

## مجلس إدارة المجلة

رئيس مجلس الإدارة	أ.د/ عبد العزيز السيد
عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف	
نائب رئيس مجلس الإدارة	أ.م.د/ إنجي أبو العز
وكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث	
رئيس التحرير	أ.م.د/ نسرين حسام الدين
عضو مجلس الإدارة ووكيل الكلية	
لشئون البيئة وخدمة المجتمع	
عضو مجلس الإدارة	أ.م.د/ منى هاشم
وكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب	
نائب رئيس التحرير	أ.م.د/ أمنية عبدالرحمن
أستاذ مساعد بقسم الصحافة	
مدير التحرير	د/أمانى حمدى
مدرس بقسم الصحافة	
سكرتير التحرير	أ.م.د/ نهى التلاوى
أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة	
المستول المالي	أ.إيمان ربيع
المستول الإداري	د. فاطمة الأباصرى
هيئة التحرير من الخارج	
أستاذ الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د/ منى الحديدى
أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د/ نجوى كامل
أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د/ ثريا البدوى

## الهيئة الاستشارية للمجلة

أ.د/ أسما حسين حافظ

أستاذ الصحافة جامعة أرقازيق

أ.د/ أماني فهمي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام  
جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب

أ.د/ إيناس أبو يوسف

أستاذ الصحافة

وعميد كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية

أ.د/ إيناس عبد الحميد

أستاذ العلاقات العامة جامعة الأهرام الكندية

أ.د/ حسن على

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة السويس

أ.د/ حسين أمين

أستاذ الصحافة والإعلام الجامعة الأمريكية

أ.د/ حلمي محمود محاسب

أستاذ الإعلام الإلكتروني وعميد كلية الإعلام

جامعة جنوب الوادي

أ.د/ دينا فاروق أبو زيد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة عين شمس

أ.د/ رباب عبد الرحمن

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة حلوان

أ.د/ رضا عبدالواجد أمين

أستاذ الإعلام جامعة الأزهر

أ.د/ سامي الشريف

أستاذ الإذاعة والتلفزيون

عميد كلية الإعلام الجامعة الحديثة

أ.د/ شريف درويش اللبان

أستاذ و رئيس قسم الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ صابر عسران

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة

أ.د/ طه نجم

أستاذ الإعلام جامعة الإسكندرية

أ.د/ عادل عبد الغفار

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة  
ورئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

أ.د/ عادل فهمي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة

أ.د./ عبدالرحمن بن نامي

ستاذ العلاقات العامة جامعة الإمام محمد بن سعود

أ.د/ عبد الرحيم درويش

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة بني سويف

أ.د/ عبداللطيف بن صفية

أستاذ ومدير معهد الإعلام بالمغرب

أ.د/ عبدالله بن محمد بن حسن الرفاعي

أستاذ الصحافة جامعة الإمام محمد بن سعود

أ.د/ عبدالله عبد النبي الطيب

أستاذ الصحافة جامعة وادي النيل

أ.د/ عثمان العربي

أستاذ العلاقات العامة جامعة الملك سعود

أ.د/ عزة عبدالعزيز

أستاذ الإعلام الرقمي جامعة اسوهاج

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة جامعة القاهرة

أ.د/ علي عبد الرحمن نجادات

أستاذ الصحافة جامعة اليرموك

أ.د/ عيسى عبد الباقي

أستاذ الصحافة جامعة بني سويف

أ.د/ ليلي عبد المجيد

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ ماجي الحلواني  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة

أ.د/ محمد القعاري

أستاذ الصحافة جامعة الإمام محمد بن سعود

أ.د/ محمد محمد رضا حبيب

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة المنصورة

أ.د/ محمد زين

أستاذ الصحافة جامعة بني سويف

أ.د/ محمد سعد إبراهيم

أستاذ الصحافة جامعة المنيا

أ.د/ محمد شومان

أستاذ الصحافة عميد كلية الاعلام

الجامعة البريطانية

أ.د/ محمود حسن اسماعيل

أستاذ الإذاعة والتلفزيون معهد الدراسات العليا

أ.د/ نرمين الأزرق

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د. نسرين البغدادي

أستاذ علم الاجتماع بالمركز القومي للبحوث

الاجتماعية والجنائية

أ.د/ نهي العبد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة بني سويف

أ.د/ هبة السمري

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة وعميد

كلية الإعلام جامعة النهضة

أ.د/ هشام زكريا

أستاذ الإعلام بالجامعة القاسمية

أ.د/ هويدا مصطفى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة وعميد

كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ وفاق حافظ

أستاذ الإعلام ب الإلكتروني الجامعة العراقية

## قواعد النشر

- 1- تقبل المجلة البحوث المتعلقة بمجال المرأة والإعلام والمجتمع سواء كان في تخصصات الإعلام التقليدي أو الرقمي في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان، وتخصصات العلوم البيئية التي تتشابه مع علوم الإعلام والاتصال مثل علم الاجتماع وعلم النفس وعلم السياسة في مجالات المرأة والمجتمع النوع الاجتماعي.
- 2- ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية المتخصصة وترحب بإسهام الباحثين بعرض الكتب والتقارير العلمية وملخصات رسائل الماجستير والدكتوراة المتميزة.
- 3- يخضع البحث المرسل إلى المجلة إلى التحكيم من قبل هيئة التحرير ويحق للمجلة بناء على رأي اثنين من المحكمين، ويجوز عدم قبول البحث للنشر دون إبداء الأسباب.
- 4- البحث المقبول للنشر يأخذ دوره للنشر حسب تاريخ قبوله للنشر.
- 5- تكون أبعاد هوامش الصفحة (2) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة. ونوع الخط في المتن والعناوين للبحوث العربية **Arabic Simplified** وللبحوث الإنجليزية **(Times New Roman)**، بحجم 14 . ويكون ترقيم صفحات البحث في أسفل الصفحة.
- 6- تقبل البحوث باللغتين العربية أو الإنجليزية ويقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يتجاوز (200) كلمة لكل. يليها الكلمات المفتاحية (**Key Words**) حيث لا تزيد على خمس كلمات.
- 7- الأبحاث المقبولة للنشر لا ترد لإصحابها وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرتها المجلة.
- 8- أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس. (**ED American Psychological Association – APA – 6th**)
- 9- يوقع الباحث على تعهد يفيد تحمله المسؤولية الكاملة عن أي انتهاك أو تجاوز لأخلاقيات البحث في حالة ثبوته (مثل تجاوز الأخلاقيات العلمية المتعلقة بالتعامل مع العينات، والبيانات، والأدوات، وحقوق الملكية). وأن البحث لم ينشر ولم ولن يقدم للنشر إلى أي جهة أخرى.
- 10- إدارة المجلة غير مسؤولة عن الأفكار والآراء الواردة بالبحوث المنشورة في أعدادها وإنما فقط تقع مسؤوليتها في التحكيم العلمي والضوابط الأكاديمية.

## كلمة رئيس مجلس الإدارة

مع بدايات عام 2024م، يصدر العدد الأول من المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع التي تصدرها كلية الإعلام جامعة بني سويف كأول مجلة علمية عربية مصرية محكمة في مجال بحوث المرأة والإعلام والمجتمع تهتم بشكل مباشر بالدراسات البينية في العلوم الاجتماعية، وفي إطار حرص الجامعة برئاسة الأستاذ الدكتور/ منصور حسن - رئيس الجامعة، على إتاحة الرصيد العلمي والمعرفي على أكبر عدد من المنصات العلمية فقد تم توقيع بروتوكول تعاون بين المجلة ودار المنظومة لتصبح البحوث والدراسات المنشورة متاحة على موقعها، إضافة إلى وجودها على موقع بنك المعرفة، وتضم المجلة عددًا من الدراسات والبحوث العلمية، التي تنوعت أطرها ومقارباتها المنهجية ومدخلها النظرية وأدواتها البحثية لتشكل تراكمًا علمياً ومعرفياً لكل المهتمين بدراسات الإعلام والاتصال والمرأة والمجتمع. وتنوعت الدراسات المقدمة التي ترتبط بأهداف المجلة والخطة البحثية للكلية التي تحرص على أن ترتبط بخطة التنمية ورصد الأدوار المختلفة للمرأة والإعلام والمجتمع نحوها.

