى إجتماعية و نفسية تحدث فعلها على مجال الحياة الإجتماعية على من يعتنقونها.<sup>1</sup>

### 8-1- طبيعة الصورة الذهنية و النمطية و الفروق بينهما:

#### 1- طبيعة الصورة الذهنية و النمطية:

لقد نشأ الإهتمام بالصورة الذهنية و النمطية في عصرنا من حقيقة مؤداها أن الناس يفترض أن تكون لديهم صور صحيحة عن أشياء كثيرة كالولايات المتحدة الأمريكية أو الإتحاد السوفياتي أو الشعوب الإفريقية و غيرها و كثير و قد لا يعرف الناس شيئاً عما تقدم ذكره من شعوب أو الإتحادات لكنهم إذا ماتلقوا معلومات كثيرة عنها و تكونت بالتالي صور معينة في أذهانهم فإنه يصعب تغيير هذه الصور تغييراً حاسماً في الظروف العادية.<sup>2</sup>

فمن الضروري أن يبذل الأفراد جهداً مميزاً لأنهم بصدد الإنقلاب على قيم إتفق عليها و قد يؤدي هذا الإستقلال في التفكير إلى الإنحراف بهم عن فكر أصدقائهم الذين هم إلى حد ما أصدقاء لأنهم شركاء في نفس التفكير و الميول و الإتجاهات و المصالح و الإهتمامات ، و لذلك فإن عملية تغيير الصور تكون في بعض الحالات مؤلمة و قد تحدث صدعا في العلاقات بين الأصدقاء و قد تؤدي إلى توتر العلاقات بينهم ، كما أن بعض الأشخاص في ظروف عمرية أو صحية أو في ظل صراع عاطفي يرفضون أي محاولة للتغيير الصور التي تكونت لديهم على الرغم من ذلك يؤدي إلى التضحية بفقد هؤلاء الذين يلحون عليهم إلى التغيير ، فالإنسان في أغلب الأحوال يميل إلى التمسك بها لديه من صور كما أنه يتعصب لهذه الصور و يتحيز لها فلا يقبل التعرض لأي رسالة لاتفق معها وهو يدرك محتوى الرسائل التي يتعرض لها على نحو يتفق مع الصور التي كونها.<sup>3</sup>

و هذا لا يعني أن الصور التي تتكون في أذهان الأفراد تظل ثابتة في معالمها بلا أي تغيير في مختلف الظروف و الأحوال ، فالصورة عملية ديناميكية و ليست عملية إستاتيكية و لذلك فهي لاتصف بالثبات و الجمود و إنما تتسم بالمرونة و التفاعل المستمر فتتطور و تنمو و تتسع و تتعدد و تتعمق و تقبل طوال الحياة.

و يؤكد كارل "Deutsch" هذه الحقيقة التي لاقت اتفاقاً بين عدد كبير من الباحثين فهو يرى وجود عوامل و مؤثرات يمكنها إحداث تغيير في الصور القائمة و يلفت النظر إلى أنها ليس قاصرة على كم المعلومات المتدفقة على الفرد فهناك من الأحداث ما يستطيع التأثير على الصور القائمة و تغييرها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- عبد القادر طاش، المرجع السابق، ص 24

<sup>2</sup>- علي عجوة، مرجع سابق ذكره، ص 10

<sup>3</sup>- المرجع السابق، ص 11

<sup>4</sup>- علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص 12

غير أنه من الثبات أن الصور الراسخة و التي تكونت و تدعمت خلال مراحل زمنية طويلة قلما تتغير تغيرا جوهريا ما لم تتعرض لهزة عنيفة تحولها من النقيض إلى النقيض في حين أن الصور الباهتة أو غير المكتملة أو التي لم يمض على تكوينها فترة طويلة تكون فرصة التغيير فيها أكثر احتمالا.

و إذا كانت بعض الشخصيات القيادية أو المؤسسات تسعى إلى تكوين صورة ودية مشرقة بين جماهيرها فإنها تواجه في حالات كثيرة بقوى أخرى تحاول النيل منها و زعزعة صورتها في أذهان الجماهير و من هنا ظهرت أهمية مراجعة الإنجازات التي تتحقق في مجال تكوين الصور المحابية والتعرف على أثار التشويه التي يصنعها الخصوم و موجهتها على أسس علمية سليمة.<sup>1</sup>

## 2- الفروق بين الصورة الذهنية و النمطية:

و بناء على التعريفات السابقة للصورة الذهنية و النمطية فإن أهم الفروق بينهما كما جاء في كتاب صورة العرب في الإعلام الغربي هي:

- إن الصورة الذهنية تبني على الحقائق الموضوعية و المعلومات الصادقة بينما الصورة النمطية تبني على حقائق مبالغ فيها و معلومات مشوهة.

- إن الصورة الذهنية ليست بالضرورة مشحونة عاطفيا بخلاف الصورة النمطية التي تكون محملة بالمشاعر الذاتية و مشحونة بالعواطف الشخصية.

أن الصورة الذهنية هي صورة مفتوحة أي أنها تستقل كل الصور ثم تقوم بترتيب هذه الصور من جديد و قد تتغير هذه الصور أو تتوسع تدريجيا و تنمو و تتطور أو تتوضح زوايا في موضوع ماكنت باهتة فهي صورة قابلة للتغير باستمرار عكس الصورة النمطية التي تتسم بالثبات النسبي و الجمود و ترفض إستقبال رسائل معكوسة لها عدا تلك التي تنسجم و تتناسق مع إتجاهاتها.

كلما زادت المعلومات في الصورة الذهنية فإن الصورة تزداد و ضوحا بينما زيادة المعلومات في الصورة النمطية في إتجاه الموضوع الواحد نفسه تؤدي إلى التعصب و في مراحل أعلى تؤدي إلى التمييز العنصري.

إن صانعي الصورة الذهنية للأشياء و الأشخاص و الدول و الجماعات في أذهان الأفراد يسعون إلى تقديم المعلومات و الحقائق و المعارف من أجل توسيع مدارك الناس و معرفتهم بالحياة بعكس الصورة النمطية التي غالبا ماتقف خلفها ذات مصالح إقتصادية أو سياسة أو إجتماعية.<sup>2</sup>

أولا: صورة و واقع المرأة في المجتمع العربي و الإعلام.

## 1-2 - المرأة في المجتمع العربي:

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 12

<sup>2</sup> - سلافة فاروق الزعبي، صورة العرب في الإعلام الأمريكي، المملة الأردنية الهاشمية، دار ورد للنشر و التوزيع، 2006، ص 17

## - المرأة في الإسلام:

لم تعرف البشرية ديننا كالدين الإسلامي كرم المرأة وأولها مكانة عظيمة و لم يعرف تاريخ الحضارات الإنسانية حضارة كالحضارة الإسلامية وضعت المرأة في مكانة مساوية للرجل لاتقل عنه و لاتتأخر و هذا ماجاء في حديث سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم حيث قال "أنما النساء شقائق الرجال" (رواه الترمذي عن عائشة- رضي الله عنها).

لقد كرم الإسلام المرأة و جعلها مربية للأجيال وربط صلاح المجتمع بصلاحها و فساده بفسادها لأنها تقوم بعمل عظيم في المجتمع و بلغ من تكريم الإسلام للمرأة أن خصص لها سورة من القرآن سماها "سورة النساء" فدل ذلك على إهتمام الإسلام بالمرأة.<sup>1</sup>

ومن يقرأ القرآن الكريم يجد عدد كبيراً من الآيات قد إختص بالحديث بها عن المرأة و أكد على مكانتها و عظم منزلتها حتى يعلم البشرية أنه لافرق بينها و بين الرجل حيث يقول الله عزوجل "يأيتها الناس إنا خلقناكم من ذكر و أنثى و جعلناكم شعوب و قبائل لتعارفوا أن أكرمكم عند الله أتقكم" سورة الحجرات الآية 123.<sup>2</sup>

و جاء الخطاب هنا موجه للبشرية كلها حتى يفهموا و يتحققوا أن الله جلت قدرته قد خلقهم جميعاً من ذكر و أنثى فهما المنبعان اللذان جاءت منهما الخليقة كلها.<sup>3</sup>

لم يعتبر الإسلام المرأة مكروهة أو مهانة كما كانت تعني في الجاهلية من ثقلاً بكافة أنواع الظلم و الاضطهاد و إعتبارها ناقصة و أساس الخطيئة و قرينة الشيطان و أنعتها بكل ما ينزل من قيمتها و شأنها و لكن الدين الإسلامي قرر حقيقة تزيل هذا الهوان عنها و هي أن المرأة قسيمة الرجل ماله من حقوق و لها واجبات تلاءم فطرتها و تكوينها.<sup>4</sup>

فالقرآن الكريم بما جاء فيه من آيات الله بين حقوق المرأة بشكل لايقبل النقاش و الجدل فقد منح المرأة المسلمة كافة الحقوق التي سوتها بالرجل و رفعها من المكانة التي كانت فيها إلى مضاف الإنسان العامل المنتج المنحدر من صلب نبينا ادم عليه السلام فأعطاهما حقها في الإرث و الحياة لإجتماعية و أولها منزلة و مكانة لم تأتيها أي شريعة من الشرائع السماوية الأخرى.

وهكذا أعلن الإسلام أن الرجل و المرأة من روح واحدة و من أصل مشترك و قد أشار النبي صلى الله عليه و سلم إلى أن الرجل و المرأة جزئيين من جسد واحد<sup>5</sup> لقوله عزوجل "يأيتها الناس إتقوا ربكم الذي خلقكم من نفس واحدة و خلق منها زوجها و بث منهما رجالاً كثيراً و نساءً واتقوا الله الذي تساءلون به و الأرحام إن الله كان عليكم رقيباً"<sup>6</sup>

<sup>1</sup>-لونيس نسيمية، مرجع سبق ذكره، ص40

<sup>2</sup>- سورة الحجرات الآية 123

<sup>3</sup>- محمد عبد العليم مرسى ، الإسلام و مكانة المرأة، مكتبة العبيكان، الرياض، ط1، 1997، ص 9

<sup>4</sup>- لونيس نسيمية ، مرجع سبق ذكره ، ص 40

<sup>5</sup>- زينب منصور حبيب، الإعلام و قضايا المرأة ، دار سامة للنشر و التوزيع، الأردن عمان، دط، ص ص 23-24

<sup>6</sup>- سورة النساء الآية 01

وهكذا رد الدين الإسلامي إلى المرأة إعتبارها كما أكد القرآن الكريم على ضرورة مساواة الرجل بالمرأة لقوله تعالى " أدخلو الجنة أنتم و أزواجكم تحبرون" الآية 170<sup>1</sup>

أنصف الإسلام المرأة و رفع عنها الظلم و إترف بحقها في المشاركة في تدبير شؤون المجتمع كافة في مختلف المجالات إجتماعية و إقتصادية و قانونية و أصبح لها شأن في المجال السياسي أيضا.

و شاركت المرأة بقوة في الحياة العامة و ساهمت في نشر الدعوة و كانت لها العديد من الإسهامات في كثير من الأعمال فترة عهدة النبي محمد صلى الله عليه و سلم فقد دافعة المرأة المسلمة عن الرسول و دعوته و زحفت إلى ساحات القتال جنبا إلى جنب مع الرجل تسقيهم الماء و تضمد جراحهم و تثير حماسهم.<sup>2</sup>

إن المرأة العربية في لتاريخ الإسلامي سعت لبث الدعوة الإسلامية و نشر الأفكار الدينية و الأخلاقية و سطرت أسطرا و أدوار في الجميع المجالات حيث كانت و قاضية و شاعرة و فنانة و أدبية و محاربة و راوية للأحاديث النبوية الشريفة.<sup>3</sup>

و بهذا نستطيع القول أن الإسلام حرر عقول البشرية و غير كل ماجاء في الجاهلية من ظلم و قهر و تهميش للمرأة و رفع من مكانتها و قيمتها و أولها كل حقوقها التي ترفع من شأنها فأصبحت المرأة في الإسلام صانعة للحضارة و مربية أجيال و نموذج يقتدا به بين كل نساء العالم.

#### - المرأة في المجتمع التقليدي:

المرأة هي مرآة تنعكس فيها صورة الحياة و العائلة و المجتمع بها تبدأ الأشياء و إليها ينتهي كل شيء و عندما تتقدم أمة تقرأ سمات التقدم في نساءها و عندما تنحط أمة فإن مظاهر الانحطاط تكون أكثر بروزا في حياة نساءها.

لم يكن و ضع المرأة العربية في المجتمعات العربية مختلف عم كان عليه في مناطق أخرى من العالم و مرت بالعديد من الأوضاع عبر التاريخ من التمييز مما أدى لخضوع المرأة لقيود كبيرة عبر التاريخ من التمييز مما أدى لخضوع المرأة لقيود كبيرة تقود أغلبها إلى واقع ثقافة المجتمع العربي من عادات و تقاليد و أعراف تحكمها و تسيرها حيث خاضت المرأة العربية كفاحا مستمرا لنيل حقوقها و مكانتها في المجتمع العربي لكن قبل أن نتطرق للحديث عن مكانتها و دورها لا بد أن نعود إلى الوراء لإلقاء نظرة على و وضعها في المجتمع التقليدي.

كان يسود في المجتمع التقليدي النظام الأبوي الذي يقوم على التركيبة الاجتماعية في ذلك الوقت حيث كانت المجتمعات العربية التقليدية تولى السيطرة و النفوذ المطلق للرجل

<sup>1</sup> - سورة الزخرف الآية 70

<sup>2</sup> - محمد حسين فضل الله ، تأملات إسلامية حول المرأة ، ط1، دار الملاك للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت 1994، ص 8

<sup>3</sup> - المرجع السابق، ص 8



( كبير العائلة، الأب) و يكون هو الأمر النهائي الذي لا يناقش أبدا فسادت العقلية المتحجرة التي أبعدت المرأة كثيرا عن الحياة العامة<sup>1</sup> أو إقتصرت دورها في دور الأم، الزوجة، الإبنة، و ربت البيت، لاغير و حجزتها خلف جدران الجهل و الأمية لأنها في نظرة الأسرة و المجتمع المخلوق الضعيف الذي لاحول و لا قوة له.

على الرغم أن القران الكريم إعتبر المرأة جزء لا يتجزأ من المجتمع فالمجتمع يقوم على الرجل و المرأة و دعا إلى المساواة بين الرجل و المرأة في الحقوق و الواجبات إلا أن التفكير التقليدي المهيمن في ذلك الوقت كان مسيطر بشدة على المجتمع و بقيت المرأة تدور في دوامة بين الحلال و الحرام خوف من فقدان شرفها و يعد هاجسا كبيرا بالنسبة للمجتمعات العربية التقليدية.<sup>2</sup>

وهكذا ظلت المرأة حبيسة الجدران خوفا من الفضيحة و الشرف المسلوب و ما أن تزوج حتى تنتقل إلى حياة جديدة ليست أحسن من الأولى فتكون السلطة هنا للزوج و التي كانت من قبل الأب و الإبن فتعيش دور جديد في عائلة أخرى هذا الدور متمثل في الإنجاب و الذي يحدد هذا الدور مكانتها في العائلة و المجتمع إذا لا بد لها أن تنجب أطفال من المستحسن أن يكونوا ذكورا.

فقد نجد في بعض الأوساط أن المرأة التي تلد إلا الإناث إلا الإناث قد تلقى مصير العاقر و تكون مهمشة من طرف العائلة و المجتمع مدمنا لم يستطعن الإنجاب و خاصة أنجاب الذكور.<sup>3</sup>

و بذلك يهيء الجو للذكر ليتبوأ مكانة تخول له كل الحقوق للتصرف بحرية إذ تعطي الأولوية له و تخصصه بكل المميزات لا تحصل عليها الأنثى و بهذا يكن للذكر النصيب الأكبر و الحكم و السيطرة على الأنثى.<sup>4</sup>

كانت المرأة في المجتمعي التقليدي تعيش لأجل الأسرة و العمل و تربية الأولاد دون أن تكون لها فرصة الخروج و التعرف على العالم الخارجي و كان الفضل في بلوغ الرجل و سيطرته راجع إلى إعتبرته التي ناصرته وأولتها مكانة و همشة المرأة و أهملت تنقيفها.

ناهيك عن أسلوب العنف البدني و اللفظي الذي كانت تعاني منه المرأة العربية مما يحط من شأنها و يقلل من كرامتها.

إن المكانة التي منحت للرجل أزمت الوضعية أكثر بالنسبة للمرأة حيث سلبته الحرية بمضمونها الاجتماعي و الثقافي داخل الأسرة و خارجها و غاب عنصر المشاركة النسوية في الحياة الاجتماعية<sup>5</sup> و باتت تعيش تحت و طأة الإضطهاد الاجتماعي و

<sup>1</sup>-سليمة كشيدة، قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية، دراسة وصفية تحليلية لمجلتي ذريبات و معد حواء خلال عامي 2015-2016، إطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر ص38

<sup>2</sup>-سليمة كشيدة، ملرجع سبق ذكره، ص ص 38-39

<sup>3</sup>-سمير منصور، إتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة في المجتمع الجزائري، رسالة ماجستير، قس علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة منتوري، الجزائر ص73

<sup>4</sup>-ناهدرمزي، المرأة و الإعلام في عالم متغير، الدار اللبنانية المصرية، ط1، 2000، ص198

<sup>5</sup>-سليمة كشيدة، مرجع سبق ذكره، ص39

القيود الثقافية و تعيش مقيدة محددة بين تقاليد المجتمع من قيود و معوقات جعلت ظهورها رهين القرار العائلي و مساحة الحركة المسموح بها إجتماعيا و عائليا ضمن سلسلة من السلطات من قبل الأب و الإبن.<sup>1</sup>

و كل هذا يعود إلى النظرة الدونية تجاه المرأة التي لاتزال عالقة في الأذهان عند بعض الرجال الفهم الخاطئ للدين و تأويل الأحاديث تأويلا خاطئا.

و على الرغم أن المرأة العربية بقيت فترة طويلة في حالة ركود في المجتمع العربي إلا أن هذا لم يدوم كثير إلا و أن بدأت المرأة في محاولة تطوير و تغيير النظرة التقليدية و وضعها في الوطن العربي و بدأت تفرض نفسها و دورها في المجتمع

#### - دور المرأة في المجتمع:

تعد المرأة جزءا لا يتجزأ من المجتمع فالنساء يشكلن بعددهن نصف عدد سكان الكرة الأرضية و بذلك فهن من أكبر الموارد البشرية كما أن المرأة هي الحجر الأساس للتنمية المجتمع و هي المسؤولة عن نوع الحياة التي تعيشها الأسرة و أفرادها و تختلف و تتنوع الأدوار التي تقوم بها في المجتمع و تتباين ما بين العديد من الأدوار و من بينها:

دور المرأة في الأسرة: و الذي يعد هو الدور الإجتماعي و الثقافي من خلال تربية الأبناء أي جيل صاعدا إلى المجتمع من خلال رعاية الأطفال و تنشئتهم و تربيتهم على أسس صحيحة ترتكز على الأخلاق و الدين فالمرأة تلعب دورا رئيسيا في تنمية الموارد البشرية الصغيرة فالأسرة هي المؤسسة التربوية الأولى لتربية الطفل و تنشئته على عادات و تقاليد و ثقافة البيئة التي تعيش فيها و تنمي طاقات أبنائها عن طريق تنمية الوعي الفكري و الثقافي لديهم و ترسيخ قيم و السلوك و العادات الإسلامية و تنمية مهرتهم و تدعيم اتجاهاتهم و أيمانهم بأهمية دورهن في تنمية المجتمع و تنمية الوعي الثقافي.

- دور المرأة كقائدة تخدم المرأة المجتمع و تساهم في تطويره و نميته من خلال مناصب القيادية في المجتمع و يعود هذا الأمر لارتباط المرأة بالأسرة التي تعد الجزء الأساسي للمجتمعات إذ تقوم بتطبيق الإستراتيجيات السلمية التي تقوم بدورها كأم و زوجة على الشواغر التي تعمل بها كقائدة من خلال المناصب التي تحكمها في كل المجالات التي كانت بالأمس حكرا إلا للرجل.

- دور المرأة في المجتمع كموظفة: وقد برز هذا الدور في المجتمع العربي و ظهرت آثاره عليه عندما أصبح التعليم إلزاميا للجميع دون أي تحيز أو تمييز و أصبحت المرأة قادرة على الحصول على درجات العلمية كاملة و بكل مراحلها حيث أصبحت قادرة على تطبيق خبرته العلمية بقوة في الحياة المهنية و أصبحت المرأة العربية رائدة و سيدة أعمال و قد شغلت العديد من الوظائف الهامة كرئيسة تنفيذ و قاضية و مهندسة و مختلف الوظائف الشاغرة في كافة المجتمعات و على جميع الأصعدة.<sup>2</sup>

#### - المرأة في المجتمع المعاصر:

المرأة المعاصرة هي المرأة المؤثرة في المجتمعات و بناء و تطور المجتمع الحديثة والحياة المعاصرة، فلقد تابعت المرأة سعيها، ولا تزال في خطى التطور الذي تشهده مختلف مناحي الحياة في الوقت الراهن، وبذلت في سبيل ذلك الكثير من الجهد النفسي

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 40

<sup>2</sup> [www.Bunean.com/4/](http://www.Bunean.com/4/) 20.00-2023/04/25/ موقع متاح على الخط، دور المرأة في المجتمع،

والجسمي، بل وأسرفت في كثير من الأحيان بالعبء من جهدها ووقتها وروحها وعواطفها لتستمد حقوقها و مشروعيتها من إنسانيتها، فهي قبل أن تكون امرأة هي إنسان ينبغي أن يتمتع بجميع حقوق الإنسان، لذلك اتجه المجتمع الدولي ومن خلفه الكثير من الدول، إلى منح المرأة العديد من الحقوق والحريات، والتي أصبحت فيما بعد سمات مضيئة في حياة المرأة، يجب عليها العمل بجهد ومثابرة للمحافظة عليها، أصبحت المرأة عنصراً فاعلاً في الكثير من المجالات الحكومية أو الخاصة بعد النهضة الفكرية التي شهدتها المجتمعات، وبما تزودت به من ثقافة وتعليم، فهي الطبيبة والمهندسة والمحامية والكاتبة والمعلمة، وغيرها الكثير، ولما تمتلكه المرأة العاملة من ذكاء وفطنة وقدرة على التحمل قد تفوق الرجل في كثير من الأحيان، أخذ أرباب العمل يفضلونها ويعتمدون عليها كونها تؤدي المهنة بحرص واحتراف وأصبح للمرأة المعاصرة الحرية الكاملة في التعبير عن رأيها في أمورها الخاصة أو العامة، وسواء كان هذا الرأي موافقاً لرأي الآخرين أم مخالفًا لهم، ولكن بشرط ألا لا تتعارض مع قواعد الدين والأنظمة السائدة في المجتمع، كما وأصبح للمرأة الحق في الأخذ بما تراه من آراء وأفكار، ودون الخوف من التهديد والوعيد، الذي يمكن أن تتلقاه بسبب هذا الرأي أو تلك الفكرة. وبذلك أصبحت المرأة أيضاً تتمتع بشخصية مستقلة، قادرة على اتخاذ القرارات الصعبة، كما أصبحت تعتمد على نفسها في تادية كل المهام التي تسند إليها، وأيضاً أصبحت تتمتع بالثقة العالية بنفسها، وتطمح إلى تحقيق جميع أهدافها وأصبحت المرأة المعاصرة تمتلك مساحة خاصة بها تستطيع من خلالها الاهتمام بذاتها وتنميتها، من أجل أن تمتلك شخصية قوية وجاذبة لكل من حولها، فأصبحت بمرور الوقت قادرة على أن تتقن جميع الأعمال وتلم بها الإماماً مميّزاً، كما أصبحت تتمتع بسرعة التصرف، وبعد النظر والرؤية الثاقبة للأمور، فأصبح للمرأة دور كبير في المجتمع لتغير بذلك تلك النظرة الدونية التي كانت تعيشها من قبل لتصبح نموذج ملهم ومهم جداً لها مكانة مرموقة في المجتمع.<sup>1</sup> ومن البديهي أن يكون للمرأة نصيب كبير من هذا التطور وحظ وافر من هذا التقدم مساندة مع ركب الحضارة الناهضة إلى الأمام والنمو رغم كل المحاولات إلى إبقائها ضمن نطاق عاداتها.

## 2-2- صورة المرأة في الإعلام العربي

أن آليات تحديد الصورة المجتمعية متعددة ومن ضمنها وسائل الإعلام التي تعد مصدراً من مصادر المعرفة التي تشكل وعي الإنسان وتساهم مساهمة رئيسية في صياغة التصورات والمفاهيم العامة التي يراد تثبيتها في مجتمع معين ولا يخفى على أحد مالوسائل الإعلام قوة في التأثير على أفكار وإتجاهات الناس أو بالإحرى هي مرآة الشعوب حيث تبرع في نقل رسالتها للجمهور ومن بين هذه الصور التي ينقلها الإعلام صورة المرأة العربية.

إن مكانة المرأة في المجتمعات العربية تتباين من بلد إلى آخر وإن معظم الأفكار السائدة عن المرأة في وسائل الإعلام المختلفة تتناقض تماماً مع المواقف المعلن لغالبية الدول العربية فنجد بعضها يعلن إنحيازه المطلق لكافة حقوق المرأة ثم تفاجأها تأتي بسلوكيات من شأنها ترسيخ مفاهيم التبعية وتثبيت صورة المرأة بوصفها كائننا ضعيف يشغل الترتيب الثاني في المجتمع.

على الرغم أن المرأة العربية قد كان لها حظ أوفر من ناحية إهتمام الإعلام بها فوسائل الإعلام بمختلف أنواعها سواء كانت سمعية بصرية مثل الإذاعة والتلفزيون أو مكتوبة مثل الصحف والمجلات وغيرها من الوسائل خاصة التي تعتمد على

<sup>1</sup> - موقع متاح على الخط ( 16/4/2023 ) الساعة (21.00) <https://sotor.com>

التقنيات الحديثة و الذي يهمننا في هذا المجال الصحافة و التي تعد وسيلة فعالة و من منطلق كونه الوسيلة التي إهتمت بها دراستنا فقد نجد أغلبية الدراسات تؤكد على الصورة السلبية في الإعلام العربي حتى إن كانت هناك صورة إيجابية تكون باهتة أي أنها لا تظهر بصورة قوية.

كما أن الصورة المقدمة للمرأة بشكل عام في وسائل الإعلام هي صورة نمطية وسلبية غير واقعية ذلك من خلال كونها تتجاهل الأدوار الحقيقية للمرأة العربية و تظهرها على هامش الأحداث و تركز على الأدوار التقليدية و الملامح السلبية و تقدم بشكل سطحي و تعجز في بعض الأحيان عن التعمق في شخصية و أدوار المرأة.<sup>1</sup>

هذا الإختلاف في صورة المرأة العربية لم يلعب دورا فعالا في حركة تطويرها و دمجها في المجتمع كما أن تصويرها بالصور التي تقدم بها أصبحت لا تتناسب مع ما أحرزته من تقدم فما تقدمها تلك الوسائل يقلل من نشاطاتها و يعوق مسيرتها.<sup>2</sup>

كما جاءت المرأة في وسائل الإعلام العربية بالمرأة التي تقيدها العادات و التقاليد في مجتمعات العالم الثالث التي يسودها الفقر الجهل و الإستسلام.

لكن الإعلام العربي أيضا على النقيض من صورة المرأة العربية المستسلمة قدم المرأة العربية بصورتها اللعوب المتمردة على العادات و التقاليد و كلا النوعين موجودين في المجتمع و كذلك فإن معظم الصور تقدم المرأة العربية بلا طموحات و لا وجهة نظر و أكثر من ذلك تقدمها بلا طموحات شخصية.<sup>3</sup>

و على مستوى المرأة نجد أن الإعلام العربي غالبا ما يعرض البرامج و المواد الإعلامية الشبيهة إلى حد ما للمواد الإعلامية الغربية لمختلف و التي تقدم قوالب نمطية جاهزة تعكس تصور المجتمع و الثقافة الغربية لمختلف المواضيع التي تخص المرأة كجسد جميل يتميز بالإغراء و الجاذبية من أجل إقناع المتلقي بشراء السلعة حيث يتم من خلال هذه المواد تجريد المرأة من إنسانيتها و تصويرها في قالب الجسد الجذاب المغربي والأخطر من هذا أن الصورة المنقولة عن المرأة العربية أصبحت تطبع كتابات الصحفيين و أعمال المخرجين و حتى السينمائيين و في الصحف اليومية بالرغم أن قيم المجتمع لا تسمح بهذا لأن مضامينها بعيدة كل البعد عن عمق الثقافة العربية و قيمتها التي تنظر للمرأة بإعتباره ركيزة أساسية في المجتمع الذي ينبغي الإهتمام بها لبناء مجتمع سوي.<sup>4</sup>

و فقا لهذا الشكل تعمل وسائل الإعلام على تسويق صور نمطية تعكس أهداف الواقع العربي و تعمل على تعديل و تغيير المعلومات لتتجاوز حدود القيم و المبادئ في الوقت لذي يطمح البعض منها إلى تنميطة قيم الإستهلاك و التحرر و الإنفتاح و لاشك أن التحكم الغربي أثر في القوالب الجاهزة التي تقدم بها الأشياء و المواضيع التي من بينها موضوع و قضية المرأة التي

<sup>1</sup>- عواطف عبد الرحمان، المرأة و الإعلام تحديات و إشكاليات، العربي للنشر و التوزيع القاهرة، بيروت، ط1، 2008، ص132

<sup>2</sup>- بوزيان عبد الغني، سارة جابري، الأبعاد الدلالية للإعلانات التلفزيونية، قراءة في تجليات صورة المرأة في الإعلانات التجارية، مجلة العلوم

الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد09، جوان 2018، ص327.

