

## الصورة التلفزيونية ودورها في ترقية مكانة المرأة في المجتمع العربي TV image and its role in promoting the status of women in Arab society

كتفي سميرة<sup>1</sup>، جامعة محمد أمين دباغين سطيف2، الجزائر

Ketfi samira-university of Mohamed Lamine Debaghine – Setif, Algeria

samiraketfi@yahoo.com

تاريخ النشر: 2019/03/31

تاريخ القبول: 2019/03/01

تاريخ الإرسال: 2019/02/20

### ملخص

إن المكانة الهامة التي يتميز بها الإعلام باعتباره سلطة رابعة إذا لم نقل أنه أصبح هو السلطة الأولى نتيجة قوة تأثيره وانتشاره الواسع بين أفراد المجتمع جعلت منه أداة لدرء كل المغالطات والصور السلبية التي تشوه صورة المرأة في المجتمعات العربية من خلال بناء خطة عمل إعلامية فعالة تعمل على تصحيح هذه المغالطات، وتدعم نشاط المرأة في المجتمعات وتمد لها يد العون في إنجاز مشاريعها والعمل معها نحو تنمية وطنية رائدة بأيادي نسوية، بالإضافة إلى تخصيص فضاء إعلامي للمرأة لإيصال رسائلها التنموية وتنويرها حول حقوقها وواجباتها التي جاء بها النص القانوني، وحسب ما أشار له التشريع الإسلامي من مضمون القرآن والسنة، من دعم للمرأة ليضع بذلك كل الانتهاكات الخاطئة التي تمارس في حقها ضمن قائمة التجاوزات اللاأخلاقية، سنستشف كل هذه النقاط من خلال تحليل مضمون البرامج التلفزيونية التي تعنى بقضايا المرأة وكيف ساهمت هذه الأخيرة في ترقية دورها ومكانتها في المجتمع العربي.

**الكلمات المفتاحية:** البرامج التلفزيونية، الصورة التلفزيونية، برنامج الملكة ضمن حملة المرأة العربية.

### Abstract

The important position of the media as a fourth authority if not the first power, because of the power of influence and wide dissemination among members of the community, makes it a tool to ward off all lies and misused images that distort the image of women in Arab societies, through the construction of a media action plan work effectively to correct these mistakes, and supports the activity of women in societies and provide them with a blow to carry out their projects and work with them towards a pioneering national development with women's hands, in addition to allocating media space for women to convey development messages and to enlighten her about her rights and duties as set forth in the legal text,, according to the Islamic legislation of the content of the Quran and Sunnah, support for women to put all the bad violations exercised its right under the list of abuse amorality, Sncicv all these points by analyzing the content of television programs dealing with issues relating to women and how it has helped to improve its role and status in the Arab community .

**Keywords:** TV shows, TV photo, Queen program within the campaign of Arab women.

1المؤلف الرئيسي: كتفي سميرة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة محمد أمين دباغين سطيف، الجزائر.

## الإشكالية:

قبل نهاية القرن التاسع عشر، زحفت الصورة لتحتل مركز الصدارة في المخيلات العامة، وفي البداية ظهرت الكاميرا التي طرحت القدرة الهائلة على إنتاج صور مطابقة للطبيعة وللحظة العابرة، بطريقة آلية، بدأ ذلك كأنه تتويج لجهد إنساني هام وإعلاء لشأن العين بين سائر الحواس، ما يمكن رأيته يصبح قابلاً للتصديق بطريقة مذهلة، على رغم شيوع المعرفة بإمكان خداع الحواس، إذن كان لظهور الصورة مرحلة هامة ساهمة في ظهور البث التلفزيوني حيث أتاحة له ميزات عديدة، يقول رينيه كلي في كتابه سينما الأمس وسينما اليوم: "إن التلفزيون يتمتع بميزتين: "الفورية" أي إمكانية بث حدث ما بثاً مباشراً، و"المودة" أي إمكانية تقديم العرض، على ما يبدو، لمشاهد واحد، ومن أجله وحده بينما يراه في الحقيقة ملايين المشاهدين المتفرقين في اللحظة ذاتها"، ومنذ ظهور التلفزيون ظهرت معه عادات وأنماط خاصة للمشاهدة، فقام بنقل الحفلات الموسيقية، وتغطية الأحداث السياسية كالانتخابات الرئاسية، وأتاح لعشاق كرة القدم مشاهدة المباريات الرياضية، كما نقل أهم الأحداث كنزول أول رجل على سطح القمر.

ومع انطلاق البث الفضائي للقنوات العربية، تشكل المظهر الأول والأهم في دخول الحياة الإنسانية مرحلة العولمة، والانفتاح على ثقافة الآخر، التي ألغت المسافات والحدود بين الدول، مما سهل عملية نقل المعارف ومظاهر التحضر من المجتمعات المتقدمة إلى النامية، وأرست هذه المظاهر نمط حضاري معقد جعل البعض يتساءل عن كيفية مواكبة الحياة المعاصرة، في هذه المرحلة برزت شبكة برامجية حملت معها زخم كبير من مضامين سعت لقبول الحياة حسب ما يتناسب ومتطلبات العصر تزامناً مع انطلاق محطة سي، أن، أن الأمريكية، بعد ذلك انطلق البث الفضائي بخروج أعداد هائلة من المحطات الفضائية الغربية، ومحاولة منها لدخول المنافسة في هذا المجال دخل الإعلام العربي هذه التجربة، كما تم إطلاق باقة من القنوات جاءت تقليداً لسابقاتها الغربية، سواء في مجال (الأخبار أو الأفلام أو الأغاني، أو الرياضة)، كما برزت على الساحة الإعلامية فضائيات تجارية تقدم أغاني وأفلام وفيديو كليب، ليصل عدد الفضائيات العربية إلى نحو 200 قناة<sup>1</sup>.

ما هو جدير بالذكر أن هذه الأعداد الكبيرة من الفضائيات على المستوى العالمي، دخلت للمجتمعات العربية التي لم تكن مهياًة لها، في وقت كان الإعلام العربي يعاني الأمرين من الناحية التقنية، والتعتيم الإعلامي الذي مازال يمس هذا القطاع في العديد من الدول، لكن وصوله لمرحلة الثورة التكنولوجية التي فرضت عليه تطوير بنيته بما يتناسب والمعطيات الجديدة لسوق العمل الإعلامي، ومواكبة تطورات البيئة التي ينشط بها بالتركيز على جوانب التنمية ومحاولة نقلها للمتلقي، كرس تعدد المضامين وتنوعها الذي لا يعني أن هذا الإعلام على درجة عالية من التطور، إذا لم تكن مضامينه هادفة تسعى لخدمة المجتمع بكل أطيافه، فدونا عن غيره فهو واجهة الواقع ومرآته للمشاهد.

انطلاقاً من إنتاج سلسلة برامجية تلفزيونية تعمل على نقل تجارب ناجحة للجمهور ليشجع على الإبداع، ولعل من أهم المتأثرين بمحتويات الإعلام الفضائي هي المرأة، هذا العنصر الحساس والفاعل في المجتمع وجب الالتفات إلى انشغالاته ومتطلباته، نقل تجاربه وأعماله إلى قاعدة جماهيرية عالية، إذ تعد

المضامين الإعلامية المسؤول الأول عن تمكين المرأة وحفظ حقوقها، إعلام هادف يحسن صورة المرأة العربية، ويدعم قضاياها ليضعها في مكانتها الصحيحة، إقتداءً بحديث النبي محمد عليه الصلاة والسلام "أوصيكم بالنساء خيراً"، لكن أغلب الممارسات الإعلامية في هذا المجال اقتصرت على مضامين ترفهية لا غير من خلال بث برامج منوعات وأفلام ومسلسلات كرست مفهوم المحتوى المتدني الهابط، لتكسر بذلك شغف المرأة وتطلعها لبرامج تثقيفية تكوينية تسعى لتنمية أفكارها وإعطاء المرأة مكانتها التي تستحقها بين أفراد المجتمع العربي، فهي تقاسم الرجل في أغلب مهام الحياة حتى أنها دخلت مجال الأعمال وتفوقت فيه، هنا وجب التنويه على الدور الفاعل الذي لا بد للبرامج التلفزيونية القيام به، وهو إبراز هذا العنصر كأحد أهم أفراد المجتمع من خلال واجهة الأعمال الإعلامية التي تعنى بشؤون المرأة وتوليها أهمية وألوية، على عكس بعض الفضائيات التي كانت ممارستها هامشية إذا تعلق الأمر بالمرأة واقتصرت مادتها على الأعمال المنزلية والطبخ، لكن نزولاً للواقع نجد شيء مغاير يوجب التغطية الإعلامية للدور الرائد للمرأة في عالم الشغل.

