"الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام وظهور الصحافة النسوية في ضوء تطور الحركات"

الدكتورة:فضة عباسي بصلي
قسم علوم الإعلام والاتصال
جامعة باجي مختار – عنابة-

الملخص:

يهدف هذا المقال إلى إبراز معنى الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام التي دفعت الحركات النسوية إلى الاهتمام بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمرأة، ومن ثم طرح رؤية بديلة للصحافة تجاه انشغالاتها المرأة وكيفية معالجتها وذلك من خلال الصحافة النسوية.

Résumé :

Cet article a pour but de définir l'image stéréotypée de la femme dans les médias, et son influence sur l'intérêt qu'a porté les mouvements féministes à l'étude de la relation femme – médias, en proposant une approche alternative à l'égard des préoccupations de la femme et la façon dont elles doivent être traitées et ce à travers la presse féministe.

I- الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام :

إنّ النّسبة العظمى من الصّور المتراكمة الّتي تتكوّن في أذهاننا عن العالم من حولنا نستقيها بالدّرجة الأولى من وسائل الإعلام المختلفة... بل هي الّتي تصنع لنا الصّور وتصوغها وتؤطرها بطريقتها الخاصّة[1].

وتعتبر الصورة عموما اصطلاحا يشمل التشبيه والمجاز، وكما هي بصرية، تكون سمعية ذهنية[2]. وتعتبر في علم النفس "إعادة إنتاج عقلية، ذكرى لتجربة عاطفية، أو إدراكية غابرة ليست بالضرورة بصرية"[3]. مثلما هي أسلوبيا تمثيل أو "تشخيص بعرض لغوي بين شيئين أو أمرين اثنين"[4].

لكلّ نظرته ومبرراته حسب الزاوية الّتي ينظر منها، أو حسب قيمه الّتي ينظر إلى الآخرين من خلالها، يصور ما شاهد وما انطبع في ذهنه أو ما تخيل من السماع... وإن اختلفت درجة الصدق والواقعية فيما تنقله الكتابات من صور للإنسان والمكان واقعا ووضعا فإنّ الأثر يبقى موجودا في القراء المعاصرين واللاّحقين أيضا، رغم أنّه قلما تكون الصورة صادقة أمينة... بل كثيرا ما تختلط الحقائق فيها بمزاعم لا أصل لها[5]. وتختلف لذلك طبيعة الصور سلبا أو إيجابا، كما تختلف ألوانها، مثلما تتأرجح في ذلك بين واقعية خالصة وما يداخل واقعيتها، من خيال كثير وتأويل، حيث يلعب فكر الكاتب وميوله أيضا دورا مهماً في التعامل مع الواقع الّذي قد يحوِّر فيه، أو ينطلق منه لبناء صورة خيالية، أو نموذج مثالي[6]. كما أنّ عملية تكوين الصور (المعاني) ممتدة ومعقّدة، لها قوانينها الفكرية والنفسية والاجتماعية والاتصالية[7].

وقد شهدت السّنوات الأخيرة نموّا في استخدام مفهوم الصّورة الذّهنيّة في العديد من مجالات الدّراسات الاجتماعيّة. ويشيع استخدام هذا المفهوم في الدّراسات الاتّصاليّة بشكل أوسع، نظرا للعلاقة الوثيقة بين هذه الدّراسات ومختلف مجالات الحياة السّياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة، حتّى أصبح الاتّصال بمختلف مستوياته ووسائله عنصرا رئيسيّا في صياغة الحياة الإنسانيّة المعاصرة[8].

والصورة الذهنية هي حاصل الانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد إزاء أي شيء يمكن أن يكون له تأثير على حياتهم، وتتكون هذه الانطباعات نتيجة تفاعل معرفة الإنسان بما حوله من مكان وزمان وجيران وأصدقاء وموقع من العالم الخارجي، ومعلومات تاريخية واجتماعية وغيرها[9].

ويرى "***العويني***" أنّ هذه الصّورة متّصلة اتّصالا وثيقا بالاتّجاهات والمواقف والاستجابات العمليّة الّتي يتعامل بها الإنسان مع الأشياء والأشخاص من حوله في واقع الحياة. وهي تؤثّر في حكمه على الأشياء والأشخاص باعتبارها تشكّل جزءا من إطاره الدّلالي وفي نفس الوقت فهي عبارة عن قوالب جامدة جاهزة تحدّد الاتّجاه الفكري لإدراك الإنسان للأشياء والأشخاص[10].

وتتكون الصورة الذهنية لدى الإنسان تجاه شخص أو شعب معين كما يرى "***سكوت***" « **W.A.Scott** » من ثلاثة عناصر متميزة هي :

1- مجموعة الصفات المعرفية الّتي يستطيع أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية.

2- العنصر العاطفي المطلق بالميل لذلك الشيء أو النّفور منه.

3- العنصر السلوكي المتمثل في مجموعة الاستجابات العملية تجاه ذلك الشيء، والّتي يرى الفرد ملاءمتها له وفقا للصفات الّتي أدركها في ذهنه[11].

إنّ أهميّة الصّورة النمطيّة في حياة الإنسان لا تقتصر على كونها مجرّد إدراك ذهني جامد للأشياء والأشخاص، في حقيقة الأمر، متّصلة اتصالا وثيقا بالاتّجاهات والمواقف والاستجابات العمليّة الّتي يتعامل بها الإنسان مع الأشياء والأشخاص من حوله في واقع الحياة. وبقدر ما تؤثّر الصّورة النمطيّة - والّتي هي عبارة عن قوالب جاهزة لا تستدعي الإجهاد الفكري — في إدراك الإنسان للأشياء والأشخاص، فإنّها تؤثّر - من جانب آخر- في حكمه على تلك الأشياء وأولئك الأشخاص لأنّها تشكّل جزءا من إطاره الدّلالي[12].

فالصّورة الذّهنيّة جزء من الطّبيعة الإنسانيّة. ولذلك فإنّ الإنسان كما يرى ***القدري حنفي*** يسعى إلى التّصنيف النّمطي للأشخاص والأشياء من حوله لما لهذا التّصنيف من وظائف نفسيّة، ويعرضها حنفي في ثلاث أمور هي :

1 - يحقّق هذا التّصنيف للفرد قدرا كبيرا من اقتصاد الجهد لما يقدّمه من أطر عامّة جاهزة تكفل له التّعامل مع الآخرين والتنبّؤ بسلوكاتهم دون إمعان النّظر في خصائصهم الفرديّة.

2 - يضيّق من نطاق الجهل في التّعامل مع الآخرين وذلك بما يقدّمه من معرفة مسبقة بما يمكن لأن تكون عليه صورة الآخرين خلال تعاملهم معه.

3 - إنّ عمليّة التّصنيف بما تتضمّنه من تعميم وتجريد واختزال إنّما تحقّق هدفا أساسيّا من الأهداف التّوافقيّة للعلّة أو المعرفة الإنسانيّة بعامّة[13].

وتتّسم الصورة النمطية بسمة بارزة هي نزوعها إلى الثبات والتكرّر دون تغيّر. لذلك فإنّ الصورة النمطية لشخص ما- كما يقول "***منس***" - هي صورة ثابتة، بالمقارنة مع الصورة الّتي تتغير تبعا للظروف والملابسات الواقعية[14].

والنمطية هي معتقدات معرفية تربط جماعة من الناس لهم بعض الخصائص المعينة. فهي نوع من الوعي الوظيفي للنظام الثقافي تتموقع في حدود الشعور واللاّشعور. والنمطية تدفع إلى تشويه المعرفة الموجودة لدينا تجاه الآخرين[15].

في الاقتصاد، يطلق التنميط على ظاهرة في الحضارة الغربية، وهي أنّ كثيرا من المنتجات الحضارية تصبح متشابهة ونمطية بسبب الإنتاج الصناعي السلعي الآلي الضخم (عكس المنتجات الحضارية في المجتمع التقليدي حيث نجد أنّ لكل شيء مصنوع شخصية مستقلة تستمدها من شخصية منتجها الّذي صنعها بيديه).

والتنميط في المنتجات الحضرية يؤدي إلى التنميط في أسلوب الحياة العامة والخاصة فيقضي الإنسان حياته في سلسلة محكومة من روتين يومي منظم بمواعيد دقيقة ومتتالية معروفة مسبقا[16].

كما تعتبر الصورة النمطية تعميمات مؤسَّسة على الشائعات أو الآراء لا تستند إلى براهين علمية تجريبية. ولذلك فهي تبنى على أوهام أو معلومات غير دقيقة، أو خيالات ذاتية تكونت لدى الإنسان أو الجماعة من خلال التجارب السابقة والخبرات وعن طريق التلقي من وسائل الاتصال والإعلام. ومن طبيعة الصورة النمطية – على هذا الأساس– أنّها محملة بالمشاعر الذاتية، ومشحونة بالعواطف الّتي يصعب تغييرها أو تنفيذها بسهولة ويسر[17].

وتتّفق الدّراسات العربيّة حول الصّورة الذّهنيّة والنّمطيّة مع نظيراتها الغربية في تحديد مفهوم هذا المصطلح. ففي المورد لـــ: ***منير بعلبكّي***، يرد تعريف **image** بأنّها الصّورة أو الانطباعة الذّهنيّة ، وتعني **(stéréotype)** الشّيء المكرّر على نحو لا يتغيّر، أو الشّيء المتّفق عليه مع نمط ثابت أو عام، وتعوزه السّمات الفرديّة المميّزة. أو الصّورة العقليّة الّتي يشترك في حملها أفراد جماعة ما، وتمثّل رأيا مبسّطا إلى حدّ الإفراط المشوّه أو موقفا عاطفيّا (من شخص أو عرض أو قضيّة أو حادثة)[18].

وتعد وسائل الإعلام – بمختلف أنواعها – من أهمّ القنوات الّتي تسهم في تكوين الصّورة النّمطيّة في أذهان النّاس. وتكتسب هذه الوسائل أهميّة كبرى في مجال تكوين الصّورة النّمطيّة في حياتنا المعاصرة بسبب انتشارها الواسع، وامتدادها الأفقي والرّأسي، وقدرتها البالغة على الاستقطاب والإبهار واستيلائها الطاغي على أوقات النّاس، ومنافستها الشّديدة للمؤسّسات الاجتماعيّة الأخرى في مجال التّأثير الجماهيري[19].

يعدّ الصحفي الأمريكي **« Walter Lippeman »** أول من تناول موضوع النمطية في كتابه المشهور ***"الرأي العام"*** الّذي نشر لأول مرة سنة 1922م[20].