<sup>3</sup>- ناهد رمزي، مرجع سبق ذكره، ص65

<sup>4</sup>- المرجع السابق، ص66

أصبحت تقدم على شكل قالب جاهز يعكس النمطية السلبية التي تميز صورة المرأة في الإعلام الغربي الذي يؤثر بشكل ملحوظ على الإعلام العربي.<sup>1</sup>

و تؤكد عواطف عبد الرحمان أن المرأة العربية مزالت توجه العديد من المشكلات التي تساهم في صعوبة تغيير الوضع الاجتماعي للمرأة العربية و منه إرتفاع نسبة الأمية بين النساء و جمود القوانين و التشريعات الخاصة بالمرأة و ضعف مشاركة المرأة في العمل السياسي.

أذا نستطيع القول أن المرأة العربية إستهدفت في المدى الطويل في وسائل الإعلام و لطالما همشت و شوهدت أدوارها و زيف واقعها لإخراجها من قيمها الأخلاقية و عقيدتها كونه الحلقة الأضعف.

### 2-3- عوامل تكوين صورة المرأة في الإعلام العربي:

لقد حظيت صورة المرأة العربية في الإعلام العربي باهتمام من قبل الباحثين و المهتمين بالشأن الإعلامي في مختلف المجالات فهدفت الدراسات على استنطاق واقع تلك الصورة المتضمنة في شكل رسائل إعلامية من أجل رصد مقومات بناء الصورة الذهنية للمرأة العربية في الإعلام و الكشف على العوامل و المتغيرات التي قادت لصناعتها.<sup>2</sup>

إن عوامل تكوين صورة المرأة تنطلق من فكرة مفادها أن وسائل الإعلام تعلم على تسليع المرأة ليس لأنها تقوم بتجسيد العادات و التقاليد العربية لألية معينة بل لأنها تعمل على استغلال المرأة العربية لتحقيق الأرباح التجارية بغض النظر عن المبادئ و القيم الاجتماعية و لا تهدف بصلة لروح التقاليد العربية الإسلامية بمنطلقها الصحيح.<sup>3</sup>

برغم من أن صورة المرأة العربية من خلال وسائل الإعلام ظاهرة تمتد جذورها من القيم و التقاليد الاجتماعية الموروثة التي لا تنتظر للمرأة على أنها كيان إنساني و اجتماعي مكافئ للرجل إن الأمر ببساطة يتعلق بكون المؤسسات الإعلامية ليست سوى إمتداد لمنظومة إجتماعية ثقافية تراكمت تفاصيلها عبر قرون كثيرة لتعزز هذا الإرث الاجتماعي و الثقافي الذي يحرك إتجاهات المجتمع و يؤطره نحو النساء<sup>4</sup> فالمؤسسات الإعلامية ليست في نهاية المطاف سوى جزء من الكيانات الاجتماعية و الثقافية السائدة و لا يمكن أن تعمل بمعزل عنها.<sup>5</sup>

<sup>1</sup>- سمير رحمان، قراءة في صورة المرأة السياسية في وسائل الإعلام الجزائرية، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، المجلد7، العدد11، جامعة الجزائر، جوان 2016، ص ص 54-55

<sup>2</sup>- نفيسة نايلي، سلى مساعدي، صورة المرأة العربية في الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد الثابت و المتغير، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد8، ديسمبر 2017ص56

<sup>3</sup>-حنان يوسف، دور الإعلام في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع، ورقة علمية مقدمة في الندوة القومية حول نحو مزيد من الإجراءات للهوض بعمل المرأة و تحقيق المساواة في العمل العربية بالتعاون مع وزارة الشؤون الاجتماعية و العمل، دمشق سوريا، 2007ص 16

<sup>4</sup>- منير طبي، صورة المرأة في الإعلام العربي الثابت و المتغير، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، جاكعة تبسة، العدد2 ديسمبر 2019ص 86

<sup>5</sup>-حنان يوسف، مرجع سابق: ص 16

كما أن ضعف الوجود النسائي الفاعل في الإعلام العربي أدى بشكل أو بآخر إلى تكريس و صناعة صورة نمطية عن المرأة العربية في إعلامها فعلى الرغم من وصول المرأة لتولي مناصب إدارة مؤسسات إعلامية عدة إلا أن ذلك لم يساعد على تمكينها كأمراة إعلامية من المساواة مع الرجل في القدرة على صنع القرار إذا مزال ملكية أغلب المؤسسات الإعلامية العربية إدارته بيد الرجال لكن لابد من إعادة النظر في صورة المرأة العربية و إدارتها بيد الرجال لكن لابد من إعادة النظر في صورة المرأة العربية ولدوره التي تقوم به و مشاركتها في صنع القرار الإعلامي برغم من أنه لا يزال القرار في يد الرجال فقط.<sup>1</sup>

إذن فصناعة صورة المرأة العربية في الإعلام لم تكن سوى نتاجا لتفاعل عدة عوامل أولها الواقع الاجتماعي الذي تعيشه المرأة بكل ما يحمله من موروث ثقافي إجتماعي سياسي و فهم مغلوط للدين حيث ماجأت به المؤسسات الإعلامية إنعكاسا لذلك الواقع لتتحول بعد ذلك المرأة العربية إلى وسيلة جذب و إغراء هدفها تحقيق ربح مادي نتيجة لسياسات المؤسسات الإعلامية و التي غالبا ماغيبت المرأة الإعلامية كفاعل في صناعة صورة ذهنية تليق بها.<sup>2</sup>

#### 4-2 - دور الإعلام في إبراز قضايا المرأة العربية:

يعد الإعلام عند المعنيين بقضايا المرأة هو الوسيط الأساسي في العملية الهادفة لتحسين وضع النساء في المجتمع بوجه عام حيث يظل مجال الإعلام محوريا نظرا لدوره الخادم لجميع المجالات الأخرى و على الرغم أن نطاق إهتمام الفعاليات العربية المعنية بقضايا المرأة قد إتسع لتشمل مجالات كثيرة تمثل جوانب من حضور المرأة في المجتمع.

إذ يلعب الإعلام دورا مهم في إبراز دور المرأة العربية و قضيتها حاز موضوع الدور الإعلامي للمرأة العربية في وسائل الإعلام حيزا و مكانة كبيرة في الشأن العربي منذ عقود قد خلت و يرى الكثير من المتفاعلون و المتابعون لهذه الوسائل أنها تركز على مجموعات معينة فقط من القضايا و التي يصفها البعض بالنخبوية في الوقت نفسه تغيب عن ساحة المعالجة العديد من القضايا التي مازلت تعاني منها المرأة لعربية في العديد من أقطار الوطن العربي.<sup>3</sup>

ويكمن در الإعلام في إبراز قضية المرأة و الرفع من مكانتها إلى الأمام من خلال إبراز دورها و المفاهيم المتعلقة بحقوقها في كل الجوانب الحياتية في التعليم و المشاركة الإجتماعية و السياسية و غيرها من خلال وسائل الإعلام المختلفة و الصحافة خاصة و التي لها تأثير كبير في إتجاهات الرأي العام و ذلك إذا ما وضعت له سياسات واضحة تعالج قضايا المرأة العربية و بلورة صورتها و شأنها في الرأي العام لدى المجتمع.<sup>4</sup>

فالمرأة العربية لحد الأن لازالت تعاني من مشاكل الأمية و تأمين الرعاية الصحية و تأمين تكافؤ الفرص في التعليم و العمل وصولا إلى دمجها في الحياة العامة و تمكينها إقتصاديا و سياسيا و الكثير من القضايا التي غابت عن المعالجة الجدية و الفاعلة في الوقت التي تطغى قضايا المرأة الشكلية على وسائل الإعلام .

<sup>1</sup>- حنان يوسف، مرجع سابق، ص 17

<sup>2</sup>- نفيسة نايلي، سلمى مساعدي، مرجع سبق ذكره، ص 57

<sup>3</sup>- نادية بن ورقلة، دور وسائل الإعلام الحديثة في إبراز دور المرأة في مجتمع متغير، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية و الإنسانية المعمقة، جامعة الجلفة، ص 128

<sup>4</sup>- مرجع السابق، ص 128

فينصب التركيز في الوسائل الإعلامية العربية على لموضحة و الأزياء و ال؛أناقة و التجميل الأمر الذي يدفع المتابعين للشحن الإعلامي على تهمان وسائل الإعلام أنها تواكب وسائل الإعلام الغربية التي تسلع المرأة هدفدت الكسب المادي من خلال طرح القضايا الشكلية التي تخصها.<sup>1</sup>

برغم أنه هناك قضايا ذات أهمية لها أولوية للجمهور النساء العربيات يهملها الإعلام العربي رغم الظروف التي مرت بها الدول العربية قد أجلت من حجم الإهتمام بدور المرأة لكن مع التطور الذي تشهده كل المجالات و في ضوء التطور التقني الهائل الذي مرت به وسائل الإتصال في الأونة الأخيرة حيث تولت وسائل الإعلام المختلفة حالياً في الدول العربية إهتماماً كبير بقضايا المرأة حيث خصص لها برامج لمناقشة قضاياها المعاصرة و توفير التغطية الإعلامية لما تنجزه المؤسسات الناشطة في المجتمع المدني.<sup>2</sup>

مما دفعت العديد من الدول العربية تغير من نظرتها للمرأة العربية التي بدأت تخرج من دوره التقليدي من عضو قاصرا في المجتمع إلى عضو فاعل يساهم في بناء الحياة الإجتماعية و السياسية.

-كم أطلقت بعض الدول العربية إستراتيجية إعلامية للمرأة العربية تدعم دور الإعلام في كل من البحرين و تونس الإمارات المتحدة و لبنان لتقديم صورة إيجابية غير النمطية عن المرأة العربية و تم تشكيل مجلس و طني و مديريات للإعلام مختصة بقضايا المرأة و الطفولة و إنشاء مواقع إلكترونية نسائية في الإمارات المتحدة العربية و الجزائر و مراصد إعلامية في مصر لمراقبة ما يتم تداوله من صور عن المرأة العربية في الإعلام المرئي و العديد من النماذج الناجحة للمرأة العربية في الإعلام .

و رغم هذا التحول التدريجي لدور المرأة في وسائل الإعلام من حيث المشاركة في صناعة الصور الإعلامية المناسبة منه و عنها لم يأخر صورته النهائية و المقبولة في كافة القطار العربية نتيجة إلى تركيبة و قيم بعض المجتمعات التي لازالت تعمل بالنظام بالنظام القبلي و العشائري حيث و رغم ما أحرزته المرأة من تقدم ملحوظ خلال السنوات الماضية على مستوى العمل الإعلامي و تمثيل قضايا المرأة في مختلف و وسائل الإعلام لازالت هناك تيارات إجتماعية ترفض مبدأ حرية المرأة في تولي مناصب إعلامية و التعبير عن قضاياها.

إلا أن التوصية الذي يخص علمها الناشطون من أجل المرأة في الدول العربية هو العمل على وضع إستراتيجية إعلامية تقوم على النظر إلى حقل الإعلام و سيط له دور فاعل في عملية الإصلاح الإجتماعي من خلال إعادة النظر في الإعلام كحقل و مؤسسة علمها الوعي بقضايا المرأة أكثر ثم الإهتمام بمضمون الرسالة الإعلامية و مستوى الحرفية المهنية للإعلاميين باعتباره الخطوة الأساسية نحو دفع الإعلام لأداء دور أكثر فعالية في إصلاح و وضع المرأة العربية في المجتمع.

أيضا على وسائل الإعلام التأكيد على وظيفة المرأة الأساسية في حماية الأسرة و دورها في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و إفساح المجال لها للمشاركة في الحياة الإجتماعية و التعريف بقضاياها و أنشطتها.

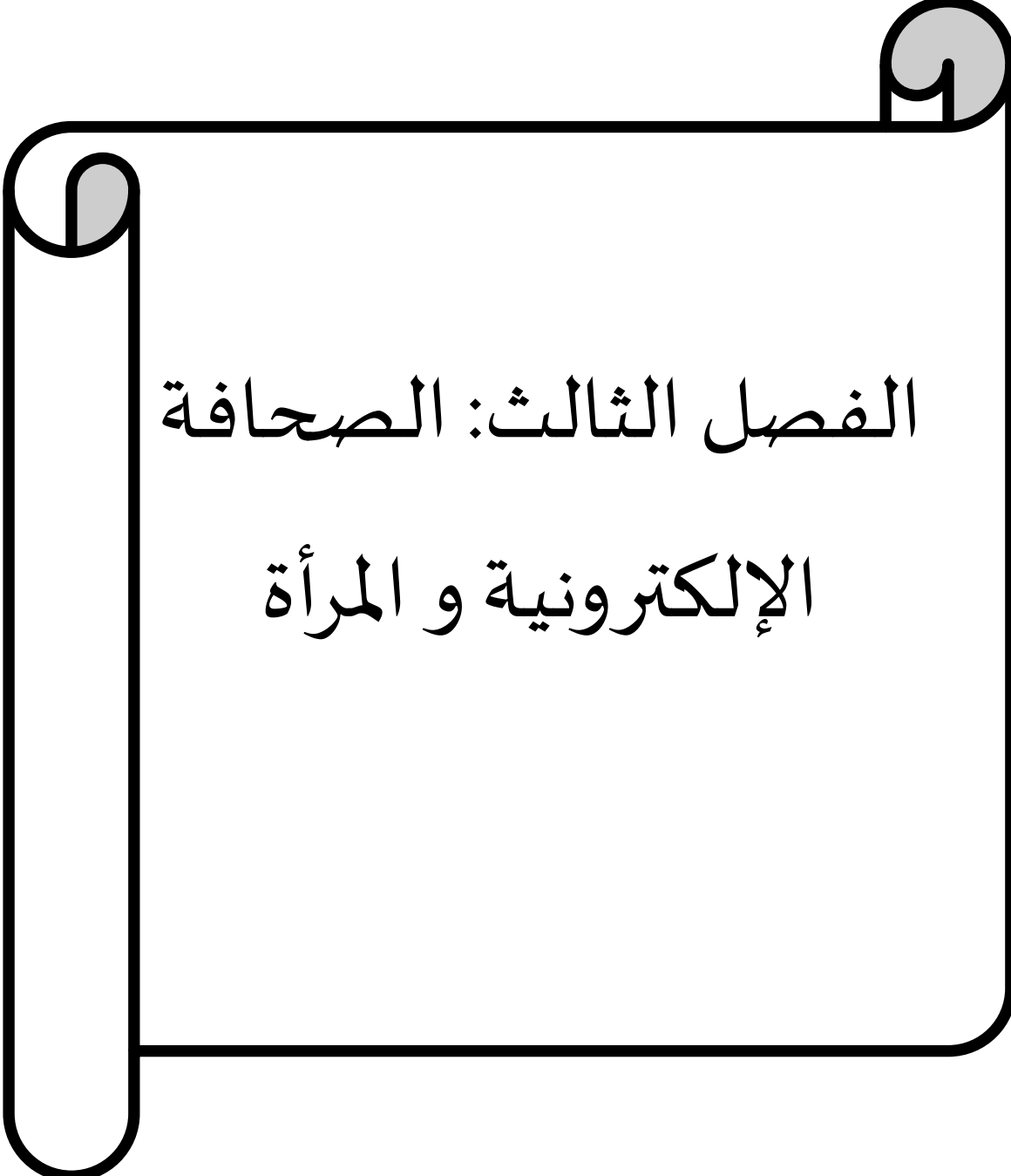
خلاصة:

<sup>1</sup>- زينب منصور حبيب، مرجع سبق ذكره ص 30

<sup>2</sup>- المرجع السابق، ص ص 31-32

قضايا المرأة العربية تعتبر من أهم القضايا التي تتم مناقشتها في السنوات الأخيرة و مع تزايد الإهتمام بقضايا المرأة برز الحديث عن دور و وسائل الإعلام الكبير في التصدي لهذه القضايا و الإهتمام الفعال بطرح الحلول لها لذلك فإن وسائل الإعلام لها دور مهم في تغيير نظرة المجتمع لصورة المرأة النمطية أو تعزيزها و التحفظ بها.





الفصل الثالث: الصحافة  
الإلكترونية و المرأة

---

الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية و المرأة

الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية و المرأة

تمهيد

أولاً : الصحافة الإلكترونية العربية

1-1- مفهوم الصحافة الإلكترونية

2-1- نشأة الصحافة الإلكترونية وعوامل تطورها

3-1- خصائص الصحافة الإلكترونية

4-1- أهداف و أنواع الصحافة الإلكترونية

ثانياً: قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية

1-2- المرأة و الصحافة

2-2- المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية.

3-2- السمات العامة الإستراتيجية الإعلامية للقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية

4-2- معوقات المعالجة الإعلام لقضايا المرأة.

تمهيد:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال ثورة أدخلت العالم حقبة جديدة من التواصل لم يسبق لها مثيل في إنتقال المعلومات عبر الأنترنت هذه التي تعد أهم تمثلات التكنولوجيا و منه ولدت مصطلحات جديدة أهمها الإعلام الجديد لينقل وسائل الإعلام التقليدية من مرحلة البث و التلقي إلى مرحلة جديدة تتمثل في تفاعل المستقبل مع المحتويات و من بين هذه الوسائل التي واكبت التطورات التكنولوجية نجد الصحافة المكتوبة و طبعاً هذه الوسيلة ولدت منها وسيلة جديدة و هي الصحافة الإلكترونية التي إستفدت من خصائص الإنترنت و تعد نوع إعلامي جديد و شكل من أشكال الصحافة تتما بإصدار الصحف يوميا إلكترونيا في المواقع الخاصة بها لتعالج مختلف القضايا التي كانت تعالجها الصحافة المكتوبة إلا أن الإختلاف يكمن في عنصرين التأثير و التفاعل و تعد صورة المرأة و قضيتها من بين الصورة التي لقت صدى في الصحافة الافتراضية من خلال المعالجة الإعلامية التي تلعب دورا مهم في تشكيل الوعي المجتمعي و بالأخص عن المرأة العربية بالإضافة إلى أنها تقوم برسم صورة ذهنية لها أما سلبية أو إيجابية.

و في هذا الفصل سنتطرق إلى التعريف بالصحافة الإلكترونية العربية و المعالجة الإعلامية للمرأة عبر هذه الوسيلة الإلكترونية .

## الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية ومعالجتها لقضايا المرأة

### المبحث الأول: ماهية الصحافة الإلكترونية

#### 1-1- مفهوم الصحافة الإلكترونية

إن نقطة البداية الحقيقية للصحافة الإلكترونية في العالم لم يكن وليد اللحظة بل جاء جراء تطورات كثيرة عرفتها قطاعات ووسائل الإتصال المتنوعة حيث أننا نتحدث عن صحافة تشكلت إمتدادا و تطورا للصحافة المكتوبة و التي تقدم شكل من أشكال الصحافة حيث أصبحت عبارة عن نوع صحفي جديد ووسيلة إعلامية جديدة جاءت نتيجة لتجانس و إندماج خصائص وسائل الإعلام التقليدية مع التطور التكنولوجي.

تعددت المفاهيم حول الصحافة الإلكترونية و اختلفت لدى الباحثين و الإعلاميين و من بين هذه المفاهيم مايلي:

يمكن تعريف online journalisme على أنها الصحف التي يتم إصدارها و نشرها على شبكة الإنترنت و تكون على شكل جرائد مقروءة على شاشات الحاسبات الإلكترونية.<sup>1</sup>

و الصحافة الإلكترونية هي الصحافة غير الورقية مقروءة و مسموعة و مرئية تبث محتوياتها عبر مواقع لها شبكات المعلومات العالمية و ببساطة online journalisme صحافة تتم ممارستها على الخط المباشر.<sup>2</sup>

الصحافة الإلكترونية هي الصحف المكتوبة و التي يعاد نسخها على الإنترنت و تتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان و الصوت و الصورة.<sup>3</sup>

وينطلق البعض في تعريفه للصحافة الإلكترونية من الخصائص الفنية للوسيلة ذاتها

( الإنترنت) حيث يتم تعريفها على أنها نظام معلوماتي يتألف من صناديق متعددة تحتوي على الأخبار في هيئة نص صورة فيديو صوت بصورة منفصلة أو مجتمعية هذه الصناديق تحتفظ فيما بينها بعلاقات متعددة و بمستويات مختلفة.<sup>4</sup>

و عرفها ميك و ارد M-WORD أيضا في كتابه يعرف الصحافة من خلال خصائص شبكة الإنترنت و الويب و إمكانياتها التي أضفت على هذه الوسيلة و التي تمثلت في الرقمية و الإتصال الشبكي و أدوات الإتصال مثل البريد الإلكتروني و الوسائل و الوسائل المتعددة و الوصلات و الروابط و الأرشيف الرقمي ثم التفاعلية و غيرها.

<sup>1</sup>- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، ط1، 2007، ص94

<sup>2</sup>- نبیح أمينة، المدونات الإلكترونية المكتوبة، بين التعبير الحر و الصحافة البديلة، مذكرة ماجستر، غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص64

<sup>3</sup>- درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات تفاعلية و تصميم الموقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص41

<sup>4</sup>- جمال بوعميحي، بلقاسم برون، الصحافة الألكترونية في الجزائر واقع و افاق، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية و الإعلام، 2005، ص7

- صحافة المواطن نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني الذي بدوره يتجسد من خلال الإنترنت كشبكة معلوماتية و أداة و مصدر للمعلومة و أصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي.<sup>1</sup>

كما تعرف على أنها هي العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في الروابط المتعددة بعدد من الوسائل و فق اليات و أدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى و توفر له التجول و التوزيع على هذه المواقع.<sup>2</sup>

## 2-1- نشأة الصحافة الإلكترونية:

-خلفية تاريخية لتطور الصحافة الإلكترونية

ظهرت الصحافة الإلكترونية و تطورت كنتاج لشبكة الأنترنت العالمية التي تقف رمزا واضحا لثورة المعلومات التي يشهدها العالم في الوقت الراهن و قد جاءت ثورة المعلومات كثمرة للمزج بين ثورة تكنولوجيا الإتصالات من جهة و ثورة تكنولوجيا الحاسبات من جهة أخرى

مرت الصحافة بعد ظهور الأنترنت بتغييرات الكثيرة و التي تعد أهم ماحدث للصحافة منذ ظهورها و يعد الوصول إلى المعلومات و الأخبار من أي مكان في العالم عن طريق شبكة الأنترنت و متابعة تقارير حول الأحداث في وقت حدوثها و ظهور محتوى الوسائط المتعددة و التفاعلية ليست إلا مظاهر لهذه المتغيرات.<sup>3</sup>

يرى بعض الباحثين أن ولادة الصحافة الإلكترونية كان مع بداية السبعينيات و ظهور خدمة التلكسات 1976 كثمرة تعاون بين مؤسستي<sup>4</sup> bbcBritish broadcasting chawel

ولقد شهد عام 1979 ولادة خدمة خدمت الفيديو تكست الأكثر تفاعلية مع نظام Prestel على يد مؤسسة british télécom auto البريطانية و بناء على النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية دخلت بعض المؤسسات لصحفية الأمريكية منتصف الثمانينيات على هذا الخط و بذلك بدأ العمل على توفير النصوص الصحفية بشكل إلكتروني إلى المستفادين عبر الإتصال الفوري المباشر.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> -بالعليا يمينه، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 2006، 3، ص 162

<sup>2</sup> -الغريب سعيد، الصحفية الإلكترونية و الورقية، دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الأساسية، القاهرة، دار المصرية، 2000، ص 15

<sup>3</sup> - هاني نادي عبد المقصود، صحافة الشبكات، المكتبة العمرية، جمهورية مصر العربية، 2017، ص ص 18-19

<sup>4</sup> - فرنسيس بال، جيرار يميري، وسائط الإعلام الجديدة، عويدات للنشر و الطباعة، ط1، لبنان، 2001، ص 7

<sup>5</sup> -سعد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية، مذكرة شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 106

إلا أن هذه المحاولات لم تلقي النجاح المطلوب و تكبدت خسائر مالية قدرت حينها ب 200 مليون دولار أمريكي نظرا لأن هذا النمط لم يلقى اهتماما من قبل المختصين إلى عدم توفر تقنيات متطورة بما فيه الكفاية لتسمح بوصول غير مكلف و سهل على المحتوى الإلكتروني.<sup>1</sup>

نقص الإهتمام بهذا النوع من الخدمات الإعلامية من قبل المعلنين و المستفيدين على حد سواء لكن مع بداية التسعينيات تطورت تقنيات النشر الإلكتروني إضافة إلى حاجة المستفيدين إلى الخدمات الإلكترونية و لقد إرتبط نجاح خدمة "التلكست" باعتمادها على جهاز التلفزيون أما نجاح الصحيفة الإلكترونية في انطلاقتها الثانية فمرتبط بتوفر جهاز الحاسب الآلي و تطوره.<sup>2</sup>

و كانت أول صحيفة إلكترونية تقدم خدماتها للجمهور و هي "كولومبس ديسباتش" أما الصحف الأخرى فتشمل "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز" إلا أن هذه الصحف توقفت سنة 1982م بعد انفضاض الشراكة "كومبريسيف" و تبع ذلك ظهور خدمات صحيفة في قوائم الأخبار الإلكترونية مثل "bbc" في سنوات 1985 و 1988.<sup>3</sup>

و تعد صحيفة "هيلزنبرغ إجيلاد" Heilzenberg Egilade السويدية أول صحيفة تنشر بالكامل على شبكة الأنترنت عام 1990 و تليها صحيفة "الواشنطن بوست" الأمريكية سنة 1994 و التي قامت بإعداد نشرة يعاد تحديثها فوراً في كل مرة تتغير فيه الأحداث و قد أطلق على هذا النوع من النشر في بدايته الأولي مصطلح الحبر الرقعي.<sup>4</sup>

و بالتالي و قبل نهاية التسعينيات كانت هناك عشرات الصحف في العالم و خصوصا الكبرى منها قد سخرت إمكانيات معتبرة لتنشئ مواقع على شبكة الأنترنت نظر لقلّة التكلفة و السهولة إلا أنه سرعان ما إكتشف مسيرو هاته الصحف أن النسخة الإلكترونية للطبعة الورقية لم تعد تلبي إحتياجات القراء حيث أن المستخدم يبحث عن الجديد بعيداً عن الجديد عن الطبعة الورقية على الأنترنت و هكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحري خاصة بمواقعها الإلكترونية منافسة للصحف المطبوعة.<sup>5</sup>

ليست هناك إتفاق من قبل الباحثين على أول صحيفة إلكترونية تم إنجازها في العالم بل أن التاريخ الحقيقي لظهور الصحافة الإلكترونية حسب شيدين في عام 1981 و هذا عندما قدمت شركة في الأسوسيتد بريس إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد إنفضاض الشركة.

<sup>1</sup>- بولجي ألهم، الصحافة الإلكترونية و إتجاهات القراء، مذكرة ماجستر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر 2013، ص 43

<sup>2</sup>- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، دار الباروزي للنشر، عمان، الأردن 2014، ص 48

<sup>3</sup>- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر، عمان الأردن، 2012، ص 53

<sup>4</sup>- عباس ناجي حسين، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر، عمان، الأردن، 2012، ص 53

<sup>5</sup>- سعد ولد جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 107

فالبرغم من هذه البدايات للنشر الإلكتروني للصحف إلا أنها كانت بدايات متواضعة و لم تحقق الإنتشار المطلوب حتى تصل إلى مستوى الجماهيرية و بات هناك إختلف و تضارب في الأراء حول أول جريدة إلكترونية نشأت في العالم.<sup>1</sup>

### نشأة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي

يرتبط إنتشار الصحافة الإلكترونية بنمو الأنترنت ووصولها إلى أكبر عدد من المستخدمين و في الوطن العربي لم تحظ التقنيات الحديثة سريعاً بالدرجة التي تجعل من الصحافة الإلكترونية ظاهرة ملموسة و مؤثرة و خلال مسيرة تطور صحافة الأنترنت كان تاووضع بالنسبة للصحافة العربية إستثنائياً فقد تواجدت في الشبكة بعد منتصف التسعينيات بعد أن قطعت الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية قرابة ربع القرن من التجرب الإلكترونية و الشبكية و أصبحت تملك درجة من النضج و المعرفة بميزات النشر الشبكي الإلكتروني مكنتها من الوجود في شبكة الأنترنت بمجرد ظهورها حيث أن الأنترنت جاءت إلى المنطقة العربية بعد أن تم تبنيها تماماً في العالم الغربي.<sup>2</sup>

و قد دخلت الصحافة العربية من خلال صحيفة الحياة في أكتوبر حقبة استخدام تكنولوجيا النشر المكتبي و إستخدام الحاسوب في إنتاج النصوص و إستخدام الصفحات حيث أن الصحف العربية لم تمر بتجارب "التليتكست" و "الفيديو تكس" إلا قليلاً و في أماكن أوقات محددة ولم تعرف قواعد البيانات الحكومية.<sup>3</sup>

كان أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الأنترنت في سبتمبر 1995م أين صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة الشرق الأوسط السعودية و كانت على شكل صور الجريدة الثانية كانت صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة بدء من لأول من جوان عام 1996م و الثالثة هي صحيفة الحياة التي صدرت في الفاتح من جوان و الرابعة هي السفير اللبنانية جريدة الأيام البحرينية.