وفي النهاية أدعو كل الباحثين المصريين والعرب على اختلاف رؤاهم وتوجهاتهم البحثية ومدارسهم العلمية للنشر في المجلة بما يسهم في تنوع المنطلقات العلمية وآليات معالجة القضايا والظواهر المجتمعية المختلفة؛ ما يسهم في تفعيل دور البحث العلمي في خدمة المجتمع.

والله الموفق،،،

أ.د. عبد العزيز السيد

رئيس مجلس الإدارة

## كلمة رئيس التحرير

المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع هي مجلة علمية محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال المرأة والإعلام والاتصال والمجتمع، تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف، وتسعى لتحقيق التميز والريادة في نشر الأبحاث العلمية المتعلقة بالإعلام والاتصال على المستوى المحلي، والإقليمي، والدولي. وتنطلق المجلة من رؤية أن تكون من المجالات العلمية الرائدة والمتفردة في مجالات المرأة والإعلام والمجتمع على المستويين المحلي والإقليمي، كما تسعى للعمل على إثراء البحث العلمي وإنتاج المعرفة ودعم الإبداع الفكري الملتمزم بالمعايير الدولية للبحث العلمي لتصبح منصة بحثية كبرى، تحقق التواصل العلمي بين المهتمين بالدراسات البنينة في مجالات الإعلام والاتصال والاجتماع وعلم النفس والسياسة.

تهدف المجلة إلى تعزيز منهجية التكامل المعرفي من خلال دعم البحوث الفردية أو الجماعية ذات الطابع البيني والتي تجمع بين الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية الأخرى، والتي تقدم نتائج وتوصيات مبنية على أسس علمية منضبطة، للاستفادة منها في تطوير الواقع الإعلامي والمجتمعي، وصياغة رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام والمرأة والمجتمع.

كما تحرص المجلة على تقديم دراسات ذات أصالة علمية مبنية على عدم التكرار والاختلاف والتميز، واستكشاف موضوعات مدروسة باستخدام منهجية أصيلة، وفي نفس الوقت تعتمد التجديد والابتكار والإبداع لخلق رصيد معرفي تراكمي يسمح بتكوين رؤى تفصيلية دقيقة تقود إلى فهم أعمق للمشكلات، ورؤى استراتيجية متكاملة يمكن أن تكون إطارًا معرفيًا لصناعة قرارات رشيدة، تساهم في خلق تغيير إيجابي في المجتمع.

كما تسعى المجلة إلى رصد وتحليل الإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية في الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية، لتقديمها كروية استراتيجية تنطلق منها الممارسات الإعلامية؛ لبلوغ مكانة مرتفعة في التصنيفات الدولية.

ويضم هذا العدد مجموعة من الأبحاث الهامة في مجال الإعلام وهي:

**الدراسة الأولى** بعنوان عوامل تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي: دراسة من منظور النخبة الأكاديمية العربية  
**الدراسة الثانية** بعنوان استخدام المرأة للمحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية وتأثيره على الهوية الإجتماعية.

**الدراسة الثالثة** بعنوان تفضيلات متابعة جمهور إقليم شمال الصعيد للأخبار المحلية عبر وسائل الإعلام الجديدة.

**الدراسة الرابعة** بعنوان القيم والسلوكيات التي تتضمنها المسلسلات الأجنبية على منصة نتفليكس وعلاقتها بالشباب المصري.

**الدراسة الخامسة** بعنوان تعرض الشباب المصري لخاصية البث المباشر عبر موقع الفيس بوك وعلاقته بمصداقيتها.

**الدراسة السادسة** بعنوان تطبيقات إخفاء الهوية عبر مواقع التواصل وعلاقتها بإدراك مفهوم حرية الرأي: دراسة حالة على تطبيق صراحة.

رئيس التحرير

أ.م.د. نسرین حسام الدين

## محتويات العدد

رقم الصفحة	عنوان البحث	م
78-1	عوامل تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي دراسة من منظور النخبة الأكاديمية العربية أ.د. عزة عبدالعزيز	1
115-79	استخدام المرأة للمحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية و تأثيره على الهوية الإجتماعية أ.بسنت صفي الدين	2
165-116	تفضيلات متابعة جمهور إقليم شمال الصعيد للأخبار المحلية عبر وسائل الإعلام الجديدة م.م. نجلاء جعفر عبدالوهاب	3
236-166	القيم والمسلسلات التي تتضمنها المسلسلات الأجنبية على منصة نتفليكس وعلاقتها بالشباب المصري م.م. رحاب ثروت محمد الشريف	4
273-237	تعرض الشباب المصري لخاصية البث المباشر عبر موقع الفيس بوك وعلاقته بمصادقيتها أ.هالة عيود عطا	5
307-274	تطبيقات إخفاء الهوية عبر مواقع التواصل وعلاقتها بإدراك مفهوم حرية الرأي: دراسة حاة على تطبيق صراحة أ.سرور محمد عبدالباقي شعبان	6
385-308	دور مديري المبيعات فى بناء هوية العلامة التجارية دراسة من منظور الاتصالات التسويقية المتكاملة	7

## عوامل تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي دراسة من منظور النخبة الأكاديمية العربية

أ.د. عزة عبدالعزيز

أستاذ الإعلام الرقمي بكلية الآداب

جامعة سوهاج

### الملخص

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير ملامح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي، ومعرفة مصادر تشكيل هذه الصورة؛ وتفسير المغزى من تكريس صور معينة للمرأة العربية المسلمة وإهمال صور أخرى في الإعلام الغربي، والتعرف على أساليب معالجة الإعلام الغربي لهذه الصورة، والعوامل الدينية والسياسية المسئولة عن تشكيل هذه الصورة، واعتمدت الدراسة على نظرية التفاعلية الرمزية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية واعتمدت على منهج المسح الاجتماعي، وتم تطبيقها على عينة قوامها (82) مفردة من النخبة الأكاديمية العربية التي كانت تعيش في الدول الغربية بحكم الدراسة أو العمل، و اعتمدت على أدوات المقابلات المقننة باستخدام صحيفة الاستقصاء، الملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة، وخلصت الدراسة إلى نتائج منها ظهور عدة ملامح للصورة السلبية التي رسمتها وسائل الإعلام الغربية للمرأة العربية في مقدمتها أنها امرأة مفروض عليها الحجاب، وأنها امرأة ضعيفة خاضعة لدين يضطهدها ويقمعها، أنها امرأة مستعبدة من الرجل، وليس لديها أي حقوق قانونية، ممنوعة من ممارسة حقوقها السياسية، تقدمت العوامل الدينية على العوامل السياسية والإعلامية لتشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربية .



## المقدمة

مرت صورة العرب والمسلمين بشكل عام على مر التاريخ بمراحل عديدة، فقد كانت صورة العربي قبل نشوء إسرائيل عبارة عن جمال وأهرامات وفتيات راقصات، تحولت بعد النزاع العربي الاسرائيلي إلى وصف العربي بالشخصية المتخلفة، غير الآمينة، المتطرفة، المتسمة بالقيادة العربية والتي تجسدت فيها صورة الفساد والمحسوبية، ومع بداية حركة التحرير الفلسطينية تحولت الصورة في الغرب عن العرب إلى صورة الارهابي، المتطرف<sup>(1)</sup>.