وتعتبر الباحثة الأمريكية **Betty Friedan** أوّل من درست "صورة المرأة في وسائل الإعلام"، كما تعتبر الأولى التي أشارت إلى التمييز ضد النساء في وسائل الإعلام الجماهيري في مؤلفها: **« femme mystifiée »** بعنوانه الأصلي **« the féminine mystique »** الصادر عام 1963 بنيويورك، والّذي نُعِتَ بأنّه: الكتاب

الّذي غيّر حياة النساء، *كما ورد في نفس الكتاب* (المترجم إلى الفرنسية عام 1964) من طرف **Yvette Roudy** [21].

هذا المؤلف كان قد أثار نوع من الوعي الحقيقي،- حسب وجهة نظر الحركات النسوية- والّذي ترجم بسرعة إلى مطالب نسائية تجاه وسائل الإعلام، لكن بالإضافة إلى ذلك ظهرت رغبة متزايدة لدى الباحثات الجامعيات فيما يخص مسألة "صورة النساء". لذلك، ومنذ السبعينات،كل الأشكال الإعلامية ذات الاستهلاك الجماهيري كانت موضوع تحليل مضمون : الإباحي، السينما، الإعلان، الأخبار التلفزيونية، الصحافة المكتوبة، الروايات التلفزيونية، المجلات،...إلخ. تحليل المضمون هذا، أظهر ما أطلق عليه **Gaye Tuchman** عام 1978 «الإقصاء **الرمزي**" **(the symbolic annihilation)** [22].

ورغم التطوّرات الملاحظة في العديد من البلدان، إلا أنّ صورة المرأة الّتي تقدّمها وسائل الإعلام مازالت في بعض الأحيان سلبيّة ومستمرّة في النّمطيّة ومبنيّة على التّفرقة الجنسيّة[23].

إنّ الصورة النمطية الّتي تفرض اليوم في مجال الإعلام تجد جذورها في المجال الاقتصادي الّذي يطرح هذه الصورة بقوة وبنفس الطريقة على مختلف المجتمعات. كما أنّه من عوامل تنميط الصورة ما يبرز في مجال التربية بصورة كبيرة، فالكتب المدرسية كثيرا ما تكون الناقلة لهذه القواعد، لهذه القيم ولنوع من أيديولوجيا التفرقة الجنسية، وهذا له انعكاسا على تنمية المواقف والسلوكات عند الفتيات والفتيان. وفي بعض من هذه الكتب المدرسية، تمثيل الفتيات يبقى سلبي. بحيث يظهرن كربات بيوت، غير مباليات، خاضعات، متفانيات، مقابل ذلك، نفس الكتب تقدم الرجل كنموذج الشجاع، القوي، المسئول. إنّ مثل هذه الصور تساهم في تكريس فكرة تفوق الرجل عن المرأة[24].

كما أظهر تقرير مركز التوثيق وتربية الكبار وقضية المرأة بكندا - فيما يتعلّق بالمرأة والإعلام عبر العالم والّذي ورد في شكل مؤلّف - الدور الّذي تلعبه وسائل الإعلام

المتعاقبة في تشكيل جسور بين القطاعات المهيمنة والقطاعات الغير رسمية مع العمل على التعريف بالانشغالات الّتي يطرحها الآخرين.

إنّ المقاربة البرجماتية هذه، بنيت على هذه الفكرة، الّتي مفادها أنّ وسائل الإعلام الكبرى لا تتحدث عن انشغالات النساء وتنقل أفكارا مسبقة مبنية على التفرقة الجنسية المضرة بها... وأنّ "الصورة الّتي تنقلها تسبب الضرر للنساء في كل مكان"[25].

وتوصل المركز كذلك إلى أنّه في كل مكان بالعالم، وسائل الإعلام الكبرى استمرت في التنميط وتبسيط حاجات وانشغالات النساء فيما يخص دور تكنولوجيا الاتصال الّتي من المفروض أن تعمل على تحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام بعد انعقاد الدورة الرابعة للمرأة بكين 1995 أين كان التأكيد على إدراج وسائل الإعلام ضمن النشاطات الأولية... وبعد ست سنوات من هذا اللقاء[26].

وحسب تقرير اليونسكو، من استعراض الوثائق المتعلقة بالصور السائدة للمرأة في برنامج وسائل إعلام الجماهير في العالم أجمع، إنّ ثمة صورة تتسم بطابع عام لا تتغير من بلد إلى آخر. فحتى في البلدان الّتي يقل اعتمادها على المواد المستوردة أو الّتي لا تعتمد عليها بالمرة تقدم وسائل الإعلام صورة مشوهة إلى حد ما عن الواقع بالنسبة للخصائص الديمغرافية للرجال والنساء، وفي ذلك دليل كاف على أنّ التحيز ضد المرأة يبدأ على الصعيد الوطني، حتى وإن دعمته أو عدلته تأثيرات أجنبية أخرى... والواقع أنّ جميع الصور الّتي تقدمها وسائل إعلام الجماهير عن المرأة يغلب عليها طابع الانقسام حتى وإن اختلفت بعض الشيء من بلد لآخر...[27].

ويقول كثيرا من النقّاد الاجتماعيين إنّ الإعلام يهتمّ بصفة أساسيّة بالإشادة بالمميّزات الماديّة للاستهلاك وذلك باستغلال حوافز الإنجاز والرّغبات التّنافسيّة، مستخدما الأساليب الفنيّة في اجتذاب الجماهير عن طريق الاستهواء الخفيّ واستغلال عواطفها[28]. لأنّ المجتمع العصري متأثر إلى درجة كبيرة بالماديات وبالتالي بالاقتصاد[29]، فالأفكار التي عملت الصحافة على نقلها للمجتمع كان أصحابها يضعون نصب أعينهم وهم يصوغونها جملة من الثوابت التي عليهم أن لا يتجاوزونها. كيفما كان لون هذه الأفكار،

فإنّ للبيئة العامة دورا في إقرارها أو إلغائها. وعلى هذا كانت "وضعية المرأة" مسألة يتحكم فيها إعلاميا الواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، ولم يكن للصحافة إمكانية تخطي مكونات هذا الواقع، أو تجاهله[30].

بناء على ما استعرضنا من تفسيرات للصورة النمطية ودور وسائل الإعلام في تشكيلها لنقل صورة عن المرأة، قمنا بصياغة تعريف إجرائي للصورة النمطية للمرأة والمتمثل في :

"الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام، تتمثل في غياب نقل الانشغالات الحقيقية للمرأة وتبسيطها، وجعل من دونية مكانتها أمر واقع في المجتمع، معتمدة على قوالب ثابتة لا تستند إلى براهين علمية، بل تستجيب لثقافة استهلاكية كونية تعمل على تشييء المرأة، والسعيُ إلى تكريس هذه الصورة في الواقع عن طريق التكرار".

II- الصورة النمطية للمرأة وموقف الحركات النسوية منها:

تعتبر مسألة تحرّر المرأة من أهمّ المسائل في حياة المجتمعات الحديثة، ويتوقف مدى تحرّر وتقدّم أيّ مجتمع على غرار الكيفية الّتي تحل بها هذه المسألة. فكلما نالت المرأة المزيد من حقوقها السياسية والاقتصادية والاجتماعية كلّما قطع المجتمع شوطا أكبر في طريق تحرّره وتقدمه، وكلّما أعاق المجتمع نيل المرأة لحقوقها وأبقاها أسيرة أغلال المجتمع القديم، كلّما أخّر وأعاق عملية تحرّره وتقدمه، فتحرر أي مجتمع يقاس بمدى تحرر المرأة فيه و"توسيع حريات النساء هو المبدأ العام لكل تقدّم اجتماعي.

لتحقيق آدميتها وترقيتها عرفت المجتمعات حركات نسوية متعدّدة وهي اليوم لم تأخذ الصبغة الّتي عرفتها في بداية الرأسمالية، هذه الأخيرة كانت تعتمد على جحافل النساء العاملات والمثقفات واقتصرت على ردود أفعال سلبية تجاه الرجل واحتقاره والّتي تلقت استهجانا من الجماهير المحافظة...[1]، حاملي الأفكار التقليدية وكثيرين من الرجال لا يجدون في هذه المسألة إلاّ الإباحية الجنسية ويعتبرون العلاقة بين الرجل والمرأة لا أساس

لها إلاّ إذا اصطحبتها فوضى جنسية ناسين في ذلك طابعها الإنساني باعتبارها علاقة إنسانية وليست مجرّد تعبير عن حاجة لعلاقات غير شرعية.

إنّ الحركة "النسوية" « **Féminisme** » مذهب يهدف إلى تطوير وترقية دور وحقوق النساء في المجتمع؛ وهي حركة تناضل في هذا الاتجاه. والحركة النسوية انطلقت في القرن 18... وتطورت خلال القرن 19[32].

كما تمثل نزعة إلى تحسين وضع المرأة في المجتمع بتوسيع حقوقها ومدّ سلطاتها[33]. وقد اختلت تسمية هذه الحركات بين "النسوية" و"النسائية"، بحيث تعمل الكتابات الغربية على إبراز الفرق بين الكلمتين، إلاّ أنّ ما صادفنا في بعض الكتابات العربية وكتابات اليونسكو كمنظمة دولية تستعمل "النسائية" نفهم من ذلك محاولة إعطاء الحركات النسوية الطابع الأعم والأوسع لنساء العالم، لما للحركات النسوية من تأثير على القرارات والتوصيات التي تخرج بها مختلف الأشغال الدولية والمؤتمرات التي تنعقد بشؤون المرأة والأسرة والطفل - وعليه فاستعمالنا للحركات النسائية هو من باب الأمانة العلمية-.

والحركات النسائية ما فتئت تعبر عن إرادتها في المشاركة الحقيقية في الحياة العامة وإثبات مواطنتها، وعبر التاريخ اتسمت هذه الحركات بخصوصيات أفرزتها الظروف التاريخية الّتي مرّت بها المجتمعات الّتي ظهرت ونمت فيها تلك الحركات النسائية. من تحرير المرأة من التقاليد الّتي لا تؤمن بحقها كإنسانة إلى المطالبة بالتحرر من النظرة الثانوية الّتي تجعلها تابعة للرجل والمطالبة بحقوقها المدنية وهذا أخذ صبغات مختلفة باختلاف المجتمعات الّتي كانت تنشأ فيه[34].

رافق ظهور الحركة النسائية في أواخر الستينات الاهتمام بدراسة المرأة وأوضاعها وكأنّها كائن يكتشف لأول مرة، وكأنّ إنسانيتها أمر عجيب تفاجأ العالم به.