و قد شهد عالم 1997م تواجد إلكتروني لصحف الوطن العمانية و الوطن القطرية و القدس و السياسة الكويتيتين و صحيفة الأهرام المصرية في أوت 1998 و صدرت الصحف المتبقية سنة 1998م حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة و مجلة دورية سنة 2000 وهو عدد قد تضاعف في السنين الموالية بحيث لا يمكن تقديم رقم محدد لمجموع الصحف العربية في الأنترنت بشكل حاسم لعدم توافر قاعدة بيانات تقدم أرقام دقيقة.<sup>4</sup>

ثم توالى الصحف العربية إنشاء مواقع لها على شبكة الأنترنت حتى أنه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لها على شبكة الأنترنت و إن القليل من الصحف العربية و ثقت مادتها على الأقراص الصلبة منها جريدة الحياة التي تقد محتوياته على شكل نصوص قابلة للتعديل و التخزين من جديد بعد الإسترجاع من دون أن تغير للنصوص الصلبة المحفوظة على القرص

<sup>1</sup>- عبد العزيز بن ضيف الله الكنانى الزهراني، مقروئية النصوص الإعلامية الغلكترونية، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة و الإعلام جامعة السعودية، 1430ص 47

<sup>2</sup>- لعبدلي شهبناز، الصحافة الإلكترونية الجزائرية، دراسة ميدانية تحليلية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الإتصال و السمعي البصري، جامعة الجزائر، 3، 2017ص 78

<sup>3</sup>- نفس المرجع، ص ص 78-79

<sup>4</sup>- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط 2017، 1، ص 116

المدمج و قد بدأت عملية التوثيق منذ عام 1955م باسم أرشيف الحياة الإلكترونية أما صحيفة السفير و النهار اللبنايين فهما توفران محتوياتها على شكل صورة للحقبة السابقة و نصوص قابلة للتعديل و التخزين للحقبة الحديثة.<sup>1</sup>

و قد كانت الصحف العربية في شبكة الأنترنت في عام 2000م مقتصرة على إستخدام أساليب و تكنولوجيا و مميزات النشر الإلكتروني حيث لم يتبلور الإدراك الكامل للطبعة الصحفية الإلكترونية و كان النشر بصيغة الصورة بسبب قصور التعامل بالحرف العربي في شبكات الحاسوب مما يجعل هذه المواقع غير تفاعلية.<sup>2</sup>

و شهدت السنوات الأخيرة حقبة ثورات الربيع العربي زرع بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية العربية جاءت نتائجها في إندماج أكب و حضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة.<sup>3</sup>

عوامل تطور الصحافة الإلكترونية:

ساهمت عوامل عديدة في ظهور و تطور الصحافة الألكترونية و من أبرز هذه العوامل مايلي:

- الإرتفاع الكبير و الملفت في قدرات الإعلام الألي في شكل رقمي مما منحها لغة عالمية حيث يمكن نقل و تبادل المعطيات رقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.<sup>4</sup>

- تطور تقنية ضغط المعلومات و إزالة ضغطها و التي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرسالها.

- ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح بفضل الإطلاع على الأخبار و المعلومات في المواقع الإلكترونية لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم حذفها باستمرار و توفرها على كم هائل من المعلومات و يتم إقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.

- مواجهة الصحافة المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة بسبب غلاء مادة الورق و الطباعة و قلة المادة الإعلانية التي فصلت التلفزيون و الأنترنت.<sup>5</sup>

### 3-1- أنواع الصحافة الألكترونية و أهدافها:

#### 1- أنواع الصحافة الإلكترونية:

تشمل الصحافة الإلكترونية ثلاثة أنواع يمكن إجماله فيما يلي:

- يقسم cho الصحافة الإلكترونية إلى ثلاث فئات أساسية و فقا لأسلوب إنتاج المحتوى الخاص به.

<sup>1</sup> - منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة مصر، 2011ص53

<sup>2</sup> - قوراري صونيا، إتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، جامعة بسكرة، الجزائر 2011، ص3، 229.

<sup>3</sup> - بن سخرية أمينة، واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، دكتوراه، في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة ياتنة 2021، ص ص 218-219.

<sup>4</sup> - محمد لعقاب، مجتمع الإعلام و المعلومات، ماهية و خصائصه، دار هومة للطباعة و النشر الجزائر 2017، ص94

<sup>5</sup> - عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، جامعة بغداد، ب ط، 1999ص179



- الفئة الأولى: و هي الصحف الإلكترونية التي تعيد إنتاج المحتوى المعروض في الإصدار التقليدي و معظم الإصدارات في شبكة الأنترنت تقع هذا النطاق في هذه المرحلة.

2- الفئة الثانية: و هي الصحف الإلكترونية التي تنتج محتوى مخصص للنشر الفوري و تدعم النصوص بوصلات و إمكانيات تفاعلية.

- الفئة الثالثة: و هي الصحف الإلكترونية التي تتسم بكون المحتوى ينتج خصيصا للنشر الفوري معتمدا على خصائص و سيلة الإتصال الجديدة و إمكانياتها.

أيضا هناك تصنيف آخر للأنواع الصحف الإلكترونية:

- الصحف الإلكترونية المستقلة: و نقصد بها الصحافة التي ليست لها دعامة و رقية حيث تعتبر صحف إلكترونية قائمة بذاتها و بداياتها إلكترونية.

- صحافة إلكترونية مكملة للطبعة الورقية: و نقصد بها الصحف الموجودة على الخط و التي لها نسخة و رقية و تقدم الخدمات الإعلامية و الصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية و تحمل إسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم).<sup>1</sup>

## 2- أهداف الصحافة الإلكترونية:

تعتبر الصحافة الإلكترونية وسيلة من ووسائل الإعلام الجديد و التي لها أهداف تحققة باعتبارها أحد أشكال الإعلام الإلكتروني و من بين الأهداف مايلي:

- توسيع دائرة المحتوى الرقمي بما يدعم التوجهات الإعلامية المرتبطة بالإنتماء الوطني و حق الوصول إلى المعلومات فور ولادتها و حرية الرأي و التعبير.<sup>2</sup>

- تكريس حق كل مواطن في إنشاء موقع على شبكة الأنترنت و كذا التدخل الإيجابي للدولة في صناعة المحتوى الرقمي و خاصة الإعلامي و توفير التسهيلات و المصادر التمويلية لمشاريع المواقع الإلكترونية و حماية حقوق الملكية الفكرية و تشجيع إنشاء مراكز المعلومات ذات المصدقية لعالية و تحقيق السبق الصحفي المحلي لأي حدث محلي.

فالصحيفة الإلكترونية ساهمت في كسر القيود التي كانت تسيطر على الصحف المطبوعة سابقا حيث أعطت امتيازات لكل من المرسل و المستقبل إضافة إلى ميزة التفاعل الذي جعل لها جمهورا و اسعا في كل الفئات و أصبحت أول وسيلة يهرع إليها المتلقي للإطلاع على كل المستجدات في مختلف المجالات و الميادين نظرا لسهولة تصفحها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بورقعة سمية، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، دراسة تحليلية ميدانية تفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، نموذجا، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام و الإتصال و السمعي و البصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر 2015 ص ص 223-224

<sup>2</sup> سكي سوسن، المعالجة الإعلامية، لظاهرة تغير المناخ في الصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية لمجلة البيئة و التنمية اللبنانية، مذكرة ماجستير، كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر 2014، ص 136

<sup>3</sup>، مرجع نفسه، ص 137

#### 4-1- خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الأنترنت كوسيلة إتصال حديثة.

و من أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية مايلي:

1- التفاعلية: و تعد الصحف الإلكترونية أحد أهم وسائل الاتصال التي باتت تتوافر على الإتصال التفاعلي حيث تستخدم الصحف الإلكترونية هذا الإسلوب التفاعلي من خلال تكنيك النص المترابط أو الفائق HyperText الذي يتضمن و صلات Links لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور و هذه السمة تعد واحدا من أهم سمات و خصائص حيث تنتج للقراء إمكانية التعليق و المشاركة في الإخبار التي تهتم<sup>1</sup>.

2- تعدد الوسائط: حيث تجمع الصحافة الإلكترونية بين الصوت والصورة والنص بشكل مترابط ومتناسق حيث أن أدواتها تتعامل مع المحتوى المخزن رقميا والذي يحتوي على جميع أشكال المعلومات ويتعامل معها على أنها ذات طبعة واحدة مما يسهل صهرها في ملف واحد.<sup>2</sup>

3- العمق المعرفي: تتميز خدمات الصحافة الإلكترونية بالعمق والشمول بمعنى ان طبيعة التقنيات المستخدمة تهيئ مساحات ومواد غير محدودة في فضاء شبكة الأنترنت من خلال إحالة توصله إلى روابط عديدة للمواقع ذات الصلة.<sup>3</sup>

4- التنوع: كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة للإنجاز مقالة إخبارية على مستوى الصحافة الورقية وبما أن الصحافة تعيش على توازن بين الفضاءات المخصصة للتحليل و بالمساحات الأخرى كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوافق بين المساحة المخصصة للتحليل و بين تلبية حاجات الجمهور.<sup>4</sup>

5- سعة الانتشار و إمكانية التوزيع: تمتلك الصحافة الإلكترونية قدرة على الانتشار متجاوزة حدود المكان والأمان فالصحافة الإلكترونية بفضل الأنترنت تجاوزت مشكل الزمان والمكان حيث أصبحت عابرة للقارات ويمكن إيصال معلوماتها إلى ابعد نقطة على وجه الأرض وبإمكان إي متلقي أينما مكان إن يتحصل على المعلومات و تصله كل الأحداث والوقائع على بعد ألف الكيلومترات دون وجود أي مشكل يتعلق بالمكان أو الزمان.<sup>5</sup>

6- الفورية: هناك من يطلق على الصحيفة الإلكترونية. الصحيفة الفورية إشارة لإمكانية نقل الأخبار والأحداث المختلفة فور وقوعها و الموقع الفوري الواحد يستطيع إن يعرض العديد من الموارد المحدثة في دقائق قليلة لذا فالفورية إن يتيحها

<sup>1</sup>- علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و مستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر و التوزيع 2000 ص 207

<sup>2</sup>- الفيصل عبد الأمير، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر و التوزيع 2006 ص 164

<sup>3</sup>- عبد الرزاق محمد الدليبي، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، الأردن 2010 ص 221

<sup>4</sup>- الفيصل عبد الأمير، مرجع سبق ذكره، ص 116

<sup>5</sup>- بن سخريه أمينة، مرجع سابق ذكره، ص 225

النشر الفوري ويمكن للإصدار الفوري إن يستفيد منها تتسم بالمرونة أيضا وهو ما يبرر على وجه الخصوص عند التعامل مع الأخبار الطارئة وأوقات الأزمات.<sup>1</sup>

7- الدمج: تتميز الصحيفة الإلكترونية بإمكانيات فنية متقدمة تتيح تقديم تغطية صحفية متعددة الوسائط عبر عرض الموضوع الصحفي بأشكال مصاحبة مثل الصور الحية والرسوم الجرافيكية والصوت والنصوص ما يعني تمكين المستخدم من اختيار الشكل الذي يرغبه مباشرة على المادة وكذلك تحويلها من مسموع أو مرئي إلى مطبوع من خلال الوسائل التقنية المتاحة حاسب إلي هاتف جوال أو جهاز تلفزيون غيرها من الوسائل.<sup>2</sup>

و هنا من خلال هذه الخصية تساعدنا على فهم كل ماهو منشور و تبنياه في صفحاتها و ذلك و فقا للخاصية لدمج مختلف الوسائط لجذب القارئ.

8- الأرشيف الإلكتروني: من السمات البارزة في الصحافة الإلكترونية الأرشيف الإلكتروني الذي يعد مكون يدويا في عملية و أرشفة المواد من قبل المستخدمين و يتجاوز الأرشيف الإلكتروني دور و مساحة حجم الأرشيف المطبوع إلى حجم المواد التي يمكن حفظها و استرجاعها أو الأشكال المختلفة أو حجم الجمهور الذي بخدمة الأرشيف الإلكتروني وفق عنصري الفورية و التفاعلية.<sup>3</sup>

- و تعد هذه الخاصية ذات أهمية بالغة للصحيفة الإلكترونية لأنها تهدف إلى تمكين المتصفح من إسترجاع كل ماهو سابق من أعداد النشر و الإطلاع على محتوياتها بكل سهولة.

9- سهولة العرض: حيث تعد سهولة العرض أحد أهم عوامل تفضيل لوسائل لدى الجمهور و لذلك فإن إقبال لجماهير يزداد على الوسائل التي يقل فيها من جهد جسدي و عقلي لفهم و استيعاب ما تتوفر عليه من مواد.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ماجد سالم تريان، الأنترنت و الصحافة الإلكترونية، الرار المصرية اللبنانية، ط2008، ص132

<sup>2</sup> - العتيبي سارة، المعالجة الصحفية لقضايا العنف الأسري في الصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية على صحيفة إيلاف، مذكرة ماجستر، كلية الأدب، جامعة الأدب جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2009 ص51

<sup>3</sup> - عبد الرزاق الدليبي، مرجع سبق ذكره، ص 223

<sup>4</sup> - رضا عبد الواح أمين، إستخدامات الصحف المصرية للصحافة الإلكترونية و تأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، دراسة ميدانية أطروحة دكتوراه، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر مصر، 2005 ص111

ثانيا: قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية

1-2- المرأة والصحافة:

إن دخول المرأة ميدان الصحافة لم يكن بالأمر السهل إذا كانت تهاب التعبير عن مشاعرها و أفكارها خوفا من العادات و التقاليد التي كانت تقيدها إضافة إلى أن المجتمع العربي لم يكن مهيباً أصلاً لتقبل المرأة الصحفية و عموماً فإن رحلة المرأة العربية مع الصحافة مرت بالعديد من المحطات و المظاهر<sup>1</sup> نذكر منها:

- اليقظة النسائية لتطرق لقضايا المرأة بأهمية كما تمثلت في بروز الحاجة للتعبير عن طريق القضايا الأساسية من بينها حقوق المرأة بالدرجة الأولى.

- تخطي حاجز الإهتمام بقضايا المرأة العربية إلى الإهتمام بالشأن العام و المجتمع ككل.

- إرتفاع عدد العاملات في الصحافة مع إرتفاع نسبة العمل النسائي.

- الجرأة في النقد بما يساهم في ترقية مكانة المرأة و النهوض بها.

-- محولة تغيير الثقافة المجتمعية السائدة في المنطقة العربية التي تحتضن صورة نمطية عن المرأة و أدورها في المجتمع من خلال تطوير الرسالة و المحتوى في العمل لإعلامي بكافة أشكاله من جانب القائمين على العمل الإعلامي بكافة مستوياته من القمة إلى القاعدة.<sup>2</sup>

إلا أن التطور التقني و التكنولوجي في مختلف و سائل الإعلام و الإتصال و مع ظهور الإنترنت برزت المرأة كقوة إعلامية عكست حضور أنثوي صحفياً حيث تبين أن المرأة العربية عنصر بارز في هذا الشكل الإعلامي الجديد يتجسد في مساهمتها الصحفية و من خلال كونها مستخدمة للشبكة و موضوع إعلامي للكثير من المواقع الصحفية.<sup>3</sup>

و تمثل الصحافة الإلكترونية فضاء رحباً أمام المرأة العربية لممارسة العمل الإعلامي في سياقه التفاعلي الحديث حيث يتيح لها فرص ثمينة للتعبير و التواصل إلا أن بلوغ المرأة لهذا الأمر يتطلب تحقيق التوافق الإجتماعي من خلال تقبل المجتمع للدور الإعلامي للمرأة العربية تجد نفسها أمام مستويات ليست في المستوى المقبول للممارسة الإعلامية.

كما أن حضور المرأة العربية في قطاع الصحافة الإلكترونية الناشئة في الوطن العربي غالباً ما يكون موضوع تعتمده الصحافة من خلال نشره على موقعها الإلكتروني فكل موقع و طريقته في نقل صورة المرأة وفق لثقافة المجتمع إما إعتبارها جزء من الصحيفة أو موضوع ملهم أو مساهمة في المحتوى الإعلامي أو صوت معبر عن قضايا المجتمع أو أنها تبرز إنجازاتها المهمة في كافة المجالات.

<sup>1</sup> - سمرا كرمي ، الصحافة النسائية في الوطن العربي، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط2008، 1، ص 21

<sup>2</sup> - المرأة العربية إتجاهات و مؤشرات، الإمم المتحدة، نيويورك، 1998، ص 21

<sup>3</sup> - الطويل يوسف، إشكالية العلوم الإجتماعية، بيرتوت، دار التصوير للطباعة و النشر، بيروت، د ط ، 1984، ص 3

حيث أن الإعلام و الصحافة الافتراضية خاصة تمارس دورا جوهريا في إثارة إهتمام الجمهور بالقضايا و المشكلات المطروحة لتي من خلالها يتم تفاعل الجمهور و فق ميزة إختراق حدود المكان و الزمان عبر شبكة الإنترنت.<sup>1</sup>

و سواء تعلق الأمر بالتلفزيون أو الراديو أو الراديو أو الصحافة المكتوبة الورقية أو الإلكترونية فإن للمرأة دور بارز تلعبه في عملية التوعية و التحسيس حول مختلف القضايا المجتمع و ذلك من خلال مكوناته الثلاثة المرأة و الأسرة و الطفل و ذلك راجع إلى عدة اعتبارات تتجلى في إرتباط المرأة المهم بهذه المكونات و الذي تعد النسق الإجتماعي مما يجعله مؤهلة أكثر من غيرها للعب دور أساسي في بث الوعي عندها و بطبيعة الحال لابد للمرأة الصحفية نتكوةن على وعي عام بالمشكلة التي تسعى للتحسيس حولها و أن تكون لديها خبرات و مؤهلات في مجال الإقناع و المعرفة بخصائص الجمهور المعني.<sup>2</sup>

إن موقع المرأة الصحفية كعناصر تغيير في المجتمع يجعله تقوم وبكل شجاعة بمهمتها النبيلة و رسالتها الإعلامية يمثلن نسبة لا يستهان بها في الفضاء الإعلامي العربي الذي يعرف إنتعاشا ملموسا سنة بعد أخرى و تمكنت المرأة من إختراق الصعوبات الإجتماعية و الشخصية التي لازال الكثير منها مع مرور الزمن لتحقيق قفزة ملحوظا في مجال إستقطاب الساحة الإعلامية للمرأة.

ولقد بذلت المنظمات النسوية و الإجتماعية و الإقليمية و الدولية للمرأة العربية وواقع تفاعلها مع التكنولوجيا جهود كثيرة لمشاركة المرأة العربية في هذا القطاع الهام و تمكينها من المساهمة فيه، في عام 1999م عقد مؤتمر تفاعل المرأة العربية مع العلوم و التكنولوجيا في أبو ظبي لمناقشة إسهام المرأة العربية في العلوم و التكنولوجيا و تم إنشاء مواقع في الإنترنت تهتم بتعزيز دور المرأة في التفاعل معها باعتبارها أداة مهمة جدا لتطوير و تحقيق أهدافها كما لعبت الأقلام النسائية دورا كبيرا في الدعوة إلى تحرير المرأة و توعيتها و تعليمها و تنبيهها إلى أهمية دورها و مشاركتها في مجالات الحياة المختلفة.<sup>3</sup>

إلا أنه لايزال النظر للتكنولوجيا المعلومات أنها لا تقع ضمن إختصاصات المرأة كما أنه لا تجد الإتجاهات التي سعت إليها بعض المنظمات و المؤتمرات تفاعل إيجابي للمرأة العربية مع العلوم و التكنولوجيا صدى مناسب في الأوساط الإعلامية.

## 2-2- المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية:

أدى التطور التكنولوجي في وسائل الإتصال ودخول الإنترنت خاصة إلى نقلة نوعية في الأداء الإعلامي و ارتكزا الإعلام على وسائل التكنولوجية في كافة و سائله مما ساعد على ظهوره بصورة تفاعلية مرنة كما ساعد التطور لتكنولوجي على إتاحة الإعلام على نطاق واسع إلى كافة شرائح المجتمع مما أثر إيجابيا على وسائل الإعلام في الإنتشار و التأثير على آراء الجمهور المتلقي و اتجاهاتهم نحو القضايا و الموضوعات من خلال التوعية و التوجيه في مختلف القضايا فليس بجديد أن يكون

<sup>1</sup>-مرسيل عيسى، معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا العنف إثر أزمة كورونا، دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة الأردن، العدد 2023، ص 23، ص 369

<sup>2</sup>- هنا السيد، عواطف محمود، الإعلام و الأسرة الريفية، دراسة لأثر الإعلام في إتخاذ قرار الإنجاب العربي، للنشر و التوزيع، القاهرة، ط 1، 2005، ص 62

<sup>3</sup>- إسماعيل إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي، الدار الدولية للنشر و التوزيع، ط 1، القاهرة، ص 126

الإعلام أهم مصادر المعلومات التي تزود الجمهور المتلقي بشكل مستمر بالمعلومات و المعارف المتنوعة لمختلف القضايا و الموضوعات و خاصة التي تخص المرأة.<sup>1</sup>

منذ إنطلاق دعاوي تحرير المرأة في بداية القرن الماضي بدأت قضايا المرأة بأخذ مكانتها في وسائل الإعلام و مع تطور هذه الوسائل تطورت معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة إلى عصرنا الحاضر الذي نشهد فيه العديد من الوسائل الموجهة للمرأة و قضاياها من مطبوعات صحفية و إلكترونية إلى برامج تلفزيونية و موقع شبكة العنكبوت .

حيث تحظى قضايا المرأة مساحة واسعة في الشبكات و البرمجية و التلفزيونية و الإذاعية و حتى في الصحف و المجلات و ذلك بمجرد ظهور الإعلام المتخصص و تطوره أصبحت هناك وسائل خاصة تتحدث عن قضايا المرأة و خاصة من خلال الصحافة و المواقع الإلكترونية و التي تحمل أهمية كبيرة خصوص في عصرنا الحالي فمن جانب الصحافة و الكلمة المطبوعة كانت ولازالت من الوسائل الإعلامية و الرئيسية المهمة جدا في نشر الأفكار و الآراء و المعلومات و التأثير على المتلقي و لا يقتصر الحديث عن قضايا المرأة في وسائل الإعلام المكتوبة فقط مع تطور التقنيات أصبحت الوسائل الإلكترونية التي تعتمد على شبكة الإنترنت منها الصحافة الإلكترونية التي تعد شكلا إعلامي جديد فرضته تكنولوجيا الاتصالات و التي تتمتع بعنصرين أساسيين عنصر التفاعل و عنصر التأثير من خلال تلقي الجمهور للمادة الإعلامية المستعملة في المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة و تفعلهم معها ما يجعلها وسيلة تأثير على الرأي العام بشكل كبير فهي مختلفة عن الصحافة المكتوبة حيث إضافة الوسائل الإلكترونية الكبيرة إلى العمل الإعلامي في مجال قضايا المرأة و ساهمت في تطور عرضها بشكل آخر.<sup>2</sup>

تمثل الصحافة الإلكترونية منفذ إعلامي مهم لكافة شرائح المجتمع و خاصة المرأة حيث تمثل وسيلة تعبير فاعلة و ذات قيمة و يمكن من خلالها التواصل مع الآخرين بسهولة و يسر فنجد المرأة في المواقع الإلكترونية الإخبارية ساهمت بشكل فاعلا في الكتابة بمقالات و قضايا تخطت فيها الموضوعات التقليدية التي كانت ملتصقة في الدراسات و البحوث الإعلامية و هي متعلقة بالمواضيع و القضايا التقليدية حيث حظيت المرأة بمساحة للكتابة في قضايا سياسية و إجتماعية و فكرية كانت لردح من الزمن حظرا على الرجال.<sup>3</sup>

من الطبيعي أن قضايا المرأة تختلف من أمة إلى أخرى و من شعب إلى شعب ففي الدول الغربية مثلا في أمريكا قضايا المرأة هناك تختلف عن الدول العربية ففي أمريكا ثمة منظمات نسائية تناضل ضد الاغتصاب و قضايا أخرى لا تواكب القيم العربية على عكس الدول العربية التي لازالت قضايا المرأة تهدف للحد من العنف و الأمية و الجهل و الزواج المبكر و غيرهم من القضايا التي تعتبر تقليدية جدا لا تلي واقع المرأة و قضيتها الحقيقية في الدول العربية حتى أن معالجة قضاياها في الصحافة الإلكترونية لا يختلف مع الصحافة المكتوبة نفس المحتوى و القضايا تختلف فقط في الوسيلة و الميزة التفاعلية التي تعتمدها الصحافة الإلكترونية على عكس الصحافة المكتوبة و عند الوقوف الجاد أمام ماتنشره الصحف اليومية

<sup>1</sup>- ناهد رمزي، مرجع سبق ذكره، ص198

<sup>2</sup>- حنان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 280-281

<sup>3</sup>- عبد الحفيظ الهرقام، صورة المرأة العربية في الإنتاج الإذاعي التلفزيوني، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2001، ص4، ص44

الإلكترونية العربية يلاحظ غياب تناول قضايا مهمة و حساسة ذات أبعاد قانونية و تنموية و ثقافة مثل عمل المرأة خارج المنزل إبراز مشاكل المرأة الريفية محو الأمية و حق في تعليم المرأة و ظلم المرأة وقهرها بزواج المبكر.<sup>1</sup>

و بذلك يتم تجاهل المواضيع و القضايا المهمة التي تعكس تطور المرأة و الإنجازات التي حققتها خلال المراحل الماضية .

كم أن معظم الصور التي تقدمها وسائل الإعلام عن المرأة تفتقر إلى معالجة الواقع الحقيقي للمرأة في المجتمع فمعظم هذه الصور تقدم المرأة بلا طموحات ولا وجهة نظر في القضايا العامة كذلك يتضح التركيز أكثر على مايمكن أن نسميه بالجوانب الغير تنموية لصورة المرأة و إهتماماتها المتمثلة في الإستهلاك الجمالي و هي جوانب لا تقبل التطوير.

### 2-3- السمات العامة الإستراتيجية الإعلامية للقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية:

أن وسائل الإعلام متعددة و متنوعة و لكل وسيلة إعلامية خصائص و مميزات تنفرد بها عن أخرى و تحدث هذه الوسائل تأثير على الفرد يؤدي إلى تغيرات تحصل على مختلف المجالات و لعل من أهم هذه الخصائص :

- تستهدف الإستراتيجية للمؤسسة الإعلامية بصفتها واحدة من أهم الأدوات نشر الوعي و تعزيز القيم و تكريس السلوكات في صالح صورة المرأة.

- حرصها على أن تحمل الرسالة الإعلامية مصداقية و أن تنال ثقة المجتمعات المخاطبة.

- إهتمامها بدعم دور الإعلام في تقديم صورة إيجابية للمرأة العربية.

- سعيها في دعم الرسائل الإعلامية الموجهة للمجتمع و كذا بلورة رسالة إعلامية تتسم بالحيادية و الشفافية.

- تتوخى بهذا الدور الإعلامي إتجاه المؤسسة الإعلامية من خلال تعزيز قدرتها و مساعدتها في تجاوز تحديات التي تغرزها البيئة المحيطة.<sup>2</sup>

### 2-4 - معوقات معالجة الإعلام لقضايا المرأة:

و من العوامل التي ينظر إليها كمساهمة في تدني مستوى صورة المرأة العربية مايتعلق بعدم مشاركتها في العمل الإعلامي مما ينتج فرصة أكبر للإعلاميين من الذكور لتغليب ثقافة غير متواقعة مع مصالح المرأة في وسائل الإعلام نسير إلى معالجة الإعلام لقضايا المرأة تشير إلى أن المرأة تصطدم العديد من المعوقات التي تشمل:

#### 1- العائق الإجتماعي:

إن المجتمعات العربية مازالت مجتمعات ذكورية تمنع على المرأة ممارسة أعمال بعينها و تراها الطرف الضعيف الذي يحتاج إلى حماية و رعاية من الرجل أو الزوج أو الأب الذي يحدد مساحة مشاركة المرأة في الحياة العامة.

<sup>1</sup>- ناهد رمزي ، مرجع سبق ذكره، ص 200

<sup>2</sup>-منظمة المرأة العربية الإستراتيجية الإعلامية التربية ، القاهرة، منظمة المرأة 2010 ص 15

ينظر المجتمع بمعظمه إلى مهنة الصحافة و العمل بالإعلام بأنها من المهن المتحررة ما يجعله من الأعمال الغير مرحب بها بعمل الفتاة بها ولا زال مجتمعنا المحافظ لا يقبل أن تتحرك المرأة بلا قيود تخوض عباقاتها المهنية و معاركها دون أن نستشعر القلق المجتمعي إزاء تحركها.<sup>1</sup>

### 2- العائق السياسي:

أن تدني مشاركة المرأة في بعض الوظائف و منها العمل الإعلامي ماثا يعود إلى أن المؤسسة الإعلامية تعمل وفق سياسات إعلامية للدول فهي لا تقدم على توظيف غير النساء المتمدينات من سكان المدن على وجه الخصوص معبرة أن ذلك يرجع إلى الصور التي تريد هذه المؤسسات أن تعكسها عن المرأة وهي صورة المرأة.

### 3- العائق المؤسسي:

يتمثل في هيمنة الرجل على المؤسسات الإعلامية و ما قد يشكله من عائق أما تكور و ضع المرأة في الصحف و المؤسسات الإعلامية ،فإدارات المؤسسات الإعلامية بيد الذكور ما يؤدي إلى إقصاء العنصر النسائي لصالح الرجل هذا من جانب الزميل في المؤسسة في معظم الفترات غير داعم لزميلته.

فالمعادلة بسيطة و هي أن ما دامت المرأة الصحفية أو الإعلامية لا تلتفت إلى الوصول للمناصب داخل مؤسستها وتصب جهودها فقط في عملها و كيفية تحقيق النجاح المهني فلا يوجد أحد يكثر لها في محيط عملها كما يكمن التنوع في أن الإعلاميات لسن كتلة واحدة متجانسة بل محكومات بإختلافات العائدة لظروف كل منهن و موقعهن و إنطلاقا من قناعاتهن و آرائهن.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- زينب منصور حبيب،مرجع سبق ذكره ،ص221


<sup>2</sup>- بغداداية عبد القادر،إسهامات المرأة الجزائرية في بناء المؤسسة الإعلامية ،قراءة في واقع الممارسة و المعوقات ،ى مجلة الدراسات الفلسفية و الإنسانية المعمقة،العدد1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر،أفريل 2018ص73



خلاصة:

من خلال دراستنا لهذا الفصل أرى أن الصحافة الإلكترونية العربية ساهمت في المعالجة الإعلامية في القضايا التي تخص المرأة من مختلف زواياها إلا أنه أغلبية المعالجة تكمن في القضايا التقليدية كما تعرفنا على إسهامات المرأة في هذا المجال و خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي جعل من العالم قرية صغيرة كما نستنتج أن المرأة إستطاعت أن تبرز مكانتها في الصحافة الإلكترونية العربية برغم من أنها وسيلة جديدة.