وخلال عقدي الثمانينات والتسعينات ظهر كتاب صراع الحضارات لهنتجتون "Huntington"<sup>(2)</sup> وكتاب نهاية التاريخ لفوكوياما "Fukuyama"<sup>(3)</sup>، والتي ركزت على ظهور الإسلام كقوة معادية للغرب والحضارة الغربية، وأن كل الثقافات والحضارات الأخرى لم يعد لها ذكر وأن الحضارة الغربية هي التي بقيت وستبقى، وهي تمثل الفصل الأخير من التاريخ الانساني.

وقد وفرت أحداث الحادي عشر من سبتمبر فرصة ثمينة للعديد من الأعلام الغربية لتقديم الإسلام في صورة مخيفة ومهددة لكل المكاسب الكبرى مثل الحريات الفكرية والسياسية وحرية الاعتقاد وحرية المرأة، والإسلام كما تظهره التغطيات الصحفية الغربية يمثل نقیضاً كاملاً للقيم والسلوكيات السائدة في الغرب الحديث، فإذا كان الغرب متشبعاً بقيم الحرية والتسامح والانفتاح فإن عالم الإسلام هو رديف الانغلاق والعنف والتعصب، هذا بالإضافة إلى بروز المرأة المسلمة في الإعلام الغربي كأداة وظفت في تشويه صورة الإسلام والمسلمين؛ فتفجيرات الحادي عشر من سبتمبر فجرت موجة عارمة من الكراهية ضد المسلمين عامة والعرب منهم خاصة، وقاد الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش الابن "George W. Bush" حملته على الإسلام تحت مسمى الحرب على الإرهاب<sup>(4)</sup>.

وبالتالي ظهور ما يسمى "بالإسلاموفوبيا" "Islamophobia" وهي حالة الخوف من الإسلام التي سادت المجتمعات الغربية وبات هذا المصطلح يعكس ويلخص طبيعة سوء الفهم المشترك بين العالمين الإسلامي والغربي<sup>(5)</sup>، بالإضافة إلى عدم الحياد والهجوم المستمر على الآخر الذي تتسم به السياسة الإعلامية في العالمين العربي والغربي.

وما زال الإعلام الغربي يصور المجتمعات العربية الإسلامية كأنها تعيش وفق معتقدات وتقاليد تعود إلى القرون الوسطى، كما يركز بصفة خاصة على الكتابات التي وضعها المستشرقون غير المنصفين حول قضية المساواة بين الرجل والمرأة في الشريعة الإسلامية، وفي هذا الصدد يتهمون الإسلام بأنه لا يعطي المرأة حق المساواة مع الرجل، بل يعتبرون أن مكانة المرأة في الإسلام أدنى من مكانة الرجل، ويبرز هؤلاء هذه الادعاءات بأن الخطاب القرآني يقرر أن الرجل أفضل من المرأة محتجين بما جاء في قول الله تعالى (الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ)<sup>(6)</sup>، كما أن الإعلام الغربي يعتمد الاستشهاد ببعض الآيات القرآنية خارج إطار النص القرآني المتكامل، مجتزئاً إياها ليفسره بما يتفق وموقفه سابق التجهيز<sup>(7)</sup>.

إن صورة المرأة العربية المسلمة في وسائل الإعلام الأمريكية مثلاً مازالت تلك الصورة النمطية والتقليدية للمرأة الجاهلة المتخلفة المتدثرة بالنقاب، والمستضعفة التي لا تخرج من البيت تحت قهر وإذلال زوجها أو أقاربها، المضروبة والمهانة دائماً على أُنقاه الأسباب، المقتولة ظلماً وعدواناً بسبب جرائم الشرف<sup>(8)</sup>.

فالإعلام والصحافة الأمريكية ترى أن النساء العرب متقوقعات بسبب الإسلام الذي يفرض جرائم الشرف، والفصل بين الجنسين والحجاب، على ثقافة ومعتقدات وعقل العالم العربي<sup>(9)</sup>.

وأصبحت المرأة المسلمة كما ترى الباحثة ارتسوميرالي "Arzu Merali" بالنسبة للصحفيات الغربيات نموذج التخلف ونموذج الاضطهاد، مستشهدةً ببعض الكاتبات الغربيات وهجومهن المكثف على المرأة المسلمة، وأكدت أن هذه الهجمة تتسم بالمبالغة والطرح المتشدد والذي يفنّد الموضوعية بتصويره تلك المرأة ضحية ما يسمى بالإرهاب الإسلامي، والمرأة المسلمة في نظر هؤلاء الصحفيين يجب أن تتخلص من هذا الدين، وعندما تتخلص منه فسوف تتخلص من الحجاب الذي يغطيها من رأسها إلى قدميها، فهذا الهجوم من قبل الإعلام الغربي على المرأة المسلمة غير مبرر، وذلك كون المرأة الغربية تعاني الكثير من المشكلات وتتساءل لماذا لا توجد الأقلام الغربية لحل مشاكل المرأة الغربية بدلاً من توجيه النقد والهجوم إلى المرأة المسلمة<sup>(10)</sup>.

والمتابع للكثير من الكتابات الغربية يلمس التعدي التام على الإسلام بهدف نقضه كدستور ومنهج وتشريع، واعتباره حجر عثرة في طريق تقدم المرأة، فقد انتقد مثلاً إدوارد بكنغتون في صحيفة "Guardian" أحكام الشريعة الإسلامية ووصفها بالمتشددة؛ حيث تتيح للرجل الزواج من أربع في حين لا يتاح للمرأة، وانتقد حد الزنا، وأشار إلى أن منع الاختلاط وارتداء الحجاب يعبر عن الممارسات الخاطئة للعقيدة، وذلك ليس من الإسلام وإنما تسلط من الرجال، وعبر عن استيائه من رجال الحسبة في منعهم الشباب من الاختلاط بالفتيات في الأسواق والأماكن العامة<sup>(11)</sup>.

لقد كانت السعودية هي أكثر الدول العربية والمسلمة التي تم التركيز عليها من جانب الإعلام الأمريكي، خصوصاً في قضايا المرأة، حيث يركز على سلبية المرأة ورضاها بالقمع الذي يمارس ضدها، من الرأس وحتى القدمين بشكل أشبه بصورة الأشباح وأن المرأة السعودية ليس لها الحق في كثير من الأشياء الطبيعية كحقها في اختيار زوجها، وحقها في القيادة، أو المشاركة السياسية<sup>(12)</sup>، فقد أعربت باربرا سلافن "Barbara Slavin" في صحيفة يو إس إيه نيوز "USA News" عن أملها من أن

تكون أحداث سبتمبر سبباً في إحداث تغييرات ثقافية واضحة في المملكة، وأن يعيد السعوديون النظر في مسألة الفصل بين الجنسين والقيود المفروضة على المرأة كالحجاب والسفر بدون محرم<sup>(13)</sup>.

كما أطلق الصحفي نيكولس كريستوف "Nicholas D. Kristof" في صحيفة "New York Times" لقب "Black Ghosts" الأشباح السوداء على نساء المملكة العربية السعودية، وأن المرأة السعودية مصنفة في الغرب بـ (ممسحة الأرجل الأثرية المغطاة بالسواد)<sup>(14)</sup>.