هذا، ويقصد بالصورة الإعلامية للمرأة مجموعة السمات والصفات التي تنسبها وسائل الإعلام للمرأة من خلال ما تقدمه من مضامين وبرامج حولها، والصورة الإعلامية هي صورة مصنعة تتضمن عمليات تكنولوجية معقدة تعتمد في تأثيرها على نظام ثقافي معقد لصناعة رموز الرسالة الإعلامية وتظهر هذه العملية الصناعية كأحد مخرجات المضامين الإعلامية كالإعلانات والمواد الترفيهية كالدراما والأفلام التسجيلية وغيرها من المضامين الإعلامية، وتختلف الصورة الإعلامية بهذا المفهوم عن الصورة الذهنية التي تتمثل في الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون من الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام معين أو شعب معين أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان.<sup>2</sup>

من المهام الصعبة حقا إجراء تغيير جذري على صورة المرأة في ظل الثقافة السائدة، ولن يتم ذلك فقط بممارسة الضغط على الصحافة النسائية، لاعتماد رسائل هادفة وإظهار الصورة الحقيقية للمرأة العربية التي مازالت تتخبط في حال الجهل والتمهيش والأمية، ومازالت أسيرة مجتمع ذكوري يخزن نظرية دونية لها، وإنما يتم تحسين مستواها التعليمي والاقتصادي والاجتماعي والفكري، حتى لا تغدو فريسة سائغة لتيار استهلاكي مادي ووسيلة للدعاية والإعلان، وهنا يأتي دور الإعلام الهادف التوجيهي والتربوي، إعلام يستطيع التحرر من تأثير الغربي، إعلام موضوعي ينفلت من أسوار ثقافية استهلاكية مادية مشبعة بروح تجارية، وفي غياب سيطرة مجموعات وآراء خاصة تتدخل في عملية صنع القرارات الهامة، إعلام متجرد من أي انتماء. تسيره أطر ذات كفاءة وخبرة عالية، يلتزم الحياد والموضوعية.<sup>3</sup>

إذن هي أبجديات وجب على القائمين على القنوات الفضائية أن يفقهوها، وتكريسا لما سبق جاء برنامج "الملكة" كبرنامج مسابقات خاص بالمرأة وإنجازاتها، محاولة منه لإيصال رسالة العديد من النساء وعرض تجاربهم ومشاريعهم على الجمهور، وإبراز دور المرأة في النهوض بالمجتمعات ومعاصرتها لكافة التطورات في كل الميادين كدراسة تحليلية لهذا البرنامج، ستسلط الضوء على ماهية الصورة التلفزيونية التي عرضها

برنامج الملكة 'ملكة المسؤولية الاجتماعية' عبر أهم القنوات التلفزيونية العربية، وكيف سعى إلى إيصالها بطريقة تبرز فعلا خصوصية المرأة في المجتمع العربي .

انطلاقا من هذا الطرح جاءت هذه الدراسة للوقوف عند دور البرامج التلفزيونية في ترقية صورة المرأة في المجتمع العربي، من خلال معرفة كيف ساهمت الصورة التلفزيونية لبرنامج الملكة في ترقية مكانة ودور المرأة في المجتمع العربي؟

**وللإجابة على هذا السؤال سنحاول معرفة جملة من المعالم وهي:**

- ماهي خصوصية البرامج التلفزيونية التي تجعلها مستقطبة من قبل المرأة، من خلال قراءة لبرنامج " الملكة" وأبرز القنوات الفضائية التي تم عرضه من خلالها.
- ماهي النقاط التي ركز عليها هذا البرنامج خاصة المتعلقة بإعطاء الفرصة للمرأة في عرض مشاريعها التنموية على الجمهور.
- ماهي الاستمالات الإقناعية الموظفة في برنامج ' الملكة' الموجهة لترقية صورة المرأة لدى المجتمع العربي؟
- ماهي أهم القيم والرموز التي حملتها الصورة التلفزيونية لبرنامج الملكة 'ملكة المسؤولية الاجتماعية'؟
- ما هو نوع الصورة التي ظهرت بها المرأة العربية في 'برنامج الملكة'؟

**أ. أهداف الدراسة:**

تتخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته، هذا الأخير الذي يطرح نفسه بإلحاح سواء من ناحية حدثه أو جمعه بين موضوعين لا يقل أحدهما أهمية عن الآخر، ومما يمكن أن يحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها كما ترجع أهمية الدراسة إلى:

- الوقوف عند أهم البرامج التي تعنى بقضايا المرأة في المجتمع العربي.
- تبين أهمية المضامين الإعلامية في ترقية مكانة المرأة في المجتمع العربي، ومدى تأثيرها على الجمهور المتلقي في بناء صورة جيدة عنها.
- معرفة كيفية طرح المادة الإعلامية الخاصة بالمرأة، من خلال تحليل برنامج ' الملكة' ضمن حملة المرأة العربية.

**ب. تحديد المفاهيم:**

- **البرنامج التلفزيوني:** هي فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين.<sup>4</sup>

وتعرف أيضا على أنها : المادة الإعلامية والثقافية والتربوية والترفيهية التي تبثها القنوات.<sup>5</sup>

- **الصورة التلفزيونية:** وحدة تركيبية مؤلفة من جملة من الأدوات الممتزجة والمتفاعلة مع بعضها البعض على المستويين السمعي والبصري، إلا أن تحديد دلالتها ليس بهذه السهولة نتيجة طبيعتها التركيبية ذاتها، والتي تمثل اندماج خطين أولهما خط الخصوصية الحسية الذي يربطها الشعر والموسيقى والرسم،

وثانيهما خط المجاز، أي الأسلوب غير المباشر الذي يقارن بين العوالم محتذيا الدقة في موضوعاته بترجمتها إلى لغة أخرى.<sup>6</sup>

- **برنامج الملكة:** أول برنامج مسابقات للمرأة العربية، تم إطلاقه من خلال حملة " المرأة العربية" التي أطلقتها الاتحاد العام للمنتجين العرب، مطلع مارس 2016 وذلك بعد عشر سنوات من الجهد والعمل على العديد من المشروعات تهدف في الأساس لتحسين صورة المرأة في الإعلام العربي تحت شعار "إعلام واحد من أجل المرأة"، حيث سعت حملة المرأة العربية لتقديم العديد من المشروعات الخاصة بتنمية شأن المرأة في المجتمعات العربية، بينها مشروع " المرأة النموذج" "دراما الأيدي البيضاء" وكالة أخبار المرأة" وغيرها من المشاريع التي تهدف لإعلاء شأن المرأة في العالم العربي. تم الإعلان عن برنامج " الملكة" خلال مونديال القاهرة للأعمال التلفزيونية والإعلام عام 2014 بمشاركة مجموعة من النجوم.<sup>7</sup>
- وتعتمد فكرة البرنامج على لجنة تحكيم مؤلفة من مجموعة من نجوم الوطن العربي ممن لهم تاريخ حافل في النشاط الاجتماعي، بحيث يتم الاختيار بين مجموعة من المتسابقات من جميع الدول العربية، وينتهي البرنامج بتتويج متسابقة واحدة بلقب الملكة ليتم تبني مشروع الفائز وتنفيذه على أرض الواقع بالتعاون مع المؤسسات الاجتماعية في الدول العربية.
- ج. الإطار المنهجي للدراسة:**

1. **نوع الدراسة:** تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية في علوم الإعلام والاتصال، لأنها لا تكتفي بمجرد جمع البيانات وتصنيفها، بل تتعداه إلى تفسير وشرح الظواهر الإعلامية والاتصالية، للوصول إلى شرح مفصل عن الظاهرة محل الدراسة وإعطاء حلول واقتراحات تخدم الإطار التطبيقي لها.<sup>8</sup>

2. **منهج الدراسة:**

عند القيام بأي دراسة علمية لا بدّ من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة لتبيان نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها، كما أن معرفة المنهج المعتمد في الدراسة الميدانية أمر مهم بالنسبة للباحث ذلك حتى يكون على اقتناع تام بالنتائج المتوصل إليها، حيث يعرفه الدكتور محمد غريب عبد الكريم بأنه " الطريق التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة...."<sup>9</sup>

وانطلاقا من أننا نحاول التعرف على دور الصورة التلفزيونية في ترقية مكانة المرأة في المجتمع العربي، فقد استخدمنا منهج المسح الوصفي" الذي يكفل لنا جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية، واللازمة بغرض تحليل واستخدام البيانات وتفسيرها بهدف معرفة الواقع.

3. **أدوات جمع البيانات:**

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث، فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث، لان الاختيار الصائب والأمثل للأداة التي ستعتمد في جمع البيانات، سيساعد في تسهيل جمع البيانات بأكبر قدر ممكن.

علاوة على الاعتماد على المنهج المسح الوصفي، والذي يقتضي وجود كمية كبيرة من البيانات حول الموضوع المدروس، من اجل الوصول إلى نتائج دقيقة لهذا فان طبيعة الأداة المستخدمة تمثلت في: تحليل

المضمون: تعرف اداة تحليل المضمون على أنها عبارة عن أسلوب أو طريقة تستخدم في وصف وتحليل محتويات المصادر والمؤلفات والأقوال، أما موريس أنجرس: فيرى أن تحليل المحتوى تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية، صادرة من أفراد أو مجموعة والتي يظهر محتواها في شكل مرقم.<sup>10</sup>

لذا قمنا بتحليل محتوى برنامج " الملكة " ملكة المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى تحليل طريقة عرض المادة الإعلامية عبر هذا البرنامج، وتحليله شكلا ومضمونا، عن طريق تحديد الأشكال والألوان والمؤثرات الصوتية والكلمات المستخدمة.... الخ.