الفصل الرابع: الإطار  
التطبيقي

- 1- بطاقة فنية على صحفيتي الدراسة
- 2- التحليل الكمي والكيفي لصحيفتي الدراسة
- 3- التحليل السميولوجي لصحيفتي الدراسة
- 4- النتائج التحليلية العامة للدراسة.

1- بطاقة فنية على صحيفتي الدراسة:

صحيفة الشرق:

هي صحيفة قطرية يومية سياسية تأسست في 1 سبتمبر 1987 و تصدر عن مجموعة دار الشرق و هو موقع إخباري قطري شامل يعرض الأخبار المحلية و الدولية على مدار الساعة و لها نسخ إلكترونية

صحيفة الشعب:

هي جريدة إخبارية و وطنية جزائرية تصدر باللغة العربية تأسست في 11 ديسمبر 1962 و هي أول جريدة تطبع باللغة العربية في الجزائر و يطلق عليها لقب أم الجرائد و لها نسخ إلكترونية.

2- التحليل الكمي والكيفي لتحليل المضمون :

التحليل الكمي والكيفي لشكل صحيفتي الدراسة

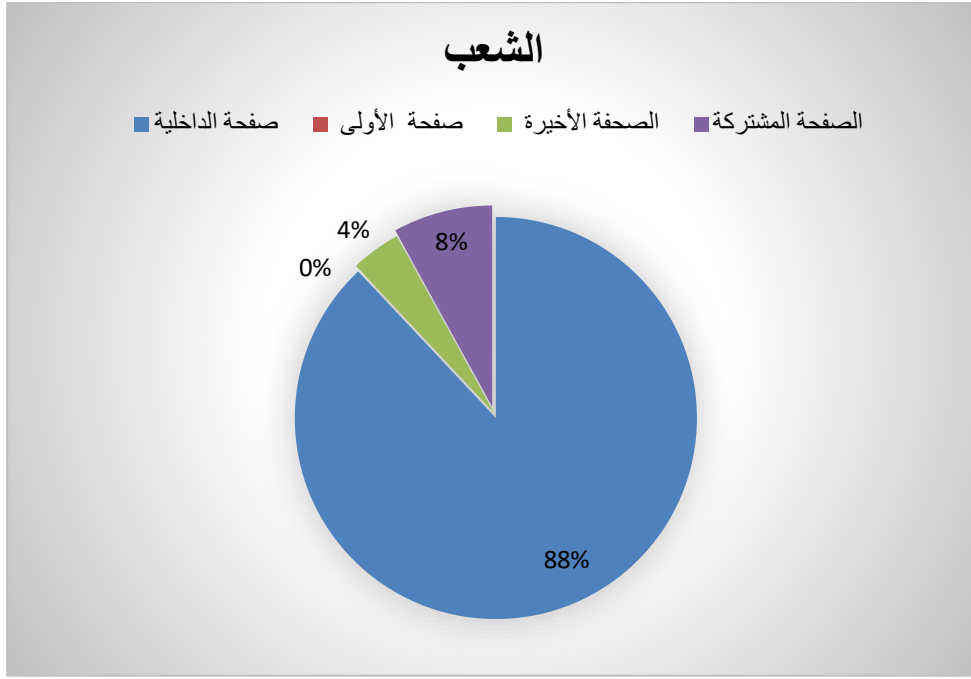
يمثل لنا الجدول رقم(3) فئة النشر

- الشرق		- الشعب		الصحيفة - صفحة النشر
- النسبة	- التكرار	- النسبة	- تكرار	
70.37%	19	88%	2	- صفحة الداخلية
14.81%	4	00%	00	- صفحة الأولى
7.40%	2	4%	1	- الصفحة الأخيرة
7.40%	2	8%	2	- الصفحة المشتركة
100%	27	100%	25	المجموع

--	--	--	--	--

- صحيفة الشعب: يتضح لنا من خلال الجدول أن صحيفة الشعب الإلكترونية نشرت أغلب موضوعاتها في الصفحات الداخلية بنسبة 88% و التي تعتبر نسبة كبيرة جدا من حجم التغطية الصحفية للقضايا المرأة في حين جاءت الصفحات المشتركة في المرتبة الثانية بنسبة 8% أما الصفحات الأخيرة فجاءت في المرتبة الثالثة و الأخيرة بنسبة 4% في حين لم نسجل أي نسبة في الصفحات الأولى .

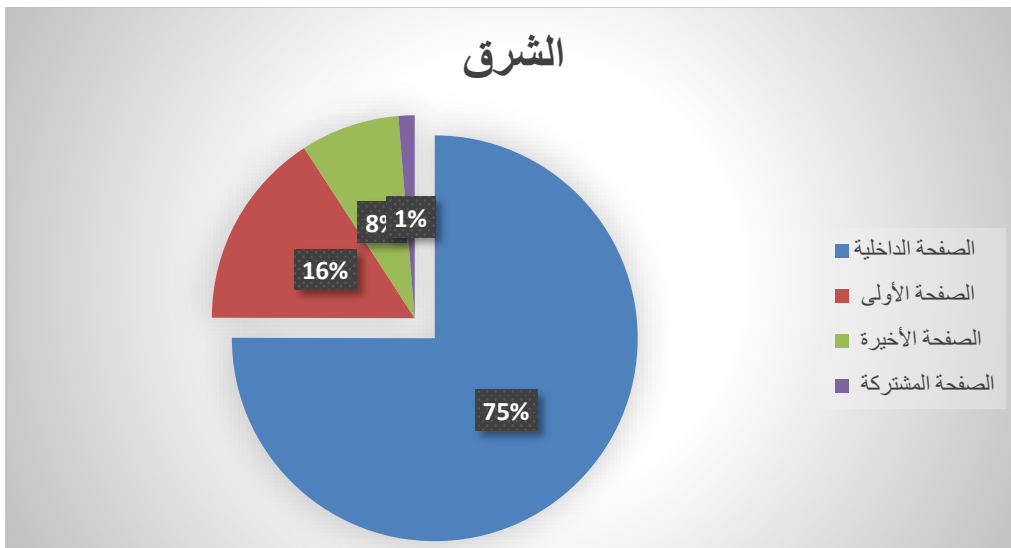
ترى الباحثة أن الصفحات الداخلية في موقع النشر القضايا المتعلقة بالمرأة حازت على أعلى نسبة و هذه نتيجة منطقية نظرا لطبيعة الفنون و القوالب التي وضعت فيها المواد الصحفية الخاصة بالمرأة فالتقرير و المقال و الخبر تكون في الصفحات الداخلية كما أنه في هذه الصفحات يمكن للمحرر و الصحفي أن يحلل ويشرح القضايا بحرية كما لاحظت الباحثة أن صحيفة الدراسة لم تولي للصفحة المشتركة نسبة كبيرة حيث جاءت في المرتبة الثانية و كانت عبارة عن أخبار متفرقة لا تحتاج إلى مساحات كبيرة.



الشكل رقم 01: يمثل صفحة النشر

- صحيفة الشرق: نلاحظ أن أكبر نسبة سجلت في خانة الصفحات الداخلية حيث مثلت بنسبة 70.37% بالمئة تلتها في المرتبة الثانية الصفحات الأولى بنسبة 14.8% بالمئة أما المرتبة الأخيرة فجاءت بنسبة 7.40% بالمئة.

تبين لنا الأرقام في الجدول السابق أن صحيفة الشرق القطرية أعطت إهتماما أكبر للصفحات الداخلية حيث تنشر أكثر مم موضوعين إلى أربع مواضيع في صفحة واحدة في حين احتلت بعض المواضيع المتعلقة بالمرأة في الصفحات الأولى من خلال الإشارة إلى المواضيع المتعلقة بالمرأة و في حين سجلت نفس النسبة في الصفحات الأخيرة و المشتركة حيث نجد صحيفة الدراسة أنها أولت أيضا لي الصفحات الأخيرة و المشتركة نفس النسبة و بذلك قدمت بعض المواضيع في هذه الصفحات و خاصة الصفحات الأخيرة التي تعتبر من أهم مواقع النشر.



الشكل رقم 02: صفحة النشر

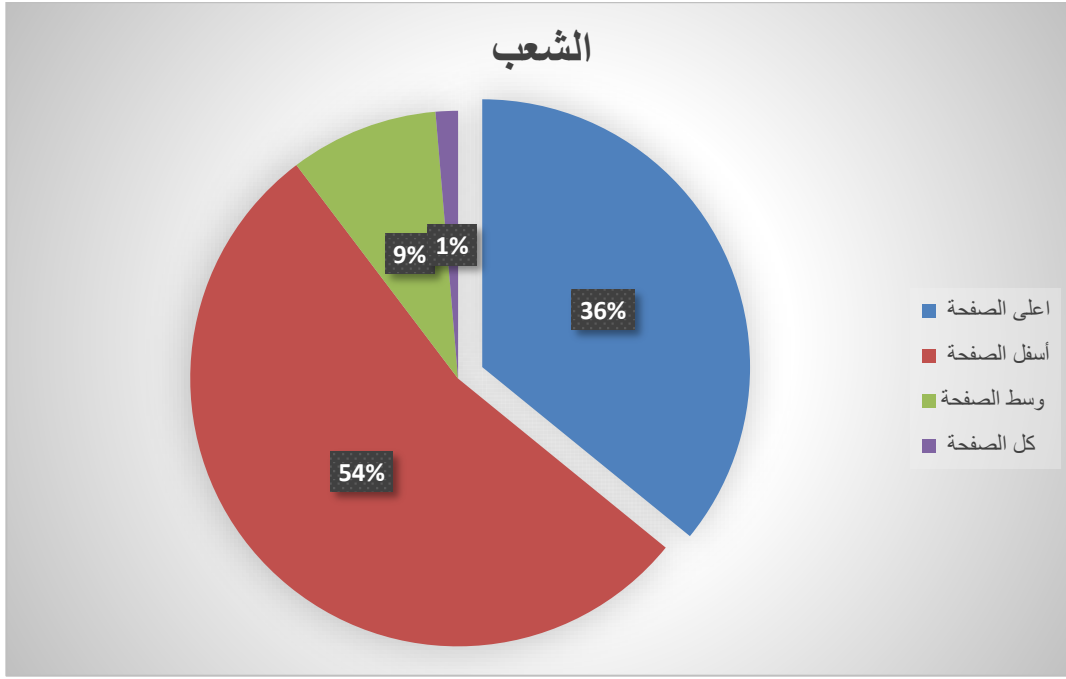
يمثل لنا الجدول رقم (4) فئة موقع النشر

- الصحيفة		- الشعب		- موقع النشر
- النسبة	- التكرار	- النسبة	- التكرار	
50%	19	32%	8	- أعلى الصفحة
21.05%	8	48%	12	- أسفل الصفحة
18.42%	7	8%	2	- وسط الصفحة
10.52%	4	12%	3	- كل الصفحة
100%	38	100%	25	- المجموع

- صحيفة الشعب : يتضح لنا من خلال الجدول أن صحيفة الشعب تقوم بتوزيع أغلب مواضيعها على أسفل الصفحة بنسب 48% بالمئة من نسبة التغطية الكلية و تأتي فئة أعلى الصفحة المرتبة الثانية بنسبة 32% وفئة كل الصفحة جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 12% أم المرتبة الأخيرة فجاءت وسط الصفحة بنسبة 8%.

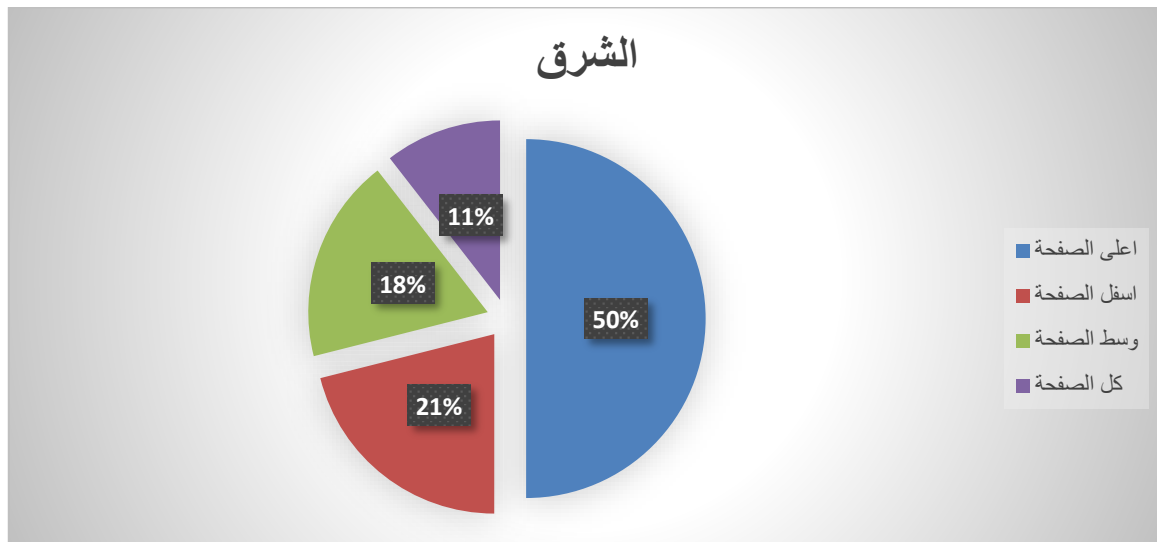
و تدخل عملية توزيع المواضيع المختلفة على الصفحات ضمن العملية الإخراجية للصحف و تزداد أهمية الإخراج الصحفي في الصحف من خلال سعي المخرج إلى إختيار المواد و العناصر التي يتضمنها على موضوع سينشر في ذلك العدد ثم توزيع المواضيع على الصفحات بعدها تأتي في مرحلو توزيع المواضيع على الصفحة الواحدة بطريقة جذابة و مثيرة للإنتباه القارئ و من خلال الجدول السابق لاحظت أن صحيفة الشعب الإلكترونية عمدت إلى نشر أغلب مواضيعها في أسفل الصفحة حيث تقوم بنشر المواضيع في أسفل الصفحة يمينا و يسار لجذب المتلقي حيث نستنتج أن المواضيع متحررة من أي تقليد تيبوغرافي في تصميم الصفحة و سجلت أعلى مرتبة في أعلى الصفحة فتميزت بتوزيع المواضيع على الصفحات من خلال الإكثار من العناصر التيبوغرافية و توزيعها على مختلف الصفحة ما اهتمت صحيفة الشعب باستخدام الكثير للألوان أما كل الصفحة لم تسجل نسبة كبيرة فقد كان أغلب المواضيع التي تطرقت إليها عينة الدراسة في المواضيع الصحية المتعلقة خاصة بالسرطان أما وسط الصفحة فكانت نسبة ضئيلة جدا .





الشكل رقم 03: موقع النشر

- صحيفة الشرق: بالنسبة لصحيفة الشرق أعطت الإهتمام الكثير من ناحية موقع النشر لفئة أعلى الصفحة و هو ماتعكسه النسب المسجلة للمواقع على التوالي حيث ترى الباحثة أن إهتمام الصحيفة للموقع أعلى الصفحة يعود إلى جذب المتلقي للتغطية الصحفية للقضايا المرأة أما بالنسبة للموقع أسفل الصفحة فكانت نسبة جيدة تدل أما وسط الصفحة فجاءت بنسبة متوسطة مما نلاحظ أن الصحيفة أولت لها مساحة للتغطية مواضيع المرأة أما آخر نسبة سجلتها كانت في كل الصفحة بنسبة ضئيلة و ضعيفة مقارنة بالمواقع السابق ذكرها.



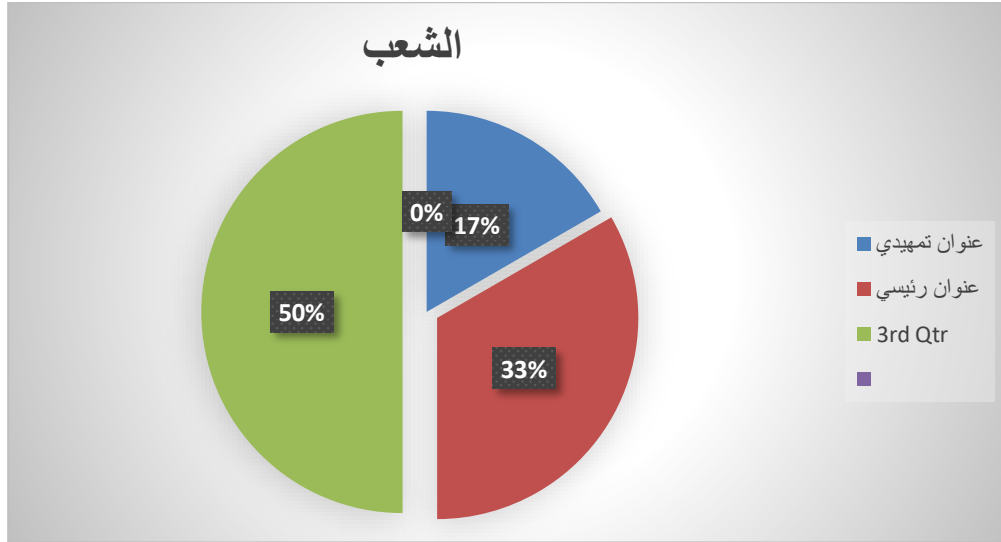
الشكل رقم 04: موقع النشر

الجدول رقم 05 : يمثل العناوين لكل صحيفة

	- صحيفة الشرق		- صحيفة الشعب		- الصحيفة - العناوين
	- النسبة	- التكرار	- النسبة	- التكرار	
- صحيفة	18.18%	10	16.66%	5	- عنوان تمهيدي
الشعب:	45.45%	25	33.33%	10	- عنوان رئيسي
نلاحظ	36.36%	20	50%	15	- عنوان فرعي
أن	%100	55	%100	30	- المجموع
العناوين					
الفرعية					

جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 50% في حين جاءت العناوين الرئيسية في المرتبة الثانية بنسبة 33% أم المرتبة الأخير و بأقل نسبة تمثلت في العناوين التمهيدية بنسبة 16.16%

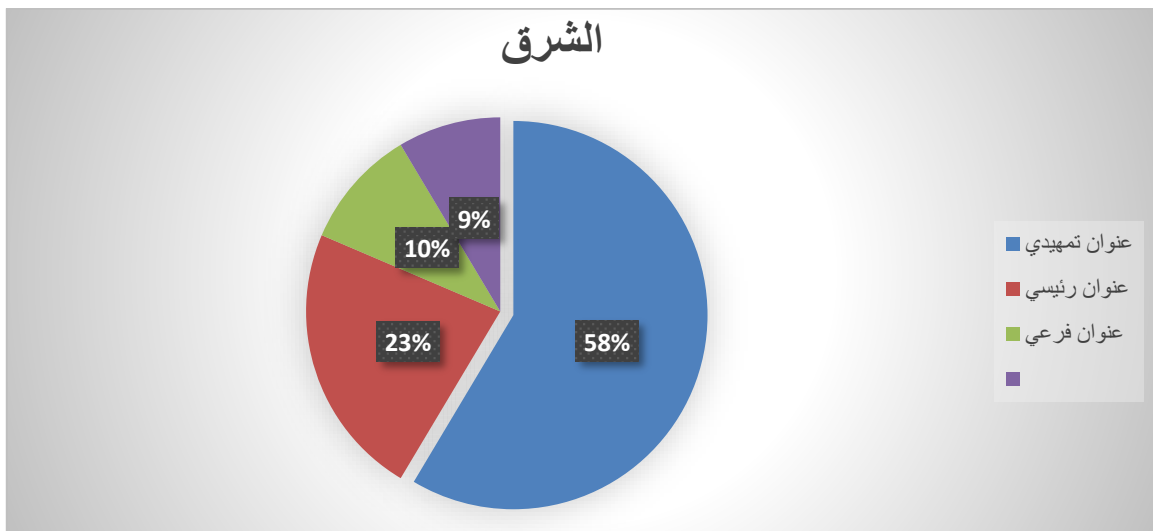
نلاحظ أن العناوين الفرعية جاءت في المرتبة الأولى حيث تميز الموضوعات المتعلقة بالمرأة وتوليها مساحة كما وظفت صحيفة الدراسة العنوان الرئيسي ف المرتبة الثانية كونها أهم عنصر يرشد القراء إلى التطلع على المواضيع و القضايا المتعلقة بالمرأة أما العنوان التمهيدي فجاء بأقل نسبة و في المرتبة الأخيرة حيث لم تولي صحيفة الشعب مكانة كبيرة للعنوان التمهيدي في حين عمدت على العنوان الفرعي و الرئيسي.



الشكل رقم 05: يمثل العنوان

- صحيفة الشرق: من خلال الجدول أعلاه تبين لن أن العنوان الرئيس احتل المرتبة الأولى بنسبة % 45.45 في حين احتل العنوان الفرعي المرتبة الثانية بنسبة % 36.36 بالمئة أم العنوان التمهيدي فقد احتل المرتبة الثالثة و الأخيرة بنسبة % 18.18 بالمئة

- حيث تبين لنا هذه النسبة أن العنوان الرئيسي احتلت المرتبة الأولى و هذه نتيجة منطقية نظرا لأن العناوين الرئيسية تعد بمثابة المرأة التي تعكس عليها فحو المضمون الصحيفة من أخبار هامة و نقاط أساسية تجعل القارئ أشد إقبالا على تصفح الصحيفة في حين جاءت العناوين الفرعية في المرتبة الثانية و التي تعد ملحق للعنوان الرئيسي و تحمل تفاصيل أكثر للخبر حيث نلاحظ صحيفة الشرق في تغطيتها للقضايا المرأة عمدت على العنوان الرئيسي و الفرعي أكثر من العنوان التمهيدي الذي جاء في المرتبة الثالثة و هي نسبة معتبرة مقارنة بالمواضيع المطروحة.



الشكل رقم 06: يمثل العنوان

يمثل الجدول رقم (6) شكل العنوان

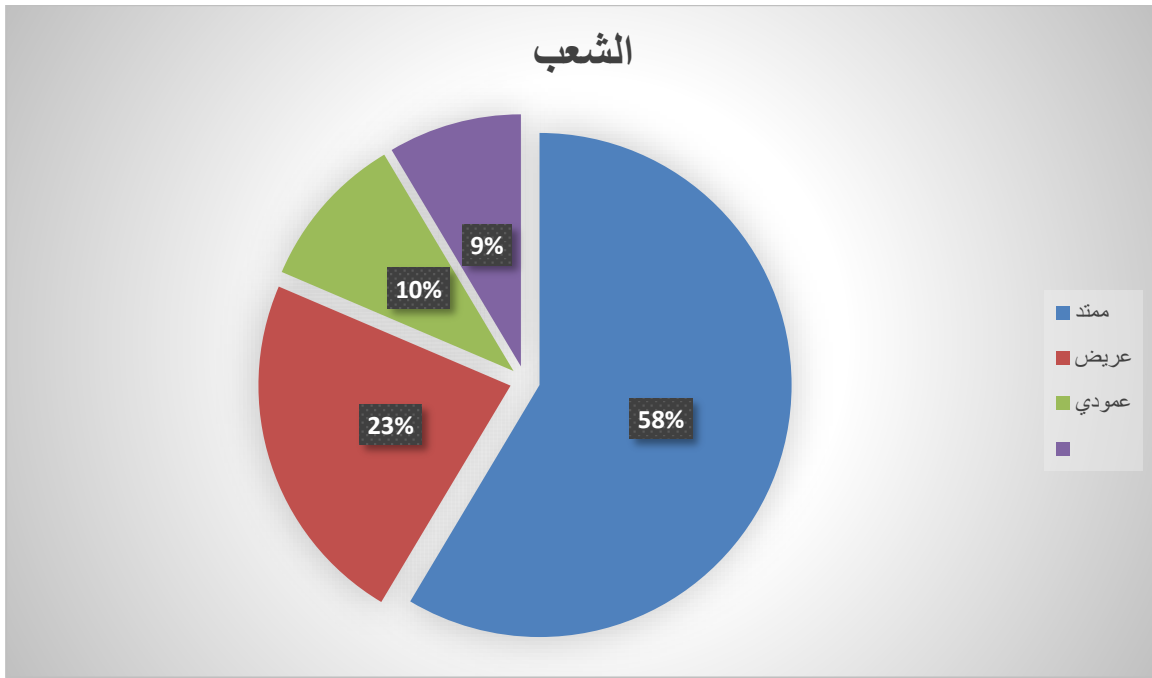
- الشرق		- الشعب		- الصحيفة - شكل العنوان
- نسبة	- تكرار	- نسبة	- تكرار	
8.57%	3	8.69%	2	- ممتد
54.28%	19	65.21%	15	- عريض
37.14%	13	26.08%	6	- عمودي
100%	35	100%	23	- المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن العناوين العريضة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 65.21% في حينها احتل العنوان العمودي المرتبة الثانية بنسبة 26% أما العنوان الممتد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة 8.69%

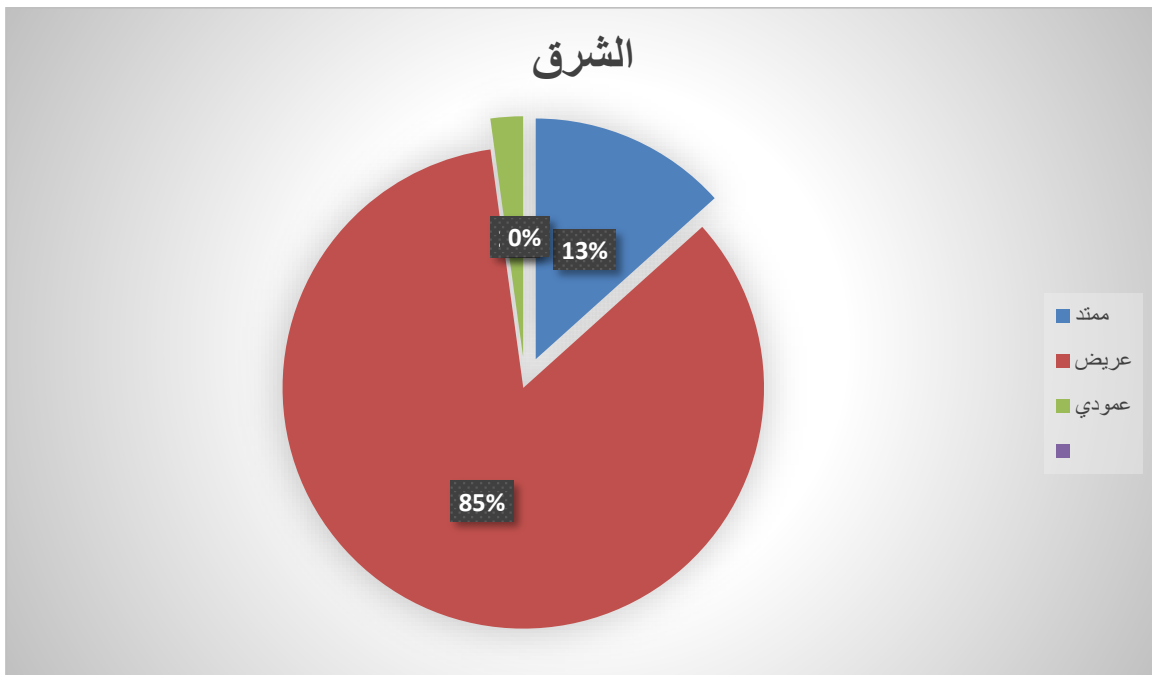
- يتبين لنا من خلال الجدول النسبي الموجود في الجدول أعلاه أن العنوان العريض يمثل أكبر نسبة و يعود ذلك في الرغبة في إعطاء الموضوع أو خبر ما أكبر درجة من الإبراز نظرا لقوة الجذب إنتباه القارئ و إثارة إهتمامهم بالنسبة للعنوان العمودي فقد احتل المرتبة الثانية و هو عنوان يشير إلى سطور العناوين التي لا تزيد إتساعها عن عمود واحد أما العنوان الممتد جاء بنسبة ضئيلة و في المرتبة الأخيرة حيث إهتمت الصحيفة على كل من العنوان العريض و العمودي نظرا لقرتهم على جذب الإنتباه.

صحيفة الشرق: من خلال الجدول أعلاه يتضح أن العنوان العريض احتل المرتبة الأولى بنسبة 54.28% بالمئة تلتها المرتبة الثانية للعنوان العمودي بنسبة 34.14% بالمئة بعدها احتلت العناوين الممتدة المرتبة الأخيرة بنسبة 8.57%.

- أظهرت الدراسة التحليلية تقدم العناوين العريضة و العمودية كونها من أهم عناصر الأبراز و التي لها أهمية كبيرة في التأثير على المتلقي حيث أبرزت فيها صحيفة الشرق الإلكترونية موضوعات المرأة العربية و عمدت على إبرازهما أما العنوان الممتد فلم يتم إستعماله بشكل كبير بل بنسبة ضئيلة.