والعالم العربي حيث تكررت الأبحاث والدراسات حول نفس المواضيع ونفس الأساليب... ومنها من نادى بفصل المرأة وبرامجها عن باقي المجتمع، ومنها من طالب بالصراع والنضال ضد الرجل ومنها من طالب من المرأة الرجوع إلى مكانها ودورها

الأنثوي. ويقول أحد الباحثين الّذي يذكرنا بإنسانية المرأة وعلاقتها الأبدية والجوهرية بالمجتمع... إنّ وحدة الوجود البشري تكشف عن نفسها عبر وجهين وجه ذكوري وآخر أنثوي. وهذان الوجهان معا تقدمًا وتراجعًا وتوقفًا وتغيّرا، يعيشان معا نفس المصير، ويكتشفان معا الحقيقة الإنسانية الواحدة، حقيقة الرجل والمرأة معا.

كما رافق تطور الحركات النسوية النظرة إلى صورة المرأة في وسائل الإعلام التي ما فتئت تظهر تحرر المرأة من خلال القيام بنشاط مأجور في وسط ذكوري، الاختيار الشخصي لزوج المستقبل، ارتداء ملابس الهدف منها منح الجسم جمالا... وسائل الإعلام هذه تعرض كذلك نموذج امرأة أخرى، المرأة النجم، المرأة الشيء التي ليس لها انشغال سوى الّذي توليه لجسدها. هذه الصور الخاطئة التي تنقلها الصحافة المكتوبة، المنطوقة والمصورة، كانت مرفوضة بشدة من قبل الحركات النسوية الغربية، والتي تعمل على توضيحها لأنّها تعتبر بعيدة عن واقع المرأة الغربية التي تقاوم هي الأخرى اليوم من أجل تحرّرها.

والفقرات الموالية تبرز لنا أهم مراحل الحركات النسوية وتطور النظرة إلى صورة المرأة في وسائل الإعلام.

كانت المرأة في الغرب معدومة الشخصية وفاقدة الأهلية القانونية، بل كانت تباع وتشترى حتى القرن الحادي عشر بصفة عامة وبعده في حالات خاصة، ذكر ذلك **هربرت سبنسر** في كتابه (علم الاجتماع)[35]. وكان النساء في البلاد الجرمانية يخضعن لزمن طويل لشعار ثلاثي يتمثل في الأطفال، والكنيسة، والمطبخ[36].

وبعد الثورة الفرنسية بدأت المرأة تحصل على بعض حقوقها، وخلال تطور وتدرج الأمر إلى ميثاق عصبة الأمم المتحدة، سنة 1920م الّتي أنشأت في أعقاب الحرب العالمية الأولى، فنص الميثاق المذكور على ضرورة تحقيق الظروف الإنسانية في العمل بين الرجال والنساء[37].

فالثقافة الأبوية الّتي كانت سائدة لمدة ثلاثة قرون أو أربعة قرون في أكبر جزء من العالم- من خلال تمثيلها، ومن خلال التبعية الواضحة للمرأة – تتحول إلى حقل واسع

للبحث أين "الأنثوي يظهر وكأنّه الغير موجود، صمت، موفق جزئي أو إسقاطي وتابعا للذكورة التي لا يعتبر هي نفسها إلاّ نسخة من الجانب الرمزي للسلطة، حيث يكون الاجتماعي معتمدا فيه على المرأة، أجسادهن في الإنجاب"[38].

من الانتقادات الكبيرة الّتي توجهها المرأة إلى علم الاجتماع تركيزه على تشويه صورة المرأة، وسوء تأويل تجربتها. فلم يقتصر الأمر على تجاهل المرأة في المناهج التقليدية للعلم، بل تعدى ذلك إلى قياسها بمقياس الرجل حين يتعرض العلم لدراستها.

ومن الانتقادات الأخرى الّتي توجه إلى "محتوى" المعرفة عن المرأة في العلوم الاجتماعية؛ انتقاد الزعم بأنّ الكائن البشري، ووسطه الاجتماعي متوافقان ومتوائمان. ويقول أصحاب الرأي إنّ الوسط الاجتماعي هو الّذي يكوّن الشخصية، ولذلك فإنّ هذه الشخصية تعكس ذلك الوسط.

ويقولون إنّ طبيعة أخلاق الذكور، والسلطة الأبوية (سلطة الأب) تعكس كل منهما الأخرى. وتدعم كل منهما الأخرى، في النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. ولكي يظل هذا المنهج في فهم الإنسان متسقا وخاليا من التناقض، يجب أن تصبح المرأة وغيرها من الصور المنحرفة عن الإنسان خفية أو يفسر اغترابها عن المجتمع وفشلها فيه على أساس "النقص" الطبيعي الّذي تتصف به"[39].

إحدى الظواهر الّتي تبقى مميزة خلال العشرين سنة الأخيرة – من القرن العشرين – تناول الكلمة من قبل النساء أنفسهن، على المستوى الأدبي كما على المستوى الصحفي. النساء في فرنسا مثلما في كندا، وجدن ضرورة في تبني الكتابة والكلمة، يطلق عليها البعض "بالمختلفة، و/أو الخاصة"، خاصة وأنّهن أثبتن حاجتهن إلى المشاركة في "عملية الإعلام" « **processus d'information** »، بمجتمعاتهن، وليست كمواضيع خبر إعلامي بل كفاعلات"[40].

وتبرز صورة المرأة الغير مطابقة للواقع الحقيقي الّذي تعيشه من خلال أشكال إعلامية مختلفة المكتوبة منها والسمعية والسمعية- البصرية، عن طريق الإعلان الّذي أصبح يحتل مساحة كبيرة في مختلف هذه الوسائل.

وتتعرض المرأة لنماذج مختلفة عبر وسائل الإعلام، نماذج تشكلت بناء على الانفتاح الإعلامي والثقافي الّذي يعتمد على ثقافة العولمة التي تهدف إلى وضع صورة نموذجية للمرأة. نموذج استهلاكي ذا طابع اقتصادي يركز في الأساس على مؤشرات تنموية يخضع للإعلان ومنافسة السوق، والّذي عرف انتشارا منذ الحرب العالمية الثانية عام 1945 – أين – بدا واضحا أنّ ديناميكية الاستهلاك أخذت منحا تصاعديا بالقدر الّذي جعل الشركات الصناعية المتعددة الاهتمامات، تبحث عن موقع جديد لتصريف منتوجاتها. ممّا جعلها تلتفت إلى الإعلام بصفة عامة والصحافة المكتوبة خاصة لتوظيفه خدمة لأغراضها من خلال التأثير الفردي والجماعي على المجتمع(41).

لّما كان للإعلان والتسويق دور أساس في قولبة الأذواق والأزياء في العالم الرأسمالي الحالي، فإنّ الاتجاهات والميول والأزياء التي تأتي بها كبرى بيوتات الإعلان والتسويق، والسلع التي تدفع بها الشركات العالمية الكبرى ينتهي بها الأمر لأن تكون لها تأثير كبير في توجيه الأذواق عالميا وفي قولبة الرموز الثقافية الناشئة(42).

والإعلان يتعامل مع المرأة بأكثر من شكل: يتعامل مع المرأة كجسد فقط في الإعلانات التي لا علاقة للمرأة بها... في هذه الحالة لا يروج للسلعة فقط بل أيضا يعزّز قيم، وصور ذهنية عن المرأة لدى المتلقي بحيث تصبح الصورة مألوفة... فالإعلان يلعب دور أساسي في التربية وزرع القيم(43).

وكما سبق وأشرنا، إنّ تطور الحركات النسائية رافقه تطور في النظرة إلى أصول صورة المرأة في وسائل الإعلام، وقد لعبت هذه الحركات دورا إيجابيا في جلب الانتباه إلى هذه الصورة التي تنقص من قيمة المرأة وآدميتها في كل من المجتمعات المتقدمة والمتخلفة على حد سواء، ما فرض تدويل المسألة وجلب انتباه الأكاديميين والمجتمع المدني والمناداة بضرورة إحداث التغيير في هذه الصورة المقولبة للواقع الحقيقي للمرأة واهتماماتها الجوهرية، ونعرض فيما يلي مراحل تطور هذه النظرة وأهم مظاهر التنميط التي ظهرت فيها صورة المرأة بوسائل الإعلام والتي طبعت كل من هذه المراحل:

• **1960/1945 عصر المرأة في البيت :**

تعتبر المرأة أحيانا كماكثة في البيت. "فهي المرأة الشريفة أو المرأة **serpière**...من جهة أخرى ترتبط بأساطير كثيرا ما تكون أمريكية : **Marilyn Monroe,Eva Gardner**.

• **1968/1960 المرأة الوديعة والأنثى :**

صورة المرأة تتطور ببطء. فالمرأة عليها أن تجذب بجمالها وخصائص طبخها. تُشاهَد المرأة للمرة الأولى عارية، لكن بصورة محتشمة. ابتداء من الستينات – من القرن الماضي- نشعر من خلال الإعلانات تأثير المنظرين الأمريكيين. فالإعلانات مستوحات من نظرية الإقناع الممنوع « **la théorie de la persuasion clandestine** » لـ **Vance Packard :** مؤلف في تحليل سيكو-سوسيولوجي للتحفيز على الشراء. « **Ernest Dichter** » نشر في 1961م « de la stratégie du désir ».

دراسات التحفيز تهدف

إلى اكتشاف العوامل اللاّشعورية لفعل الشراء من أجل ضبط الرسالة التي تحول المنتوج إلى شيء مرغوب فيه.

• **1978/1968 البحث عن الحرية :**

بعد أحداث ماي 1968، الحركة النسائية تطبع سنوات السبعينات – من القرن 20-، المعبّر عنها ومفجّرها « **la loi de veil** » قانون يسمح باستعمال وسائل منع الحمل. النساء في الحركة كنّ يطالبن بالحرية وأبدين رغبتهن في الانعتاق والتحرر من كل الضغوطات...المرأة تريد أن تكون مساوية للرجل. فالإعلانات أصبحت تبرز إذن النساء على طبيعتهن، بمساحيق خفيفة. المرأة في الإعلان تشبه إلى حد كبير المرأة العادية[44].

كما استمر النقد النسوي لوسائل الإعلام في لقاء الدعم، حتى أنّنا اليوم، نتحدث عن حقل بحث قائم "الدراسات الإعلامية النسوية" **« les féminínistes media studies »** بالولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا.

أمّا بكندا وضمن التيار النقدي النسوي لوسائل الإعلام لم يتوقف من الاستفادة باهتمام خاص[45].

- **1990/1978 عصر المرأة القوية :**

نلاحظ بروز مفهوم "المرأة القوية" **superwoman** أو "الشابة العاملة" **working girl**... **Michel Sardou** – المغني الأوربي الإيطالي الأصل – خلّد نساء سنوات الثمانينات في أغنية "يحسنن العزف على سلم التأثير والجمال". المرأة قادرة على فعل كل شيء وأحيانا أحسن من الرجال. يفلتن منهم ويصبحن محط شهوة.