#### 4. عينة الدراسة: انطلاقا من أن هذه الورقة البحثية تهدف إلى تسليط الضوء على البرامج

الإعلامية التي تخدم فئة النساء وتقوم بتشجيعهن على الإبداع والاستثمار في كفاءاتهن العقلية، فقد قمنا باختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية، لإبراز أهم البرامج وأشهرها في العالم العربي التي تقف بجانب المرأة العربية، لتساعدنا في تحقيق ذاتها وبناء مجتمعاتها لتساهم في الأخرى في بناء الحضارة، وتوصل رسالتها الإنسانية لكافة أطراف المجتمع العربي، وتتقاسم تجاربها ومشاريعها في الحياة مع زميلاتهن من بنات جنسها، في كل أقطار العالم العربي، إذن لم يقتصر تغطية أعمال المرأة ودعم دورها في التنمية على المستوى المحلي الوطني، بل تعداه إلى كامل أقطار العالم العربي، وهذا بفضل إنتاج برامج في هذا الإطار، تطرح مادة إعلامية ثرية وجب الوقوف عندها، ومنه توفرت هذه النقاط في برنامج " الملكة " ملكة المسؤولية الاجتماعية، في إطار حملة المرأة العربية، ويعد إنجازا إعلاميا يحسب في رصيد الإنتاج العربي المشترك، وكان محور دراستنا التحليلية من خلال تحليل محتواه والوقوف عند أبرز الأسماء الجزائرية التي كانت مثالا للمرأة النموذج في المجتمع العربي من خلال أعمالها ومشاريعها البناءة.

#### د. الإطار النظري للدراسة:

##### 1. الصورة والمشهد الإعلامي:

تعتبر الصورة من أدوات الخطاب القديمة – الحديثة التي يستعان بها لتوضيح تأثيرها وغازة ما تحمله من معانٍ وإجابات بما لا تقدر عليه الكلمات، وساهم التطور التقني في إحداث تحسينات في عرض الصورة التي أضحت أبرز وسيلة لإيصال الخطاب والاتصال بين البشر، فبات في استطاعة أي شخص التواصل مع الآخرين صوتا وصورة، لكن السيطرة عُنقدت للصورة على حساب اللغة المنطوقة والمكتوبة، فأضحت لغة الصورة هي المهيمنة في الخطاب المعاصر، بل هي خطاب كامل متكامل.

شهد التعبير التصويري قفزات ومحطات، فعُرفت الصورة الفوتوغرافية بعد أن اخترعت أول كاميرا عام 1839، ثم عُرف الفيديو وكذلك السينما التي بدأت في بداية القرن العشرين من خلال القيام بتحريك الصور بطريقة تتابعية لمحاكاة الحركة الحقيقية، وأضيف الصوت والموسيقى والمؤثرات الصوتية والألوان لصناعة مشاهد درامية صورية وصوتية تخترق حواس الإنسان، وبذلك استطاعة الدراما الهيمنة على العقول على الرغم من اعتمادها على الصورة المتخيلية ، وتطورت بعد ذلك الأفلام السينمائية والتمثيل وغيرها، وساهم اختراع كاميرا التصوير المتحركة(فيديو) في نقل الصورة من الثبات إلى الحركة بالصوت والصورة، ومن

ثم عرفت الصورة التلفزيونية الحية التي عرفها التلفزيون بعد ظهور الأقمار الصناعية ، فاندمجت الصورة المتحركة مع الصوت في ما سمي عصر الصورة الحية المباشرة من مكان الحدث، وعرفت أيضا الأجهزة الذكية التي تحوي كاميرات تصوير متعددة يمكن من خلالها القيام بإجراءات التصوير والإرسال والاتصال المباشر بالآخرين ورؤيتهم، وهناك أيضا الكثير من التقنيات الجديدة بما تحمله الأجهزة الذكية، وليس هذا فحسب ، بل عرفت تقنيات مزج الصورة وتوليفها، فساهم الكمبيوتر في صناعة الواقع الافتراضي الذي يجمع بين جماليات الخيال والواقع في قالب فني مبدع، ومع إمكانية التحكم بالصورة بالتوليف ( المونتاج ) وتغيير حقيقتها بإخفاء جانب منها أو إبرازه، كان للنقل التلفزيوني المباشر مصداقية لا تنافسه فيها وسائل الإعلام الأخرى، من حيث نقل الصورة كما هي على حقيقتها للمشاهد ، وهذا إنجاز آخر يضاف إلى تطور الاتصال الفضائي الذي يربط المشاهد بالحدث لحظة وقوعه عبر الأقمار الصناعية وأجهزة البث المباشر.

## 2. وظائف الإعلام: وتم تحديدها في نقاط الآتية:<sup>11</sup>

- أ- وظائف عامة: الإخبار/ التعليم والتكوين/ الإقناع والتأثير / تكوين الرأي العام/ الإرشاد والتوجيه لاتخاذ القرارات المناسبة/ نقل الثقافات والقيم/ التنشئة الاجتماعية/ الترفيه والتسلية.
- ب- وظائف خاصة: تهيئة المناخ الملائم للتنمية بتوفير مننديات للمناقشة وصنع القرار/ إعلام المتلقي بكل ما يخص القضايا التنموية بجمع المعلومات المناسبة ومعالجتها ونشرها بين الأفراد/ نشر المعرفة التنموية عن طريق تلقين الأفراد مجموعة من المعاني والمفاهيم والمهارات/ نشر الأفكار المستحدثة ودعم التعليم والتدريب في المجال التنموي/ التأثير في الاتجاهات والمواقف كما يمكنها تعديل وتغيير مفاهيم وسلوكيات سلبية إلى الإيجابية منها/ خلق التواصل التنموي في أوساط المجتمع الواحد من جهة وبين الأجيال المتعاقبة من جهة أخرى بنقل القيم من المواطنين الحاليين إلى الأجيال القادمة .

## 3. مميزات البث التلفزيوني الفضائي: وتبرز من خلال هذه النقاط:<sup>12</sup>

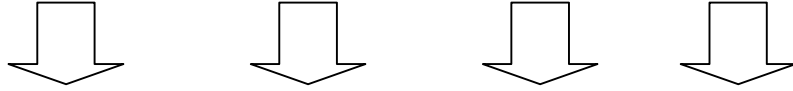
- التلفزيون لديه خاصية التأثير الأكبر على الجمهور لأنه يجمع بين الرؤية والحركة والصوت واللون والجادبية في الوقت نفسه.
- يتميز التلفزيون بالانتشار العالمي بالبث المباشر عبر الأقمار الصناعية، حتى أصبحت القناة الفضائية الواحدة قادرة على الوصول إلى جميع قارات العالم من خلال ستة أقمار فضائية فقط.
- يتميز التلفزيون بأنه متاح دوما في متناول جميع المشاهدين، وبشكل مستمر ومتواصل، ولا يحتاج المشاهد إلى بذل جهد، وإنما يمكنه الاسترخاء والمتابعة.
- يلعب دورا حضاريا وثقافيا في تقريب الشعوب وتواصلها الإنساني بحيث يعتبر النافذة التي يطل منها المشاهد على العالم كله.

## 4. تصنيف البرامج التلفزيونية:<sup>13</sup>

يتم تصنيفها حسب عدة معايير:

- الوظيفة أو الهدف: الإعلام، الترفيه، التعليم، الإعلان.... الخ
- المحتوى أو المضمون: ديني- سياسي- اقتصادي- ثقافي- رياضي- فني- علمي... الخ

- الجمهور: عامة المجتمع، الأطفال، الشباب، النساء، نخبة متخصصة... الخ
- دورية البث: يومي - أسبوعي - شهري - نصف شهري... الخ
- وقت البث: برنامج الصباح، برنامج الظهر، برنامج المساء، برنامج السهرة... الخ
- اللغة: لغة عربية فصحي، لهجة عامية، لغة أجنبية، لغة أجنبية مترجمة... الخ
- الشكل أو القالب الفني: حديث، حوار، تحقيق، مقابلة، ندوة (مائدة مستديرة)، مسابقات، منوعات، برنامج خاص، مجلة تلفزيونية... الخ.



| البرامج التفاعلية:    | تلفزيون الحقيقة:                      | البرامج غير الدرامية:   | البرامج الدرامية:                          |
|-----------------------|---------------------------------------|---|--|
| وتتضمن:<br>تلفزيون    | وتتضمن:<br>الألعاب المباشرة           | وتتضمن:<br>البرامج الدينية  | وتتضمن:<br>المسلسلات/ التمثيليات<br>الواقع |
| برامج تنقل<br>مشاركات | المحاكمات المباشرة<br>الكاميرا الخفية | البرامج الصحية<br>البرامج التعليمية   | حياة                                       |
|                       | للجمهور ذات                           |   | تصويت تفاعلي<br>كوميديا المواقف            |
|                       | الطقوس الدينية                        | البرامج الثقافية<br>المباشرة  | البرامج الحوارية                           |
|                       | النقلات الإخبارية المباشرة            | البرامج الإخبارية   |  |
|                       | التحقيقات المباشرة                    | البرامج الوثائقية<br>برامج المرأة<br>برامج الأسرة والطفل<br>البرامج الخدمية |  |
|                       |                                       |   | البرامج الرياضية                           |

### الشكل 1: يبين تصنيفا مقترحا يضم البرامج التلفزيونية كافة

المصدر: عمار إبراهيم محمد الياسري: البرامج التفاعلية التلفزيونية، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 41.