هذا بالإضافة إلى تركيز الإعلام الأمريكي بشكل كبير وتحت ضغوطات العوامل التجارية على حوادث شاذة بالمجتمع السعودي كحوادث الاغتصاب التي يتم التعامل معها بطريقة غريبة من قبل السلطات السعودية، فهناك قصتين شهريتين تم التركيز عليهما: الأولى هي الحكم القضائي السعودي الذي قضى بمعاقبة فتاة عمرها (19) سنة تم اغتصابها من قبل ستة رجال، وكان تبرير القضاء السعودي بحكمه بالجلد على الفتاة لأنها سافرت بدون محرم، وقد قضت هذه المحكمة بجلدها عشرين جلدة، بل وضاعفت الحكم لأنها تحدثت مع الإعلام عن قصتها.

والقصة الثانية التي تناولها الإعلام الأمريكي بشكل مبالغ فيه هو الحكم القضائي السعودي على امرأة عجوز تجاوزت السبعين عاماً بالجلد 40 جلدة لاستضافتها رجلين غربيين دون محرم، ولم تعرض هذه القضية إلا في الصحف الأمريكية<sup>(15)</sup>.

ولم يكتفي بالسعودية بل انتقدت قناة CNN حكومة كشمير في تطبيقها لأحكام الشريعة وذلك بإغلاق محلات بيع الكحول ودور السينما ومطالبة النساء بالالتزام بالحجاب الشرعي<sup>(16)</sup>.

أضف إلى ذلك خطاب السيدة بوش الإذاعي، الذي أوردته قناة CNN حيث وصفت حياة المرأة في أفغانستان بالقاسية والمهينة، حتى أن إظهار القليل من المتعة

غير مسموح به، فالأطفال لا يسمح لهم باللعب بالطائرات الورقية، والنساء يواجهن بالعقاب عندما يضحكن بصوت مرتفع، ولا يستطعن العمل خارج المنزل ولا حتى ترك البيت بمفردهن<sup>(17)</sup>.

فالإعلام الغربي لازال يضع المرأة العربية المسلمة في صورة الأسيرة التي تتعرض لانتهاكات وضغوطات بسبب العادات والتقاليد والثقافة العربية، بل إن ازدواجية المعايير من الأمور المعروفة على نطاق واسع في الإعلام الغربي، وبالذات في تعامله مع قضايا المسلمين بصفة عامة، وفي شأن المرأة المسلمة على وجه الخصوص.

وبالتالي ينبغي علينا أن نعي الهدف مما يقدم في الإعلام الغربي، والأبعاد الحقيقية لاستهداف المرأة المسلمة، لا سيما وقد أصبحت في يومنا هذا تمثل جزءاً رئيساً من مشروع الدول العظمى والهيئات الدولية للتغيير الثقافي والاجتماعي في المنطقة. فلا بد لنا من استيعاب تلك الهجمة ضد المسلمين وإدراك أبعادها، ثم التبصر بآليات التعامل معها. وينبغي التأكيد هنا على أن وسائل الإعلام بذاتها لا تصنع الصورة النمطية أو تغير منها، ولكن توجد مؤسسات أخرى تعمل في هذا الاتجاه وتسعى إلى تحقيقه، فهي تقدم المواد والمعلومات الخام التي يتم منها تشكيل الصورة النمطية للمجتمع، وبالتالي فالصورة النمطية عبارة عن تعميمات مؤسسة على الشائعات أو الآراء التي تستند إلى براهين علمية تجريبية<sup>(18)</sup>. وتتلقف وسائل الإعلام هذه المواد وتشكلها وتصغها في مواد وبرامج إعلامية مناسبة يتم الاعتماد عليها في صناعة أو تغيير أو تعديل أو تأكيد الصورة الذهنية للمجتمعات والدول والمؤسسات<sup>(19)</sup>. والصورة المقدمة في وسائل الإعلام عن المرأة إنما هي مردود لوضع المرأة في المجتمع، والصورة السائدة عنها فيه، والتي شكلتها اعتبارات ثقافية ذات خصوصية وموروثات تقليدية يتطلب تغييرها وقتاً وجهداً<sup>(20)</sup>، وتقوى الصورة النمطية التي نراها في المجتمع

وفى وسائل الإعلام عندما تتطابق أفكارنا المسبقة مع ما يقدمه لنا الإعلام، مما يخلق صوراً يصعب التغلب عليها وتغييرها، وتستمد هذه الصور استمرارها من اللامبالاة وعدم اعتراض الجمهور عليها، مما يجعلها تصبح جزءاً من الواقع (21).

وتحمل الصور النمطية غالباً تهديداً للأشخاص الذين يشعرون أنهم معرضون لسلبيات هذه الصورة النمطية ومخاطرها المأخوذة عن جماعتهم، مما يجعلهم يتصرفون بحرص شديد، حتى لا يتم تفسير تصرفاتهم في إطار هذه الصورة وذلك خوفاً من تأكيدها في أذهان الآخرين (22).

ويتم إرساء الصورة النمطية من خلال المضامين الإعلامية المختلفة في معظم المجتمعات الشرقية والغربية على حد سواء، وذلك بالتأكيد على التقاليد والثقافة التي شكلتها افتراضات اجتماعية نمطية معينة، إذ تعكس وسائل الإعلام الحقائق الاجتماعية والقيم السائدة، وبالتالي تساهم في التأثير على ادراكات الجمهور، وتشكيل المواقف والاتجاهات والمعتقدات تجاه الأشخاص أو الدول أول المؤسسات (23).

ويختلف مصطلح الصورة النمطية "Stereotype" عن الصورة الذهنية إذ يعنى القالب الجامد أو الصورة النمطية الثابتة أى مجموعات من التعميمات المتحيزة والمبالغ فيها عن جماعة أو فريق من الناس، ويأخذ ذلك شكل الفكرة الثابتة التي يصعب تعديلها، حتى الرموز المشتركة لدى الجماهير لأشياء معينة (24)، ويعتبر البعض الصورة النمطية انطباعات ثابتة وراسخة في الأذهان إذ لا تتأثر بالأحداث المتغيرة حولها، فهي بسيطة جداً لا تحتوى الا على بعض العناصر الرئيسية أو المميّزة لموضوع معين، وبناء على هذه الصورة تتكون الآراء والمعتقدات والاتجاهات (25).

ويعرف علماء النفس الصورة النمطية على "أنها صور من الاعتقاد المبالغ فيه الذي يرتبط بفئة معينة من البشر"، وغالبا ما تعتمد الصورة النمطية على فرضيات مسبقة، ومن ثم فإنها تتأسس على مشاعر وأفكار ليست موضوعية بالضرورة (26)،

ورغم ذلك يؤكد البعض على أن الصورة النمطية غالبا ما يكون بها جزء من الواقع او الحقيقية<sup>(27)</sup>.

والصورة النمطية هي منتج ثقافي لجماعة معينة تقوم على جماعة من الأحكام المقبولة بشكل مشترك، والتي تحدد كل أشكال الاتصال لجماعة من الناس خلال فترة زمنية معينة، فالناس يشكلون اتجاهات عن الآخرين من داخل وخارج ثقافتهم من خلال التجربة المباشرة، والتفاعل مع أعضاء الأسرة والأصدقاء، والمؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام<sup>(28)</sup>، وبالتالي فهي المكون المعرفي الذي يضم المعلومات والمعتقدات والتوقعات تجاه جماعة من البشر<sup>(29)</sup>.