- **1999/1990 نحو مساواة بين الجنسين :**

غموض، لا بل إلغاء للتمييز بين الجنسين والأجيال يُنتج ردود أفعال. العلاقة مسيطِر/مسيطَر عليه وضعت موضع الخطر، وكل هذا يبرز من خلال الإعلان، مرآة المجتمع[46].

وما تجدر الإشارة إليه، ذلك التحول الهام الّذي حدث على مدار الربع الأخير من القرن الماضي، والّذي شهد تلك المؤتمرات الّتي عقدت من أجل النهوض بالمرأة ومساواتها بالرجل. وقد تمثل ذلك التغيّر في العناية الّتي أوليت للرجل في منهاج العمل الأخير، وإن دلّ ذلك على شيء، فإنّما يدل على التحول من التركيز على المرأة بمفردها إلى التحول للاهتمام بالجنسين معا بالعمل من خلال الاهتمام بالمنظور النوعي، حيث حظيت العلاقة بين المرأة والرجل بأهمية خاصة، ولاسيما من حيث العلاقات الجنسية والإنجاب، في

محاولة للتشجيع على الخروج من إطار القولبة السلبية للدور التقليدي لكل منهما، محاولة تدعيم أدوار جديدة تتناسب مع التغيرات الحادثة في مجتمع معاصر[47].

حسب التقارير الّتي وردت إلى الأمم المتحدة حول تطبيق منهاج عمل بكين في بعض الدول فيما يخص المساواة بين الجنسين، فأظهرت الغالبية العظمى منها وجود شكل من أشكال التغير في الطريقة الّتي تنظر بها المجتمعات إلى مسألة المساواة بين الجنسين، وذلك بفضل جهود الحكومات والمنظمات غير الحكومية ووسائل الإعلام على اختلاف أشكالها[48].

كما سجل تقدم فيما يخص إعادة النظر في صورة المرأة الّتي تعرضها وسائل الإعلام، وعن نتائج توصلت إليها مجموعة باحثات تابعات لمركز التوثيق لتعليم الكبار وقضية المرأة بـــ: مونتريال كندا نشرت في كتاب، أوضحت أنّه هناك تحسن في ممارسات النساء عبر العالم (في أكثر من 40 بلد)؛ هذه الممارسات تم اختيارها بالنظر إلى درجة نجاحها، حسب خمس فئات: الاتصال بوسائل الإعلام، الترقية، مراقبة وسائل الإعلام، الرموز والمقاييس واستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال. في فئة "الرموز والمقاييس"، يتم تقييم العوائق بتبنّي رمز **déontologique** يسهر على أن تؤخذ بعين الاعتبار المساواة بين الجنسين في التحقيقات والافتتاحيات[49].

III- علم اجتماع النوع والصحافة النسوية :

III-1- الصحافة النسوية وقراءة المرأة لواقعها :

إنّ الصحف النسوية « **Presses féministes** » تعتبر ما يمكن أن نطلق عليه الصحف النضالية والبديلة. في محاولة أن تكون وسيلة إعلام كاملة الحقوق، فهي تناضل من أجل تطوير وتحسين قضية النساء في المجتمع. ويتعلّق الأمر إذن بمعرفة كيف يكن مناضلات... وتوزيعها كثيرا ما يتم بطريقة "فوضوية" "عشوائية"، حتى ولو أن البعض منها تفضل الدخول في قناة توزيع "رسمية". أمّا فيما يخص معالجة المعلومة والنسق

التنظيمي الّذيْن تنمو فيهما فهي تتأرجح بين نسق نوع ما هرمي ومهني وآخر، يتسم بالحيوية والتطوع.

فيما يتعلق بمضمون صحفها، فهي شاملة، ومتخصّصة، وذاتية، رافضة للمعلومة العقيمة لوسائل الإعلام الأخرى.

على الأقل، على مستوى سوق المعلومات في مجتمعاتنا الغربية – تقول الباحثة – يمكننا على الأقل تعريف الصحف النسوية والكندية بالجزم بأنّها لا تنتمي لا إلى الصحافة "الكبرى" أو لوسائل إعلام الأخبار العامة السائدة. ولا إلى الصحافة النسائية. رغم أنّها صحافة بالنساء، فهي تتميّز بوضوح عن الصحافة النسائية ذات التوجّه النسوي، الّتي تُظهر صورة "المرأة المتحررة" في مجتمعاتنا– تقول الباحثة–، بالعودة إلى التوجه النسوي الّذي تعمل على تطويره... فهي تختلف بطبيعة الحال عن "الصحافة الشاذة" رغم جلبها لجزء من القراء، نظرا لاتخاذها لمواقف مناسباتية وغامضة في صالح الشواذ.

لكن الصحافة النسوية « **presses féministes** » الفرنسية وبمقاطعة **QUEBEC** لا تعرّف فقط بأنّها معارضة لوسائل الإعلام الأخرى. النّساء يرغبن في أخذ الكلمة الممنوعة منذ زمن بعيد، وعرض صورة جديدة لهنّ، ولا تكن أبدا الّتي تقدمها وسائل الإعلام المهيمنة والإعلان.

الصحافة النسوية ترغب في تجديد مجال الاتصال الاجتماعي، بإعطاء الأولوية إلى تمرير الأفكار المتعلقة بالنساء كأقليات، بالسماح بأن لا تفصل الحقيقة فقط حسب تصور تفكير ذكوري، بوضع محل شك الممارسات الاجتماعية المهيمنة.

تؤّكد **Colette Beauchamp** قائلة: "في الإعلام، قراءة نسوية للحدث تكون قبل كل شيء، مهما كان الشكل المعالج، قراءة الحقيقية، إذن القراءة الّتي لا تهمش النساء، قمعهن، نضالهن، أفكارهن، ممارساتهن، تساؤلات، خطواتهن، ولا تضطهد كلمتهن. هذه القراءة تعتمد على تحليل يرمي إلى قلب وضعيتهن كما يتم ذلك بالنسبة للأطفال والمجتمع ككل. إنّ القراءة النسوية للواقع تكشف عن الضغوطات مهما كان نوعها".

تقدم الباحثة ثلاثة تصنيفات للصحافة النسوية « **presses féministes** » :

الأول : يشكل ما يطلق عليها اسم "صحافة التعبير النسوي"، بمعنى مجموعة المنشورات الّتي تتحدث عن نشاطات ومبادرات النساء، بعلاقتها بحركة تحرر النساء أين يكن هن الأساس.

الثاني : تتكون بما تسميه الباحثة صحافة الفكر النسوي، بمعنى مكان فكر إيديولوجي ونظري حول "الحركات التحررية النسوية" والمواضيع النسوية الكبرى.

أمّا **الثالث** : ويمثل حسب ما أنعتته به الباحثة "الصحافة النسوية المؤسساتية"، أي الصحف الّتي تجمع إلى جانب ذلك صحف وزارة حقوق المرأة بفرنسا – مثلا – والّتي تحولت إلى كتابة الدولة مكلفة بقضية المرأة، ثم مندوبية قضية المرأة بوزارة الشؤون الاجتماعية، وفي مقاطعة كيبك **QUEBEC** إلى مجلس قانون المرأة. ويتعلق الأمر على التوالي بمجلتي « **citoyennes à part entière** » بفرنسا و « **la gazette des femmes** » (مقاطعة كيبيك).

في الواقع، إنّ الصحافة النسوية ازدهرت خلال عشرية المرأة (1975 – 1985)، وكثيرا ما كانت ترتبط مباشرة بالحركات الاجتماعية لتحرير النساء – بأوربا وأمريكا الشمالية – فهي تمثل كيان صعب التحديد[50].

إنّ وضع النساء أصبح موضوع بحث أطلقت عليه عالمات اجتماع أمريكيات "علم اجتماع النوع" **(sociologie of gender)**، ما يسمح باكتشاف التباين علم الاجتماع المرتبط بالجنس الأنثوي « **sexe féminin** »... علم الاجتماع المرأة كشف خاصة عن الأماكن والوظائف الخاصة بالنساء في مجتمعنا – تقول الباحثة – مواقفهن، سلوكاتهن، آرائهن. معنى ذلك أنّ النساء يظهرن أين يكن متواجدات من قبل، لكن يبقين خفيات من وجهة نظر التخصص.

فعلم اجتماع الرجال، جعلنا له مقابل وهو علم اجتماع النساء، بتعديل وضبط أدوات تحليل بطريقة تجعل هذه الأخيرة عملية من وجهة نظر النساء. لكن في هذا الإطار ستظل النساء متغير تحليل اجتماعي « **sociologique** »، حتى ولو أنّ هذه التطلعات يعود لها

الفضل في إخراج النساء من دائرة الاختفائية **l'invisibilité** وإعادة تأهيلهن جماعيا وفرديا. رافضة أن تحصر في خرافة الأنثى الضحية أو البطلة، بدأن النساء يُعدن تشكيل تاريخهن، تعبيرهن، أشكال التبادل والتنظيم لديهن، أنماط المهن الخاصة بهن...إلخ. وكشفن عن نضالات نساء إلى حد الآن مسلوبات التاريخ، أمثلة على ذلك، الحاضنات، القرويات، العاملات، الراهبات، الشاذات، إلخ – حسب تعبيرهن–(51).

إنّ الألم الناجم عن الحرمان لحياة يومية نشطة، مفقرة ثقافيا وآخذة في اتجاه واحد، تنتهي إلى الجعل بجماعات الاتصال **« les communautés de communication »**، المحمية في الثقافات الفرعية، إلى البحث عن هوية شخصية وكذلك جماعية. يوجد إذن البحث عن أنماط حياة بديلة مع التأكيد على الخصوصية المحلية، التبادل اللاّمركزي، النشاطات الّتي تتعلق بالمتخصصين، هذه الترقية للكائنات الاجتماعية ذات الأهمية الإنسانية عليها بإعادة إحياء إمكانيات الاتصال والتعبير، والّتي تختفي باحتلال العالم المعاش.

في الواقع أنّ حركات المقاومة هذه و/أو الرفض تعارض محاولات احتلال العالم المعاش. إنّ تركيبة هذه الحركات متنوعة: نجد فيها الطبقة الوسطى الّتي تشعر أنّها مهدّدة بالمشاريع التقنية الكبرى، الشباب المتأثر بلاعقلانية نوع من التطور الصناعي، البطالين، الأقليات العرقية، لكن كذلك النساء.