#### 5. مكونات الصورة التلفزيونية:

قبل أن تتشكل الصورة التلفزيونية، تكون عمليات الإعداد والتصوير، والإنتاج، قد سطرت ما ينبغي تصويره، والإبداع فيه، ومن هنا يبدأ علم الجمال التلفزيوني فعله، ليمتد لمكونات الصورة التلفزيونية بعد عرضها، ويمكن تحديد هذه المكونات تبعا لمكونات العناصر الآتية:

- الشخصيات: تعتبر الشخصيات التلفزيونية، أداة مفتاحية لكل دراسة جمالية، وينبغي الجانب الجمالي للشخصية التلفزيونية على الوجود الفني لها داخل التلفزيون، من خلال الدور الذي تؤديه،



والكيفيات والوضعيات التي تبدو عليها، والألبسة والألوان التي تختارها وتفضلها، وفقا لحالتها النفسية والعاطفية...."<sup>14</sup>.

والحقيقة أن دراسة الشخصيات التلفزيونية جماليا، لا ينصب فقط لدراسة الجمال في الشخصية، وإنما يتعدى ذلك إلى القيمة الجمالية الأخرى في علاقتها بالشخصيات التلفزيونية، كدراسة القبح والفكاهة، والضحك، والظواهر الجمالية الأخرى.

فدراسة مقدم الأخبار جماليا، تختلف عن دراسة مقدم حصة دينية ، ودراسة ممثل في مسلسل أو فيلم، تختلف من هذا النوع التلفزيوني إلى ذلك النوع.

- **المكان التلفزيوني:** يرتبط وجود الشخصيات التلفزيونية، سواء كان المكان فنيا، كالأستوديو أم كان طبيعيا، ويعتبر هذا المكان الركيزة الأساسية للصورة التلفزيونية، ويعتمد جمال المكان التلفزيوني، أو المكان السمعي البصري - حسب طاهر عبد مسلم- على العناصر الآتية:

- **الموقع:** " وهو ما تشغله الأجسام من الفراغ ويكون لها أبعاد موضوعية: تنتظم في أشكال أو هيئات، وبمقدار صلة الموقع بالعوامل الأخرى التي تحقق التأثير الذي يوجد للأجسام من خلال القدرة على التعبير".<sup>15</sup>

وتبرز الصفة الجمالية للموقع من خلال القدرة على التعبير الفني الذي يجعل من الموقع الفني موقعا يكاد يكون مطابقا لما هو عليه في الأصل، ويحصل ذلك من خلال درجة الرضا لدى الجمهور المشاهد. والحقيقة، أن هناك صفة جمالية للموقع المتعلق بالمكان الطبيعي، حيث يكون المنظر الطبيعي، هو ذاته المكان التلفزيوني ويتأسس هذا الطرح مع التطور التكنولوجي، وعمليات البث التلفزيوني المباشر الحي.

- **الاتجاه:** للاتجاه علاقة بالموقع، وينقسم إلى 4 اتجاهات رئيسية هي: الاتجاه الأفقي، الاتجاه العمودي، الاتجاه المائل إلى اليسار، الاتجاه المائل لليمين"<sup>16</sup>، ويتحدد التوظيف الجمالي للاتجاه، بحسب الحالة النفسية للشخصيات التلفزيونية، وبحسب عملية الإبداع في عملية التصوير التلفزيوني.

ولكلا الاتجاهات تأثيرها الخاص للناظر، فالإتجاه العمودي يوحى بالتوازن، والقوة والثبات، والقسوة، ويمثل الإتجاه الأفقي السمو، والكرامة والوقار، والاتجاه المائل انتقالي وحركي يمثل عدم الاستقرار". وإذا كان توظيف الاتجاه في الصورة التلفزيونية عنصرا مهما في جماليات المكان التلفزيوني فإن هذا الاتجاه يأخذ كذلك أهمية أخرى في الصورة التلفزيونية ، المبنية على المنظر الطبيعي، المرتكز على البث المباشر الحي.

- **الحجم:** يعتبر الحجم عنصر أساسي للصورة التلفزيونية، في ارتباطه بالمكان التلفزيوني، فكلما نشاهده عبر الشاشة يعتمد على تركيب وتكوين لأشكال وأحجام ومجسمات.<sup>17</sup> وتبرز الصفة الجمالية للحجم من حيث كيفيات استخدام الأشياء، في ترابطها النفسي مع السياق الفني، لما تعكسه الصورة، فالأحجام الدالة على الغنى تختلف عن الأحجام الدالة على الفقر،...وهكذا.<sup>18</sup>

- **الملمس:** وهو "تعبير يدل على الخصائص السطحية للمواد، وهو خليط جمع بين الإحساس الناجم عن الملمس، والناجم عن الإدراك البصري". يتولد الملمس عبر خاصية الضوء، اللون، الصوت، وينبغي التأكيد هنا على أن الصورة البصرية التلفزيونية، العاكسة للمنظر الطبيعي تحتفظ بالملمس الطبيعي نفسه.
- **اللون:** يختلف استعمال اللون في مجال الفنون، عن استعماله في التلفزيون، من حيث كيفية الإحساس به، ومن حيث الدلالة الرمزية التي يتركها. وبهذا تحاول جمالية اللون، الكشف عن مدى النجاح في استخدام الألوان في التلفزيون، من حيث درجة التجانس، والتناغم، كاستخدام الألوان الأساسية (أحمر، أصفر، أزرق)، والألوان الثنائية المركبة (البرتقالي، الأخضر، الزمردى، البنفسجي)، والألوان الأخرى (الأبيض، والأسود).<sup>19</sup>
- **الزمن:** يعتبر الزمن التلفزيوني من أكثر الأزمنة تعقيدا، على مستوى نظرية الفن، لأنه يحتوي على عدة مستويات وطبقات<sup>20</sup> يرتبط وجود الشخصيات والمكان في التلفزيون بالزمن، إذ لا يمكن الفصل بينهم، ويرتكز البعد الجمالي للزمن على كيفية استخدامه داخل التلفزيون، فيما يخص الأنواع التلفزيونية القائمة على الخيال، كالأفلام والمسلسلات، وكيفية توظيف الأزمنة المعروفة (الماضي، الحاضر، المستقبل) في هذه الأعمال الفنية.
- كما يرتكز البعد الجمالي للزمن التلفزيوني على الزمن النفسي بما يحمله من دلالة، حين يتجلى في الصورة التلفزيونية، مخالفا للزمن الحياتي، وعلى هذا الزمن من خلال البث المباشر، فيكون البث التلفزيوني هو زمن المشاهدة.

#### 6. الوسائل الإعلامية ودورها في النهوض بالمرأة في المجتمعات العربية:<sup>21</sup>

- تعتبر قضية المرأة والإعلام من أكثر القضايا التي تناولتها الدراسات بالتمحيص والمناقشات المستفيضة، وخاصة تلك المتعلقة بصورة المرأة في وسائل الإعلام، وغالبا ما يتم تبادل الاتهامات حول المسؤولية في هذا التنميط الواضح للمرأة وصورتها واهتماماتها ورسالتها في الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ومع أن العديد من الدراسات أكدت أن عدد العوامل في وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها في تزايد مستمر، ولكن المراقب للصورة يلاحظ أنه يطرأ عليه الكثير من التغيرات وإن كانت في تحسين ملحوظ من خلال:
- أن تقوم وسائل الإعلام على تدريب موظفيها لقيادة برامج تهتم بقضايا المرأة إعلاميا وتدريبهم على الكتابة وعلى كيفية تناول قضايا المرأة بحساسية ووعي.
  - ضرورة الوصول لمفهوم وآليات تنسيق وتشبيك بين المؤسسات النسوية والحقوقية والمؤسسات الإعلامية التي تجسد صورة المرأة في وسائل الإعلام للتخطيط والتعاون بما يخدم صورة المرأة.
  - ضرورة الاهتمام بنوعية المضمون الإعلامي المقدم من شكل ومضمون ومدى الاستمرارية والاستدامة في طرح الرسائل الإعلامية المرتبطة بأهداف تنمية المرأة اجتماعيا واقتصاديا وصحيا وتعليميا.
  - تنوع الصورة الإعلامية المقدمة وإبراز قضايا تعكس الواقع وتسلط الضوء على التجارب الإيجابية.
  - الاهتمام بالمناطق المهمشة والمغيبية في وسائل الإعلام، والقضايا المهملة الخاصة بالمرأة.