الشكل رقم 07: يمثل شكل العنوان



الشكل رقم 08: يمثل شكل العنوان

يمثل لنا الجدول رقم(7) الأنواع الصحفية

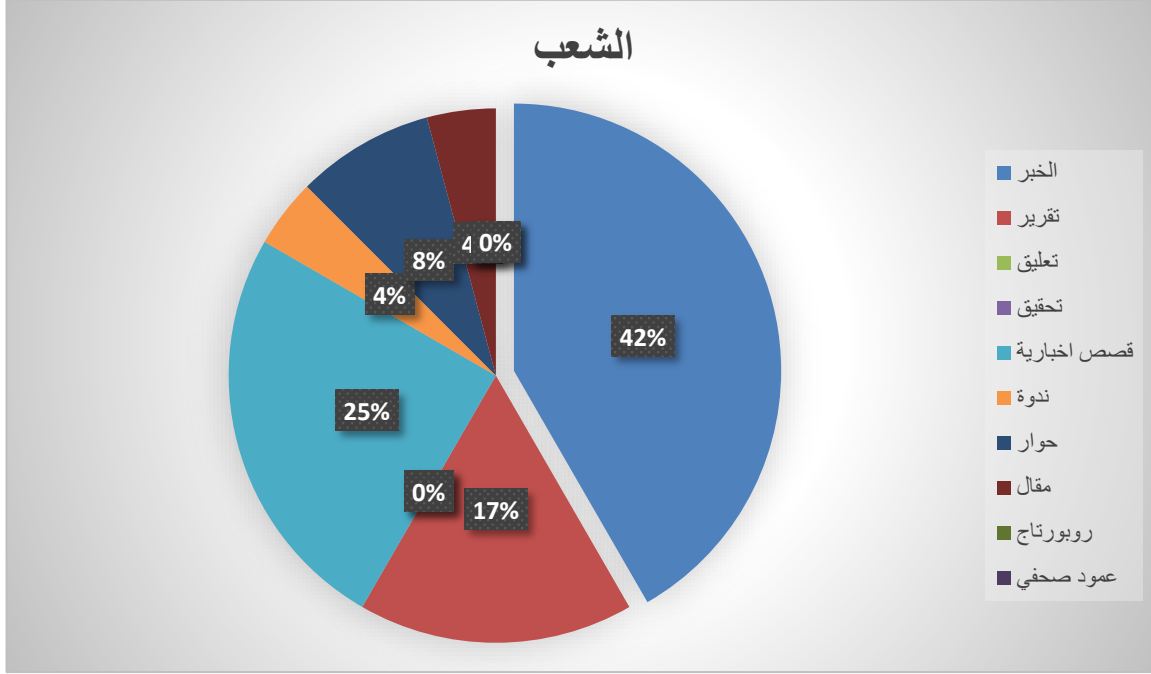
الشرق		الشعب		- الصحفية - الأنواع الصحفي
- نسبة	- تكرار	نسبة	تكرار	
43.47%	20	41.66%	10	- الخبر
15.21%	7	16.66%	4	- تقرير
00	00	00	00	- تعليق
4.34%	2	00	00	- تحقيق
00	00	25%	6	- قصص إخبارية
4.34%	2	4.16%	1	- ندوة
10.86%	5	8.33%	2	- حوار
21.73%	10	4.16%	1	- مقال
00	00	00	00	- روبرتاج
00	00	00	00	- عمود صحفي
100%	46	100%	24	- المجموع

صحيفة الشعب: نلاحظ من خلال الجدول أن الخبر جاء في المرتبة الأولى بينما إحتلت المرتبة الثانية القصص الإخبارية بنسبة 25 بالمئة و جاء في المرتبة الثالثة التقرير بنسبة 16.16% تليها المقال في المرتبة الرابعة ثم يليه الحوار بنسبة 8.33% و أخيرا جاءت الندوة بنسبة 4.16% في المرتبة الأخيرة.

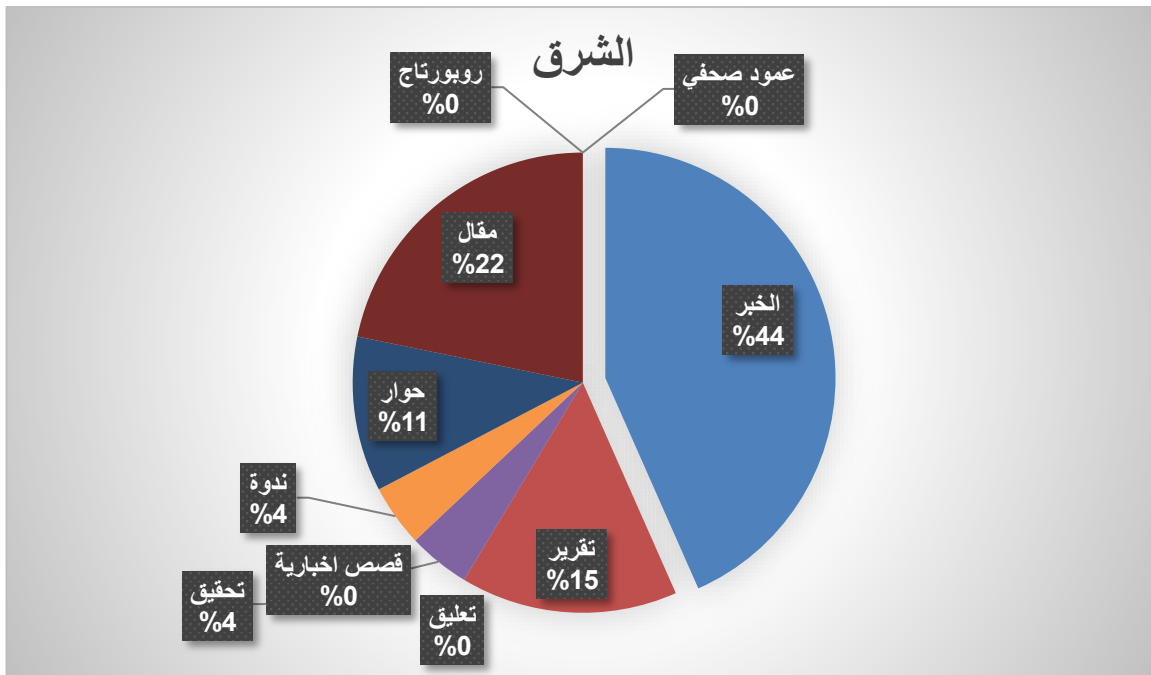
ترجع الباحث إلى تصدر الخبر الصحفي للمرتبة الأولى للفنون و الأشكال الصحفية التي استخدمتها صحيفة الدراسة حيث منحت الإهتمام الأكبر في تغطية الأخبار السريع للقضايا العربية المتعلقة بالمرأة بينما جاءت القصص الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة 20% وهذه النتيجة مع ماتوصلت إليه دراسة خليفة 2014- حيث جاء الخبرة القصة الخيرية في مقدمة إهتمامات المواقع الإلكترونية للصحف بينما تصدر التقرير المرتبة الثالثة كما له من أهمية في جذب القارئ أما الندوة و المقال جاء في المرتبة الخامسة بنسب قليلة جدا حيث كان الإهتمام الأكبر بالخبر.

صحيفة الشرق: مما في الجدول أعلاه يتضح لنا أن صحيفة الشرق الإلكترونية إعتمدت على الخبر في المرتبة الأولى بنسبة 43.47% بالمئة ثم يليها المقال بنسبة 21.75% بالمئة بعدها في المرتبة الثالثة الحوار بنسبة 10.86% بالمئة أما المرتبة الأخيرة تمثلت في كل من التحقيق و ندوة.

ترجع الباحثة التي تصدر الخبر الصحفي في المرتبة الأولى حيث منحه الاهتمام الأكبر من خلال الأخبارة القضايا التي تقدمها صحف الدراسة عن المرأة العربية أما المقال جاء في المرتبة الثانية حيث كانت أغلبية المقالات في صحيفة الشرق تحاكي المواضيع المتعلقة بالثقافة و الصحة أما باقي الخانات لم تسجل أي نسبة.



الشكل رقم 09: الأنواع الصحفية



الشكل رقم 10: الأنواع الصحفية

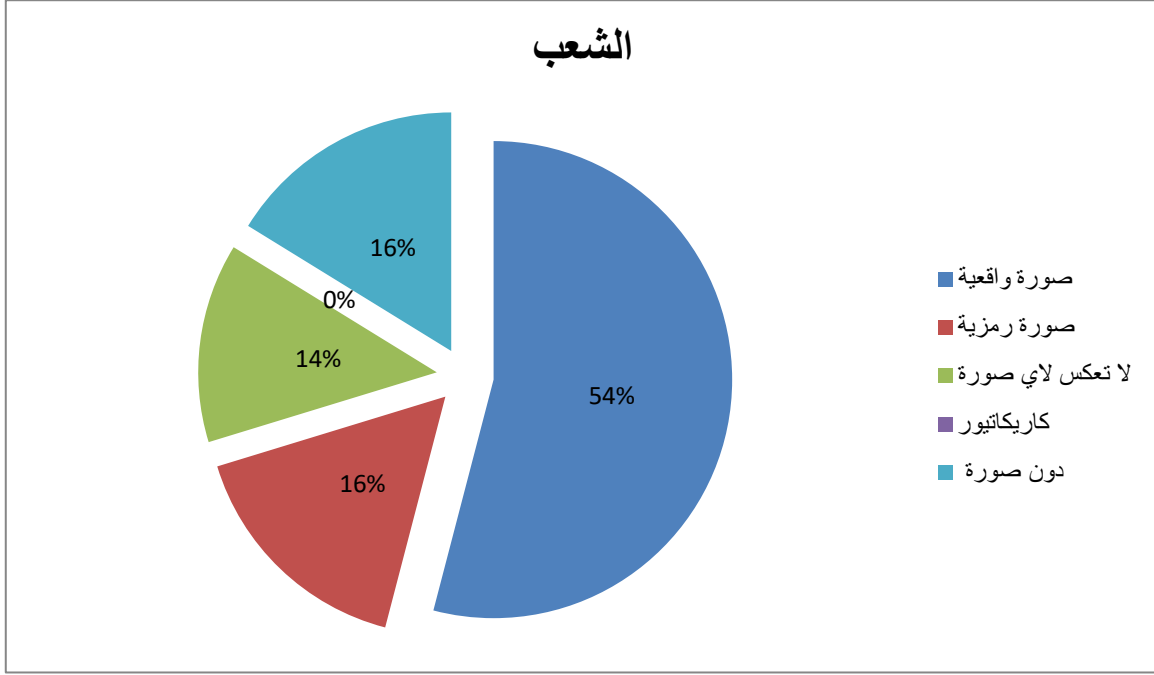


يمثل الجدول رقم (8) نوع الصورة

- الشرق		- الشعب		- الصحيفة - نوع الصور
الشرق		الشعب		
- نسبة	- تكرار	- النسبة	- النسبة	
51.02%	25	54.05%	20	- صورة واقعية
18.36%	9	16.21%	6	صورة رمزية
16.32%	8	13.51%	5	- لا تعكس لأي صورة
2.04%	1	00%	00	- كاريكاتير
12.24%	6	16.21%	6	- بدون صورة
100%	49	100%	37	- المجموع

صحيفة الشعب : يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل نوع الصورة حيث مثلت أعلى نسبة للصور الواقعية بنسبة 54.05% بالمئة أما المرتبة الثانية تمثلت في الصور الرمزية بنسبة 16.21% بالمئة أما في المرتبة الثالثة لا تعكس أي صورة بنسبة 12.51% بالمئة .

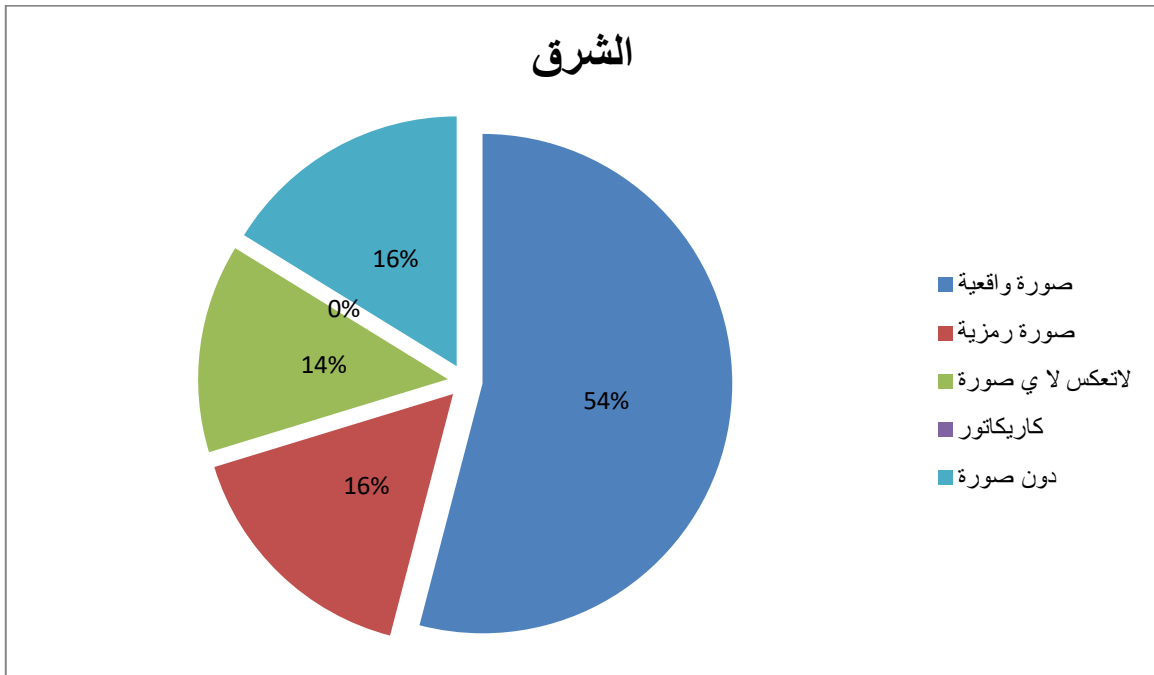
حيث يتبين لنا أن الصحيفة إهتمت بإظهار الصورة في طرحه للقضايا مما يزيد أهمية للموضوع وواقعية أما الصور الرمزية تمثلت في بعض الرمزيات التي تخص المرأة خاصة في الجانب الصحي أما باقي النسب لم تهتم كثيرا و سجلت نسب قليلة جد.



الشكل رقم 11: يمثل نوع الصور

صحيفة الشرق: نلاحظ في الجدول أن أكبر نسبة تمثلت في الصور الواقعية بنسبة 51.02% بالمئة في حين سجلت في المرتبة الثانية صور لرمزية بنسبة 18.39% بالمئة في حين نجد النسب الأخرى ضئيلة مقارنة بالصور الواقعية.

- يتبين لنا من خلال الجدول أن الصور لواقعية كانت كثير جدا حيث اهتمت الصحيفة بالدراسة الواقعية للقضايا التي تعرضها في صفحاتها أما الرموز جاء في المرتبة الثانية في حين أغل لنسب الأخرى لا تولى أي إهتمام كبير لهم



الشكل رقم 12: يمثل نوع الصور

يمثل الجدول (9) اللغة المستخدمة

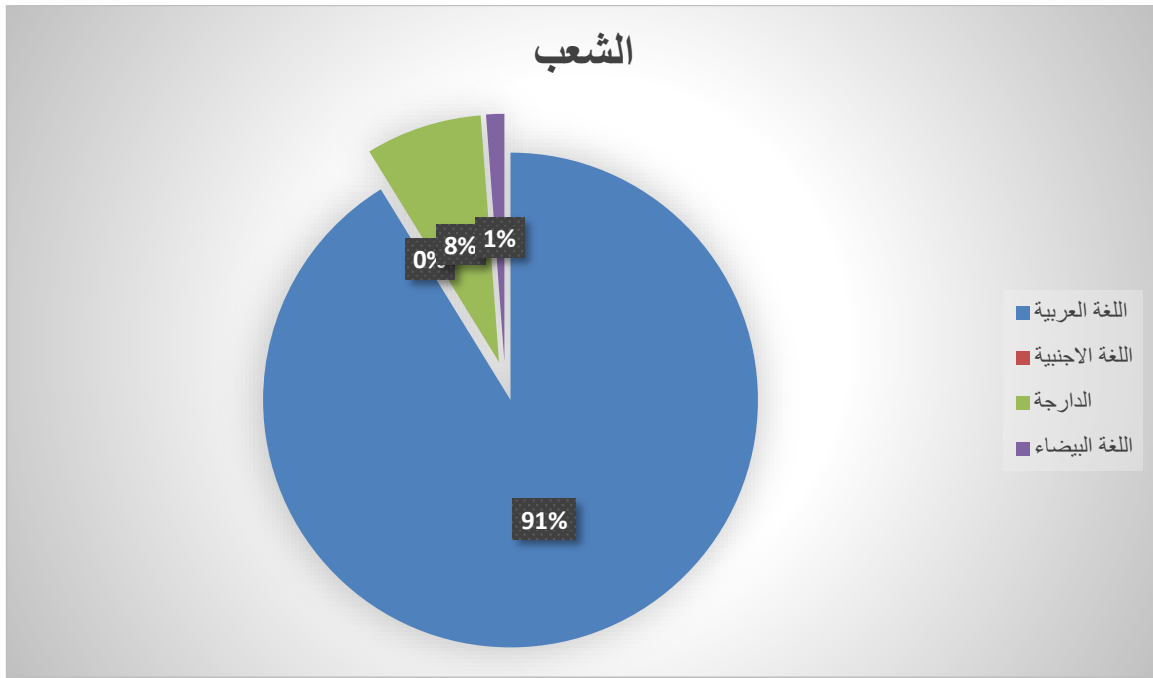
الشرق		الشعب		- الصحيفة
- نسبة	- تكرار	- نسبة	- التكرار	- اللغة المستخدمة
79.41%	27	92.30%	24	- اللغة العربية
1.76%	4	00	00	- اللغة الأجنبية
0	00	7.69%	2	- الدارجة
8.82%	3	00	00	- اللغة البيضاء
100%	34	100%	26	- المجموع

صحيفة الشعب نلاحظ في صحيفة الشعب من خلال الجدول أن احتلت اللغة العربية المرتبة الأولى بنسبة 92.30% بالمئة فيما احتلت المرتبة الثانية اللغة الدارجة بنسبة 7.69% أما اللغة الأجنبية و اللغة البيضاء لم تسجلا أي نسبة.

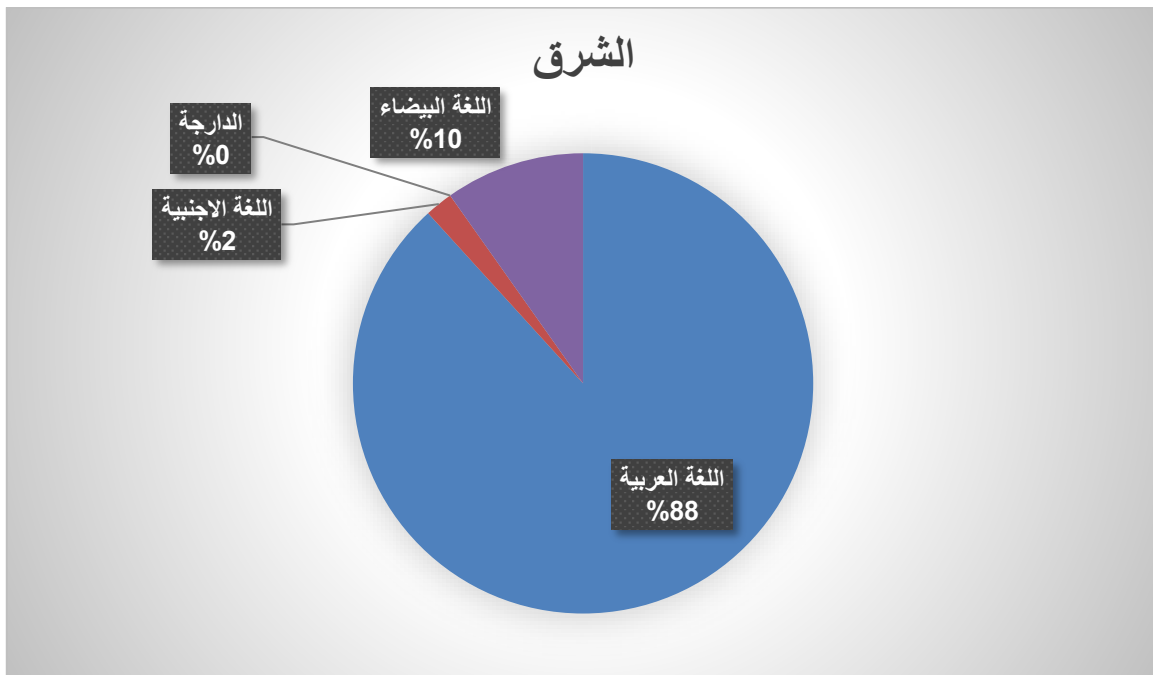
- و يمكن القول أن السبب في تصدر اللغة العربية كونها الصحيفة عربية و جمهورها عربي من حيث الأولوية فهي تهتم بالإعتماد على اللغة المفهومة أما الدارجة لم يتم إدراجها بالنسبة كبيرة حيث شاهدنا في بعض المضامين القليلة.

- صحيفة الشرق: نلاحظ أن الجدول أعلاه تصدرت في المرتبة الأولى اللغة العربية بنسبة 79.41% في حين تلتها المرتبة الثانية اللغة البيضاء بنسبة 8.82% بينما جاءت في المرتبة الأخيرة اللغة الأجنبية بنسبة 1.76% بالمئة.

- من خلال لجدول السابق يتبين لنا أن صحيفة الشرق إعتمدت على اللغة العربية في نقل مضامينها الإعلامية كما إهتمت باللغة الأم للشعوب العربية اللغة البيضاء في المرتبة الثانية و هي مزيج لغوي بين اللغة الفصحى و الدارجة أما اللغة الأجنبية جاءت بنسبة قليلة كما تم أعتمد اللغة الإنجليزية أكثر.



الشكل رقم 13: يمثل اللغة المستخدمة



الشكل رقم 14: يمثل اللغة المستخدمة

- فئة المضمون:

فئة التحليل لكبي والكيفي للصحيفتي الدراسة:

يمثل الجدول رقم (10) القضايا

- الصحيفة		- الشعب		- القضايا	
- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة
80	52.98%	53	31.73%	- قضايا إجتماعية	
15	9.93%	21	12.57%	- قضايا سياسية	
5	3.31%	12	7.18%	- قضايا إقتصادية	
9	5.96%	5	2.99%	- قضايا رياضية	
25	16.55%	29	17.18%	- قضايا ثقافية	
7	4.63%	18	10.77%	- قضايا تعليمية	
3	3.10%	2	6.58%	- قضايا دينية	
7	4.63%	18	10.77%	- قضايا صحية	
151	100%	167	100%	- المجموع	

صحيفة الشعب: يمثل لجدول التالي نسبة القضايا التي تم تسليط الضوء عليهما في صحيفة الشعب الإلكترونية

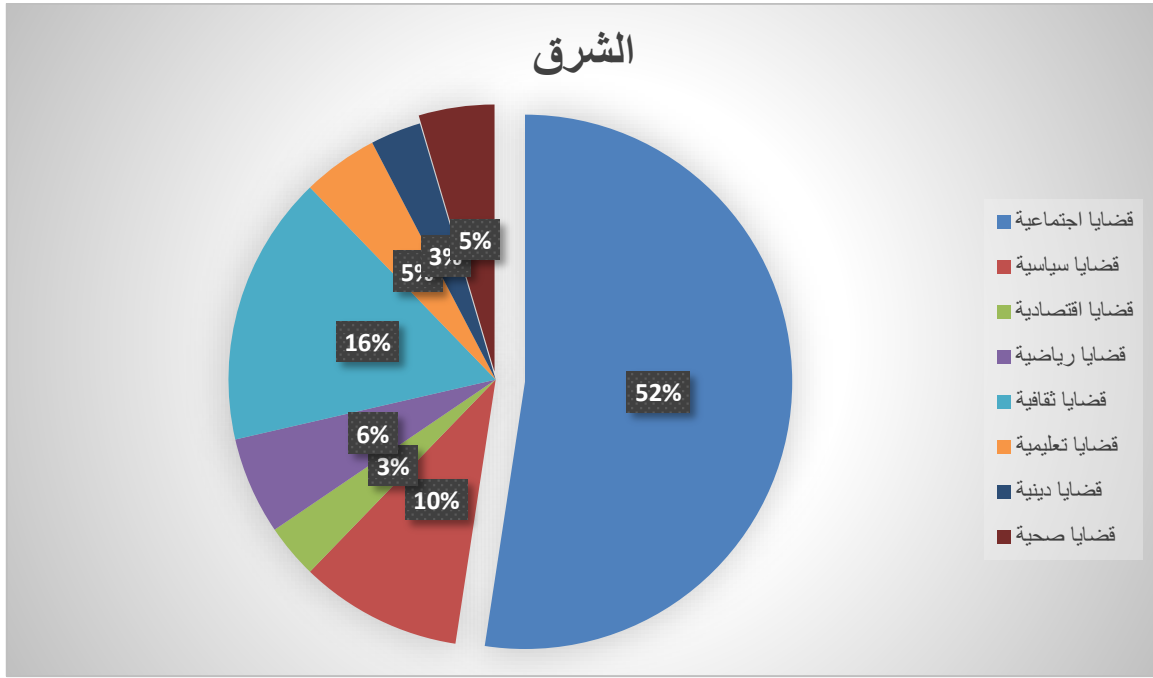
- جاءت بنسبة كبيرة القضايا الإجتماعية بنسبة 52.98 بالمئة تلتها في المرتبة الثانية القضايا الثقافية بنسبة 16.55 أما القضايا السياسية جاءت بنسبة 9.93 بالمئة في حين نجد القضايا الإخرى نسبتها متدنية جدا.

لاحظنا من خلال الجدول أنا لدراسة إهتمت و ركزت على القضايا و الموضوع الاجتماعي بالدرجة الأولى و التي تعني بأن المرأة العربية ونكر على سبل المرأة و الطلاق العنف ضد المرأة خاصة كما لاحظنا أن القضايا الثقافية تحتل مكانة صحيفة الشعب و بنسبة كبيرة و هذا يؤكد و يدل على إبداعات المرأة لعربية أما القضايا الساسية جاءت في المرتبة الثالثة و التي تعد من أكثر ثلاث مواضيع في النسبة أما القضايا الإخرة فلم يهتما بعرض قضايا المرأة

صحيفة الشرق: أما بالنسبة لصحيفة الشرق نلاحظ أنا المرتبة الأولى للقضايا الإجتماعية بنسبة 37.75 أما القضايا السياسية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 12.57 قبله المرتبة الثانية القضايا الثقافية 17.18 أما باقي القضايا تكاد تنعدم من الوجود و خاصة لقضايا الدينية التي لا تهدف أبد في هذه الصحيفة.

مما سبق نستطيع القول ان القضايا الاجتماعي احتلت و مثله بدرجة كبيرة في الصحف حيث أغلب ما يتم عرضه يهدف إلى الجانب الاجتماعي أما القضايا الثقافية أيضا كانت مهمة في أترء الصحف بمختلف القضايا أما القضايا السياسية

هدف جليها إلى تسليط الضوء على المرأة و المشاركة الساسية في المجتمع أما لقضايا لأخرى فلما تولي أهمية كبير لقضايا المرأة.



الشكل رقم 15: يمثل القضايا

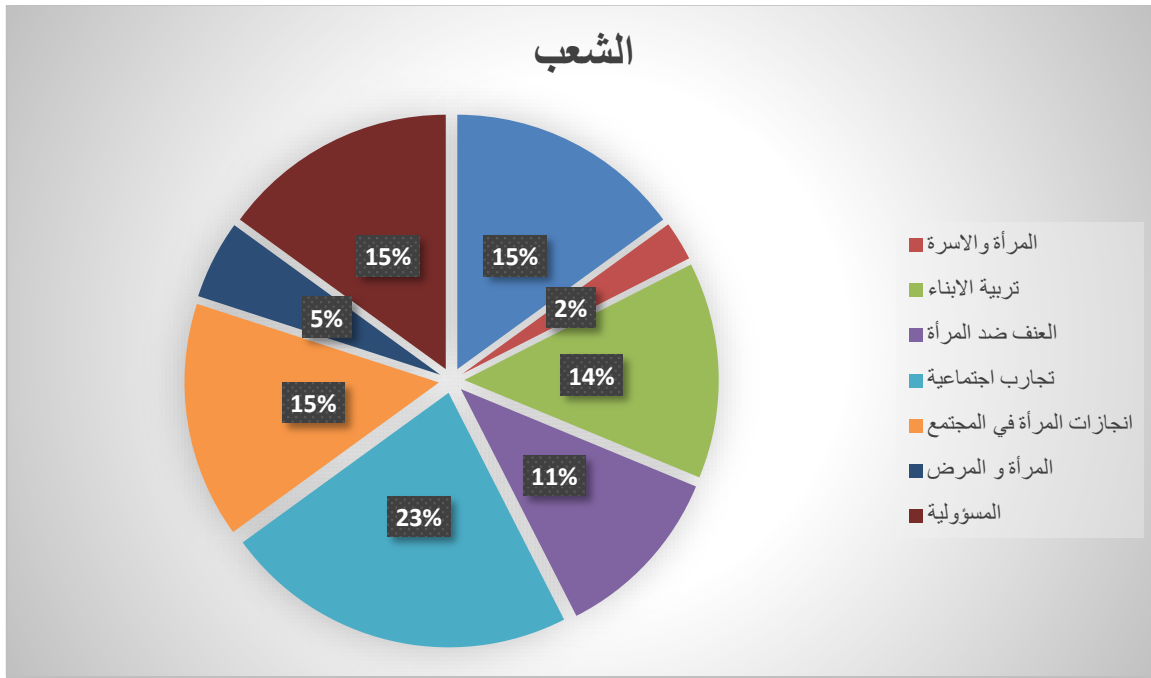
جدول رقم 11 يمثل القضايا الإجتماعية

				- الصحيفة
				- قضايا إجتماعية
- نسبة	- تكرار	- النسبة	- تكرار	
15.09%	8	15%	12	- المرأة و الأسرة
9.43%	5	2.5%	2	- تربية الأبناء
00%	00	13.75%	11	- العنف ضد المرأة
00%	00	11.25%	9	- تجارب إجتماعية
35.84%	19	22.50%	18	- إنجازات المرأة في المجتمع
1.88%	1	15%	12	- المرأة و المرض
37.73%	20	5%	4	- المسؤولية

- الطلاق	12	15%	00	00%
المجموع	80	100%	53	100%

صحيفة الشعب: يمثل الجدول لقضايا الإجتماعية حيث نجد أن أعلى نسبة متمثلة في إنجازات المرأة في المجتمع بالنسبة 22.50% بالمئة بينما جاءت المرتبة الثانية المرأة الأسرة و المرأة و لطلاق بنسبة 15% بالمئة أما العنف تمثل في المرتبة الثالثة بنسبة 13.75% أما التجارب الإنسانية جاءت في المرتبة لرابعة بنسبة 11.25 فيما تمثلت آخر نسبة في المسؤولية.