فيما يتعلق بهذه الفكرة الأخيرة، يرى ***هابرماس*** **« Jurger Habermas »** أنّه في كل فعل اجتماعي نجد فائدة تحررية. وهو جزء كذلك من علم اجتماع المرأة. لكن خاصية الفعل الاتصالي **« l'agir communicationnel »**، المرتبط ببنيات العالم المعاش **« le monde vécu »**، يسمح بتوضيح العلاقات الّتي يبنيها الاتصال مع المجتمع، أو بواسطة التنقيد **« la monétarisation »** و البقرطة **« la bureaucratisation »**، أمور هذين النظامين الفرعيين تُجبر الفعل الاتصالي للتماثل إلى ميادين الأفعال المنظمة قطعا.

إنّ الحركة النسوية لا ترفض فقط المحافظة على وضعية هذه الأنظمة، بل تقترح بدائل حياة لجعل عالمنا "مقبول العيش فيه"، دون احتكارات ذكورية وخاصة دون الأفعال المنظمة قطعا **formellement**. حسب « **Jurger Habermas** »، يكمن الاتصال في الاجتماعي، في اللغة الّتي تعتبر اجتماعية، في الضمني، فهو ليس ميكانيكيا لكن مدرك ويطفو في فترات التصدعات « **les ruptures** »، يمكننا فهم العلاقة بين بعض الأفعال الاجتماعية وجعل الاتصال مكشوفا بالمرور بهذه الحركة الاجتماعية الخاصة، وتمر كذلك من خلال أخذ النساء الكلمة في مكان عام(52).

III-2- فضل التيار النسوي (التحرري) على علم اجتماع المرأة :

1- الفضل الكبير، والتحديد المهم لعلماء الاجتماع النسويين « **les sociologues féministes** »، هو البحث في صياغة إشكالية "الحياة الاجتماعية المبنية على الجنس"، الّتي يتفرع عنها عدّة أبعاد: "النوع الاجتماعي الفردي" « **le sexe social individuel** »، "البنية الاجتماعية للنوع" « **la structure sociale du sexe** » و"النظام الرمزي للنوع" « **le système symbolique du sexe** ».

دخول المرأة هذه الإشكالية الجديدة قلب حقل علم اجتماع التقليدي، الّذي يعاب عليه خاصة إخفاء الطبيعة النوعية للفاعل الاجتماعي والعمل على إقامة معادلة التعميم بين "الإنسان" **(homme)** و "الإنساني" **(humain)**، وهي العودة إلى إنكار الإنسانية الخاصة بالنساء بما يلائم العام والكوني، جنس الذكر يعمل على رفض تواجد النساء، وللأنثى حق التواجد في الخطاب الاجتماعي، لكن كذلك في الخطاب حول الاجتماعي، بمعنى الخطب والممارسات الاجتماعية.

2- النقد الثاني المهم الّذي وجهه علماء الاجتماع النسويين إلى نظرائهم... حتى ولو أنّ العلوم الاجتماعية تعمل أحيانا على الأخذ في الاعتبار الاختلاف النوعي، فهي تقوم بذلك على العموم لتشكيل موضوع "النساء"، الّذي يبرّر بنية طبقة بذاتها، لكن عادة ما

تكون مصدرا لقيمة ذكورية، يضطرنا القول معيار "رجل". وهكذا أخذ علم الاجتماع النساء بعين الاعتبار أحيانا، لكن في حالة ما تكون لديهن مكانات، أدوار، وظائف تفيد الرجال، كأمثلة الأمهات، الزوجات، المومسات، المستهلكات، المنتخِبات... إلخ[53].

IV- المرأة العربية بين التشريع والحركات الإصلاحية :

IV-1- وضعية المرأة العربية عبر التاريخ :

قد اعتبر الإسلام المرأة خليفة في الأرض، مثلها في ذلك مثل الرجل، ومن ثم تمتعت بجميع الحقوق الدينية والاجتماعية والاقتصادية والقانونية والعلمية الّتي تمكنها من الإسهام في تنمية المجتمع وإثراء الثقافة الإنسانية[54].

كانت أبواب التعليم والثقافة مفتوحة أمام المسلمة في عصور الازدهار، ويشهد على ذلك ما تحفل به كتب التراجم من أعداد كبيرة من النساء اللاّئي برزن في مختلف أنواع العلوم الّتي وجدت آنذاك. إلاّ أنّه وبصفة عامة، فقد كان تعليم النساء أقل انتشارا من تعليم الرجال، ويعلل د. ***أحمد شلبي*** ذلك بحاجة طلاب العلم من الرجال إلى الرحيل في طلبه، الأمر الّذي كان متعذرا على النساء[55].

لا يمكن بحال من الأحوال معرفة حال المرأة اليوم إلاّ بعد معرفة حالها في الماضي ممّا يستدعي معرفة تاريخ المرأة. وهو تاريخ ليس منفصلا عن تاريخ المجتمعات البشرية وتاريخ شئون الأسرة[56].

وتاريخ المرأة العربية لا ينفصل عن تاريخها الاجتماعي[57]. ومن يتتبع تاريخها يجد أنّها مرّت في ثلاثة أدوار:

1- الدور الأول قبل الإسلام،

2- الدور الثاني في الإسلام حتى أوائل النهضة الحديثة الّتي بدأت في أوائل القرن التاسع عشر.

3- الدور الثالث منذ أوائل القرن التاسع عشر حتى الوقت الحاضر.

أما الدور الأول فقد كانت المرأة تسير حينذاك والرجل جنبا إلى جنب، ويجمعهما العمل المشترك[58]. ومن يتتبع أشعار العرب في الجاهلية يجزم بانّ المرأة العربية كانت تتمتع في العصر، بقسط وافر من الحرية... ولكنّها إلى جانب ذلك كانت ضحية تقاليد ظالمة مهينة، و لم تكن تتمتع بنفس الحقوق الّتي كان يتمتع بها الرجل.

ولّما بدأت المرحلة الثانية بالبعثة النبوية، أحدث الإسلام ثورة كبرى في وضع المرأة، ففي مقدمة الحقوق الّتي منحها إياها تأكيد مساواتها مع الرجل في التكليف وفي الشخصية القانونية ومنع وأدها وجعل لها مكانة كبيرة تحسدها عليها المرأة الحديثة...وجعل الإسلام للمرأة الحق في العمل والعلم – طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة، حديث شريف– واختيار الزوج، والمشاركة في الحروب بل وفي وظائف الدولة ما عدا القضاء الّذي اختلف فيه – [59].

وقد نظم التّشريع الإسلامي حياة المرأة، ومنحها حقوقا إنسانية ومدنية واقتصادية واجتماعية متعددة... كما حملها من المسئوليات ما يتناسب مع الحقوق الّتي حصلت عليها، فجلعها مسئولة عن نفسها وأسرتها وعن المجتمع الّذي تعيش فيه[60].

ولكن بالرغم من أنّ الإسلام رفع من شأن المرأة فقد كان للظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية في العصور العباسية المتأخرة تأثير كبير في فقدان المرأة عمليا هذه الحقوق وعزلها عن الحياة الاجتماعية العامة[61]. حيث أسهم الخلفاء العباسيون بدور كبير في الحط من شأن المرأة، وذلك بما استحدثوه من بدع، كان من أبرزها أن يحلف الرجل بطلاق زوجته على أن يبقى على بيعتهم[62]. وبقي وضعها في تأخر حتى أواخر العصر التركي[63].

أمّا الدور الثالث وهو دور النهضة، فقد تكافلت عوامل عدّة على إحداث تغييرات في الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية أعادت الاهتمام بالمرأة مرة أخرى كما كان الشأن في القرون الأولى في الإسلام، وبالرغم من حداثة هذه النهضة فقد تطور وضع المرأة تطورا كبيرا، كامن آثاره أن أخذت تلعب دورا بارزا وأحيانا قياديا في المجتمعات العربية الحاضرة[64].

وترجع نهضة المرأة العربية في القرن التاسع عشر إلى عاملين رئيسيين، الأول هو إنشاء المدارس المختلفة في عدد من الأقطار العربية، والثاني هو ظهور المصلحين وأنصار المرأة وخاصة في مصر[65].

وتعتبر الحركة النسائية المصرية رائدة في مجال الكفاح من أجل أن تخرج المرأة من الوضعية المتردية، الّتي كانت عليها وبفضلها شاركت المرأة المصرية سنة 1919، حين اندلعت أبرز ثورة عربية ضد التواجد الأجنبي الاستعماري والإنجليزي بصفة خاصة..[66].

في ضوء كل هذا ظلت المرأة تؤدي دورها في جميع مجالات الحياة الاجتماعية منذ بداية الوجود البشري، وتشارك في تقدم المجتمعات وازدهارها بما تقوم به من أعمال إلى جانب مهامها الأساسية المتمثلة في الأمومة والزوجية[67].

IV- 2- واقع المرأة الجزائرية بين النموذج التقليدي والطموح الكوني :

إنّ واقع المرأة الجزائرية لا يختلف عن واقع "حواء" في أماكن أخرى من العالم من حيث الصعوبات التي تعترضها في أداء مهامها المختلفة في المجتمع سواء كانت بالبيت أو تؤدي عملا مأجورا، كما أنّ انشغالها بالصورة التي تعرضها وسائل الإعلام من أهم المسائل التي تثير غضبها ما لهذه الصور من تأثير على نظرة المجتمع لها وللفتاة كأمّ لأجيال المستقبل. فالأفكار السائدة في المجتمع تعتبر أفكارا انتهازية برجوازية أين يلتقي صاحب الأفكار الاستغلالية في نمط تفكيره في البيت كما خارجه، فتقديره للمرأة خارج البيت كثيرا ما يجبره به القانون، رغم ذلك نجده يعاملها بخشونة المرأة داخل الأسرة ناقلا بذلك قهره هذا إلى خارج الأسرة – خاصة إذا كانت نساء محيطه لا يعملن خارج البيت – والتي يراها سافرة خارجة عن أصول الدين وما شابه ذلك من النعوت والتوصل إلى الطعن في شرفها في الكثير من الأحيان، وهو ما يطلق عليه بلغة حقوق الإنسان "التمييز ضد المرأة" ويظهر ذلك جليا في المواقف التي تبرز فيها المرأة بكفاءتها ومؤهلاتها كمنافس

له في مجال العمل والّذي يعتبر نفسه صاحب السلطة عليها حتى وإن كانت لا تشكل عنصرا من عناصر أسرته، ما يكرس النمط الثقافي هذا في المجتمع من خلال الصورة الّتي تسوّق للمرأة الجزائرية في الكليبات والأغاني العصرية الرايوية (أغاني الراي) الّتي تذاع وتعرض في مختلف وسائل الإعلام والّتي تلقى رواجا لها وجمهورا يستهلكها عبر العالم لأنّها تعتمد على الصوت الصاخب دون التمعن في الكلمات التي ترافق الموسيقى، مثل هذا النوع من الأغاني جعلت من المرأة جسدا بلا تفكير، إضافة إلى المسلسلات التلفزيونية الّتي لها هدف ظاهر هو معالجة ظروف اجتماعية لكن في طياتها تمرّر رسائل تكرّس ثقافة دونية مكانة المرأة واعتمادها على الآخرين في حل مشاكلها لعدم قدرتها على اتّخاذ القرار. ويتوصّل الأمر بالبعض إلى اعتبار بروز بعض الوجوه النسائية في الساحة العلمية أو السياسية والحياة العامة أنّها حالات شاذة لا يقاس من خلالها تطوّر المجتمع ولا تعبّر عن ترقية المرأة الجزائرية، وأنّ هؤلاء النسوة إمّا أن يكون وراءهن رجال (ذكور) أو يكنّ

تابعات لأحزاب سياسية أو للسلطة الحاكمة في البلاد وأي تقدّم تحققنه لا يكون منتزعا عن جدارة واستحقاق.