■ متابعة القضايا الإعلامية الجادة وممارسة دور في التوعية المجتمعية بدلا من تكريس صورة نمطية وتكرارها عن المرأة .

### 7. واقع صورة المرأة في وسائل الإعلام:

حرصت القنوات الفضائية على زيادة وتنمية حجم مشاهديها في الوطن العربي والعالم، في سياق المنافسة بين الفضائيات العربية والعالمية، منفتحة بذلك على ثقافات العالم وحضاراته المختلفة، ومرتكزة على عدة محاور أهمها:

تقديم برامج المرأة العربية على الفضائيات العربية- كغيرها من البرامج- بأساليب مختلفة بشرط أن يكون شكل البرنامج مرتبطا بمضمونه، والتوافق والتناسب بين الشكل والمضمون هو أحد النقاط المهمة لنجاح البرنامج، فشكل البرنامج تحدده طبيعة الموضوع ومضمونه، وتناغمه مع المستوى الثقافي العام للقائمين بالاتصال والمتلقين ونوع المشاهدين، ثم تأتي مسألة اختيار وتحديد الشكل الأمثل الذي يقدم به هذا البرنامج الثقافي أم ذلك، فمن الممكن أن يقدم على شكل عمل درامي أو قالب آخر، منها الإعلان والكاريكاتور والحديث أو الحوار أو المسابقات، أو شكل الندوة أو المجلة التلفزيونية، وغيرها من الأشكال .

من خلال النظر الى واقع المرأة ذاتها تم استخدام صورة المرأة بنموذجين: سلبي وإيجابي، تمثلت الصورة السلبية في الفقر والجهل والجمود والاستسلام والاستكانة واللامبالاة، في مثل هذا النوع قدم الإعلام العربي المرئي "المرأة" في صورتها النمطية، كما قدم المرأة صاحبة الأدوار السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية وإن كان بسطحية شديدة مؤثرا تقديم وتكريس الصورة الشائعة في الأذهان وقدم الإعلام المرئي منه المرأة في صورتها النمطية تلك الصورة التي لا تعني غير المرأة التقليدية، إن معظم الصور التي تقدمها الفضائيات العربية للمرأة تفتقر إلى معالجة الواقع الحقيقي للمرأة في المجتمع، الواقع الحي الذي تواجهه يوميا، فمعظم هذه الصور تقدم المرأة بلا طموحات ولا وجهة نظر في القضايا العامة، ولا حتى مشاكل طبيعية مع محيطها الطبيعي، وأكثر من ذلك تقدمها بلا طموحات شخصية تتجاوز جدران المنزل، والمفارقة التي نجدها في هذا الإطار، هي حتى النساء العاملات يحلمن فقط في المنزل، ولا نجد لهن طموحا خارج المنازل أو في إطار العمل، وتصور المرأة العاملة التي تملك طموحات مشروعة خارج المنزل بأنها مجردة من مشاعر الأمومة، ومعتدية على العادات والتقاليد، وهي تخوض الصراع مع المجتمع الذي لا بد من أن ينتهي بإقرارها بالخطأ الذي ارتكبه، ومن ثم عودتها إلى المنزل من جديد.<sup>22</sup>

ولا بد من الإشارة هنا إلى الأدوار التي أدها المؤتمرات العالمية الخاصة بالمرأة في كوبنهاجن (1980) ونيروبي (1985) وبكين (1995) في الترويج لمعالجة إعلامية أكثر إيجابية لصورة المرأة، ففي مؤتمر المرأة الذي عقد في بكين عام 1995، كانت الصور الإعلامية السلبية للمرأة تقع في أعلى سلم أولويات الوفود المشاركة، حيث تبني المؤتمر برنامجا سمي بمنصة العمل في بكين Beijing Platform of Action حدد فيها اثنا عشر مجالاً فيما يخص وضع المرأة، من بينها المجال الإعلامي، حيث لاحظ المشاركون وجود فرص غير متكافئة أمام المرأة تعيق قيامها بأداء بدور ذي معنى في الحياة العامة للمجتمعات المعاصرة، وتضمن البند (J) من البرنامج هدفين إستراتيجيين فيما يتعلق بوسائل الإعلام:<sup>23</sup>

- **الأول:** الترويج لعرض متوازن وغير متحيز ضد المرأة في وسائل الإعلام.
- **الثاني:** زيادة مستويات مشاركة المرأة في العمل الإعلامي، وفي استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة.

إن دلالة مؤتمر بكين تكمن في التركيز على علاقة المرأة بوسائل الإعلام في محاوره الرئيسية، حيث أكد على أهمية تولي المرأة العديد من مناصب في صناعة القرارات الإعلامية، ودعا إلى إنشاء شبكات إعلامية محلية وقومية وعالمية خاصة بالمرأة لضمان التدفق الدولي للمعلومات، وتبادل الآراء، ومساندة جهود المنظمات النسوية في العمل الإعلامي.

من خلال التعرض لنتائج العديد من الدراسات والأبحاث التي تبنت موضوع صورة المرأة في وسائل الإعلام، نلاحظ إجماع لدى العديد من الباحثين حول قراءاتهم لصورة المرأة العربية في وسائل الإعلام والتي كانت كما يلي:

- **الصورة الأولى:** صورة المرأة التقليدية التي تعيش ضمن العادات والتقاليد القديمة للمجتمع العربي.
- **الصورة الثانية:** صورة المرأة المتحررة جزئياً من بعض تلك العادات والتقاليد والتي أخذت تتبنى بعض أساليب الحياة العصرية زمن بينها التعليم والعمل.
- **الصورة الثالثة:** صورة المرأة الاستهلاكية التي تحرص على اقتناء مختلف السلع الاستهلاكية الغربية المادية وغير المادية منها، وتتبنى أساليب الحياة الغربية.
- **الصورة الرابعة:** صورة المرأة المستبعدة والمسيطر عليها التي تحمل مميزاتاً جداً للعنصر النسائي في المجتمع وتحيزاً واضحاً ضد الرجل، بل تضعه في موقف العداء مع المرأة.
- **الصورة الخامسة:** صورة المرأة الواعية المثقفة التي تهتم بالمشكلات الأساسية للمرأة كالأمية، والتخلف، والعمل والفقر،... الخ، والتي تسعى لممارسة حقوقها السياسية والثقافية والقيام بدور فعال لنهضة المجتمع.

إن صورة المرأة في الفضائيات العربية لا تشكل من خلال مضامين المواد البرمجية المختلفة فحسب، بل وكذلك من خلال الدور الذي يمكن أن تقوم به المرأة في إنتاج هذه المضامين وتقديمها، وأن تحسين صورة المرأة في الفضائيات العربية لا يتم دائماً وبصورة آلية بمنح مناصب قيادية فيها للمرأة أو بالزيادة في عدد العاملات في شتى الاختصاصات المهنية، فقد يكون ذلك عاملاً مساعداً على تحقيق الهدف المنشود، ولكنه لا يمثل شرطاً كافياً لبلوغه وبالتالي فإن الأمر يتطلب جهداً مشتركاً بين الرجل والمرأة من أجل تغيير العقلية وتجاوز الرأي السائد.

## هـ. الإطار التحليلي:

تمثل الإطار التطبيقي لهذه الدراسة في اختيار برنامج " الملكة " ، هو أول فورمات عربية لبرنامج تلفزيوني يبحث عن ملكة للإبداع والتميز، في كافة أقطار الوطن العربي دون تمييز أو عنصرية، في بث عربي مشترك، عدد حلقاته 21 حلقة من إنتاج الشبكة العربية للبث المشترك، بالتعاون مع حملة المرأة العربية ويهدف إلى

تسليط الضوء على النماذج المشرقة من الوطن العربي، فهو موجه إلى المرأة بوجه خاص وإلى الأسرة العربية بوجه عام، وتتخلص فكرته في أنه برنامج تفاعلي تنافسي بين عدد من المشاركات من كافة أنحاء العالم العربي، ينتهي بتتويج امرأة عربية بلقب " ملكة المسؤولية الاجتماعية"، بعد مرورها بعدة اختبارات، ضمن ضوابط ومعايير معينة وصولاً إلى تتويجها بلقب الملكة. ويصاحب البرنامج لجنة تحكيم متخصصة من نجوم الوطن العربي.

### 1- قائمة القنوات المعنية ببث برنامج " الملكة " ملكة المسؤولية الاجتماعية:

ومن هذه القنوات: مجموعة قنوات art، قناة رؤيا من الأردن، والقناة الشرقية من العراق، وقناة الراي من الكويت، وقناة قطر اليوم، وقناة ليبيا الأولى، وقناة ANB وقناة KBC من الجزائر وقناة النهار لكي من الجزائر، وقناة المرأة العربية، وقناة السعيدة من اليمن، وقناة BEZAF TV من المغرب، وقناة الفجيرة من الإمارات وشبكة قنوات النيل، وقناة SAMA TV من سورية، وقناة سيما من مصر وقناة ZEE ALWAN من السعودية.