- من خلال الجدول الآتي يتبين أن القضايا الإجتماعية أولت أكثر لنسبة إنجازات المرأة من خلال تحدياتها حيث ركزت الصحيفة على هذه النسبة للجذب القارئ كم من خلال رسم صورة جيدة عن المرأة؟ أما المرأة و الأسرة و الطلاق جاء في نفس النسبة حيث مثل الطلاق نسبة من خلال تعد القضايا الصحفية التي تتحدث فيهم الصحيفة بكثير عن الطلاق أما الأسرة و التي تعبر عن المرأة في أسرتها جاءت بنسبة جيدة مما يدل على قوة المرأة في أسرتها و خاصة مجتمعا أما العنف ضد المرأة نجدها بنسبة ليست كبيرة إلا أنها نسبة معتبرة أما مختلف القضايا لم تسجل نسب مهمة.

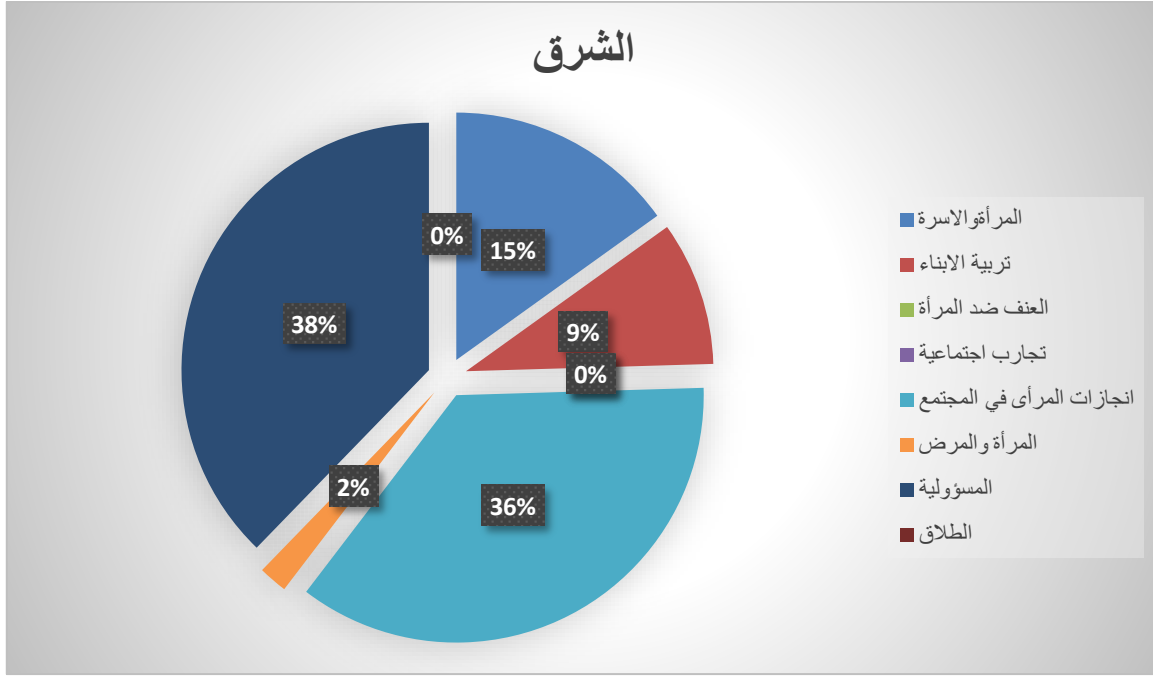


الشكل رقم 16: يمثل القضايا الإجتماعية

\*صحيفة الشرق: نلاحظ من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة تمثلت في المسؤولية في المجتمع بنسبة 37.84 بالمئة في حين حلت إنجازات المرأة في المرتبة الثانية في المرتبة الثانية بنسبة 35.84 بالمئة أما المرتبة الثالثة جاءت المرأة و الأسرة بالنسبة 15.09 بينما المرتبة الرابعة جاءت تربية الأبناء بنسبة 9.43 أما آخر مرتبة تمثلت في المرأة و المرض بنسبة 1.88.

- من خلال الجدول نلاحظ أن المسؤولية جاءت في المرتبة الأولى حيث تهدف الصحيفة إلى تسليط الضوء على المرأة القوية التي تتحمل مسؤولياتها في المجتمع بقوة أما المرتبة الثانية تمثلت في الإنجازات مما يدل أن الصحيفة تهتم بالرسم صورة المرأة

بالطموحة القادرة على تحملا المسؤولية باعتبارها ركيزة من ركائز المجتمع أما المرتبة الثالثة تمثلت في الأسرة و المرأة في حين جاءت نسبة قليلة مما يدل على أن المرأة ليست لها مشاكل أسرية تهتم بها بل هي مهتمة بالواقع المعاش في حين ماتمثله النسب الأخرى جاء بنسب قليلة مما يؤكد على إهتمام الصحيفة برسمها بصورة جيدة إيجابية بعيدة كل البعد عن القضايا السلبية.



الشكل رقم 17 : يمثل القضايا الإجتماعية

الجدول رقم 12: يمثل القضايا السياسية

- الصحيفة		- الشعب		- القضايا السياسية	
- النسبة	- التكرار	- النسبة	- التكرار	- النسبة	- التكرار
38.09%	8	40%	6	- الحق السياسي للمرأة	6
4.76%	1	26.66%	4	- الحقوق القانونية للمرأة	4
00%	00	20%	3	-العنصرية ضد المرأة	3
57.14%	12	13.33%	2	- تقليد مناصب إتخاذ القرار	2
100%	21	100%	15	- المجموع	15

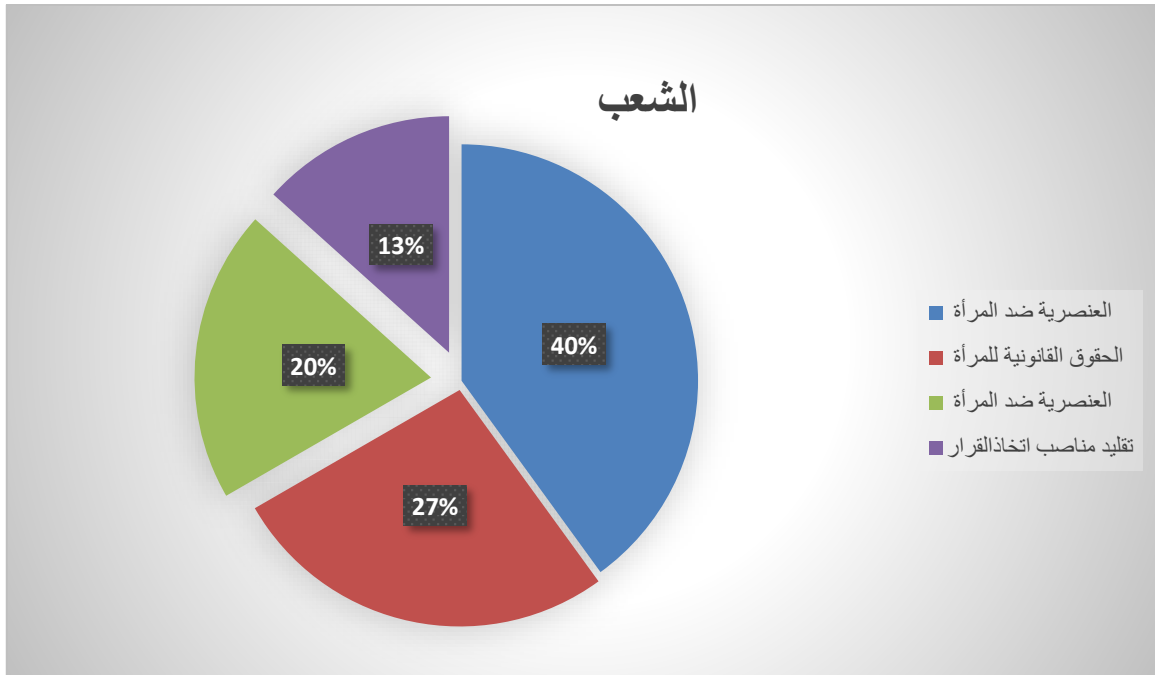
- من خلال الجدول الذي يمثل القضايا السياسية تمثل أن أكبر نسبة جاءت في الحق السياسي للمرأة بنسبة 40% بالمئة أما المرتبة الثانية تمثلت في الحقوق القانونية للمرأة بنسبة 26.66 أما المرتبة الثالثة جاءت العنصرية ضد المرأة بنسبة 20% بالمئة أما آخر نسبة تمثلت في تقليد مناصب إتخاذ القرار بنسبة 13.33%.



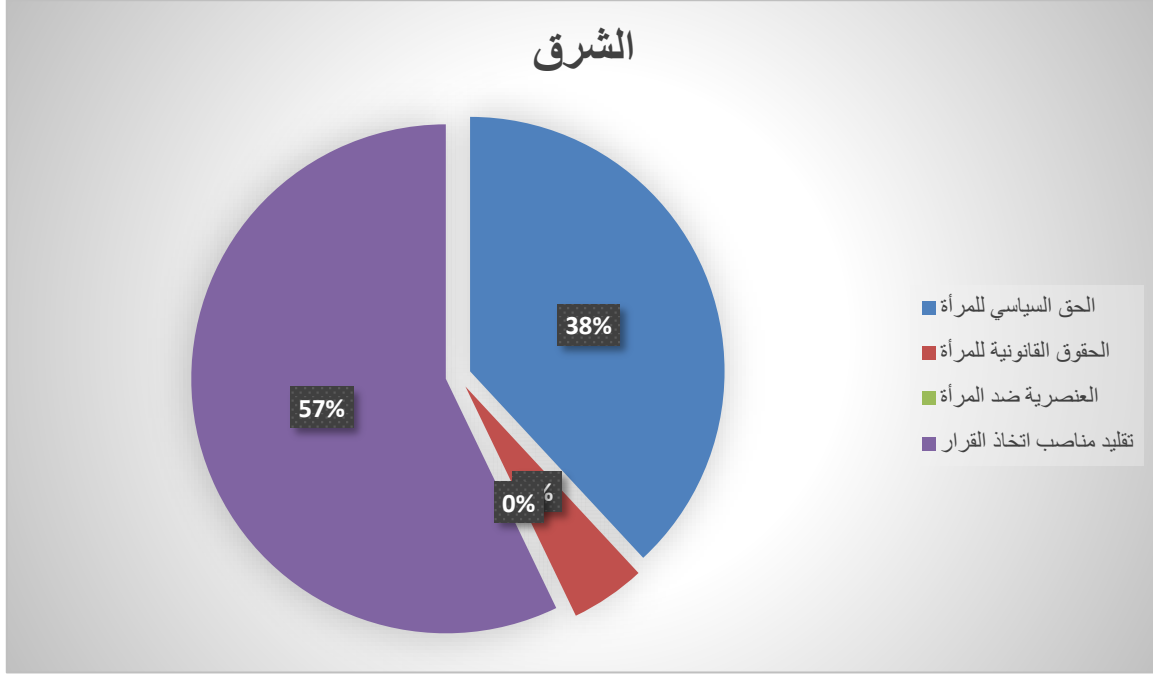
- من خلال الجدول نلاحظ ن الصحيفة تهتم بالجانب السياسي للمرأة حيث نجد أن الحق السياسي للمرأة يمثل أكبر نسبة حيث يقصد به ق المرأة في الإنتخابات في الترشح في أن تكون رئيسة مجلس و تكون سيدة قرار في المجتمع. أما الحقوق القانونية المتمثلة في إعطائها حقوقها وواجباتها في المجتمع مثلها مثل الرجل لافرق أما تقليد المرأة لمناصب صنع القرار مثلا كونها وزيرة أو صاحبة مكانة في المجتمع أما العنصرية لم تأتي بنسبة كبيرة مما يهدف إلى أن الصحيفة تهتم بالمرأة حتى في قضاياها السياسية.

صحيفة الشرق: نحظ من خلال لجدول أعلى نسبة في صحيفة الشرق جاءت في المرأة و مناصب إتخاذ القرار بنسبة 51.14 بالمئة في حين جاءت نسبة 38.9 بالمئة للحق السياسي للمرأة أما المرتبة الرابع تمثلت في الحقوق القانونية للمرأة بنسبة 4 بالمئة .

- مما سبق أرى أن الصحيفة ترسم المرأة على أنها صاحبة قرار و مكانة و سيدة في المجتمع حث نجد في أغلب المواضيع السياسية في هذه الصحيفة إلا و أن تكون المرأة فيه صاحبت قرار إما وزير أو رئيسة مجلس أو برلمانية ها الذي جعل أكبر نسبة تمثل هذا النوع من القضايا أما الحق السياسي لم يكن بالنسبة كبيرة لأنها لها كل الصلاحيات في حقوقها حيث أن كل دولة و لقيمة التي تولمها للمرأة أما أخر نسبة للحق القانونية جاءت نسبة ضئيلة



الشكل رقم 18 : يمثل القضايا السياسية



الشكل رقم 19: يمثل القضايا السياسية

الجدول رقم 13: يمثل القضايا الثقافية

- الصحيفة		- الشعب		- القضايا الثقافية
- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة	
6	24%	12%	41.37	- إبداعات المرأة
10	40%	8%	27.58	- الإنتاج الثقافي للمرأة
4	16%	7%	24.13	- الإعتزاز بالعادات والتقاليد
5	20%	2%	6.89	- المرأة و الفن
25	100%	29%	100	- المجموع

صحيفة الشعب: و فق للجدول التالي الذي يمثل القضايا السياسية تبين لنا أن أعلى نسبة جاءت في الإنتاج الثقافي للمرأة بالنسبة 40 بالمئة في حين تلتها إبداعات المرأة و المرأة و الفن في المرتبة الثانية بنسبة 24 بالمئة أما آخر مرتبة تمثلت في الإعتزاز بالعادات و التقاليد بنسبة 16 بالمئة .

مما سبق تبين لنا أن الصحيفة أولت لقضايا الإجتماعية التي تخص المرأة مكانة حيث نرى أن إنتاجا المرأة الثقافية في المرتبة الأولى و التي تشمل كل أنتاجها الثقافية أما إبداعات المرأة جاءت في المرتبة الثانية و التي تمثل نسبة كبيرة في حين نجد أن

المرأة و الفن يمثل نسبة جيدة حيث أن الصحيفة إهتمت بالجانب الثقافي للمرأة و الذي يعد مهم جدا أما أصغر نسبة جاءت في الإعتراز بالعادات و التقاليد.

صحيفة الشرق: نلاحظ أن إبداعات المرأة جاءت بنسبة 41.37 بالمئة في حين جاءت في المرتبة الثانية الأنتاج الفكري للمرأة بنسبة 27.58 في حين نجد الإعتراز بالعادات و التقاليد جاء في المرتبة الثالثة بالنسبة 24.13 أما آخر نسبة كانت المرأة و الفن.

- مما سبق نرى أن صحيفة الشرق القطرية تهتم بالجانب الثقافي للمرأة حيث أولت مواضيع كثيرة خاصة بالثقافة حيث يمثل الإنتاج الفكري و الإبداعي كل ماتقوم به المرأة من أعمال في مجال الثقافة من أشغال يدوية و إبداعية إلى كل عمل تقوم به في هذا المجال.

الجدول رقم : 14 يمثل مهنة المرأة

- الصحيفة		- الشعب		- مهنة المرأة	
- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة
5	14.28%	13	23.21%	5	14.28%
2	5.71%	10	17.85%	2	5.71%
6	17.14%	8	14.28%	6	17.14%
7	20%	7	12.5%	7	20%
5	14.28%	6	10.71%	5	14.28%
2	5.71%	5	8.92%	2	5.71%
00	00%	00	00%	00	00%
8	22.85%	7	12.5%	8	22.85%
35	100%	56	100%	35	100%

صحيفة الشعب: يمثل الجدول الذي نلاحظه أدوار المرأة و مهنتها في المجتمع تمثلت المرتبة الأولى في غير محدد بنسبة 22.85 بالمئة و التي تعد أعلى نسبة ثم تليها المهن الإبداعية بنسبة 20 بالمئة التعليمية ب نسبة 17.14 بالمئة في الرتبة الثانية ثم تليها المهن العليا و اليدوية بنسبة 14.28 بالمئة في المرتبة الثالثة ثم في المرتبة الرابع جاءت المهن السيادية و طالبة بنسبة 5 بالمئة أما انة غير عاملة فلما تسجل أي خانة.

يتبين لنا من خلال الجدول صحيفة الشعب تهتم كثيرا في إبراز مهنة المرأة فقد جاءت أكبر نسبة لغير محدد ثم أهتمت بالدور التعليمي للمرأة أكثر كونها إستاذة و معلمة و دكتوراه كما إهتمت بالمهن العليا بنسبة قليلة في حين نرى أنها إهتمت بالمهن الإبداعية و اليدوية كثيرا أما طالبة فجاءت بنسبة قليلة جدا.

- صحيفة الشرق: نلاحظ من خلال الجدول أن المهن العليا جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 23.21 أما المرتبة الثانية جاءت المهن السيادية بنسبة 17.85 تليها المرتبة الثالثة المهن التعليمية 14.28 بالمئة ثم تليها المهن الإبداعية و غير محدد بنسبة 12.50 ثم المهن اليدوية بنسبة 10 و طالبة بنسبة 8.22 أما في خانة غير عاملة لم تسجل أي نسبة.

مما سبق تبين لنا أن الصحيفة ركزت على المهن العليا و السيادية للمرأة المتمثلة في وزيرة و رئيسة مجلس قاضية طبيبة مهندسة .....إخ في حين نجد المهن التعليمية في المرتبة الثالثة و التي لها نسبة جيدة من خلال عرض المهن التعليمية في وظيفة الإستاذة و الدكتوراه أما المهن الإبداعية و اليدوية كانت نسب متقربة من بعضها البعض في حين نجد خانة الطالبة أحر مرتبة و الذي نلاحظه من خلال التحليل أن الطالبة كانت لها نسبة من الظهور في هذه الصحيفة إلا أن التركيز جله على المهن السيادية و العليا للمرأة التي تعبر عن قسمتها في المجتمع.

الجدول رقم : 15 يمثل الحالة الإجتماعية

- الصحيفة		- الشعب		- الحالة الإجتماعية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
14.81%	4	00%	00	- متزوجة	00
3.70%	1	00%	00	- عذباء	00
00%	00	00%	00	-أرملة	00
00%	00	16.66%	4	- مطلقة	4
81.48%	22	83.33%	20	- غير محدد	20
100%	27	100%	24	المجموع	24

صحيفة الشعب: حسب الجدول الذي نلاحظه يمثل فئة الحالة الإجتماعية للمرأة كما في الصحف تأتي في المرتبة الأولى غير محدد بنسبة 83.33 بالمئة و تعد أعلى نسبة أما المرتبة الثانية جاءت مطلقة بنسبة 16.66 بالمئة أما في باقي الخانات لم تسجل أي نسبة.

- من خلال الجدول تبين لي أن الصحيفة لم تهتم كثيرا بالحالة الإجتماعية للمرأة فجاء أغلبها في خانة غير محدد حتى في المضامين و المواضيع التي تمت تغطيتها لم تهتم الصحيفة بتحديد الحالة الإجتماعية لزيادة الغموض أما مطلقة فجاءت بنسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة الأولى.

صحيفة الشرق: من خلال الجدول نلاحظ في المرتبة الأولى تأتي بنسبة 81.48 بالمئة غير محددة تليها في المرتبة الثانية بنسبة 14.81 متزوجة أما أحر مرتبة و نسبة جاءت عذباء بنسبة 3.70.

- يتبين لنا من خلال الجدول أن الصحيفة أيضا لم تهتم بالحالة الإجتماعية للمرأة في حين جاءت متزوجة بنسبة قليلة و عذباء بنسبة شبه منعدمة حيث نرى أن إهتمام في عدم تحديد الحالة الإجتماعية

الجدول رقم: 16 يمثل السمات الإيجابية

الشرق		الشعب		- الصحيفة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	- السمات الإيجابية
28.84%	15	12.82%	5	- القدرة على تحمل المسؤولية
25%	13	30.76%	12	- نموذج ملهم و ناجح
26.92%	14	25.64%	10	- محققة إنجازات و مكاسب
7.69%	4	7.69%	3	- القوة
11.53%	6	23.07%	9	- العزيمة
100%	52	100%	39	- المجموع

صحيفة الشعب: نلاحظ في الجدول أن أكبر نسبة تمثلت في نموذج ملهم و ناجح بنسبة 30.76 أما المرتبة الثانية جاءت بنسبة محققة إنجازات و مكاسب في المرتبة الثانية 25.64 بالمئة أما المرتبة الثالثة جاءت بالنسبة 23.07 بالمئة أما المرتبة الرابعة القدرة على تحمل المسؤولية بنسبة 12.82 أما آخر نسبة القوة بنسبة 7.69 بالمئة.

يتبين لنا من خلال هذه السمات الإيجابية أن المرأة تمثلت بالعديد من السمات الإيجابية التي توجي إلى قوتها و مكانتها حيث جاءت بنسبة كبيرة نموذج ملهم و ناجح في المجتمع من خلال تنميتها في المجتمع و إنجازاتها في كل المجالات.

صحيفة الشرق: نلاحظ من خلال الجدول أن القدرة على تحمل المسؤولية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 28.84 بالمئة أما المرتبة الثانية جاءت بنسبة 26.92 أما المرتبة الثالثة تمثلت في نموذج ملهم و ناجح في حين جاءت في المرتبة الرابعة العزيمة بنسبة 11.53 أما آخر مرتبة جاءت بنسبة 7.69.

- يبين الجدول أن صحيفة الشرق إتمدت على القيم بطريقة إيجابية لإبراز قيمة المرأة حيث جاءت المرأة في دور المرأة التي تحمل المسؤولية و القوة التي تملك قوة و عزيمة في المجتمع تساهم في تطور المجتمع من خلال إنجازاتها.

الجدول رقم: 17 يمثل السمات السلبية

الشرق		الشعب		- الصحيفة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	- السمات السلبية

الإهمال -	5	20%	4	18.57%
- الضعف	10	40%	10	71.42%
- غياب الضمير	00	00%	00	00%
- الخوف	10	40%	00	00%
عدم تحمل المسؤولية	00	00%	00	00%
- المجموع	25	100%	14	100%

صحيفة الشعب: يمثل الجدول السمات السلبية للمرأة كما تمثلها الصحيفة جاة في المرتبة الأولى الضعف و الخوف بالنسبة 40 بالمئة أما الإهمال جاء بنسبة 20 بالمئة.

من خلال الصحف تبين لنا أن السمات السلبية جاءت بنسبة كبيرة بين الخوف و الضعف حيث تدل على أن القيم السلبية طغت على القيم الإيجابية بحيث أن خوف المرأة وضعفها يدل على حالتها الغير عادية في المجتمع.

صحيفة الشرق: جاء بنسبة الضعف بنسبة 72.42 بالمئة أما المرتبة الثانية تمثلت في 18.57 بالمئة أما باقي الخانات لم تسجل أي نسبة.

-تبين لنا مما سبق أن السمات السلبية طغى عليها الضعف حيث يتمثل في ضعفها في المجتمع من خلال الرؤية السلبية التي تقدمها للمرأة و التي دائما تجعل منها الغير قادرة على أي مسؤولية.

الجدول رقم : 18 يمثل الجمهور المستهدف

- الصحيفة - الجمهور المستهدف	الشعب		الشرق	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة

18.86%	10	34.28%	12	- المرأة العربية
41.50%	22	25.71%	9	- المرأة
33.96%	18	28.57%	10	- المجتمع
5.66%	3	11.42%	4	- الرجل
100%	53	100%	35	- المجموع

صحيفة الشعب : يمثل الجدول الجمهور المستهدف لقضايا المرأة جاءت أكبر نسبة لي المرأة العربية بنسبة 34.28 ثم تليها المجتمع بنسبة 28.57 في المرتبة الثانية أما المرتبة الثالثة تمثلت في المرأة بصفة عامة أما آخر مرتبة جاءت الرجل بنسبة 11.42.

تبين لنا من خلال الجدول الذي يمثل الجمهور المستهدف أن أكبر نسبة جاءت للمرأة العربية حيث أن أغلبية المضامين موجهة للمرأة العربية خاصة باعتبار أن الصحيفة عربية أما المرتبة الثانية تمثلت في المجتمع من خلال عرض مواضيع ت المرأة لكنها تستهدف أيضا كل المجتمع مثلا قضايا العنف أما المرتبة الثالثة كانت موجهة للمرأة بصفة عامة في حين جاءت المرتبة الأخير للرجل بنسبة ضئيلة حيث لا يلقي إهتمام بقضايا المرأة.

صحيفة الشرق: نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة كانت موجهة للمرأة بنسبة 41.50 بالمئة أما المرتبة الثانية كانت موجهة للمجتمع بنسبة 33.96 أما المرتبة الثالثة كانت المرأة العربية بنسبة 18.86 في حين احتلت المرتبة الأخيرة الرجل بنسبة 5.66.

مما سبق نلاحظ أن صحيفة الشرق تمثل جمهورها المستهدف في المرأة حيث مواضيعها تستهدف المرأة بصفة عامة العربية و العربية أما المرتبة الثانية تمثلت في المجتمع حيث نجد أن أغلبية مواضيع المرأة تستهدف كل المجتمع أما المرأة العربية جاءت في المرتبة الرابعة أما آخر نسبة للرجل .

الجدول رقم : 19 يمثل الإتجاه

- الصحيفة	- الشعب	- الشرق
-----------	---------	---------

الإتجاه	- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة
- محايد	6	21.42%	8	32%
- معارض	10	35.71%	2	8%
- متفق	12	42.85%	15	60%
- المجموع	28	100%	25	100%

صحيفة الشعب : يمثل الجدول التالي فئات الإتجاه جاء في المرتبة الأولى إتجاه متفق بنسبة 40.85 بالمئة أما المرتبة الثانية 35.71 بالمئة أما المرتبة الأخيرة جاءت الإتجاه المحايد بنسبة 21.42 بالمئة.

من خلال الجدول و النسب تبين لنا أن الصحيفة كانت متفقة في بعض المواضيع التي تمت معالجتها في حين جاءت بنسبة كبيرة معارضة لبعض المواضيع التي مثلا في مواضيع الطلاق أما الإتجاه المحايد تمثل بنسبة قليلة و في بعض المواضيع فقط في حين غلب الإتجاه المتفق.

- صحيفة الشرق: نلاحظ في الجدول أن الإتجاه المتفق جاء في المرتبة الأولى بأكثر نسبة 60 بالمئة في حين تمثلت المرتبة بنسبة 32 بالمئة في الإتجاه المحايد أما آخر نسبة و آخر مرتبة جاءت بنسبة قليلة جدا 8 بالمئة.

يبين الجدول أن أكثر نسبة من المواضيع التي عرضتها الصحيفة كانت متفقة بنسبة كبيرة في حين كانت الصحيفة محايدة لبعض المضامين الأخرى أما الإتجاه المعارض جاء بنسبة ضعيفة جدا و غلب الإتجاه المتفق.



الشرق		الشعب		- الصحيفة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	- الأهداف
37.87%	25	31.25%	25	- الإخبار و الإعلام
16.66%	11	12.5%	10	- دعم المرأة
00%	00	7.5%	6	- الحد من تعنيف المرأة
6.06%	4	8.75%	7	- جلب الانتباه و الفاعلين
10.60%	7	18.75%	15	التوعية و التثقيف
28.78%	19	21.25%	17	إبراز إنجازات المرأة
100%	66	100%	80	- المجموع

صحيفة الشعب : تمثلت الأهداف في الإخبار و الإعلام بالنسبة 31.25 بالمئة أما أبرز إنجازات المرأة جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 21.25 بالمئة أما التوعية و التثقيف جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 18.75 أما نسبة الأخير تمثلت بين الحد من تعنيف المرأة و جلب الإنتباه و الفاعلين بنسبة 8.75.

- مما سبق نلاحظ من فئة الأهداف كانت في المرتبة الأولى الإخبار و الإعلام من خلال إلقاء الضوء على المرأة فيما جاءت إبراز إنجازات المرأة في المرتب الثانية حيث نستطيع القول أم الهدف الذي عمدته الصحيفة هو الإخبار و الإعلام.

- صحيفة الشرق: نلاحظ أن الإخبار و الإعلام يمثلان أكبر نسبة 37.87 بالمئة أما المرتبة الثانية تمثلت 28.78 بالمئة أما المرتبة الثالثة تمثلت في دعم المرأة أما المرتبة الرابعة تمثلت في كل من التوعية و التثقيف و جلب إنتباه الفاعلين.

- مما سبق نلاحظ أن صحيفة الدراسة هدفت إلى الإعلام و الإخبار من خلال المضامين التي تقدمها الصحيفة كما تمثل إبراز إنجازات المرأة من الأهداف الأساسية التي ركزت عليها الصحيفة كما ركزت على دعم المرأة من خلال تحين صورتها إلى المجتمع.

الشرق		الشعب		- الصحيفة - المصدر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
23.80%	10	57.69%	15	- محررون
35.71%	15	19.23%	5	- مراسلون صحفيون
4.76%	2	00%	00	- وكالات الأنباء العربية
2.38%	1	00%	00	- وكالات الأنباء الأجنبية
7.14%	3	00%	00	- مؤثرين
00%	00	00%	00	- سياسيين
00%	00	00%	00	- مواقع و صحف إعلامية
00%	00	00%	00	و وسائل إعلام أخرى
11.90%	5	7.69%	2	- غير محدد
14.28%	6	15.38%	4	- خبراء في المجال
100%	42	100%	26	- المجموع

- صحيفة الشعب: توضح لنا النسب في الجدول أن المحررون أحتلت المرتبة الأولى في الترتيب بنسبة 57.69 بالمائة أما المرتبة الثانية تمثلت في مراسلون صحفيون بنسبة 19.23 بالمائة أما مصدر خبراء في المجال في بنسبة 15.38 بالمائة أما آخر مصدر اعتمده الصحيفة فكان غير محدد بنسبة 7.69.