وعليه فتواجد المرأة في مراكز صنع القرار والمشاركة في سياسة تحرير الصحف والمؤسسات الإعلامية بإمكانه أن تؤثّر في واقع المرأة بصورة عامة من خلال نقل الصورة الحقيقية لهذا الواقع عبر وسائل الإعلام، خاصة إذا وصلت المرأة إلى مثل هذه المناصب برغبة ومؤهّلات تسمح لها بفهم واقعها ضمن واقع المجتمع الّذي تعيش فيه. من جهة أخرى إنّ فكرة أن يكون هناك تحسين في معالجة إشكاليات استخدام النساء من قبل الصحف، إذا ساهمت النساء بكثافة في إنتاجها، لكن نوع من إعادة التوازن لا يكفي في تغيير الصور: من جهة لأنّ الثقافة المتواجدة سابقا تتصدّى للتغيير، من جهة أخرى، لأنّ بعض سياسات التحرير أدمجت النساء لأغراض نجاح تجاري، يتلائم بقوة مع صور نمطية حول المرأة[68].

يفترض أنّ ما يساعد المرأة في الوصول إلى مثل هذه المراتب هو التواجد المكثف لها على مستوى العمل السياسي، والتواجد على مستوى هرم السلطة يرتبط بما تحدّده القوانين التشريعية من جهة والممارسات الاجتماعية لهذه القوانين، من جهة أخرى، حيث عرف تواجد المرأة في الحياة العامة واكتسابها لحقوقها المدنية أشكالا تماشت وطبيعة المرحلة الّتي تمرّ بها البلاد وعن دراسة قامت بها الباحثة « **Hélène VENDVELDE** »[69] حول الانتخابات في الجزائر آخذة في ذلك رأي كل من المرأة والرجل في هذه العملية، حيث توصلت إلى نتائج مختلفة باختلاف المناطق الّتي ينتمي إليها الأفراد، تتمثل في كون المرأة إذا شاركت فهي تؤكّد أنّها تشارك دون "محاولة معرفة المرشّحين"، ولا تعرف لماذا تمّ الانتخاب"، ينتخب الرجال مكان النساء- لا يسمح للمرأة بالانتخاب لأنّها لا تعرف شيئا وتكاد تضيع- الرجل يقرّر كل شيء وحده"، "لا: في بلد مسلم لا تكون للمرأة أيّة مسؤولية". إنّ قضية السماح للمرأة بعملية الانتخاب تعتبر مسألة لا تثير الانتباه أكثر ما تثيره قضية الاعتراف بها في المجالس الشعبية المنتخبة المختلفة. نظرا للتعديلات الّتي أُدخلت على قانون الانتخاب أصبحت المرأة مجبرة على القيام بعملية الاقتراع بنفسها والسؤال الّذي يبقى مطروحا هل المرأة الجزائرية بإخضاعها لنصوص قانون الانتخاب قد وصلت فعليا إلى مرحلة من النضج تسمح لها بالاختيار السليم المبني على معرفة حقيقية بالمرشحين وكذا القدرة على التمييز بين البرامج الّتي يعرضها هؤلاء في وقت تتفشى فيه الأمية والّتي حسب إحصائيات بنسبة عالية مقارنة انتشارها في أوساط الرجال؟

توضح الباحثة الجزائرية ***"سعاد خوجة"*** أنّ واقع المرأة الجزائرية مرتبط بأربعة نماذج، وهي نماذج تتشكل من عناصر مأخوذة عن نماذج الحياة الغربية والعربية- البربرية- الإسلامية... والهدف من هذه النماذج، هو إبراز أنّه لم يعد ممكنا الحديث عن المرأة الجزائرية، لكن بالأحرى طرق مختلفة للنظر إلى تحرّر المرأة من قبل مختلف النسّاء الجزائريات[70]. إنّ الهدف من هذه النماذج هو إبراز بأنّه من غير الممكن الحديث عن امرأة جزائرية، لكن بالأحرى طرق مختلفة للنظرة إلى تحرر المرأة، من قبل النساء الجزائريات. فالاتصال بالغرب ونموذج كوني من الأفكار لمس هؤلاء وهؤلاء، بحيث

نستخلص أنماط حياة، مفاهيم مختلفة جدّا لدور ومكانة المرأة في المجتمع[71]. والتي نعرضها فيما يلي:

1- **النموذج التقليدي** : وهو نموذج يشير إليه ***"مصطفى بوتفنوشات"*** ، والّذي يكون حاضرا بطريقة واعية أو غير واعية في خطابات ومواقف أغلبية الرجال والنساء الجزائريين حتى الّذين يعتبرون أنفسهم تحرريين. ويمثل نوع ما مرجع أساسي، النواة المشكلة للاّشعور الجزائري[72]. استنتجت الكاتبة أنّ المرأة في هذا النموذج تشجع الأفكار الّتي يريدها المجتمع والّتي تعمل على إبقاءها في البيت كما اعتبر ***مصطفى بوتفنوشات*** المرأة بأنّها ملكة في بيتها وما للرجل مكانة فيه إلاّ عند النوم، كما اعتبره – أي الرجل – مستغَلاّ من قبل أفراد الأسرة لأنّه يلبّي حاجاتهم [73]. المهم في هذا النموذج أنّ المرأة راضية بهذا الوضع وتعتبر العمل السياسي من دور الرجال دون محاولة الخروج من بوتقتها أو الإطّلاع على العالم الخارجي. إنّ مثل هذه المواقف تقلل من الجهود الّتي تبذلها بعض الفئات النسائية في النهوض بوضعهنّ.

هوية الرجل في المجتمعات التقليدية تتمحور حول قدرته على تحمل عبء عائلته اقتصاديا. "في هذا الإطار دخول المرأة سوق العمل، يتّخذ على أنّه استقالة الزوج وإضعاف سلطته، خاصة وأنّ هذه السلطة تعرّف بالتعبير عن الرقابة والحق في الإدارة[74].

2- **النموذج المعتدل** : وهو النموذج الّذي يمكن أن نطلق عليه النموذج المعتدل، وهو الّذي يتشكل من خليط من العناصر مأخوذة من نمطي حياة غربي وجزائري. وتتبع هذا النموذج أغلبية نساء الجزائر، اللّواتي يرغبن في مقاطعة الدور التقليدي المخصص للمرأة. يلغى ويضاف على الرقم الموالي يعتمد هذا النوع من النساء على الاعتناء بالمظهر الخارجي دون الجوهر وتشير "**عائشة لمسين**" في كتابها « **La chrysalide** » أنّ التغيير الّذي حدث داخل الأسرة من خلال وصفها مقاومة أمٍّ للعادات السائدة في عائلة زوجها والتحوّلات الّتي أحدثها الابن داخل الأسرة خاصة عند مساعدته لأخته في

الخروج من محيطها ومتابعة دراستها حتى أصبحت طبيبة والّتي من خلالها تحقّق حلم كل من الأم والابن، لكن في الحين الّذي فيه شجّع أخته على الخروج من محيطها كان يرفض الزواج من المرأة المتعلّمة مبيّنا أنّ هؤلاء النسوة المتعلّمات لسن بحاجة إلى من يحميهن واعتبر بذلك المرأة قاصرا في حاجة إلى من يهتم بها وبقضاياها – هذا ما يترجم فكرة الاهتمام بالمظهر، وأنّ ما لقّنه المجتمع إيّاه يتحكّم في نظرته إلى أعماق المسائل والحكم عليها. هذا النموذج يبين بساطة النظرة إلى القضايا الجوهرية الّتي تهمّ المرأة وبالتّالي المجتمع ككل، وهو ما يؤثّر على نظرة المرأة نفسها إلى ما يمكّنها من الوصول إلى مراكز صنع القرار.

3- **النموذج الإسلامي الصفائي:** وهو مذهب ظهر عام 1918 كرد فعل على المذهب التكعيبي في الرسم، ويتسم الصفائيون بالبساطة والصفاء والوضوح التام[75]. وهو مذهب معتدل، ويعتبر حديث الظهور في المجتمع الجزائري. يعتمد على ترجمة أرتودكسية للدين الإسلامي، مع قبول الأخذ ببعض العناصر، خاصة في المجال العلمي والتكنولوجي من الغرب[76]. أمّا الفئة النسائية الّتي تنتمي إلى هذا النموذج ترجع دائما إلى اللّه، وإيمانها متزايدا بالقدر، حيث ترفض مشاركة المرأة نهائيا في الميدان السياسي وتلحّ على أنّ هذا العمل من دور الرجال وأنّ الشرع لا يسمح لها بالقيام بمثل هذه الأعمال وما عليها إلاّ الاكتفاء بوظيفتها البيولوجية[77].

إنّ مثل هذه الأفكار الرجعية من قبل المرأة نفسها لا تخدم المجتمع بالدرجة الأولى، لأنّ هذا الأخير أساس الأسرة فيه هو المرأة الّتي إن صلحت صلح المجتمع وإن خابت خاب المجتمع باعتبارها تمثّل النصف المكمل للرجل في تربية الأبناء لبنة مستقبل أي مجتمع في عالم يعيش تغيّرات سريعة على كافة الأصعدة بفضل التطوّر الّذي يعرفه عالم الاتصال.