### 2- تحليل مضمون برنامج الملكة" ملكة المسؤولية الاجتماعية" في طبيعته الأولى:

يستعرض هذا البرنامج مشاركة 40 مشاركة، في مسابقة تدور فحواها حول المشاريع التي تمس قطاع المسؤولية الاجتماعية في البلدان العربية، من الحلقة 1 إلى الحلقة 8 أين يتم تقديمها بشكل مختصر من قبل المشاركات من خلال طرح مشاريعهن على سكان منطقتهم، وعرض أهم النقاط التي يدور حولها المشروع وكذا أهميته التنموية للفرد والمجتمع، للحصول على رد فعل إيجابي ودعم وتفاعل من قبل المتلقين، بعد ذلك يتم تصنيفهن للمشاركة في مسابقة الملكة، والعمل على الحصول على التاج الملكي الخاص بملكة المسؤولية الاجتماعية، وللمرحلة الثانية تنتقل 30 مشاركة، تسمى بمرحلة دخول القصر الملكي، من الحلقة ال9 إلى الحلقة 19، وهي عبارة عن حلقات تنافسية لل30 مشاركة اللاتي حصلن على تأشيرة دخول القصر الملكي، حتى يتأهل منهن 11 مشاركة للمرحلة النهائية، وتصل بعدها 11 مشاركة إلى مرحلة الكرسي الملكي والتتويج، بعد بث حلقتين نهائيتين لتتويج الملكة ووصيفاتها وتم عرض الحلقات على مدى 21 أسبوع.

### أعضاء لجنة التحكيم:

- معالي السفيرة هيفاء أبو غزالة- الأمين العام المساعد لجامعة الدول العربية- الأردن.
- النجم خالد زكي مصر.
- النجم مصطفى فهمي- مصر.
- النجم عبد المحسن النمر السعودية.
- الفنان وليد توفيق – لبنان.

كما تم الاعتماد على نحو 30 فنان عربي شاركوا في هذا البرنامج سواء كانوا كضيوف شرف أو ضمن لجنة التحكيم للدفاع عن المرشحات في المرحلة الثانية ومرحلة القصر الملكي.

من خلال قراءة محتوى هذا البرنامج، نستنتج أنه ركز على المبادرات الجديدة ولم يركز على صاحبات الخبرة في المبادرات الإنسانية، ولأنه كان قد خصص في طبيعته السابقة المسماة " المرأة النموذج " عام 2010

على نماذج من العالم العربي كان لها وجود على أرض الواقع، ومنه انتقل في هذه الطبعة الجديدة في المحتوى على تسليط الضوء على المرأة الشابة والمبادرات الناشئة ودعمها والتركيز عليها وإتاحة الفرصة أمامها لإثبات وجودها في العمل الإنساني التطوعي.

تحصل الملكة على جائزة قيمة، ومعتبرة موزعة كالاتي: 90 ألف دولار للملكة، و60 ألف دولار مناصفة للوصيفتين، بعد الحصول على اللقب تتوجه الملكة لانجاز مشروعها وتعميمه، على مستوى الوطن العربي سعيا من منتجي هذا البرنامج لصناعة مبادرة برامجية إعلامية تلفزيونية لخدمة التنمية في جميع جوانبها.

### 3- مخطط تفصيلي عن تحليل مضمون برنامج " الملكة ":

عينة الدراسة التحليلية: قمنا باختيار العينة الدورية في انتقاء الأعداد الخاصة بالدراسة التحليلية، لسنة 2016، من خلال تسجيل الأعداد المختارة للتحليل، حسب ما هو موضح في الجدول الآتي الذي يمثل عينة الدراسة التحليلية بالفترة والمدة الزمنية لكل عدد.

| عدد البرنامج | السبت | الأحد | الاثنين | الثلاثاء | الأربعاء | الخميس | الجمعة | السبت |
|--------------|-------|-------|---------|----------|----------|--------|--------|-------|
| الأسبوع 1    | *     |       |         |          |          |        |        |       |
| الأسبوع 2    |       | *     |         |          |          |        |        |       |
| الأسبوع 3    |       |       | *       |          |          |        |        |       |
| الأسبوع 4    |       |       |         | *        |          |        |        |       |
| الأسبوع 5    |       |       |         |          | *        |        |        |       |
| الأسبوع 6    |       |       |         |          |          | *      |        |       |
| الأسبوع 7    |       |       |         |          |          | *      |        |       |
| الأسبوع 8    |       |       |         |          |          |        | *      |       |

الجدول (1) يوضح عينة الدراسة التحليلية الخاصة ببرنامج 'ملكة المسؤولية الاجتماعية على قناة النهار لكي الجزائرية

المصدر: من إعداد الباحثة.

يوضح الجدول أعلاه الطريقة التي تم استخدامها في اختيار مفردات العينة التحليلية الخاصة بهذه الدراسة حيث قمنا بانتقاء عدد 1 من كل أسبوع، مما جعلنا نغطي كل أيام الأسبوع على مدار شهرين من بث هذا البرنامج بمعدل 4 حصص في الشهر، ليصل إجمالي مفردات هذه العينة الدورية 8 حصص من برنامج " الملكة / ملكة المسؤولية الاجتماعية".

| المحور                             | التحليل  |
|------------------------------------|--|
| فكرة البرنامج                      | خاص بالمسابقات الفكرية خاص بفئة النساء   |
| اسم البرنامج                       | "الملكة" ملكة المسؤولية الاجتماعية   |
| الوظيفة أو الهدف منه               | التثقيف/ التوعية/ خدمة المجتمع المدني/ البحث عن كفاءات نسوية في العالم العربي ودعم مشاريعها التنموية / إبراز دور المرأة العربية في التنمية .     |
| اللغة المستخدمة                    | اللغة العربية الفصحى   |
| شكل البرنامج/ القالب الفني         | برنامج تلفزيوني اجتماعي تنافسي في شكل برنامج مسابقات   |
| الشخصيات التي ظهرت في هذا البرنامج | مقدمة البرنامج " سفيرة المرأة العربية"/ الشخصيات المشاركة حيث تمر خمس مشاركات في كل حلقة/ أعضاء لجنة التحكيم من فنانيين ومشاهير في العالم العربي |
| مكونات الصورة التلفزيونية          | الرموز التكنولوجية/ الرموز الإنسانية   |
| الجمهور المستهدف                   | المرأة العربية بشكل خاص وأفراد المجتمع بصفة عامة   |

### الجدول (2): يوضح المحاور الشكل والمضمون لبرنامج " الملكة"

المصدر: من إعداد الباحثة.

كان ولازال الإعلام هو المدرسة التي تتلقى منها الشعوب ثقافتهم ومعلوماتهم فهو يرافق المتلقي دقيقة بدقيقة، ووسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي أكثر الوسائل تأثيراً في حياة الشعوب ولأهمية دور الإعلام في ترقية دور المرأة العربية في المجتمع أطلق برنامج "الملكة"، هو برنامج اجتماعي يعالج قضايا المرأة العربية من بعد جديد ويركز على النساء العربيات اللواتي تميزن بعطاء سخي للمجتمعات ويعرض صورة حية نموذجية للخطوات والمراحل التي تجاوزت فيها المرأة الصعاب والعراقيل لتحقيق نجاحها وتميزها في كثير من المجالات الحيوية، يهدف هذا النوع من البرامج التلفزيونية لتسليط الضوء إعلامياً على نشاطات القطاع الإعلامي الذي يدعم الخدمة العمومية في هذا الإطار، خاصة إذا تعلق الأمر بالمرأة العربية النموذج، من خلال طرح مشاركتها في هذا البرنامج عبر ريبورتاج عن كل امرأة عربية شاركت في هذا البرنامج تشرح فيه مشروعها التنموي الخاص بالمسؤولية الاجتماعية، وهو برنامج مسابقات يحفز المرأة العربية على المنافسة مع نظيراتها من النساء الفاعلات في المجتمع، أطلق اسم " الملكة " على هذا البرنامج سعياً منه على إعطائها مكانة مرموقة وعالية بين أفراد المجتمع لإدراك القائمين على إنتاج هذا البرنامج بأهمية ودور المرأة في التنمية. يهدف هذا البرنامج لتوعية المرأة العربية بأهمية دورها الريادي في العالم العربي انطلاقاً من طرح المسؤولية الاجتماعية التي تتحلّى بها، لأنها تسعى دائماً للحفاظ على أفراد أسرتها ومجتمعها من خلال المشاريع التنموية التي تقدمها والتي تم عرضها من خلال هذا البرنامج تشجيعاً منه على الأخذ بيدها ومساعدتها في تطوير هذه المشاريع الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

انطلاقاً من كون برنامج "الملكة" يخاطب المرأة العربية، ويعمل على إقناعها بدورها التنموي في المجتمع ومكانتها فيه، فقد تم الاعتماد على شخصيات لها تأثير قوي في المرأة العربية، شخصيات لها مكانة ودور تأثيري في العالم العربي، انطلاقاً من مقدمة البرنامج " سفيرة المرأة العربية رحاب زين الدين" التي تتمتع بمكانة متميزة لدى النساء العربيات اللاتي يعتبرنّها مثالاً للمرأة المعطاءة، وقد قامت بتقديم النسخ السابقة للبرامج

الخاصة بحملة الأيدي البيضاء، والتي يدور محتواها حول ترقية دور المرأة العربية من خلال الحديث عن المرأة النموذج في هذه المجتمعات، وإبراز مكانتها في المجتمع، كما اعتمد البرنامج على شخصيات فنية من الدراما السورية والمصرية واللبنانية، وشاركة من خلال هذا البرنامج 30 امرأة من العالم العربي، تتوفر فيهن شروط المشاركة، لتنتقلن الى مرحلة القصر الملكي، تتمتعن بشخصيات ريادية في مجتمعاتهن كما لهن سيرة ذاتية حافلة من الإنجازات، وتتمتعن بخبرة ثقافية وعلمية تؤهلن لهذا الدور.