و يقصد المحررون و يعرف على أنه صحفي من هيئة تحرير الوسيلة الإعلامية يعمل حسابها داخل تلمدينة أو الدولة التي تصدر منها و يتولى و وفقاً لتوجهات إدارة تحرير الوسيلة جمع الأخبار بصفة دائمة أو محددة أما المرسلون الصحفيون جاءت في المرتبة الثانية حيث نلاحظ أن الصحيفة إعتمدت على مراسلون و صحفيون و عرض هذه المواضيع مما تؤكد على مصداقية هذه القضايا التي تكون من الصحفيون مباشرة أما خبراء في المجال جاءت في المرتبة الثالثة و نقصد بها مثلاً خبراء في مجال معين و يكونو على خبرة ودرية على الموضوع. أما غير محدد فكانت بنسبة قليلة.

صحيفة الشرق: نلاحظ أن مصدر الصحفيون و المرسلين جاءت في أول مرتبة أما المرتبة الثانية تملت في المحررون بنسبة 23.80 بالمائة أما باقي المصادر جاءت في نسب متقاربة.

- يتبين لنا من خلال الصحيفة أنها إعتمدت على مصدر الصحفيون و المرسلون بنسبة كبيرة مما يؤكد على أن الصحيفة و هيأتها الإعلامية تهدف إلى الحصول على المعلومات من خلال مصدر واقعي مما يزيد المواضيع إبراز و إثراء أما محررون فكانت في المرتبة الثاني حيث إعتمدت على محررون للصحيفة أما المصادر الأخرى إختلفت النسب إلا أنها جاءت متقاربة وكان إعتماؤها الكبير كان على الصحفيون و المرسلون.

الجدول رقم : 22 يمثل صورة المرأة البارزة

- الصحيفة		الشعب		- صورة المرأة البارزة
- تكرار	- نسبة	- تكرار	- نسبة	
6	13.04%	20	37.03%	- طموحة
5	10.86%	12	22.22%	مبدعة
6	13.04%	1	1.85%	مهمشة
10	21.73%	1	1.85%	مقهورة
5	10.86%	14	25.92%	مثقفة
12	26.06%	6	11.11%	مكافحة
2	4.34%	00	00%	- لاتعكس أي صورة
46	100%	54	100%	- المجموع

صحيفة الشعب: حسب ما نلاحظه في الجدول الذي يمثل صورة المرأة البارزة حيث نلاحظ أكبر نسبة جاءت في صورة المرأة المكافحة بنسبة 26.06 بالمئة أما ثاني نسبة تمثلت في صورة المرأة المقهورة بنسبة 21.73 بالمئة أما المرتبة الثالثة جاءت صورة المرأة الطموحة و المهمشة بنسبة 13.04 أما المرتبة الرابعة جاءت صورة المرأة المبدعة و المثقفة بنسبة 10.86 بالمئة أما آخر نسبة جاءت في لاتعكس أي صورة.

- من خلال ماسبق أرى أن الصورة البارزة للمرأة في صحيفة الشعب كانت بين الإيجاب و السلب في حين نرى أنها بصورة المرأة المكافحة و في نسبة إخرى متقاربة نجدها صورة للمرأة مقهورة و هكذا حيث تشير نسب الجدول إلى أن الصورة البارزة للمرأة جاءت بين الإيجابية و السلبية في حن غلبت الصورة الإيجابية عن السلبية حيث هدفت هذه الصحيفة إلى رسم صورة عن المرأة المكافحة المثقفة و المبدعة و الطموحة.

- صحيفة الشرق: نلاحظ من خلال الجدول السابق البارزة فيه صورة المرأة حيث جاءت في المرتبة الأولى طموحة بنسبة 37.03 بالمئة أما المرتبة الثانية تمثلت في صورة المرأة المثقفة و المبدعة بنسبة 25.92 بالمئة أما الرتبة الثالثة جاءت المرأة الطموحة بنسبة 11 بالمئة أما آخر مرتبة تمثلت في كل من صورة المرأة المهمشة و المقهورة بالنسبة 1.85.

- يتضح لنا من خلال الجدول السابق أن الصحيفة برزت المرأة في صورة إيجابية للمرأة الطموحة و المثقفة و المبدعة و صورتها المكافحة حيث تبين لنا أن الصحيفة لم تستهدف صورة المرأة المهمشة و المقهورة بل رسمت صورة جيدا جدا عن المرأة.

الجدول رقم : 23 يمثل القيم

الشرق		الشعب		- الصحيفة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	- القيم
12.98%	10	13.88%	5	- النجاح
19.48%	15	11.11%	4	- القوة
12.98%	10	16.66%	6	- الإبداع
15.58%	12	27.77%	10	التحدي
18.18%	14	11.11%	4	المؤثرة في المجتمع
20.77%	16	19.44%	7	الإنجاز
100%	77	100%	36	المجموع

صحيفة الشعب: جاءت أعلى نسبة متمثلة في التحدي بنسبة 27.11 بالمئة أما الإنجاز احتل المرتبة الثانية بنسبة 19.44 أما الإبداع فتمثلت في 16.66 أما المرتبة الرابعة جاءت كل من القوة و المؤثرة المجتمع.

- من خلال الجدول نلاحظ أن الصحيفة إهتمت بالقيم الإيجابية التي ترسمها للمرأة حيث نرى الإنجاز في المرتبة الأولى وهذا مايدل على مكانة المرأة في الصحف في حين جاء التحدي في المرتبة الثانية و الذي يهدف إلى تحيات المرأة في الواقع و مع المجتمع أما الإبداع جاء بنسبة جيدة حيث يهدف للقيمة الايجابية التي أهتمت بها هذه الصحف أما باقي القيم جاءت في نسب متساوية بشكللا ما.

صحيفة الشرق: نلاحظ في المرتبة الأولى الإنجاز بالنسبة بنسبة 20.77 أما القوة جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 19.48 أما المرتبة الثالثة جاءت المؤثرة في المجتمع بعدها في المرتبة الرابعة التحدي و أخيرا جاءت النجاح بنسبة 12.98.

مما سبق تبين لنا أن الصحيفة إهتمت بالقيم الإيجابية بنسب جيدة حيث تمثل الإنجاز و القوة بنسبة كبيرة مما يهدف إلى القيمة التي توليها صحيفة الشرق للمرأة في عرض صورتها كما جاءت المؤثرة في المجتمع بنسبة جيدة دليل على نشاط المرأة الهادف في المجتمع.

- الصحيفة		- الشعب		- الإستمالات
نسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
44.44%	12	48%	12	- الإستمالات العاطفية
37.03%	10	20%	5	- الإستمالات العقلية
18.51%	5	32%	8	- الإستمالات العقلية و العاطفية معا
100%	27	100%	25	المجموع

صحيفة الشعب : يمثل الجدول التالي فئة الإستمالات المستخدمة في الصحيفة نلاحظ أن الأستمالات العاطفية جاءت بنسبة 48 بالمئة و في المرتبة الأولى أما الإستمالات العقلية فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 32 بالمئة أما أخر نسبة تمثلت في الأستمالات العاطفية و العقلية معا.

- تبين لنا من خلال الجدول أن الإستمالات العاطفية تأتي أعلى نسبة و هذا من خلال الطريقة العاطفية التي يخاطب بها المرأة في الجرائد من خلال الإسلوب العاطفي أما الإستمالات العقلية فجاءت بنسبة أقل حيث الإسلوب العقلي يتم إعماده بشكل أقل من الإستمالات العاطفية أما الإسلوب العاطفي و العقلي جاء بنسبة صغيرة حيث تهتم الصحيفة بمعالجة بعض المواضيع من خلال هذا الإسلوب .

صحيفة الشرق: نلاحظ أن أعلى مرتبة جاءت بنسبة الإستمالات العاطفية بالنسبة 44.44 بالمئة أما المرتبة الثانية جاءت الإستمالات العقلية بنسبة 37.03 بالمئة أما المرتبة الثالثة و الأخيرة جاءت بنسبة 18.51 بالمئة

نلاحظ أن الإستمالات العاطفية تمثلت في نسبة كبيرة من خلال طريقة الصحيفة في عرض مواضيعها في حين نجد الإستمالات العقلية موظفة بذلك الأساليب التي تعتمد على الإستدلال العقلي و استخدام المنطق أيضا بنسبة جيدة حيث نرى أن الصحيفة تعتمد على الأسلوبين على مستوى معالجة مواضيع المرأة أما الإستمالات العقلية و العاطفية جاءت بنسبة متوسطة.

-تطبيق مقارنة رولان بارث علي عينة التحليل:

### الصورة 1



المستوى التعيبي للصورة:

#### 1- وصف الصورة :

تأتي الصورة محل التحليل محددة بإطار على شكل مستطيل حاوية العديد من الرموز البصرية متمثلة في صورة امرأة أمامها صندوق وبيدها ورقة مرتدية خمار و قميص تحمل حقيبة يد صغيرة و بيدها ساعة إتخذت ملابسها اللون الأخضر و الأسود و قد مزجا بطريقة راقية زادت نور و ضياء على وجهها و هي تنظر نظرة ثقة و هي تضع ورقة في صندوق الإنتخاب و عينها تفيض سعادة و بكل ثقة تدلي بصوتها الإنتخابي .

اللونين الطاغين على الصورة اللون الأسود و الذي يرمز للقوة و السلطة واللون الأخضر فهو لون يوحي إلى السلامة الجدية كما يرمز للوفاء و العدالة أما اللون لأبيض و الأصفر في الصندوق الأبيض يدل على البساطة و السلام و اللون الأصفر يرمز إلى التفاؤل و صفاء الفكر و الذهن العميق.

الرسالة التشكيلية:

الحامل: صدرت الصورة في وسط الصفحة 10 من صحيفة الشرق القطرية الإلكترونية في وسط الصفحة العدد 12525 يوم السبت 01 أكتوبر 2022.

التأطير:

تم التركيز في هذه الصورة على الورقة التي بيد المرأة و الصندوق.

زاوية الصورة: تبدو الصورة كأنها مقابلة من زاوية إختيار المشاهد حيث نلاحظ أن المصور ركز على الجهة اليسار بشكل كبير.

الأشكال: تحديد الأشكال الموجودة ف الصور يمكن تحديد الآتي:

الشكل المستطيل: نلاحظه في شكل الصورة وفي شكل الصندوق و الورقة التي تحملها المرأة بيدها والذي يدل على الإستقرار و الإخلاص و الأمان و المساواة كما يرمز إلى العقلانية الرسمية و ينظر على أنه من أكثر الأشكال شيوعا الذي يوحي إلى الإستقرار.

- دائرة على شكل ساعة .

- شكل مستطيل حامل للرسالة الألسنية و دائرة تحمل رمز و الذي يشير إلى الكمال و توفر الأمان و التواصل و ترمز للمجتمع.

الألوان و الإضاءة:

كانت الإضاءة عالية جدا في هذه الصورة

و غلب على الصورة اللون الأخضر و الأسود المتمثل في لون ملابس المرأة في الصورة .

- و غلب اللون الأصفر و الأبيض على الصندوق.

الرسالة التضمينية :

يمكن الاستدلال كن خلال القراءة الظاهرية للصور و مختلف رموزها البصرية تبين لنا محاكاة مجموعة من الدلائل و الإيحاءات المرسومة وراء تشكيلة الصورة يمكن الكشف عنها من خلال إتباع الخطوات الآتية.

الرسالة التشكيلية:

إن التعمق و الغموض في هذه الصور يولد لنا مجموعة من الأفكار و المعاني حيث يمكن استخلاص أن الدول العربية تولى للمرأة حق الانتخاب و هذا مايدل على ديمقراطية و المساواة بين الرجل و المرأة كما ترمز هذه الصورة التي تطور الدول العربية لأن الإنتخاب من ركائز الساسية و ترمز للحق السياسي للمرأة.

الرسالة اللسانية :

جاءت الرسالة اللسانية في الصورة في شكل عبارتين مكتوبة على الورق الأولانتخابات و الثانية حضور بارز للمرأة في الانتخابات.

- العبارة الأولى و هو عنوان الصورة جاءت بالغة العربية الفصحى التي تشير إلى الحق السياسي للمرأة في المشاركة في الانتخابات دليل على تطور البلاد و تحضرها كما ترمز لمساواة بين المرأة و الرجل و إعتبارها جزء مهم جدا

العبارة الثانية: مكتوبة في ورقة التي تضعها المرأة في صندوق الإنتخابات و التي تعني الإقتراع و ترمز إلى جوهر العملية الديمقراطية كما توحي إلى حرية الإختيار.

الرسالة الأيقونية:

الطبعة السيميولوجية لهذه الصورة تحددت في صفة الدليل بحكم التقاءها في ابطال رسالة من خلال شخصية المرأة المنتخبة والتي تمثل واقع يعبر عن الحق السياسي لمشاركة المرأة في الانتخابات وهذا يدل على ان المجتمع يولي للمرأة حقوقها المداخل النفسية: تمثلت في جذب المتلقي عاطفيا و عقليا عن طريق التصوير فاعتمد المصور على جذبها عاطفيا من خلال ابتسامتها العريضة التي توجي إلى التحدي والعزيمة أما عقليا وجذب المتلقي من خلال قوتها التي بدت بها وهي تضع ورقة الإنتخاب في الصندوق حيث ركزت على ملامح وجهها ويدها بمعني خاص ليصلى إلى الجمهور حضورها الملهم وهي بكل قوة وثقة.

الصورة 2:



المستوى التعييني:

تأتي الصورة محل التحليل محددة بإطار على شكل مستطيل كرمز العديد من الإيحاءات البصرية متمثلة في صورة امرأة ترتدي زي تقليدي ووجهها مغطى بشدود اتخذت ملابسها اللون الأسود مطرزو بالون الذهبي مما زاد الصورة رونق و جمال اللونين الطاغين على الصورة اللون الأسود و الذهبي و الذي يرمز إلى العديد من الإيحاءات حيث يدل اللون الأسود على على القوة و الاحترافية ويرتبط بالسلطة والأناقة أما اللون الذهبي الذي يشبه لون الذهب ويرمز لفخامة الملكية و الثروة ويعبر عن المكانة الاجتماعية الأعلى للناس.

- الرسالة التشكيلية:



- الحامل: صدرت الصورة في صحيفة الشرق الإلكترونية القطرية في الصفحة الأخيرة في أسفل يمين الصفحة العدد 12597 يوم الاثنين 12 ديسمبر 2022.

- التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على لباس المرأة التقليدي .

- زاوية الصورة: تبدو الصورة كأنها مقابلة حيث نلاحظ أن المصور ركز على التصوير عن قرب بشكل كبير

- الأشكال: شكل مستطيل نلاحظه في إطار الصورة و الذي يرمز إلى

- الشكل البيضوي في وجه المرأة يشير إلى الأبدية و القمر والشمس و تشير إلى الكمال .

- و الخطوط الموجودة على لباسها المطروز.

#### الألوان والإضاءة:

كانت الإضاءة في هذه الصورة عادية جدا و غلب على الصورة اللون الأسود كثيرا واللون الذهبي بحيث أخذت الألوان في هذه الصورة مواضع و دلالات مختلفة حيث نجد اللون الأسود هو أكثر الألوان سطوعا الذي يرمز إلى الثقة و القوة و الوفاق.

الرسالة التضمينية: من خلال ما نلاحظه في هذه الصورة المعبرة على الكثير من الدلالات و الرموز نستطيع أن نكشف عنها من خلال إتباع الخطوات الآتية:

#### الرسالة التشكيلية :

تدل هذه الصورة على العادات و التقاليد من خلال لباس المرأة و التي ترتدي اللباس التقليدي القطري رغم التطور الذي تعيشه ألا أنها لازالت تحافظ على تراث بلادها حيث يرمز الزي التقليدي إلى التراث فهو واحد من المقاومات اللازمة لتكوين الحضارات و يرمز اللباس التقليدي أداة تعريف الأمم و رمز لتمييزها.

الرسالة اللسانية: جاءت الرسالة اللسانية في الصورة متمثلة في شكل لباس في كل المرأة القطرية حيث يعد اللباس التقليدي جزء من التراث لارتباطه بالعادات و التقاليد و المؤثرات الاجتماعية و الاقتصادية على مر الزمن فهو يمثل صورة عن المجتمع و الحياة و يشكل مرجعا وطنيا لأهل البلد و توجي الصورة إلى أن المرأة العربية برغم من العولمة لازالت تحافظ على زيتها التقليدي متمسكة بعاداتها و تقاليدها.

الرسالة الأيقونية : الصورة توجي إلى رسالة من خلال زي المرأة العربية التقليدي و التي تمثل و تعبر عن الماضي و حضارته حيث توجي إلى التمسك في قيمة و عاداته و تقاليد و هذا ماتحدث به هذه الصورة السميولوجية.

المدخل النفسية: تمثلت في جذب المتلقي عقليا عن طريق التصوير حيث اعتمد المصور على جذبها من خلال لباس المرأة الجذاب و المميز و من نظرتها الصارمة دليل على قوتها و ثقتها و هي تلبس الزي التقليدي.

#### الصورة 3:



#### المستوى التعيبي :

- وصف الصورة: نلاحظ في الصورة ثلاثة فنانات واقفتان أمام كاميرا التصوير بثبات بادية عليهم ابتسامة على وجههم عريضة يرتدون ملابس أنيقة جدا ورائهم خلفية على شكل دائري و في الأعلى توجد عبارة تدل على اسم الشركة حيث غلب في هذه الصور اللون الأسود و الأبيض في لباس الفنانات و لون الوردي في الخلفية.

#### الرسالة التشكيلية:

- الحامل: صدرت الصورة في الصفحة 7 من صحيفة الشرق القطرية الإلكترونية في أعلى يسار الصفحة العدد 12533 يوم الأحد 09 أكتوبر 2022.

التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على الألوان و الوقفة الثابتة ابتسامة الفنانات كما ركز على إبراز الخلفية.

-زاوية التصوير: تبدو الصورة عن بعد حيث ركز المصور على تصوير عن بعد لإبراز الخلفية.

#### - الأشكال:

- شكل دائري حامل للرسالة الألسنية

-شكل مستطيل نشاهده في شكل الهاتف التي تحمله المرأة.

- و خطوط مموجة على الأرض.

-خطوط مستقيمة تتمثل في الحائط

#### الألوان والإضاءة:

الإضاءة كانت في كل القاعة و خاصة في الجانب الأيسر كانت كثيرا.

- أما الألوان جاءت الغالبة بين الأسود والأبيض في لباس الفنانات حيث نجد فنانتين ترتد اللون الأسود والأخضر الأبيض أما الخلفية حملت اللون الوردي مكتوب باللغة الأجنبية باللون الرمادي .

- أخذت الألوان في هذه الصورة مواضع و دلالات مختلفة حيث نجد الأبيض و هو أكثر الألوان سطوعا و هو لون حافظ لقوة تألف أي لون في جانبه.

- و البياض هو قمة النقاء و الوضوح و الصفاء و هو رمز للنظافة و الطهارة و لون السلام و النصر.

أما اللون الأسود فهو يدل على القوة و الجاذبية و الأناقة و التمرد و الغموض و يرمز إلى العمق و التحدي أما اللون الوردي الموجود في الخلفية فهو يدل على الإبداع و التمييز و الإلهام باعث لنشاط و الحياة أما اللون الرمادي الذي نجده على الخلفية يوحي إلى الحياة و التوازن بجذب الجمهور.

المستوى التضميني: يمكن الاستدلال من خلال القراءة الظاهرية إلى الصورة و مختلف رموزها البصرية تبين لنا محاكاة للمجموعة من الدلالات الرمزية و الإيحاءات ألها الصورة و هي كالتالي:

#### الرسالة التشكيلية:

نرى الغرض الحقيقي من الصورة إيصال الفكرة التي توحى إلى الإنجازات الإبداعية و الجمالية للمرأة في الأونة الأخيرة التي أصبح لها صدد كبير في المجتمع العربي كما توحى الصورة من خلال انسجام و تجانس الألوان الذي زاد للصورة وضوحا حيث تبعث بالإحساس براحة النفسية لدى الناظرين و كذا جذبهم.

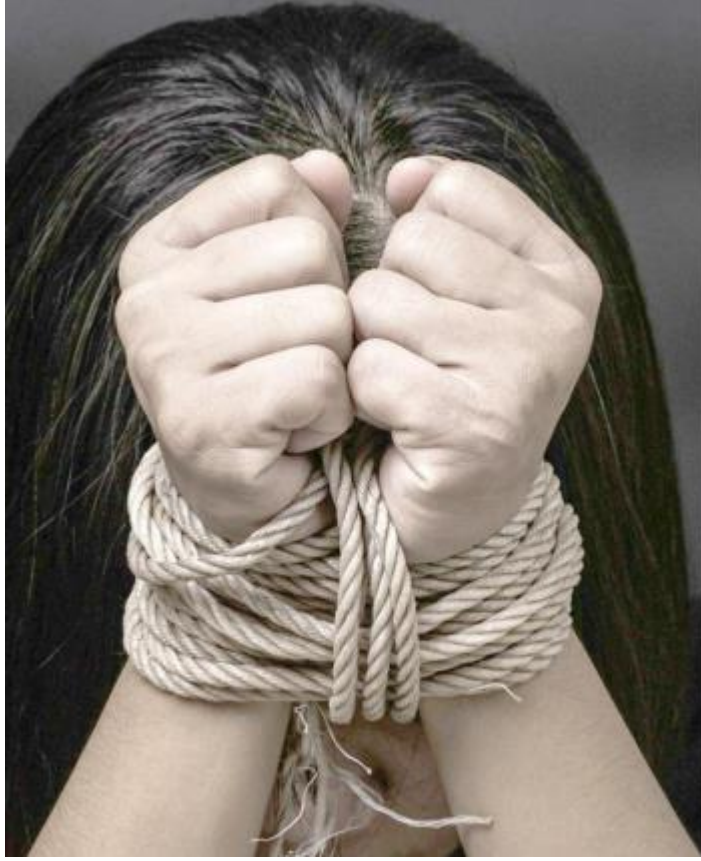
#### الرسالة اللسانية:

جاءت الرسالة اللسانية في هذه الصورة في شكل عبارة مكتوبة باللغة الأجنبية تحمل شعار الشركة الذي "جميلة أنت و يك إند الجمال " حيث يعتبر الجمال وسيلة ترسخ بها القيم و تثبت بأشكال و مستويات عالية حيث يشكل دور هاما في رفع قدرات الفرد و المجتمع و المرأة خاصة كما تشير الصورة إلى التقدم التكنولوجي الذي جعل للمرأة مكانة و قيمة في كل المجالات .

#### الرسالة الأيقونية:

يمكننا القول أن الصورة الذي بين يدينا في قراءتها السميولوجية هدفت إلى إيصال فكرة من خلال الخلفية أن للمرأة مجالات أخرى لا تقف فقط عند حقوقها الاجتماعية بل لها لاتقف فقط عند حقوقها الاجتماعية بل لها حقوق أخرى في كل مجالات الحياة.

#### الصورة رقم 4



المستوى التعبيتي:

تأتي الصورة محل التحلي محددة بإطار على شكل مستطيل متمثلة في صورة للمرأة مقيدة اليدين ووجهها مغطاء بيدها و تنظر إلى أسفل الأرض و شعرها مطلق و عليه خصلات الشيب .

الرسالة التشكيلية :

الحامل:

صدرت الصورة في صحيفة الشعب الإلكترونية يوم 17 أكتوبر

التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على يد المرأة و الحبل الذي كان ملفوف على يدها .

زوايا التصوير:

تبدو الصورة عن قرب حيث ركز المصور على التصوير من من قرب.

الأشكال:

شكل مستطيل نشاهده في إطار الصورة و الذي يشير إلى الصلابة كما يوحي بالملل كونه لا يجذب الأشياء

الألوان والإضاءة:

كانت الإضائة عادية في الصورة

أما الألوان : تمثلت في اللون الرمادي في حلقة الصور و لون بني فاتح في لون الحبل أما اللون الرمادي فتمثلت في خصلات الشيب أما اللون الأسود فهو ملون باقي شعرها .

جاء اللون الرمادي الغالب في الصورة و الذي يرمز إلى الحيادية و الحزن و الإكتئاب و غالبا ما يرتبط بالخسارة كما يرمز للتعقيد و الغموض أما اللون البني الفاتح المتشكل في الحبل يرمز إلى أنه لون حقيقي و يعتبر اللون البني للتراب و يوحي إلى الوحدة و الحزن والمشاعر السلبية.

المستوى التضميني:

يمكن الاستدلال من خلال قراءة الصورة إلى أنه هناك رموز و دلالات بصرية تتمثل في هذه الصورة الغامضة.

الرسالة التشكيلية :

نرى أن الصورة توجي إلى العنف من خلال ما نراه في الصورة أن المرأة مقهورة مقيدة الأيدي و هذا ما يدل على صورة المرأة في المجتمع من حيث تهدف الصورة إلى العديد من الدلالات لزوايا المرأة المتعلقة بالمجتمعات العربية أما نظرتها إلى الأرض تدل على قمة الإهانة و الذل حيث جاء لون الخلفية ليزيد الصورة وضوحا إلى أنها ترمز إلى العنف و الإضطهاد الموجه للمرأة و النظرة الدونية .

الرسالة اللسانية:

جاءت الرسالة اللسانية في هذه الصورة في شكل الحبل و يد المرأة المقيدة و توجي إلى العديد الرسائل و توجي إلى الخسارة و الضعف و العنف الذي يتمثل في الحبل كما يرمز إلى قيمة المرأة في المجتمع و صورتها الدونية التي بدت بها.

الرسالة الأيقونية:

يمكننا القول أن الصورة الذي بين يدينا في قرائتها السميولوجية توجي إلى إيصال فكرة من خلال المرأة المقيدة و التي تعبر عن الواقع الإجتماعي للمرأة العربية.



المستوى التعييني:

وصف الصورة: تأتي الصورة محل التحليل في إطار للصورة ليد المرأة و هي حاملة في يديها شعار بالون الوردي و ترتدي لباس بالون الوردي أما و جهها لم يكن في الصورة .

الرسالة التشكيلية:

الحامل: صدرت الصورة في صحيفة الشعب الإلكترونية في شهر أكتوبر 2022

التأطير

تم التركيز في هذه الصورة على شعار الذي بيد المرأة و على لون لباسها

زاوية التصوير: يبدو أن زاوية التصوير قريبة حيث تبدو يد المرأة و الشعار قريبين إلى الصورة.

الأشكال :

خطوط مستقيمة في الصورة

- شكل المستطيل في الصورة و شكل الشعار

- الألوان و الأضواء

- الإضاءة كانت عادية زادت الصور و ضوحا

أما الالوان جاءت في الغالب اللون الوردي في في الشعار لباس المرأة حيث يمثل اللون الوردي لون انوثي يدل على الحب و الحنان و الهدوء بالإضافة إلى الإهتمام كما يرمز للطاقة الإيجابية و الراحة النفسية .

الرسالة اللسانية :

جاءت الرسالة اللسانية في الصورة على شكل الشعار حيث يرمز هذا الشعار لمرض السرطان و هم الرمز الدولي لتوعية بسرطان الثدي ممثلا في الشرائط الوردية التي تزيد دعم المعنوي للنساء المصابات بسرطان الثدي

الرسالة الايقونية:

تتحد الصورة في ايصال الرسالة من خلال الشعار واللون الوردي حيث ترمز الصورة لدعم وتوعية النساء من هذا المرض الخبيث حيث جاءت الدلالة السيميولوجية في هذه الصورة في الشعار الوردي

المداخل النفسية :

تمثلت في جذب المرأة عاطفيا من أجل الحفاظ على صحتها و دعمها من خلال تحفيزها عاطفيا بأسلوب راقى بتحدي و العزيمة و الطاقة الإيجابية.

#### الصورة: 6



- وصف الصورة:

نلاحظ الصورة الأتية محددة بإطار حيث تظهر شابة في مقتبل العمر رياضية ترتدي الزي الرياضي وبيدها حاملة للمضرب ترتدي اللون لأحمر

الرسالة لتشكيلية:

- الحامل: صدرت الصورة في الصفحة 8 من شهر نوفمبر 2022 من صحيفة الشعب في أعلى يمين الصفحة

التأطير:

تم التركيز في هذه الصورة على لباس الشابة الرياضي

زاوية التصوير:

- تبدو الصورة من زاوية بعيدة

الأشكال:

الشكل الدائري في علم الموجود في قميص الشابة

الإضاءة كانت عادية

أما الألوان:

جاء اللون الأحمر الطاغي على الصورة و الذي يرمز إلى الشجاعة و النجاح و السعادة و الذي يعد أكثر الألوان جاذبية و ملفت للإنتباه.

الرسالة اللسانية:

جاءت الرسالة اللسانية في الصورة في شكل لباس الشابة الرياضي حيث تعد الرياضة ظاهرة تشكل منظومة أبعاد إقتصادية و ثقافية فالصورة توحى بمدى تحدي المرأة العربية للصعوبات التي تواجهها للحصول على حقوقها في كل المجالات

الرسالة الأيقونية الطبيعية السميائية لهذه الصورة تحددت في صيغة الدليل بحكم أكتفاءها في إيصال رسالة من خلال لباس الشابة الرياضي و القوة التي ظهرت بها في الصورة.