4- **النموذج الكوني** : وهو النموذج الّذي يمثل وجهة نظر النساء الجزائريات، عموما الجامعيات، أو اللّواتي استفدن من الدراسة في التعليم الثانوي. هؤلاء يرغبن في وضع بعيد

عن التفرقة النوعية، الثقافية، الوطنية، لإيجاد صوت معبّر عن الذات. رغم أنّه النموذج الّذي يحمل مستقبلا واعدا، إلاّ أنّه لا يمكن اعتباره الأكثر حظا لجلب أكبر عدد ممكن مادام يتسم بالأقلية[78]. تنتمي إلى هذا النموذج نساء واعيات بما يقمن به، من طالبات وعاملات.

وتشكّل هذه الفئة أقلية تحاول تحقيق التغيير الجذري في النظرة إلى المرأة ووضعها داخل مجتمع تتناقض فيه المصالح والآراء. إنّ هذه الفئة تعمل جاهدة مسايرة لما يجري في العالم من حركات نسوية إيجابية والّتي ظهرت في العشرينات الأخيرة والّتي تؤكّد على أنّ تقدم المجتمع مرتبط بتقدم المرأة.

هذه الفئة بإمكان إسكاتها لأنّها تريد سلك مخرج جديد لا يُشجّع عليه ولا تستطيع أن تسرّب أفكارها التقدمية تجاه قضيتها إلى أغلبية النساء[79].

أمّا فيما يتعلق بالنموذج الخامس فهو يتمثل في النساء اللّواتي يرغبن في تقليد منظم للنساء الشهيرات[80].

نرى أنّ هذا الاختلاف في الآراء راجع إلى الغموض الفكري الّذي يعيشه الفرد الجزائري نتيجة لعادات وتقاليد بالية تسود المجتمع ومتجذّرة في التنشئة الاجتماعية الّتي يتلقّاها هذا الأخير في ضوء انتشار واسع للأمية خاصة في أوساط النساء والّتي تدفع إلى ملاحقة التفسيرات الغيبية للأمور والابتعاد بالتّالي عن الواقع، ومن جهة أخرى غياب التماسك الثقافي نتيجة الفراغ الّذي يعيشه الفرد الجزائري جراء التشكيك في الهوية والانتماء في ظل تفعيل عملية عولمة الثقافة وتذويب الخصوصيات المحلية والقومية. كما ساهم في ذلك التعرض لوسائل الإعلام خاصة الفضائيات وما تحمله من ثقافة استهلاكية تبعد المتلقي عن واقعه الحقيقي وتسهم بالتّالي في اغترابه ثقافيا.

فالمرأة المسلمة في عصر النبوة والراشدين، قد مارست حقي الرقابة والتشريع، وبالأسلوب المتناسب مع ذلك العصر، فإنّه لا يوجد ما يمنع المرأة المسلمة أن تمارس هذه الوظائف وبالأسلوب المؤسّسي الحديث، لأنّ العبرة دائما بالمضامين لا بالأشكال المتغيّرة [81]

فالمرأة المسلمة المعاصرة تمارس الأدوار المختلفة: انتخابا ورقابة وتشريعا، في معظم المجتمعات العربية والإسلامية، ووجود المرأة في المجلس يعين على ترشيد القرارات المتعلّقة بالأسرة والطفولة، ولا تكفي إنابة الرجل عنها مادامت هي قادرة على التعبير عن إرادتها، فلا يُقضى وصاحب الحق غائب.

ولا يحتج علينا بأنّ "**الرسول صلّى اللّه عليه وسلّم**" والخلفاء لم يعيّنوا امرأة، لأنّ عدم حصول الشيء لا يعني عدم جوازه، إذ أنّ لكل عصر ما يناسبه، والمجلس النيابي حسب التطور المعاصر، لم يكن متاحا للرجل والمرأة [82].

تقول الباحثة "**حفصة أحمد حسن**" يجب تصحيح الأفكار والعادات الخاطئة المتعلقة بالمرأة. هذه العادات والتقاليد الّتي تعمل على التقليل من أهميتها في الارتقاء بالمجتمع، نذكر منها: النظر إلى المرأة من خلال الجنس وإنجاب الأطفال، فالملاحظ في المجتمع الإسلامي بصفة عامة تركيز الاهتمام على المرأة في حفظ النوع البشري دون الارتقاء به، وهذا ما جعل الاهتمام بها ينصب على مظهرها الخارجي وقدرتها على الإنجاب بالدرجة الأولى [83]. فالكثيرون – حتى من المثقفين – ينظرون إلى المرأة على اعتبار أنّها تمثل نصف المجتمع، لكنّه نصف معطل، حيث لا يعتبرون لإسهاماتها داخل المنزل أي أثر على الاقتصاد في المجتمع [84].

إنّ غياب المرأة عن المشاركة السياسية أو قلة تواجدها في هذا القطاع ليست مرتبطة بالجزائر أو العالم العربي وحده، بل على المستوى العالمي، نجد أنّ غياب المرأة عن المشاركة الفعالة في الحياة السياسية في الوظائف العامة، في الأحزاب وفي الحركات النقابية لا يقتصر على المنطقة العربية، بل أنّها ظاهرة عامة تثيرها بغضب ومؤخّرا فقط بعض الباحثات الغربيات الملتزمات بالحركة النسائية. وفي دراسة مهمة عن المرأة عنوانها "المرأة والسلطة" تؤكّد الباحثتان « **Margaret Stacey and Marion price** » أنّ عدم تقدم المرأة في الحياة العامة والسياسية هي ظاهرة عالمية، لا يبطلها وجود بعض

النساء في مناصب رئاسية مثل المملكة المتحدة والهند بل أنّ بروز مثل هؤلاء ناتج عن غياب المرأة من المناصب السياسية العليا، وإلاّ لما ركزت الأعين على القليلات منهنّ.

ترى هاتان الباحثتان أنّ الحياة العامة تنقسم إلى عالمين أو مقاطعتين، واحدة للنساء وأخرى للرجال. الأولى تتكوّن من موقع النساء الهيكلي الخاص والمحدود والمحدّد داخل إطار العائلة وعن طريق العلاقات التقليدية غير الرسمية[85].

وفي هذا الموضوع المتعلق بالمرأة ومناصب صنع القرار، يوجه الأنصاري النظر إلى أمرين: ويقول:

1- ... لا الإمارة ولا الوزارة ولا أرى ارتباطا بين حق المرأة في الانتخاب والترشيح والمناصب، فلنفكك الارتباط بينهما، فكم من دول فيها وزراء ووزيرات دون توافر الحقوق السياسية، وكم من دول أقرّت الحقوق السياسية دون المناصب الوزارية للمرأة.

2- ... فكم من مباح ومندوب لم يفعلهما الرسول صلّى اللّه عليه وسلّم والخلفاء من بعده، بل كل تنظيماتنا الإدارية والسياسية والاجتماعية لم تكن موجودة في الصدر الإسلامي الأول، فهل يعني ذلك عدم الجواز؟ إنّ عدم حصول الشيء في أيام الرسول صلّى اللّه عليه وسلّم أو عدم فعله لأمر ما، ليس دليلا شرعيا على عدم الجواز[86].

يضيف ***"عبد الحميد إسماعيل الأنصاري"***، أنّ تولي المرأة أو الرجل عضوية المجلس النيابي حسب المفهوم الدستوري الحديث، لا يكون تولّيه بالمفهوم الشرعي والفقهي الحقيقي للتولي المنهي عنه في الحديث، لأنّ القوم الآن لا تصدق عليهم أنّهم ولّوا أمرهم امرأة، وحتى رجلا، بل ولّوا أمرهم مؤسسة أو مجلسا يشارك فيه الجميع بالقرار كما في الديمقراطيات المعاصرة[87].

إنّ النكبات الّتي تضيب المجتمع العربي عبر مراحل التاريخ المختلف لم تكن فيه المرأة يوما صاحبة القرار في تحديد مصير الشعوب العربية وأنّ تواجدها في المجالس المنتخبة لا يعبّر عن تمثيل حقيقي لأعداد النساء في أي مجتمع من هذه المجتمعات، وبالتّالي لا يمكن إرجاع تخلّف المجتمع إلى تواجد المرأة في صنع القرار في الحين الّذي لم تصل فيه إلى هذا المركز

بكثافة تجعل من صوتها الغالب في قلب موازين سلطة القرار لصالحها وبالتّالي تكون قد ساهمت في تدهور الوضع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي العربي.

وفي ظل التطورات الحديثة الّتي تحاول دراسة التغيّر الاجتماعي... أخذت قضية تحرر المرأة مجرى جديد، حيث ظهرت حركة فكرية حيوية تمخّضت عن تأليف عدد كبير من الكتب الّتي استلهمت وعيا جديدا بتجربة المرأة في العصر الحديث.

فقضية المرأة على المرأة أن تتناولها بالدراسة لأنّ المرأة هي الّتي تستطيع التعبير بدقة عن ما تطالب به وما تريد تحقيقه، ففي المجتمع الإسلامي هناك اهتمامات جديدة بهذه المسألة نابعة من أوساط مثقفة وتؤكّد ***نوال السعداوي*** على أنّ هناك جانب إيجابي برز في البلاد العربية عند المرأة، امرأة الشعب، إنّها بدأت تنظّم نفسها وتقاوم خارج التّنظيمات الرسمية لأنّ هذه الأخيرة تخدم النظام السائد الّذي يحاول الحفاظ على الوضع والّذي لا يحاول النهوض بالمرأة[88]. في ضوء ما هو سائد في المجتمعات العربية والإسلامية من صراعات فكرية وأيديولوجية حول النظرة إلى المرأة هذا الموضوع القديم المتجدّد. فالمرأة تكتشف أنّها ضحية نزعة جنسية، في العالم الحاضر، وتتجلّى هذه النزعة أكثر ما تتجلّى كلّما كانت "الواجهة" الاجتماعية أشد إعتاما. ولا تتميّز المرأة المسلمة في هذا عن غيرها من نساء العالم. والتعبير عن هذه النزعة، وتوضيحها، والحد منها، يعود بالخير عليها وعلى أطفالها وعلى المدنية كلّها، بيد أنّ الكبت – وهو نتيجة – قرون طويلة – موجود[89]. بحيث يمثل وضع المرأة في البلدان العربية محصلة تفاعل عدد من العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية الّتي تتشابك بصورة مركبة[90]. إنّ عدم المساواة في الحقوق سواء كانت اقتصادية أو مدنية أو عائلية يعتبر مصدرا قويا للتمييز والاستعباد الاجتماعي. ولا بد من تضافر الجهود في المجالات الاجتماعية والثقافية لإرساء الأسس والسياسات الإعلامية الّتي يمكن بإتباعها إقناع الأفراد في المجتمع بالاتجاهات الجديدة الّتي تنظر إلى الرجل والمرأة باعتبارهما وجهين لعملة واحدة قوامها الإنسانية والديمقراطية والتكامل[91].