#### الدراسات السابقة:

تتعدد وتتنوع الدراسات التي اهتمت بالصورة الذهنية للعرب والمسلمين فمنها الدراسات التي ركزت على صورة الإسلام أو المسلمين ومنها ما ركز على صورة العرب فقط. ومنها أيضا ما استهدف توضيح صورة العالم الثالث ومن خلالها قدم صورة لبعض الدول العربية والإسلامية، ومنها ما استهدف توضيح صورة دولة إسلامية أو عربية، والقليل جدا الذي أهتم بصورة المرأة العربية المسلمة، ونظرا لكثرة هذه الدراسات فإن الباحثة تركز على المحاور الخاصة بصورة العرب والمسلمين في الإعلام الغربي، وصورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي. والعوامل المؤثرة على هذه الصورة وصورة المرأة العربية في الإعلام العربي لانعكاسات هذه الصورة على صورتها في الإعلام الغربي وبالتالي يمكن تقسيم الدراسات السابقة وفقا لثلاثة محاور يشكلون المفاهيم الأساسية للبحث.

### المحور الأول: دراسات اهتمت بصورة الإسلام أو المسلمين و العرب فى الإعلام الغربى.

- دراسة محمود عبد العاطي (1992)<sup>(30)</sup> عن صورة العالم الإسلامى فى الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية؛ هدفت الدراسة الى تحليل المواد الإخبارية التى قدمتها الإذاعات الموجهة للعالم الإسلامى وهى راديو موسكو وهيئة الإذاعة البريطانية وصوت أمريكا وراديو إسرائيل، وقد حلل الباحث مضمون البرامج والنشرات الإخبارية فى هذه الإذاعات، وقد استخدم الباحث منهج المسح والمنهج التاريخى لتتبع النظرة الغربية للعرب والمسلمين وتوصلت الدراسة إلى: أن هذه الإذاعات ربطت بين الإسلام: والإرهاب، الأصولية، التطرف، القهر، العدوانية، الديكتاتورية، والظلم. ووصفت بعض القيادات العربية الإسلامية بصورة سلبية حيث وصفت حافظ الأسد بمصاص الدماء، وياسر عرفات بالانتهازي ورئيس عصابة إرهابية، وجورج حبش بالإرهابي، كما أعطت هذه الإذاعات القليل من الدول العربية سمات إيجابية حيث وصفت مصر بأنها تحترم الأقليات وأنها دولة ساعية لتحقيق السلام. وأيضاً رصدت الدراسة عوامل تشويه صورة المسلمين فى الإعلام الغربى ومنها الحروب الصليبية، وكتابات المستشرقين، وتأثير الدعاية الصهيونية

- دراسة عبد القادر طاش (1993)<sup>(31)</sup> عن صورة الإسلام فى الإعلام الغربى؛ هدفت الدراسة إلى توضيح صورة الإسلام فى وسائل الإعلام الغربية واقتصرت العينة على الولايات المتحدة وفرنسا وبريطانيا، واعتمد على تحليل الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع، وتوصل إلى أن الإعلام الغربى يقدم الإسلام على أنه دين الاستبداد بالرأى والإرهاب وزرع روح التعصب فى نفوس المسلمين. وحللت الدراسة مضمون الكتب المدرسية الفرنسية واثبتت انها وصفت الرسول صلى الله عليه وسلم بالعنف والفرق واستبداد الرأى، وأن الإعلام الغربى يصف العرب بأنهم مولعون بالنساء والشراب



والجنس وأنهم متطرفون ومصدر للإرهاب. وقد أرجعت الدراسة عوامل تشويه الصورة إلى عوامل نفسية تكمن في العداء للإسلام، وعوامل إعلامية تكمن في النفوذ الصهيوني في وسائل الإعلام الغربي، عوامل ذاتية تكمن في الصورة السلبية للمسافرين العرب إلى الغرب وغياب الإعلام العربي.

- دراسة مارلين نصر (1995)<sup>(32)</sup> عن صورة العرب والإسلام في الكتب المدرسية والفرنسية؛ حيث استهدفت الدراسة إبراز صورة العرب والإسلام في مضمون الكتب المدرسية الفرنسية، وقامت بتحليل كتب القراءة والتاريخ والجغرافيا والتربية الدينية، وتوصلت إلى أن الإسلام يظهر في مضمون هذه الكتب على أنه دين الخضوع والتعصب، وأن المجتمع الإسلامي مجتمع عبودي، كما وصفت الكتب المدرسية الفرنسية العرب بالدونية وعدم الفاعلية والجبن والتأخر والسلب والنهب.

- دراسة الشيخ وفاينست وهايج "Sheikh, Vincent and Hayg" (1995)<sup>(33)</sup> عن معالجة الصحافة للإسلام "Press Treatment of Islam: What Kind of Picture Do the Media Paint?" استهدفت الدراسة تحليل الصورة التي قدمتها الصحف الأمريكية والبريطانية عن الإسلام خلال الفترة من (1988-1992) وقد استخدم الباحث تحليل المضمون كأداة لتحليل صحف نيو يورك تايمز وديترويت فري بري ولوس انجلوس تايمز والتايمز اللندنية وقد توصل الباحث إلى أن التغطية الصحفية لصحف الدراسة عن المسلمين كانت سلبية الاتجاه وركزت على أحداث وجماعات وأفراد من الشرق الأوسط عندما يتعلق الأمر بالأزمات والحروب والصراعات ولم تميز هذه التغطية الصحفية بين المسلمين على أساس الجنسية أو العرق أو المذهب الديني، أيضا أظهرت الدراسة أن الأحداث السياسية تلعب دورا في تحديد اتجاه التغطية الصحفية لصحف الدراسة من العالم الإسلامي.

- دراسة شاهين Shaheen (1997)<sup>(34)</sup> بعنوان: الصورة النمطية للعرب والمسلمين في الثقافة الشعبية الأمريكية "Arab and Muslim stereotyping in American popular culture"؛ حيث اهتمت هذه الدراسة بتوضيح الصورة النمطية للعرب والمسلمين في الثقافة الشعبية الأمريكية وذلك من خلال تحليل مضمون وسائل الإعلام الأمريكية (السينما، التلفزيون، الصحافة) واستخدمت الدراسة أسلوب التحليل الكيفي لأكثر من مائة وخمسين فيلماً، ظهر منها كيفية إقحام هوليوود لصور بغيضة للعرب والمسلمين في أفلام ليس لها علاقة بهم، كما تكرر السينما والتلفزيون عرض أفلام تسخر من العرب، كما تناولت الدراسة مضامين صحيفة نيويورك تايمز وميامي هيرالد بالإضافة إلى مضمون بعض الكتب المدرسية، وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الأمريكية تقدم محمد صلي الله عليه وسلم على أنه الشخص الذي حطم قبضة المسيحية ويستحق أشد عقوبة كما وصفت أحكامه بأنها متشددة ومتعصبة دينياً، كما وصفت الصحافة الأمريكية سيدنا محمد صلي الله عليه وسلم بأنه لا يحترم المعاهدات التي يوقعها عندما يكون ضعيفاً و ينتهكها عندما يصبح قوياً.

وقدمت الدراسة عدة أوصاف للعربي من خلال تحليلها لوسائل الإعلام فالعربي شرير شاغله الأول خطف الطائرات وتفجير المباني والعربي أما مليونير أو إرهابي أو عرييد. كما رصد الباحث عدة أسباب لتقديم الإعلام الأمريكي للعرب والمسلمين بهذه الصورة المشوهة أولها التعصب ضد الإسلام، ثم جهل الإعلاميين الغربيين بالإسلام حيث لا يوجد بينهم أي عربي أو مسلم يقدم الصورة الصحيحة، أيضاً الاعتبارات السياسية والخوف على المصالح، ثم تقاعس المنظمات العربية والإسلامية عن تنسيق جهودها وإعداد خطة علمية لمواجهة هذه الصورة السلبية.