انطلاقاً من قراءة معطيات الجدول أعلاه، نستنتج أن برنامج " الملكة " اعتمد على اللغة العربية الفصحى، وهذا إن دل على شيء فهو يدل على الأهمية البالغة للكتابة للتلفزيون، خاصة في دول العالم النامية فهو العنصر الأول الهام في إعداد المضمون الثقافي والإعلامي والدرامي والعلمي والترفيهي، الذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخطة العامة للدولة، الاجتماعية، الثقافية والسياسية، حيث يحدد مسبقاً الدور الخاص للإعلام بصفة عامة والدور المحوري للتلفزيون بصفة خاصة. بالإضافة إلى أن الكتابة للإذاعة والتلفزيون في كتابة متطورة ونوع من أنواع الإبداع الفكري والفني، وجوهه أو أساسه الخبر والمعلومة والواقع الاجتماعي، كما أن المعلومات والأخبار والبرامج تستخدم الصورة المرئية في الكتابة، أن الكاتب للتلفزيون يكتب من خلال ثنائية الصورة والكلمة ليعبر عن الواقع السياسي والثقافي والاجتماعي عن طريق الصورة التلفزيونية.

| أساليب خاصة بالمقدم أو المذيع             | أساليب المواد الإعلامية   |
|---|---|
| الصوت                                     | الأساليب العاطفية /شعارات استعارة/ استمالات التخويف/<br>تشبيه                               |
| العبارات اللغوية                          | تقديم إحصاءات وبيانات   |
| المظهر                                    | عنصر التشويق في صياغة المادة الإعلامية  |
| الجاذبية                                  | الاستعانة بقيادة الرأي من أخصائين ومشاهير   |
| الثقة في النفس                            | أسلوب صياغة المادة الإعلامية والاستعانة بالوسائط المتعددة<br>من صور وفيديوهات ومؤثرات صوتية |
| مهارات الاتصال قراءة / كتابة/ تحدث/ إنصات | أسلوب الإخراج من خلال استخدام الخدع السينمائية  |

### الجدول(3): الأساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج " الملكة "

المصدر: من إعداد الباحثة

وكتعريف للاستمالة الإقناعية هي العملية التي نقوم بها للتأثير في الآخرين عن طريق استخدام مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والنوازع النفسية والميول والرغبات لتقبل ما تقدمه لهم من أفكار وآراء أو للقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة.<sup>24</sup>

انطلاقاً من القراءة المتأنية لمعطيات الجدول أعلاه يتضح لنا، أن برنامج " الملكة "، اعتمد على إبراز مهارات الصوت الواضح والفصيح باستخدام اللغة العربية الفصحى، ويتجلى ذلك من خلال استخدام مقدمة البرنامج " سفيرة المرأة العربية رحاب زين الدين " لأقوال الشعراء الذين تغنوا بالمرأة الرائدة مثل زنوبيا، وبلقيس وكليوباترا، كما لعب المظهر الخارجي لمقدمة البرنامج الذي تميز بالأناقة والاحتشام ليبدل على أخلاق المرأة العربية، وكذا قوة جاذبية المقدمة من خلال نبرة الصوت، التي تلفت انتباه المتلقي، وتوحي إلى الثقافة والعلم، مما عزز ثقة النفس لديها، وجعلها تتحدث باسم كل النساء العربيات لأنها أكثر إطلاعاً على أحوالهن



من خلال نشاطاتها الدائمة والمتواصلة في دعم المرأة العربية، وأيضا من كونها سفيرة المرأة العربية، وما يلاحظ عنها أيضا أنها متمكنة من مهارات الاتصال من قراءة وكتابة وتحدث وطريقة الحوار من خلال طريقة الحوار بينها وبين المشاركات، أما فيما يخص المضمون الإعلامي فقد ركز على الأساليب العاطفية في إقناع المتلقي بدور المرأة، انطلاقا من كونها عنصر حساس وعاطفي، من خلال مخاطبة الغريزة لديها من خلال حبها لعمل الخير وإصلاح المجتمع ودعوتها في أن تكون فردا فاعلا في المجتمع، ويتجلى ذلك من خلال استخدام شعار المرأة العربية "إعلام من أجل المرأة" ويظهر ذلك في كل حلقات البرنامج، لترسيخه لدى المتلقي، اما استخدام الشعارات والرموز عادة يشير إلى انتقاء تعبيرات وكلمات تحظى برصيد أوفر في عقول ونفوس المتلقين، فالشعارات تعتمد على تبسيط الفكرة المدخل لعملية التفكير، واختزال مراحلها المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط، مما يجعل المتلقي ينقل الشعارات والرموز دون ان يمر بمرحلة التفكير، وبشكل يسهل حفظها وترديدها، مشحونة بمؤثرات عاطفية، عن طريق استخدام كلمات براقية التي لا تحدد المعنى الدقيق لها في الموقف الاتصالي،<sup>25</sup> أما الرموز ما هو متفق عليه كخلاصة للتجارب الإنسانية، لها مدلول عام متفق عليه وتستقى من التراث الشعبي، والقيم الإنسانية، التراث الديني... الخ.<sup>26</sup>

بالإضافة إلى تقديم المشاركات بأسلوب أدبي راقى يعتمد على استخدام الأساليب اللغوية من تشبيه المرأة بالملكة، وأسلوب التخويف من خلال طرح المشاكل التي مست المجتمعات العربية، كثيرا ما تلجأ وسائل الإعلام الجماهيرية إلى استخدام الرسائل التي تثير خوف المتلقي بهذا الشكل،... وكثيرا ما نخيف الناس من الأمراض الخبيثة حتى يسارعوا بعرض أنفسهم على الطبيب في الوقت المناسب"<sup>27</sup>، والتي لا بد من إيجاد حلول لها بصفة مشتركة بين أفراد المجتمع ولا بد أن يكون للمرأة دور في ذلك من خلال تحسيسها بخطورة الوضع، في حين كان الاعتماد على الأساليب العقلية مقتصر فقط على تقديم إحصائيات ومعلومات حول مواضيع المشاريع التي قدمتها المشاركات مثال عن ذلك عدد المصابين من الأطفال بالتوحد، السرطان، عدد المدمنين على الكحول... وغيرها من المعلومات والإحصائيات التي تم تقديمها لتدعيم هذه المشاريع والوقوف على خطورة هذه المواضيع التي وجب علاجها، أما النقطة المتعلقة بالاعتماد على المشاهير وقادة الرأي فنستشف ذلك انطلاقا من حلقات البرنامج الخاصة بمرحلة الكرسي الملكي، أين تم استضافة مشاهير من العالم العربي، لديهم قاعدة جماهيرية كبيرة لدى الجمهور العربي خاصة فئة النساء، هذا وتم الاعتماد على إدخال الوسائط المتعددة في صياغة مضمون هذا البرنامج، ويتجلى ذلك من خلال إبراز الشعار المصور لحملة المرأة العربية طيلة حصص البرنامج، للإشارة على أن هذا البرنامج ضمن سلسلة البرامج التي سطرته حملة المرأة العربية، استخدام صورة التاج الملكي، للدلالة على اسم البرنامج بالإضافة إلى صور متحركة لقصر ملكي ثلاثية الأبعاد تم عرضها انطلاقا من جنيريك البرنامج بداية بمدخل القصر عبارة عن بوابة ذهبية كبيرة، دخولا إلى داخل القصر أين تم تصوير الحلقات الثمانية الأولى الخاصة بتقديم المشتركات، وتم التركيز في زاوية التصوير على البداية من الأسفل إلى أعلى القصر، للوصول إلى الطابق الأول منه، مما يدل على أن هذه الحلقات الأولى خاصة بالمرحلة الأولى لتأهل المشتركات، بالإضافة إلى استخدام المؤثرات الصوتية من مقاطع موسيقية كلاسيكية راقية، تدل على هيبة المكان وقيمة البرنامج ودرجة أهميته، أما أسلوب الإخراج كان

بالاعتماد على الخدع السينمائية انطلاقاً من تركيب مدخل القصر للولوج إلى داخل القصر الذي يعبر عن صورة حقيقية له في حين أن الأولى عبارة عن صور ثلاثية الأبعاد تمت صناعتها من قبل مختصين في برمجيات الحاسوب.