المصـــادر والمراجع

1- عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص: 14، عن: C.A.Mace national stereotypes... their nature and function, the sociological review, 1943, p: 29.

2- عمر بن قينة، ***الشكل والصورة في الرحلة الجزائرية الحديثة***، شركة الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، 1995، ص: 107، عن: إحسان عباس، دار الثقافة، بيروت، د.ت، ص: 218-219.

3 – عمر بن قينة، نفس المصدر السابق، ص: 107، هن: رينية ويليك-أوستن وارين، ترجمة: محي الدين صبحي، المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية، مطبعة خالد الطرابيشي، 1972، ص: 242.

4 – عمر بن قينة، نفس المصدر السابق، ص: 107، عن: François Moreau, l'image littéraire, position du problème, Société d'édition d'enseignement supérieur, Paris, 1982, p : 12.

5- عمر بن قينة، نفس المصدر السابق، ص: 110، عن: محمد فنيمي هلال، الأدب المقارن، ط/3، دار النهضة للطبع والنشر، القاهرة، 1973، ص: 320.

6 – عمر بن قينة، نفس المصدر السابق، ص: 111.

7 – أديب خضور، ***صورة المرأة في الإعلام العربي***، الأيام، 1997، ص: 23.

8- عبد القادر طاش، ***الصورة النمطية للإسلام والعرب في مرآة الإعلام الغربي***، شركة الدائر للإعلام المحدودة، (التاريخ لم أتمكن من تسجيله)، ص: 12.

9- خضير شعبان، ***المصطلحات في الإعلام والاتصال***، دار اللسان العربي، 1422هـ، ص: 94.

10- سحر محمد وهبي، ***الصورة النمطية للصعيدي في المسلسلات وأفلام التليفزيون***، عن سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، بحوث في الاتصال، ص: 179-254.

11- سحر محمد وهبي، مصدر سابق، ص: 179-254.

12- عبد القادر طاش، مصدر سـابق، ص: 18

13- سحر محمد وهبي، مصدر سابق، ص: 179

14- عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص: 14، عن: C.A.Mace national stereotypes... their nature and function, the sociological review, 1943, p: 29.

15- El yamani myriam, ***médias et féminisme : minoritaires sans paroles***, Armattan, Paris, 1998, dans Kourouma Luc, p : 16.

16- أميمة أبو بكر وشيرين شكري، ***المرأة والجندر، إلغاء التمييز الثقافي وللاجتماعي بين الجنسين***، دار الفكر المعاصر، 2002، ص: 94.

17- عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص: 14.

18- عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص: 13، عن علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، 1983، ص: 10.

19- عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص: 19.

20- عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص: 15-16.

21- Betty Fridan, la couverture de l'ouvrage : ***la femme mystifiée***, éditions gontier, traduit par Yvette Roody, 1964.

22- Caroline caron, **conservateurs ou égalitaires, les magazines féminins pour adolescentes**... troisième colloque international de la recherche féministe francophone, Toulouse, France, du 17 au 22/09/2002.

23- Parlement européen, **image de la femme *dans les médias***.

24- El Yamani Myriam, op.cité, p : 55.

25- Centre de Documentation et de l' Education *des Adultes et la Condition de la Femme*, ***femmes et médias à travers le monde pour le changement social***, Montréal, Canada, 2001.

26- Ibidem.

27- اليونسكو، ***عالم واحد وأصوات متعدّدة***، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980، ص: 399.

28- اليونسكو، ***أصوات متعدّدة وعالم واحد***، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص: 328.

29- زهير إحدادن، ***الإعلام الاقتصادي***، مجلة منبر التنمية، ع/2، اتحاد الاجتماعيين والاقتصاديين الجزائريين، 1984، ص: 4 - 8.

30- محمد طلال، مصدر سابق، ص: 5.

31 – غازي الخليلي، ***مقدّمات نظرية حول مسألة تحرّر المرأة***، مجلة شؤون فلسطينية، ع/63-64، شباط/آذار، فبراير/مارس، 1977، ص: 111-138.

32- Dictionnaire Larousse, 2004, p : 425.

33- سهيل إدريس وجبور عبد النور، ***المنهل*** (عربي- فرنسي)، دار الآداب، دار العلم للملايين، 1987، ص: 436.

34- Encyclopédie Universalis 2000, ***femmes et féminité***.

35- سالم البهنساوي، ***المرأة بين الإسلام والقوانين العالمية***، دار الوفاء، 2003، ص: 47، عن: رشيد رضا، نداء للجنس اللطيف، ص: 36.

36 - رودلفو ستافنهاجن، المرأة الخفية ، نافذة على العالم مجلة رسالة اليونسكو، ع/230، 1980، ص: 4- 9.

37- نفس المصدر السابق، ص: 47.

38- Encyclopédie Universalis 2000, *femmes et féminité*.

39- مارسيا سكوت، ***المرأة والعلوم الاجتماعية، كسر قبضة الرجل الخانقة***، نافذة على العالم مجلة رسالة اليونسكو، ع/230، 1980، ص: 28-30.

40- El Yamani Myriam, ***médias et féminismes, minoritaires sans paroles***, ARMATTAN, 1998, Paris, p : 9.

41 - محمّد طلال، ***صورة المرأة في الإعلام العربي***، مطبعة الصومعة، الدار البيضاء، المغرب، 1996، ص: 31.

42 - بول سالم، ***الولايات المتحدة الأمريكية: معالم الهيمنة في مطلع القرن الحادي والعشرين***، مجلة المستقبل العربي ع/250ن مركز الدراسات العربية، بيروت، ، 1999، ص: 25.

43 – موسى طالب، ***المرأة في الإعلام***، عرضتها فتيحة إبراهيم صرصور، صالون نون الأدبي، جويلية 2005، www.AlmuhajirvBulletinv3.6.2.

44- Ecole de journalisme et de communication de Marseille, ***Et la pub créa la femme*** … .

45- Caroline Caron, ***conservateurs ou égalitaires, les magazines féminins pour adolescentes ?*** Troisième colloque international de la recherche féministe francophone, Toulouse, France, du 17 au 22/09/2002.

46- Ecole de journalisme et de la communication de Marseille, OP.CIT.

47- ناهد رمزي، ***المرأة والإعلام في عالم متغيّر***، الدار المصرية- اللبنانية، 2001، ص: 102.

48- نفس المصدر السابق، ص: 169.

49- Centre de documentation et de l'enseignement des adultes et de la condition de la femme, ***Femmes et médias à travers le monde pour le changement social***, Montréal, Canada 2001.

50- El Yamani Myriam, op.cité, pp : 9-11.

51- ibidem, p :24.

52- ibidem, p : 37.

53- ibidem, p : 23.

54- حفصة أحمد حسن، ***أصول تربية المرأة المسلمة المعاصرة***، مؤسسة الرسالة، 2001، ص: 181.

55- نفس المصدر السابق، ص: 205-206، عن: أحمد شلبي، التربية الإسلامية (نظمها، فلسفتها، وتاريخها)، مكتبة النهضة المصرية، ط/VII، 1402هـ/1982م، ص: 329-330.

56- حسين عبد الحميد، ***علم اجتماع المرأة***، .... ، ص: 11.

57- خليل أحمد خليل، ***تاريخ المرأة العربية وقضايا التغيير، بحث اجتماعي في تاريخ القهر النسائي***، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ص: 7.

58- حنيفة الخطيب، ***تاريخ الحركة النسائية في لبنان وارتباطها بالعالم العربي، 1800-1975***، دار الحداثة، 1984، ص: 5-6، عن حسن إبراهيم، تاريخ الإسلام، ص: 64.

59- نفس المصدر السابق، ص: 7.

60- سامية محمد فهمي، ***المرأة في التنمية***، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص: 20.

61- حنيفة الخطيب، مصدر سابق، ص: 8، عن: مجموعة من الأعمال مذكورة في الصفحة ذاتها.

62- حفصة أحمد حسن، مصدر سابق، ص: 209.

63- حنيفة الخطيب، مصدر سابق، ص: 8، عن مجموعة من الأعمال مذكورة بالصفحة ذاتها.

64- نفس المصدر السابق، ص: 8.

65- نفس المصدر السابق، ص: 11.

66- محمد طلال، ***صورة المرأة في الإعلام العربي***، مطبعة الصومعة، الدار البيضاء، 1996، ص22.

67- حفصة أحمد حسن، مصدر سابق، ص: 405.

68 - El Yamani Myriam, op.cité, p : 122.

69- Hélène Vandevelde, ***la participation politique des femmes algériennes est-elle un mythe ?*** dans la revue algérienne des sciences juridiques,
économiques et politiques, N°4, décembre 1982 ,pp : 711-754.

70- Souad Khodja, op.cité, p : 90.

71- ibidem, p : 92.

72- ibidem, p : 91.

73- Mostafa Boutefnouchet, ***la famille algérienn, évolution et caractéristiques récentes***, 2ème ED, SNED, Alger, 1982.

74- Souad Khodja, op.cité, p : 56, dans : Fatima Mernisi, identité culturelle et sexuelle, le cas du Maroc et de la chine, 14ème congrès international d'Alger, OPU, p : 746.

75- ضياء الجصاني، ***الثقافة والنوع الاجتماعي (الجندر) اللامساواة ومعضلات الثقافة والأعراف***، جريدة الصباح، (على موقعها الإلكتروني)، والصادرة في: 2007/02/15.

76- Souad Khodja, op.cité. p : 91.

77- ibidem, pp : 113-121.

78- ibidem, pp : 91-92.

79- ibidem, p : 123.

80- ibidem, p : 91.

81- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، ***الحقوق السياسية للمرأة، رؤية تحليلية فقهية معاصرة***، ط/I، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص: 65.

82- نفس المصدر السابق، ص: 66.

83- حفصة أحمد حسن، مصدر سابق، ص: 342.

84- نفس المصدر السابق، ص: 244.

85- فرج أحمد فرج، .....، ص: 156.

86- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، مصدر سابق، ص: 67-68.

87- نفس المصدر السابق، ص: 66.

88- ***la colère d'une femme tranquille***, dans parcours maghrébin, N°5, février 1987.

89- آسيا جبار، ***وجهة نظر كاتبة جزائرية عن وضع المرأة المسلمة في القرن العشرين***، نافذة على العالم مجلة رسالة اليونسكو، ع/171-172، 1975، ص: 23 - 28.

90- محمد الجاهري، ***نحو نهوض المرأة في الوطن العربي***، تقرير التنمية الإنسانية العربية 2005، **www.amanjordan.org/a-news** زيارة الموقع في: 2007/07/05.

91- سامية الساعاتي، منتدى المرأة والإعلام، 2000، ص: 57.