- دراسة مرعى مذكور (1998)<sup>(35)</sup> عن الاتجاهات الحديثة في بحوث الصورة الذهنية للعالم الإسلامي عند الغربيين؛ حيث استهدفت الدراسة معرفة الاتجاهات الحديثة في

بحوث الصورة الذهنية للإسلام عند الغربيين وقد استخدم الباحث التحليل الكيفي لدراسات الصورة الذهنية للإسلام وقد توصلت الدراسة إلى: أن هناك خلطاً في الإعلام يربط بين الإسلام من جهة وسلوك بعض المسلمين من جهة أخرى، كما يساوي الإعلام الغربي بين العرب والمسلمين والإرهابيين؛ فهم يزرعون القنابل في الطائرات ويقومون بتفجير المنشآت. وقد تمثلت عوامل تشويه الصورة في الدعاية المضادة للعالم الإسلامي، حركات الاستشراق، التأليف الأدبي ثم واقع الدول الإسلامية.

- دراسة المجلس الإسلامي الكندي "Canadian Islamic congress" (1998) (36) عن معاداة الإسلام في وسائل الإعلام "Anti - Islam in The media"؛ استهدفت الدراسة رصد العداء ضد الإسلام و المسلمين في الصحافة الكندية من خلال تحليل مضمون خمس صحف ركزت فيها على تحليل المقالات و الافتتاحيات و الأخبار و بريد القراء و الرسوم الكاريكاتيرية وكانت الصحف صفوة وهي جلوب اند ميل "The Globe and Mail"، ذي تورونتو صن "The Toronto Sun" ذي تورونتو ستار "The Toronto Star"، ذي اوتوا سيتيزن "The Ottawa Citizen"، ذي مونتينيال جازيت "The Monteneal Gazette"، وطبقت الدراسة على هذه الصحف باعتبارها صحف صفوة منهج دراسة الحالة وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الكندية تصور الإسلام على أنه دين العنف ولا يعرف التسامح ويضطهد الأديان الأخرى، وهو دين الكراهية والجهل، وأن المسلمين إرهابيون، وأرجعت الدراسة أسباب سلبية صورة الإسلام والمسلمين في الصحف الكندية إلى المعرفة القليلة بالإسلام، والتأثر بالصورة السلبية للإسلام في الغرب.

- دراسة ميخائيل سليمان "Michael Suleiman" (1999) (37) عن الإسلام، والمسلمين، والعرب في أمريكا "Islam Muslims Arabs in America"؛ حيث استهدفت الدراسة عرض النظرة الأمريكية للإسلام والمسلمين والعرب وأسباب تكوين

هذه النظرة وقد استخدمت الدراسة تحليل مضمون وسائل الإعلام الأمريكية (صحافة- إذاعة - تلفزيون- سينما) وتوصلت إلى أن الإعلام الأمريكي يقدم الإسلام على إنه دين التعصب والإرهاب و أنه يهدد الحضارة الغربية. ويصور العرب على أنهم متخلفين ومضطهدون النساء، المرأة عندهم غير متعلمة وأرجعت الدراسة أسباب هذا التشويه إلى دراسات الاستشراق الأوروبية والسلوك الإسلامي في بعض الأحيان.

- دراسة كمالبور "Kamalipour" (2000)<sup>(38)</sup> عن الصور الإعلامية للعرب والمسلمين والشرق الأوسط في الولايات المتحدة الأمريكية "Media Images of Arabs, Muslims and the Middle East in The united states" استهدفت الدراسة التعرف على الصورة النمطية للعرب والمسلمين والشرق الأوسط في وسائل الإعلام الأمريكية من خلال تحليل مضمون هذه الوسائل (صحافة- إذاعة - تلفزيون- سينما) تحليلاً كفيًا وتوصلت إلى أن الإعلام الأمريكي يصور الإسلام على أنه ديانة العنف والتشدد والإرهاب ومصادرة حقوق النساء، و أرجعت الدراسة هذه الصورة السلبية إلى تجاهل الثقافة العربية والإسلامية في وسائل الإعلام الأمريكي.

- دراسة باسل عقيل "Bassil Akel" (2001)<sup>(39)</sup> عن "Islam and western Media"؛ وقد اهتمت الدراسة بما يقدمه الإعلام الغربي من صور سلبية للإسلام، و أوضحت العوامل المسؤولة عن هذه الصور كما قدمت الدراسة ردوداً لتصحيح الصور الخاطئة وذلك من خلال تحليل كفي للإعلام الغربي وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الغربي يصور الإسلام على أنه دين الإرهاب والأصولية وأنه مصدر تهديد للغرب، وأن هذا الدين يمارس التفرقة ضد المرأة المسلمة فليس لها أي حقوق، في مقابل أن للرجال المسلمين كل الحقوق.

وقد أرجعت الدراسة هذه الصورة السلبية إلى عدم فهم الغرب للتاريخ الإسلامي، وفي نفس الوقت تبني الإعلام الغربي لصورة معينة عن الإسلام مثل العنف والإرهاب.... وإلخ.

- دراسة إليزابيث بول "Elisabeth Poole" (2001)<sup>(40)</sup> عن تمثيل وسائل الإعلام والمسلمين البريطانيين "Media Representation and British Muslims"، واستهدفت الدراسة توضيح صورة المسلمين في بريطانيا وذلك من خلال تحليل مضمون صحف الجارديان "The Guardian"، والتايمز "The Times"، والصن "The Sun"، والميل "The Mail"، والأوبزرفر "The Observer"، في الفترة من (1993-1996) وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف البريطانية تظهر الإسلام على أنه تهديد للغرب وتهديد للقيم الليبرالية فهو يصادر حق التعبير عن الرأي.

- دراسة لؤي صافي "Louay Safi" (2001)<sup>(41)</sup> عن تناول تشويه وسائل الإعلام الدولية لصورة الإسلام "Dealing with Distortion of the image of Islam by the Global Media"؛ حيث استهدفت الدراسة الكشف عن أساليب تشويه صورة الإسلام في الإعلام الغربي من خلال تحليل مضمون عينة من الصحف البريطانية والأمريكية والفرنسية وهي: الايكونومست "The Economist"، والجارديان "The Guardian"، والهيرالد تريبيونانترناشيونال "International Herald Tribune"، وول ستريت جورنال "The Wall street Journal"، ولوموند "Lemonade"، ومجلة التايم "Time"، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الغربي يصور الإسلام على أنه مصدر رعب المجتمعات الغربية، وأن الدول الإسلامية تتصف بالديكتاتورية وتضطهد الديانات الأخرى.

### المحور الثاني: دراسات اهتمت بصورة المرأة العربية في الإعلام العربي

- زغلولة السالم (1994)<sup>(42)</sup> عن صورة المرأة العربية في الدراما المتلفزة، هدفت الدراسة في معرفة عناصر الصورة التي يعرضها التلفاز للمرأة العربية في الأعمال الدرامية المتلفزة بالإضافة إلى معرفة القيم والمعايير المرتبطة بصورة المرأة ومكانتها في المجتمع . وقد توصلت الباحثة إلى تصور الدراما المتلفزة للمرأة على انها ناقصة للقدرة العقلية في مجال الفكر والمعرفة وتفقر للمعرفة العلمية .، انها تشغل دورا هامشيا يقل عن دور الرجل في عملية التنمية الاجتماعية.

- دراسة أديب خضور (1997)<sup>(43)</sup> عن صورة المرأة في الإعلام العربي، وقد هدفت الدراسة الى تحليل صورة المرأة في الإعلام العربي متضمنا الإعلام المصري المطبوع والمسموع والمرئي، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز ملامح صورة المرأة التي عكسها الإعلام العربي تركزت في أنها أنثى جميلة مغرية مشتهة، أو أم بالمفهوم التوالدي الرعوي للأمم، أو زوجة بالمفهوم الخضوعي للزوجة، او المرأة التابعة في منزلها، والتي تبقى أنثى حتى عندما تعمل خارج المنزل، أو تظهر المرأة سلبية وضعيفة وعاطفية وانفاعلية وذاتية وليست غيرية.