#### 4- نتائج الدراسة: كيف طرح برنامج الملكة صورة المرأة للمتلقي:

من خلال تحليل معطيات برنامج الملكة، الذي ساهم بشكل كبير على صياغة أسلوب إقناعي قوي، يتحدث عن المرأة العربية، بشكل راقٍ أدبي وفكري، ويضعها في مكانها المناسب في المجتمع، انطلاقاً من تقديمها على أنها أحد الفاعلين في بناء تنمية اقتصادية واجتماعية، وطرح دورها في المسؤولية الاجتماعية التي كان لها الدور الكبير في معالجة العديد من قضايا المجتمع من الآفات الاجتماعية، والأمراض المزمنة الخاصة بفترة الأطفال، بالإضافة إلى مشاريعها التي سعت لنشر السلوك السوي اتجاه البيئة، ودورها في حملات التوعية، جاءت هذه المشاريع في شكل مبادرات إنسانية تسلط الضوء على أهم نقاط المسؤولية الاجتماعية، حيث أطلق هذا البرنامج على هذه المبادرات أسماء توحى لأهميتها في المجتمع، منها "سفراء الإيجابية" في إطار تقديم الدعم الاجتماعي لأمراض السرطان، مبادرة "من الشارع إلى الحياة" تهدف هي الأخرى إلى مساعدة المحتاجين من إعانة طبية اجتماعية في إطار جمعية القلوب الرحيمة، مبادرة "لست وجدك في مرضك" تسلط الضوء على مرضى السرطان ودعمهم من الجانب الإنساني والمعنوي من خلال مجموعة من النشاطات، نساء جمعت بين جمال الحكمة والأدب والفلسفة، فطرحتها لخدمة المجتمع العربي لترتقي به، يتم عرض التأهيل العلمي لكل مشاركة وقراءة في مشوارها التنموي، وأهم الإنجازات التي قدمتها لخدمة المجتمع، مع إبراز عملها الحالي وشرح لمبادراتها التنموية، وفق إستراتيجية واضحة المعالم ومحددة الأهداف، مما يميز المرأة العربية بأعمالها لأن المرأة قادرة على العطاء واضعة نصب أعينها مقولة المتنبي "أنا الذي نظر الأعمى إلى أدبي وأسمنت كلماتي من به صمم" لتواصل بخطواتها الثابتة إبداعها في حقل التنمية الاجتماعية.

#### 5- توصيات الدراسة على ضوء النتائج التي توصلت لها:

- تحسين صورة المرأة في المجتمع والقضاء على المفاهيم التي تؤدي إلى التمييز بين المرأة والرجل من خلال صياغة برامج تلفزيونية هادفة وتميز بطابع علمي راقٍ يخاطب النساء المثقفات.
- تحسين صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام بهدف إزالة الصورة المبتذلة للمرأة مع دعم عملها كحق أساسي للإسهام في التنمية.
- رفع مستوى مشاركة المرأة في الحياة العامة والسياسية والتنموية عن طريق منح المرأة حق المشاركة في اتخاذ القرار.
- دعم دور المرأة في عملية التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الواحدة لما في ذلك من أثر على التنمية للمجتمع والقضاء على ظواهر اجتماعية سلبية.
- بيان الآثار الإيجابية لعمل المرأة.
- إنتاج مواد إعلامية لمحاربة الأمية والجهل.
- إنتاج مواد إعلامية تثقيفية تعليمية للمرأة تتلاءم مع فئات المرأة المخاطبة.

■ زيادة حصص المبدعات في الإعلام، ونشر مضامين إعلامية من شأنها رفع الوعي الحضاري بدور المرأة في بناء المجتمع بالإضافة إلى توعية المرأة في حد ذاتها بمكانتها الاجتماعية من خلال مخاطبة العاطفة لديها ودعوتها للمشاركة في تنمية المجتمع.

■ بناء إستراتيجية إعلامية من شأنها تكوين إعلاميين في إطار تحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام وترقية دورها في المشاريع التنموية من خلال عرض أبرز إنجازاتها، وذكر نماذج رائدة في هذا المجال.

### خاتمة:

نستخلص من خلال هذه الورقة البحثية ، أنه حان الدور على مؤسسات التنشئة الاجتماعية على تغيير نظرتها للمرأة، انطلاقاً من صياغة إستراتيجية إعلامية قائمة على تعديل صورة المرأة لدى المجتمعات العربية، وتغيير مضامينها الإعلامية بما يتوافق وذلك، واستغلال المرأة للوصول إلى قاعدة جماهيرية من خلال استخدامها في الإعلانات، لأن لها أدوار أهم من أن تعرض في ومضة إخبارية، كما لا بد لوسائل الإعلام العمل على إتاحة مضامين تسعى لرفع مستوى الوعي الحضاري بدور المرأة في المجتمع على أنها أحد العناصر المهمة في تنمية المجتمعات، وهذا لا يكون إلا بمواجهة المضامين التي جلبتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة التي غيرت صورة المرأة في المجتمعات العربية، لتضرب هذه التكنولوجيا قيم وعادات وأعراف المجتمعات العربية عرض الحائط، متغنية بشعارات العولمة والرقى والانفتاح على حضارة الآخر، لأنها تنظر إلى هذه المجتمعات على أنها كتلة واحدة عبارة عن دول العالم الثالث، هذا الاختراق الفكري دعا وسائل الإعلام العربية إلى إنشاء اتحادات إعلامية تعمل في إطار إنتاج إعلامي مشترك، جاءت ضمنه العديد من المشاريع للنهوض بصورة المرأة في هذه المجتمعات ودورها الريادي، من خلال عرض تجارب حية في هذا المجال، والقائمة طويلة فهي الأم وهي الأخت وهي المعلمة وهي الأستاذة وهي الطيبة وهي المجاهدة وهي .... وهي الخ، هو نموذج وجب الإقتداء به وتطبيق نماذج مشابهة في قطاع الإعلام تدعم الصورة الإيجابية عن المرأة العربية، ونختم بحديث "الرسول صلى الله عليه وسلم": في خطبة حجة الوداع «أوصيكم بالنساء خيراً» وقوله أيضاً: « وما أكرمهن إلا كريم وما أهانهن إلا لئيم » .

## قائمة المصادر والمراجع:

- <sup>1</sup> - عبد القادر بن الشيخ، محمد حمدان: الجمهور العربي والبنث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 42، تونس، 1998، ص 199.
- <sup>2</sup> - أديب خضور: التلفزيون والمجتمع، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000، ص 22.
- <sup>3</sup> - ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة المتخصصة، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 276.
- <sup>4</sup> - فهد الشميمري: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ص 221.
- <sup>5</sup> - Jack , Postili :Je l'ai vu a la télé, édition cour pers, 2001, p322.
- <sup>6</sup> - نعيم اليافي: مقدمة لدراسة الصورة الفنية، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1992، ص 41.
- <sup>7</sup> - الموقع الإلكتروني: [www.thequeen.tv/view/180](http://www.thequeen.tv/view/180) تم زيارة هذا الموقع بتاريخ 2017/12/16
- <sup>8</sup> - سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، د.ط، دار الفكر، القاهرة، 1976، ص 123.
- <sup>9</sup> - محمد غريب عبد الكريم: البحث العلمي-التصميم، المنهج، الإجراءات، دار الطليعة، بيروت، 1984، ص 37.
- <sup>10</sup> - يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، دار طاكسينج توم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 6.
- <sup>11</sup> - حمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2001، ص 340.
- <sup>12</sup> - هدى بو عبد الله، تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوية بعنابة، رسالة لنيل شهادة الماجستير تخصص إعلام، قسنطينة 2009/2008 ص 87.
- <sup>13</sup> - فهد الشميمري: مرجع سبق ذكره.
- <sup>14</sup> - Bruno, Braure:La question dramaturgiquedanssenso, in :Théorème, Classicismeet subversion,1-1990, Publication de la Sorbonne nouvelle.
- <sup>15</sup> - طاهر عبد مسلم: عبقرية الصورة والمكان، ط1 دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 41.
- <sup>16</sup> - المرجع نفسه، ص 42.
- <sup>17</sup> - المرجع نفسه، ص 42.
- <sup>18</sup> - PILO, Mario: La psychologie du beau et de l'art, traduit de l'italien par auguste dietrch. Ancienne librairie germs bailliere, 1985,p17.
- <sup>19</sup> - طاهر عبد مسلم: مرجع سابق، ص 49.
- <sup>20</sup> - François , Jost: Introduction à l'analyse de la television, Ellipses, édition marketing. Paris. 1999. P.35
- <sup>21</sup> - موقع الحوار المتمدن: [www.m\\_ahewar.org/](http://www.m_ahewar.org/) /12/06/2017
- <sup>22</sup> - الجمعية العربية للمسؤولية الإعلامية: دراسة حول قضايا المرأة في الإعلام العربي، الإعلام المسؤول، 2014، ص 14.
- <sup>23</sup> - المرجع نفسه، ص 51.
- <sup>24</sup> - محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الرابع، القاهرة، 2003، ص 260.
- <sup>25</sup> - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين سيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 2002، ص 188.
- <sup>26</sup> - جيهان أحمد رشق: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، 1978، ص 465.
- <sup>27</sup> - محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 262.