المداخل النفسية:

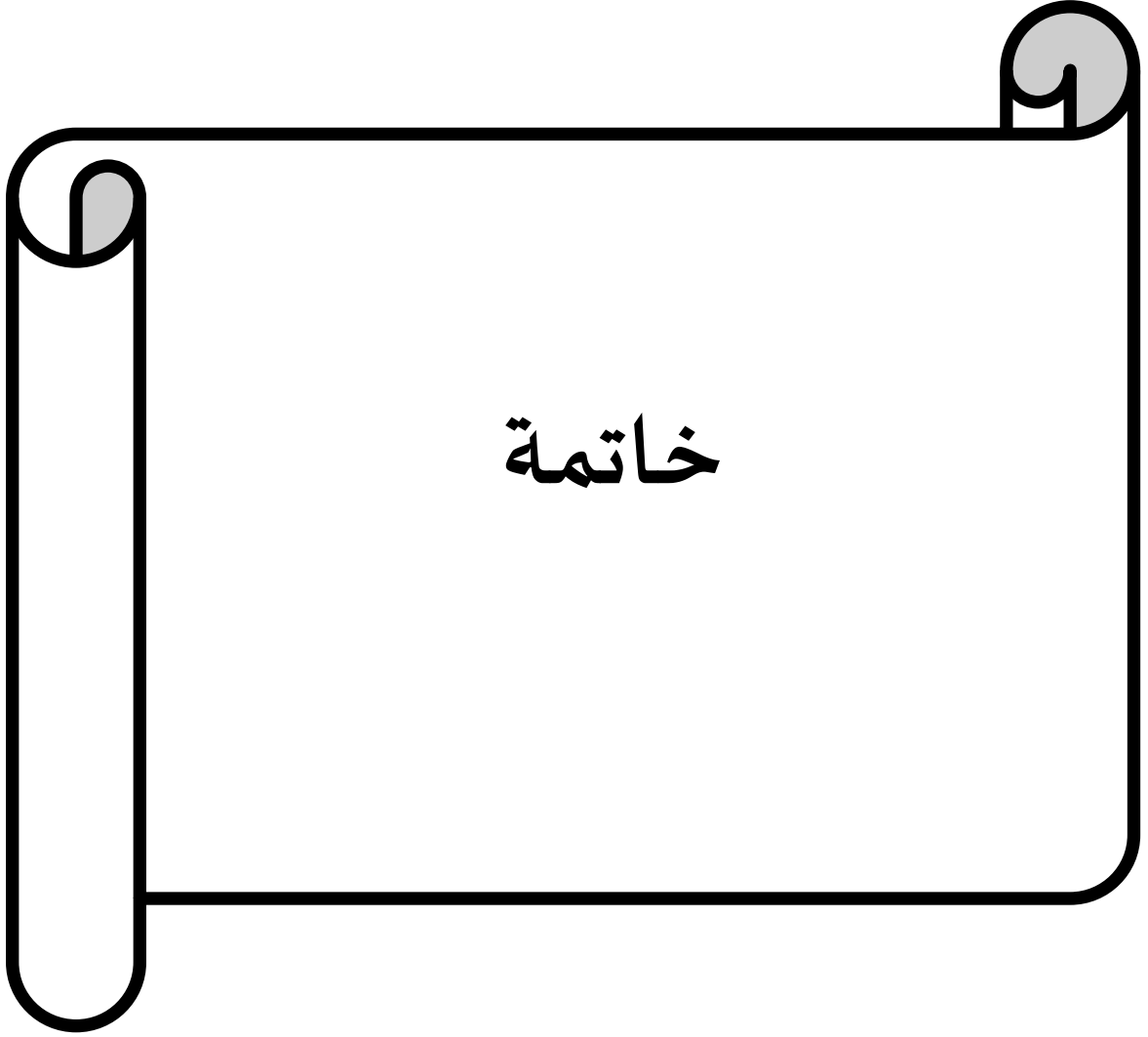
تمثلت في إغراء و جذب المتلقي عاطفيا عن طريق التصوير الذي ركز على القوة التي بدت بها الرياضية و على نظرتها المنبعثة من عين الشابة الرياضية و هي كلها تفاؤل و ثقة



النتائج التحليلية العامة:

- إستنتجنا مما سبق و بعد تحليلنا للبيانات المتحصل عليه من خلال صحيفتي الشعب و الشرق العربيتين و إدراجها في جداول و أشكال بيانية توصلنا إلى جملة من النتائج و التي سنقوم بعرضها على شكا نقاط كالتالي:
- أن من أهم الفنون الصحفية و الأكبر نسبة التي إعتمدت عليها صحيفتي الدراسة قد تحصل عليها الخبر لأنه يتناول معظم الوقائع التي تخص المرأة و قضاياها.
  - أظف إلى ذلك أن أغلب الجمهور المستهدف و من ناحية الأكبر المرأة العربية .
  - أما اللغة المستخدمة في صحف الدراسة تمثلت في اللغة العربية بنسبة كبيرة .
  - غلبة المواضيع الإجتماعية في صحف الدراسة من ناحية النسب على القضايا الإخرى.
  - هدفت صحف الدراسة على تسليط الضوء على القيم و السمات الإيجابية للمرأة في حين كانت السمات السلبية بنسبة قليلة.
  - تنوعت الإستimalات الإقناعية ا بين الإستimalات العقلية و العاطفية بحيث نجده ركز على الإستimalات العاطفية أكثر .
  - اهتمت صحف الدراسة على المهن المختلفة بصورة فاعلة إيجابية و ركزت على المهن السيادية أكثر.
  - أما أغلب أنواع الصور التي عمدتها الصحف كانت الصور الواقعية و الصور الرمزية.
  - أغلب القضايا التي طرحت جاءت في شكل أخبار قصيرة كما إهتمت صحيفتي الدراسة بثلاثة أنواع فقط الخبر و التقرير و المقال بينما تم إهمال الأنواع الأخرى.
  - إستطاعت صحيفتي الدراسة أن تعالج الكثير من المواضيع التي تخص المرأة من العديد من الجوانب.
  - نستنتج أن صحيفتي الدراسة فتحت المجال أمام المرأة لمشاركة و إبراز مواهبها .
  - كما تمكنت الدراسة من كسر بعض المواضيع التقليدية لتطرح مواضيع إخرى.
  - هدفت صحف الدراسة في إبراز العديد من القيم كالتحدي و الطموح و المكافحة و الإبداع و المسؤولية .
  - كما هدفت لإظهار نماذج نسائية نقندي بها من خلال عرض صورة مشرفة إيجابية تسلمهم فيها المرأة في تنمية مجتمعيها و تعمل على النهوض به
  - كشف و إبراز نماذج لنساء ناشطات و نماذج فاعلة في المجتمع.

- غالبية الصور المدرجة عند التغطية الإعلامية للمرأة حملت هوية فنية تنتمي إلى الصورة الفتوغرافية الملونة.
- تظهر من خلال الدراسة التطبيقية غلبة إدراج الصحف العربية الإلكترونية للصور المتعلقة بالقضايا الإجتماعية على بقية القضايا الأخرى .
- تم التركيز في الصور محل التحليل على إبراز القيم الإيجابية و الجمالية للصورة المرأة.
- حملت الصور محل التحليل الأبعاد الإعلامية و الإجتماعية و الإنسانية.
- السمة الأساسية الذي قدمتها الصحف الإلكترونية عينة الدراسة عن المرأة هي إبعادها عن النظرة التقليدية و إبراز سمات إيجابية مثل سمت الإنجاز و الطموح و نموذج ناجح في المجتمع .
- أبرزت الصحف عينة الدراسة عرض صور مختلفة عن المرأة في كل المجالات.
- إهتمت صحف الدراسة بتغيير الأفكار و الأشكال التقليدية عن المرأة.



خاتمة

## خاتمة

وختاما يمكن القول بان وسائل الإعلام بصفة عامة و الصحافة الإلكترونية بصفة خاصة قد حظيت باهتمام كبير و هذا تناول أهم القضايا التي تخص المرأة وإبراز دورها في المجتمع و كذا المفاهيم المتعلقة بحقوقها و هذا في مختلف الميادين سواء كان في مجال التعليم أو السياسة أو الإقتصاد أو مجال آخر لكون أن كل ما يقدم في وسائل الإعلام حول المرأة ماهو إلا مرآة عاكسة لحضارة المجتمع و ثقافته فالمرأة هي أساس المجتمع و هي التي تحرص على ممارسة حقوقها و التي قد تؤثر في المجتمع العربي و هذا مايدفعها إلى التقدم و الرقي في حياتها.

و من خلال ماجاء في هذه الدراسة يمكن القول بأن الإعلام يلعب دورا بارزا في إبراز دور المرأة و حقها في المشاركة في الحياة العامة و التعليمية و السياسية و أن صورة المرأة لا تقف فقط على عرضها في صورة تقليدية بدون طموح و دون أي مسؤولية فهي طموحة و مثقفة و عنصر فاعلا في بنية المجتمع بل أن هي أساس المجتمع التي يجب أن يعطها الإعلام حقها في عرض صورتها التي تمثل الواقع فإن أغلب مايعتمده الإعلام إيصال فكرة أن صورة المرأة تقليدية على عكس الواقع و عليه يمكن القول بأن المرأة قد تمكنت و بجد كبير في تفعيل حضورها و حضور قضاياها في المجتمع ناهيك عن القدرة على إبراز آرائها في مختلف المواقف التي تتعرض لها في حياتها اليومية.



# قائمة المصادر والمرجع

أولا - القرآن الكريم :

1. سورة الحشر الآية 24
2. سورة الأعراف الآية 10
3. سورة الإنفطار الآية 8
4. سورة الحجرات الآية 123

ثانيا - المعاجم والقواميس:

5. ابن منظور، بن مكرم، جمال الدين معمد، لسان العرب، دار الفكر، بيروت، 1999، قاموس

ثالثا- المراجع :

6. أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، ط2، 1982.
7. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي، في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط، 2010.
8. إسماعيل إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي، الدار الدولية للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة.
9. جندلي عبد الناصر: تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الإجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط، د س.
10. حامد مجد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة و التوزيع، عمان، 2013.
11. درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات تفاعلية و تصميم الموقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
12. رشيد زواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، أسس علمية و تدريبات، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004.
13. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، ط2007، 1.
14. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط2017، 1.
15. رضوان بلخيري، سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، ط1، دار قرطبة الجزائر، 2012..
16. زينب منصور حبيب، الإعلام و قضايا المرأة، دار سامة للنشر و التوزيع، الأردن عمان، د ط د س .
17. سلاف فاروق الزوغبي، صورة العرب في الإعلام الأمريكي، دار ورد للنشر و التوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2006.
18. سليمان صالح، وسائل إعلام و صناعة الصورة الذهنية ط1، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الويت 2005.
19. سمرا كرمي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط2008، 1.
20. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام و الإيسس و المبادئ، علم الكتب، د ط، القاهرة، 2019.
21. شاكر عبد الحميد، علم النفس الإبداع، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، مصر، ب ط، 3، 1995.
22. صلاح فضل، مناهج النقد المعاصر، إفريقيا، دار البيضاء، المغرب، د ط، 2002.
23. الطويل يوسف، إشكالية العلوم الاجتماعية، دار التصوير للطباعة و النشر، بيروت، 1984.
24. الطويل يوسف، إشكالية العلوم الاجتماعية، بيروت، دار التصوير للطباعة و النشر، بيروت، د ط، 1984.

25. عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزي، الإسلوب الإحصائي وإستخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة مصر، 1993.
26. عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة مصر، ط2، 2000.
27. عباس ناجي حسين، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر، عمان، الأردن، 2012.
28. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، جامعة بغداد، ب ط، 1999.
29. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر، عمان الأردن، 2012.
30. عبد الرزاق محمد الدليبي، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، الأردن 2010.
31. عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، ط1999.
32. عبد المنعم الحنفي، موسوعة علم النفس و التحليل النفسي، ج2، القاهرة، مكتبة مديبولي، 1978.
33. عدنان بوش ريم، صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2015.
34. علم الدين محومود، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و مستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر و التوزيع، 2000.
35. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، دار الباروزي للنشر، عمان، الأردن 2014.
36. علي عجوة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، عالم الكتب القاهرة، ب ط، 2003.
37. عواج سامية، الإشهر التلفزيوني و السلوك الإستهلاكي لي المرأة، مؤسسة الورق للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2016.
38. عواطف عبد الرحمان، المرأة و الإعلام تحديات و إشكاليات، العربي للنشر و التوزيع القاهرة، بيروت، ط1، 2008.
39. الغريب سعيد، الصحفية الإلكترونية و الورقية، دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الأساسية، القاهرة، دار المصرية، 2000.
40. فرنسيس بال، جيرار يميري، وسائط الإعلام الجديدة، عويدات للنشر و الطباعة، ط1، لبنان، 2001.
41. فهد بن عبد العزيز عسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس و الأشياء، ط1، دار طويق، الرياض، 1993.
42. الفيصل عبد الأمير، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2006.
43. قدور عبد الله، سميائية الصورة، مغامرة سميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، ط1، الأردن، مؤسسة الوراق، 2007.
44. ماجد سالم ترينان، الأنترنت و الصحافة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية، ط2008، 1.
45. محمد إبراهيم، ترجمة أحمد بن مرسل: لتحليل السميولوجي للفيلم، (د.ط)، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2006.
46. محمد جمال الفأر. المعجم الإعلامي، دار إسامة ، الأردن، دط2006 .
47. محمد عبد العليم مرسي ، الإسلام و مكانة المرأة، مكتبة العبيكان، الرياض، ط1، 1997.

48. محمد لعقاب، مجتمع الإعلام و المعلومات، ماهية و خصائصه، دار هومة للطباعة و النشر الجزائر 2017.
49. منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة مصر، 2011.
50. منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة 2004.
51. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
52. موسى حواء موسوي و آخرون، الإعلام الجديد، الدار لجامعة للطباعة و النشر و الترجمة بغداد، 2011.
53. ناهد رمزي، المرأة و الإعلام في عالم متغير، الدار اللبنانية المصرية، ط1، 2000.
54. هاني نادي عبد المقصود، صحافة الشبكات، المكتبة العمرية، جمهورية مصر العربية، 2017.
55. هنا السيد، عواطف محمود، الإعلام و الأسرة الريفية، دراسة لأثر الإعلام في إتخاذ قرار الإنجاب العربي، للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2005.

#### رابعاً- الرسائل و الإطروحات:

56. أيمن منصور ندا، صورة الوطن العربي و أوروبا في المواد الإخبارية المقدمة في الفضائيات العربية و الأوروبية، رسالة دكتوراه كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001
57. بالعاليا يمينة، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع و التطلع نحو المستقبل، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، ط3، 2006.
58. بن سخرية أمينة، واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، دكتوراه، في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة باتنة 2021.
59. بوتلجي ألهم، الصحافة الإلكترونية و إتجاهات القراء، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر 2013.
60. بورقعة سمية، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، دراسة تحليلية ميدانية تفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، نموذجاً، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام و الإتصال و السمعي و البصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر 2015.
61. جابري سارة، الأبعاد الدلالية للإعلانات التلفزيونية الموجهة للمرأة، دراسة تحليلية سميولوجية لعينة من الإعلانات التلفزيونية في قناة mbc1، مذكرة دكتوراه، 2019
62. جمال بوعميحي، بلقاسم بروان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع و آفاق رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية و الإعلام، 2005.
63. منصر هارون، صورة المسلم في الصحافة العربية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال 2016.
64. رضا عبد الواح أمين، إستخدامات الصحف المصرية للصحافة الإلكترونية و تأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، دراسة ميدانية أطروحة دكتوراه، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر مصر، 2005.
65. ساير مصلح حامد المطيري، الصورة الذهنية لرجل الأمن كما يدركها الجمهور السعودي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، في العلوم الإجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2012



66. سعد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية، مذكرة شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2006.
67. سكي سوسن، المعالجة الإعلامية، لظاهرة تغير المناخ في الصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية لمجلة البيئة و التنمية اللبنانية، مذكرة ماجستير، كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر 2013، 3.
68. سليمة كشيدة، قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية، دراسة وصفية تحليلية لمجلتي دزريات ومجلة حواء خلال عامي 2015-2016، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر .
69. سمير منصوري، إتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة في المجتمع الجزائري، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، جامعة منتوري، الجزائر
70. عبد العزيز بن ضيف الله الكنانى الزهراني، مقروئية النصوص الإعلامية الإلكترونية، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة و الإعلام جامعة السعودية، 1430.
71. عبد الله مصطفى، دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الإستراتيجية مع جمهور المستفيدين، مذكرة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، فلسطين 2016.
72. العتيبي سارة، المعالجة الصحفية لقضايا العنف الأسري في الصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية على صحيفة إيلاف، مذكرة ماجستير، كلية الأدب، جامعة الأدب جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2009
73. لعبدلي شهبيناز، الصحافة الإلكترونية الجزائرية، دراسة ميدانية تحليلية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الإتصال و السمعي البصري، جامعة الجزائر 3، 2017.
74. لونيس نسيم، صورة المرأة الجزائرية المثقفة في البرامج التلفزيونية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر 2016، 3.
75. نبيح أمينة، المدونات الإلكترونية المكتوبة، بين التعبير الحر و الصحافة البديلة، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2007.
76. نيرمين أحمد السيد الإمام، صورة المرأة المصرية في مجالات الأطفال، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطب، جامعة عين شمس، د س

#### خامسا- المجلات و الدوريات:

77. بغدادية عبد القادر، إسهامات المرأة الجزائرية في بناء المؤسسة الإعلامية، قراءة في واقع الممارسة و المعوقات، مجلة الدراسات الفلسفية و الإنسانية المعمقة، العدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر.
78. بوزيان عبد الغني، سارة جابري، الأبعاد الدلالية للإعلانات التلفزيونية، قراءة في تجليات صورة المرأة في الإعلانات التجارية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد 09، جوان 2018، .
79. زكية منزل حرابة، صورة المرأة في الإعلانات المقدمة في قناة الرسالة الفضائية دراسة تحليلية، مجلة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية، العدد 32، مجلة دورية أكاديمية تعني بالدراسات الإسلامية و الإنسانية، الجزائر.
80. سمير رحمانى، قراءة في صورة المرأة السياسية في وسائل الإعلام الجزائرية، مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية، المجلد 7، العدد 11، جامعة الجزائر، جوان 2016،

81. طي عماري و اخرون، السلطة الإجتماعية للمرأة الجزائرية بين التصور العلمي و الواقع الثقافي، الناصرية للبحوث الإجتماعية و التاريخية، العدد01، جامعة معسكر، الجزائر، 2012.
82. عبد الحفيظ الهرقام، صورة المرأة العربية في الإنتاج الإذاعي التلفزيوني، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2012.
83. عصام سليمان، دور الإشهار في تعزيز الصورة المرغوبة للعلامة التجارية بذهن المستهلك، مجلة أفاق للعلوم، العدد11، 2018.
84. مرسل عيسى، معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا العنف إثر أزمة كورونا، دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة الأردن، العدد23، 2023.
85. منير طي، صورة المرأة في الإعلام العربي الثابت و المتغير، مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية و الإنسانية، جامعة تبسة، العدد2 ديسمبر 2019.
86. نادية بن ورقلة، دور وسائل الإعلام الحيثة في إبراز دور المرأة في مجتمع متغير، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية و الإنسانية المعمقة، جامعة الجلفة
87. نفيسة نايلي، سلمى مساعدي، صورة المرأة العربية في الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد الثابت و المتغير، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد8، ديسمبر 2017

#### سادسا- الأعمال العلمية:

88. حنان يوسف، دور الإعلام في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع، ورقة علمية مقدمة في الندوة القومية حول نحو مزيد من الإجراءات للنهوض بعمل المرأة و تحقيق المساواة في العمل العربية بالتعاون مع وزارة الشؤون الإجتماعية و العمل، دمشق سوريا، 2007.
89. عزة مصطفى الكيكي، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب، بحث منشور في كتاب الإعلام العرب و المسلمين، وقائع المؤتمر السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ط1، 2012.
90. محمد حسين فضل الله، تأملات إسلامية حول المرأة، ط1، دار الملاك للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت 1994.
91. المرأة العربية إتجاهات و مؤشرات، الأمم المتحدة، نيويورك، 1998.
92. منظمة المرأة العربية الإستراتيجية الإعلامية التربية، القاهرة، منظمة المرأة 2010.
93. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاسيح كوم للدراسات و النشر و التوزيع، ط1/2007.

#### سابعا- المراجع الأجنبية

94. Dalila Morsly et l'autres :Introduction a la sémiologie، o، p، u Alger (s.d)
95. grand la rousse de la langue française (paris librairies la rousse t5-1976)
96. Juditch Lazer: sociologie de la communication de masse، Op، cit

97. Kenneth Boulding ،1956، the image universty of Michigan press
98. Marle Claude Vettraino Sou lard Live un image analyse de contenu in conique (Paris : Ed Armand Colin 1993).p19

ثامنا - المواقع:

99. موقع متاح على الخط، دور المرأة في المجتمع، /4/2023/04/25/h 20.00www.Bunean.com

100. موقع متاح على الخط (16/4/2023) الساعة (21.00) <https://sotor.com>

## ملاحق الدراسة

إستمارة تحليل المضمون.

- جامعة الشيخ العربي التبسي – تبسة-

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم الإعلام و الإتصال

تخصص إتصال في التنظيمات

الموضوع: تحكيم إستمارة.

هذه الإستمارة نقدمها في إطار إنجاز مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال

تحت عنوان – صورة المرأة في الصحافة الإلكترونية العربية دراسة تحليلية - سمائية- لصحيفتي الشعب و الشرق مستعملة بذلك تحليل المضمون كأداة للتحليل.

نطلب من سيادتكم

التمعن في الإستمارة بما يشمل كل العناصر التفصيلية و الإطلاع على دليل التعريفات الإجرائية لكل عنصر كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص لها أو في ورقة مستقلة.

إشراف الدكتور:

منصر هارون

إنجاز الباحثة:

منصر مروى

السنة الجامعية 2023/2022

## إستمارة تحليل المضمون

أولاً: البيانات المتعلقة بالوثائق قيد التحليل

-إسم الصحيفة

- تاريخ الصدور

- العدد

ثانياً: الفئات المتعلقة بالشكل

- المساحة

- الموقع

- المادة الإعلامية

ثالثاً: الفئات المتعلقة بالمضمون

1- فئة الموضوع

- فئة نوع الموضوع

- فئات نوع القضايا التي تناولتها التغطية

- فئات الإتجاه

- فئات المصدر

- فئات الإستمالات المستخدمة

الملاحظات.....

.....

.....

.....







انطلق أمس بمشاركة 230 علامة تجارية..مسؤولون

## «معرض هي» منصة فاعلة لإبراز المنتجات القطرية



(تصوير محمد فرج)

بدا الدين صالحت

انطلقت أمس فعاليات «معرض هي للأزياء العربية» بنسخته الرابعة عشرة التي تمتد على مدار خمسة أيام في مركز الدوحة للمعارض والمؤتمرات، حيث من المقرر تقديم سلسلة من عروض الأزياء فضلاً عن حلقات نقاشية وندوات تتمحور حول قضايا رئيسية منها تمكين المرأة وتعزيز قدراتها في مجال الأزياء والفنون، بالإضافة إلى عروض جديدة للزوار احتفالاً بالأزياء العربية التي شهدت نمواً والكثير من الاستحسان مؤخراً.

وافتتحت المعرض السيدة إبتهاج الأحمداني، عضو مجلس إدارة غرفة قطر، إلى جانب جواهر الخزاعي، مدير إدارة الاتصال والتسويق بالإناية في الهيئة العامة للسياحة، وإسراء أبل المتحدثة باسم ديزاين كريسشز الشركة المنظمة للمعرض بحضور عدد من السفراء وكبار الشخصيات وممثلين عن وسائل الإعلام.

افتتاح المعرض

### ابتهاج الأحمداني: قطر توفر عناصر الإبداع والابتكار للقطاع الخاص

قالت السيدة إبتهاج الأحمداني عضو مجلس إدارة غرفة قطر ورئيسة منتدى سيدات الأعمال القطريات «تتميز النسخة الحالية من معرض هي للأزياء العربية بجملة من المزايا النوعية بنوعاً مقدماً العدد الكبير من المشاركين وخاصة المصممت القطريات ميمية أن عدد العلامات التجارية المشاركة في الطبعة الحالية بلغ 243 علامة تمثل مختلف دول العالم منها 170 مصممة قطرية فضلاً



عن وجود شراكات مع السفارة الأمريكية والسفارة البولندية إضافة إلى مشاركة الأسماء الشهيرة عالمياً في مجال تصميم الأزياء فضلاً عن المشاركة المتميزة من دولة الكويت حيث بلغ عددهم 20 مشاركاً مشددة على أهمية أن يركز القطاع الخاص على المبادرات الفاعلة وتقديم الأفضل للقطر.

ومن تعدد المصممت القطريات قالت السيدة إبتهاج الأحمداني «التشريعات الاقتصادية والفوائت المحلية تشجع على المبادرات الفردية فكل الوسائل متوفرة للإبداع والابتكار في القطاع الخاص كما أن غرفة قطر دائماً تشجع رواد الأعمال والقطاع الخاص القطري كما تشجع الاستثمارات الخارجية في دولة قطر».

### جواهر الخزاعي: المعارض جزء هام من إستراتيجية هيئة السياحة

في إدارة الفعاليات في قطر خاصة تلك المتعلقة بالأعمال، ويأتي ذلك ضمن إطار سعي الهيئة إلى تعزيز مكانة قطر كوجهة متميزة لسياحة الأعمال واستقطاب الزوار من مختلف أنحاء العالم. ويسرنا التزاور من خلال خاص أن نرى أن معرض هي قد ساهم بتطوير قطاع تنظيم المعارض في الدولة على مدار الأربع عشرة نسخة الماضية من المعرض».

قالت السيدة جواهر الخزاعي، مدير إدارة الاتصال والتسويق بالإناية في الهيئة العامة للسياحة: «سعداء بحجم مشاركة العلامات التجارية المحلية والعالمية في النسخة الحالية من معرض هي، وفخورون بالتمسك المستمر الذي يحققه المعرض. يشغل دعم قطاع المعارض والمؤتمرات المحلية جزءاً هاماً من إستراتيجية الهيئة العامة للسياحة».



### أحمد بن حمد: المعرض يساهم في دعم الاقتصاد المحلي



وقال أحمد بن حمد صاحب جناح العطورات الملكية «إن منتجات العطورات الملكية 100% واكتسبت تلك المنتجات مصداقية ثقة العملاء بالسوق المحلي ميمياً أن هذه العطورات سوف يتم إيرادها في السوق الحرة في مطار حمد الدولي قريباً باعتبارها منتجاً عالمياً. وقال أحمد بن حمد «أنا أصمم كل منتجات العطورات الملكية ومشتقاتها

وحالياً أصمم عطورات «دهن العود» عليها مزينة بالذهب والماس وهذا منتج حصري والأول من نوعه في دولة قطر ميمياً أن معرض هي في نسخته الحالية هو منصة فاعلة لإبراز المنتجات القطرية والتعريف بقدراتهم وإمكانياتهم في دعم الاقتصاد المحلي مشيراً إلى أن الهيئة العامة للسياحة تلعب دوراً كبيراً ومجهوداً جباراً في تعزيز مسيرة المعرض الناجحة».

### إليزابيث: مسيرة نجاح المعرض لن تتوقف



فضلاً عن أشهر المصممت المتخصصة بالعبايات والأزياء الراقيّة من مختلف أنحاء العالم. إضافة إلى تميزه بالحضور الجماهيري الكبير الأمر الذي من شأنه دفع سوق المنتجات لكافة الأجيال المشاركة فضلاً عن تعدد العلامات التجارية العالمية المشاركة في النسخة الحالية متوقعة أن ترتفع مبيعات المحال طوال فترة المعرض بشكل قياسي.

وقال إليزابيث ريز إن مسيرة نجاح معرض هي للأزياء العربية لن تتوقف نظراً لنجاح كافة النسخ الماضية بفضل الجهود الكبير الذي تبذله الهيئة العامة للسياحة التي جعلت من معرض هي للأزياء علامة مضمينة على خريطة المعارض المحلية والعالمية.

قالت السيدة إليزابيث ريز من ديباج قطر «إن معرض هي للأزياء العربية في نسخته الرابعة عشرة يميز هذا العام بجملة من الميزات ينجوا مقدمتها مشاركة النوعية من مصممت ورائدات أعمال من قطر».



## الملخص

يتمحور موضوع دراستي المكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص إتصال في التنظيمات حول صورة المرأة في الصحافة الإلكترونية العربية من خلال إجراء دراسة تحليلية سميائية على مجموعة من الصور المتعلقة بالمرأة في كل من صحيفتي الشعب و الشرق العربيتين و قد سعينا من خلالها إلى إبراز مكانة المرأة و صورتها في الصحافة و خاصة في الصحافة الإلكترونية كما حاولت الكشف عن الدلالات الرمزية و القيم التي إهتمت الصحافة الإلكترونية العربية نقلها عن المرأة و قد إتمدت على الدراسات الوصفية لوصف الظاهرة و تفسيرها مستخدمة بذلك عينة الإسبوع الصناعي و على أداة تحليل المضمون و فق لإستمارة تحليل المضمون و بعد التعليق و التحليل توصلنا إلى جملة من النتائج مفادها:

- إهتمام الصحف الإلكترونية صحيفتي الشعب و الشرق من تغيير الأفكار و الأشكال التقليدية التي كانت تستعمل في السابق باعتبار أن الصحافة الإلكترونية نوع إعلامي جديد فرضته وسائل الإعلام.

إهتمت صحيفتي الدراسة الشعب و الشرق و فتحت المجال أمام المرأة من خلال دعم قضاياها في مختلف المجالات .

- قدمت الصحيفتي للدراسة صورة إيجابية للمرأة تحفز المرأة و تطلق طاقتها الإبداعية و تدعم مشاركتها في المجتمع كما أنها تنعكس إيجابيا على تغيير المجتمع و لاحترام دور المرأة و إسهاماتها .

الكلمات المفتاحية : المرأة ، الصحافة الإلكترونية ، الصورة ، الإتصال

### Abstract:

The topic of my study complementing the Master's Degree in Media and Communication Sciences is the specialization of communication in the disciplines on the image of women in the Arab electronic press by conducting a toxic analytical study on a collection of images relating to women in both the People's and East Arab newspapers through which we sought to highlight the status and image of women in the press, especially in the electronic press We have reached a number of conclusions:

- The interest of electronic newspapers in the People's and East newspapers in changing traditional ideas and forms previously used as a new media type.

The study papers cared for the people and the East and opened the way for women by supporting their judges in various fields.

- My paper presented a positive image of women that stimulates and releases their creative potential and supports their participation in society. It also reflects positively on changing society and respecting women's role and contributions.

**Key words :** Women, Electronic Journalism, Communication