- دراسة جيهان رشتى (1999)<sup>(44)</sup> عن صورة المرأة في الإعلام ، هدفت الدراسة إلى توضيح الأسباب التي تدفع وسائل الإعلام الى تقديم صورة نمطية للمرأة أو لجماعات أخرى في المجتمع، وشرح طبيعة التمييز في أنواع الرسائل المختلفة، لوضع مرآة أمام الإعلامى يرى فيها نوعية الأداء الإعلامى وتأثير ذلك الأداء على المجتمع خاصة أن الصورة النمطية للمرأة تقدم بدون تعمد، وهذا أخطر بكثير من تقديم الصورة النمطية بتعمد، وأكدت نتائج الدراسة وجود سطحية في معالجة اهتمامات المرأة، كما اتضح أن الإطار الإعلامى للأحداث يظهر دائما متحيزا ضد المرأة، خاصة أطار المضمون الترفيهي الذي تظهر المرأة من خلاله باستمرار كتابع للرجل، بالإضافة إلى

انه ثبت أن هناك تجاهلاً لبعض الجرائم ضد المرأة مثل العنف في إطار الأسرة، فهناك ميل لإعطاء الانطباع بأن المرأة هي الدافع لارتكاب الجرائم، فال تفسير الإعلامي لجريمة الاغتصاب يلقى باللوم دائماً على الضعيف.

- دراسة عبد الحفيظ الهزقام (2002)<sup>(45)</sup> عن صورة المرأة العربية في الإعلام الإذاعي والتلفزيوني؛ حيث هدفت الدراسة إلى تحليل البحوث والدراسات التي قدمت في إطار منتدى ورشة عمل مركز البحوث والدراسات والتوثيق حول المرأة في مصر وتونس وتوصلت الى أن هناك تطور نسبي في معالجة قضايا المرأة في بعض هذه القنوات التي بدأت تحرص أكثر من أي وقت مضى على تحسين صورة المرأة من خلال ما ينتج من برامج، كما أوضحت الورقة وجود قواسم مشتركة من صور المرأة كما يعكسها عدد من أجهزة الإذاعة والتلفزيون العربية، بالرغم من الفوارق الاجتماعية والثقافية بين هذا البلد وذاك والاختلاف في الممارسات الإعلامية على صعيد تلك الأجهزة، كما أوضحت الدراسة أن العديد من القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية مازالت تنقل صوراً نمطية مصاغة وفق قوالب جاهزة تكرر الوظيفة التقليدية للمرأة التي لا يشغلها إلا تدبير شؤون بيتها وتربية ابنائها بينما لا نرى إلا في حالات قليلة صورة للمرأة المتعلمة التي استطاعت التوفيق بين واجباتها كزوجة وأم وبين واجباتها في العمل، وحتى في هذه الحالة فقد صورت وكأنها دفعت لاقتحام مجال العمل، سواء للفرار من روتين البيت أو لتوفير مورد رزق لأسباب اقتصادية وليس اقتناعاً منها بقيمة العمل.

- تقرير عزة كامل (2003)<sup>(46)</sup> عن صورة المرأة في الصحافة المصرية وهدف هذا التقرير إلى التعرف على صورة المرأة التي يعرضها الخطاب الصحفي في الصحف والمجلات المصرية واكتشاف الصورة النمطية والنماذج المكررة التي تعرضها الصحافة المصرية للنساء، بالإضافة إلى التعرف على مدى السلبية أو الإيجابية في التوجه نحو المرأة في الصحافة المصرية، وتوصلت النتائج إلى أن الاهتمام بالمرأة وقضاياها مازال

يأتي في مرتبة متأخرة لدى الصحفيين والقائمين بالعملية الاتصالية في مجال الصحافة، وان الصحافة لم تقم بدورها المنوط بها والذي ينبغي أن يسعى إلى تغيير الاتجاهات لدى المجتمع للتعامل مع المرأة وقضاياها بشكل أكثر ايجابية، بل ان أغلب التغطيات جاءت تجسد الأدوار والصور النمطية السائدة عن المرأة في المجتمع والموروثات التقليدية حولها.

- **تقرير عزة كامل (2004)<sup>(47)</sup>**، صورة المرأة في الصحف والمجلات المصرية والذي أكد تراجع اهتمام الصحفي بتناول المرأة في أدوار غير تقليدية (مثل المرأة العصرية، المناضلة الإعلامية، المواطنة، وهذا يعكس فكر الصحفيين الذين يروون المرأة بصورتها التقليدية وهو ما يدل على التجاهل الواضح لأدوار المرأة الايجابية وغير التقليدية، وهذا الغياب جاء لصالح فئات أخرى من النساء وعلى رأسهن الفنانات، وإشارات النتائج إلى أن القائمين على العملية الاتصالية بالجرائد والمجلات الحزبية الخاصة مازالوا يتعاملون مع المرأة على أنها شيء تابع ليس له أي حقوق وضعية مستقلة، وان الاهتمام بها يأتي من باب ضمان مزيد من الإقبال على شراء الجريدة أو المجلة سواء بإستخدام الصورة المثيرة للمرأة أو التركيز على أخبار الفضائح أو نشر أخبار الفن والفنانات التي تثير فضول القراء

- **دراسة هناء صالح الترك (2007)<sup>(48)</sup>**، المحجبات في إعلانات الفضائيات تخصص طبخ ونظافة حمامات؛ حيث هدفت الدراسة الى الكشف عن صورة المرأة في التلفزيون من خلال الإعلانات على أنواعها في عدد من الفضائيات، وتوصلت الدراسة الى :  
أ- أن الإعلانات تعاملت مع المرأة كسلعة مثيرة لترويج المنتجات باستخدام المرأة غير المحتشمة في (30%) من الإعلانات، (17%) في عرض ملابس غير مناسبة، (35%) من الإعلانات تقدمها المرأة كسلع استهلاكية، (18%) كمرأة مبدعة.



ب- أن عرض صورة نمطية للمرأة في الإعلانات له اثر كبير في تشويه تقييم المجتمع للمرأة.

### المحور الثالث : دراسات اهتمت بصورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي

- دراسة محمد الهواري (2004)<sup>(49)</sup> عنصورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي؛ استهدفت الدراسة رصد وتحليل صورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي وذلك من خلال نماذج لهذه الصورة في رسائل الإعلام الغربية سواء كان مقال أو عرض كتاب أو عرض صورة فوتوغرافية أو رسم كاريكاتوري أو فيلم سينمائي أو برنامج تلفزيوني أو ما يعرض على شبكة الانترنت وتوصلت الدراسة إلى:

أ- أن الإعلام الغربي يصور المرأة المسلمة باعتبارها امرأة يسيطر عليها مجتمع أبوي نكري جائر ومستبد حيث فرض عليها هذا المجتمع لبس الحجاب وتغطية وجهها وكل جسدها، ولم يسمح لها بالعمل لأنه يرى وظيفتها الوحيدة في هذه الحياة هي الزواج وإنجاب الأطفال، في الوقت الذي لا يعاملها زوجها باحترام يذكر فهي الأدنى دائماً في نظره، ومن ثم ينكر عليها أية حقوق.

ب- أن الدراما الغربية تصورالرجال المسلمين في صورة رجال قساة ووحوش يكرهون النساء ويعاملونهن معاملة مذلة غير آدمية، في حين تصور النساء في هيئة كائنات ضعيفة وعاجزة لا حول لها ولا قوة.

وقد أرجعت الدراسة تشويه صورة المرأة المسلمة إلى عدة أسباب منها:

- المعاملة المتشددة وغير السوية للنساء في بعض البلدان الإسلامية.

- أن الإعلام الغربي يعمد إلى تصوير بعض الممارسات والسلوكيات الاجتماعية التي يراها غريبة بالنسبة لثقافته ويبرزها ويضخمها، مستخدماً منها انتقائياً ويقدم ذلك كما لو كان تقليداً يمارس في عموم العالم الإسلامي.

- أن الإعلام الغربي يحرف الحقائق عمداً، ويشوه الإسلام والمسلمين بناء على سياسة مدروسة وتخطيط محكم وذلك بسبب تصور الغرب أن الإسلام يعترض على نظمه وقيمه ويتحداها.

#### التعليق على الدراسات السابقة :

من العرض السابق يتضح أن هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بالصورة الذهنية للإسلام أو العرب أو المسلمين، ودراسات أخرى اهتمت بتوضيح صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام العربية بكافة أشكالها والقليل جداً الذي اهتم بصورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي . وفيما يتعلق بالدراسات التي اهتمت بالصورة الذهنية للإسلام والمسلمين والعرب (محمود عبد العاطى (1992) عن صورة العالم الإسلامي في الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية، عبد القادر طاش (1993) عن صورة الإسلام في الإعلام الغربي، (1995) Sheikhh الصورة النمطية للعرب والمسلمين في الثقافة الشعبية الأمريكية، ودراسة (1997) Shaheen عن الصورة النمطية للعرب والمسلمين في الثقافة الشعبية الأمريكية، ومرعى مذكور (1998) عن الاتجاهات الحديثة في بحوث الصورة الذهنية للعالم الإسلامي عند الغربيين، ودراسة (1998) Canadian Islamic Congress عن معاداة الإسلام في وسائل الإعلام، ودراسة (1999) Suleiman عن الإسلام، والمسلمين، والعرب في أمريكا، (2000) Kamalipour عن الصور الإعلامية للعرب والمسلمين والشرق الأوسط في الولايات المتحدة الأمريكية، ودراسة (2001) Akel عن الإعلام الغربي و الإسلام، (2001) Poole عن تمثيل وسائل الإعلام والمسلمين البريطانيين، دراسة لؤي صافي (2001) Louay Safi عن تناول تشويه وسائل الإعلام الدولية لصورة الإسلام؛ فقد أظهرت تلك الدراسات في مجملها الصورة المنطبعة عند الغرب عن العرب والمسلمين ( الإرهابيين - الأصوليين - المتطرفين - العدوانيين - الظالمين -

الدكتاتوريين -----الخ) بالإضافة الى وصفها لقيادات عربية بصفات سلبية مثل(مصاص الدماء - الانتهازي - رئيس عصابة إرهابية - ارهابي -----الخ) كما قدمت تلك الدراسات من خلال ما عرضه الإعلام الغربي الرسول محمد صلى الله عليه وسلم على انه الشخص الذي حطم قبضة المسيحية ويستحق اشد عقوبة، ووصفت أحكامه بأنها متشددة ومتعصبة دينيا، وقدمت تلك الدراسات أيضا عدة أوصاف للعربي من خلال تحليلها لوسائل الإعلام، فالعربي شرير شاغله الأول خطف الطائرات وتفجير المباني، والعربي إما مليونير أو ارهابي أو عربي، أما الإسلام في الإعلام الغربي فهو دين التعصب والإرهاب ويهدد الحضارة الغربية وهو دين العنف لا يعرف التسامح، وان هذا الدين يمارس التفرقة ضد المرأة المسلمة فليس لها أي حقوق، في مقابل أن للرجال المسلمين كل الحقوق . كما أظهرت تلك الدراسات أن الأحداث السياسية تلعب دورا في تحديد اتجاه التغطية الصحفية للصحف الغربية، بالإضافة إلى رصد بعض هذه الدراسات لأسباب تشويه صورة العرب والمسلمين منها التعصب ضد الإسلام، ثم جهل الإعلام بين الغربيين بالإسلام حيث لا يوجد بينهم أي عربي أو مسلم يقدم الصورة الصحيحة، أيضا الاعتبارات السياسية والخوف على المصالح، حركات الاستشراق .

في المقابل أظهرت الدراسات التي اهتمت بصورة المرأة العربية في الإعلام العربي (ناهد رمزي(1991)<sup>(50)</sup> "أبعاد سلوك المرأة كما تقدها قصص الصحافة النسائية"، باسمة سكرية، ليلي غندور (1996)<sup>(51)</sup>"صورة المرأة العربية في المجلات النسوية- نموذج لبنان"، عواطف عبد الرحمن"(د.ت)<sup>(52)</sup> صورة المرأة في الصحف والمجلات المصرية"، سلوى محمد عبد الباقي (د.ت) "صورة المرأة المصرية - دراسة في تحليل مضمون بعض البرامج الإذاعية"<sup>(53)</sup>، سمير فريد "صورة المرأة في السينما العربية"<sup>(54)</sup>، نهوند عيسى القادري(1995) "المرأة بين الإعلام المكتوب والإعلام المرئي، الحالة اللبنانية"<sup>(55)</sup> أن المرأة العربية كما صورتها وسائل الإعلام العربية، ناقصة للقدرة

العقلية في مجال الفكر والمعرفة وتفتقر للعقلية العلمية، المرأة التي تبحث عن العون والمساعدة من جانب الرجل نظرا لكونها غير قادرة على حل المشاكل، وتفتقر القدرة على التصرف، المرأة غير القادرة على التخطيط، المرأة الغير قادرة على اتخاذ القرار، كثيرا ما عرضت الأفلام المرأة من زاوية أنها أنثى فحسب، وركزت أيضا على المرأة المنحرفة : امرأة ليل، عضو في عصابة، نشالة، شحاذاة -----الخ، كما أظهرت الدراسات استخدام صورة المرأة العربية في الإعلانات كأداة جذب، وكطعم للتشجيع على الاستهلاك، وفي كل الأحوال تظهر المرأة كمخلوق ساذج لا هم له إلا الأكل والشرب والتجميل .

#### على الجانب الثالث تأتي الدراسات التي اهتمت بصورة المرأة العربية المسلمة

في الإعلام الغربي (محمد الهوارى (2004) " صورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي"، هناك صالح الترك (2007)"المحجبات في إعلانات الفضائيات تخصص طبخ ونظافة حمامات") لتظهر أن الإعلام الغربي يصور المرأة المسلمة باعتبارها امرأة يسيطر عليها مجتمع أبوي ذكوري جائر ومستبد حيث فرض عليها هذا المجتمع لبس الحجاب وتغطية وجهها وكل جسدها، ولن يسمح لها بالعمل لأنه يرى وظيفتها الوحيدة في هذه الحياة هي الزواج وإنجاب الأطفال لزوجها، في الوقت الذي لا يعاملها زوجها باحترام يذكر فهي الأدنى دائما في نظره ومن ثم ينكر عليها حقوقها، وتوصلت هناك الترك إلى أن عرض صورة نمطية للمرأة في الإعلانات له أثر كبير في تشويه تقييم المجتمع للمرأة . وقد أرجعت تلك الدراسات تشويه صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي إلى عدة أسباب منها: المعاملة المتشددة وغير السوية للنساء في بعض البلدان الإسلامية، إن الإعلام الغربي يعمد إلى تصوير بعض الممارسات والسلوكيات الاجتماعية التي يراها غريبة بالنسبة لثقافته ويبرزها ويضخمها، مستخدما منها انتقائيا ويقدم ذلك كما لو كان تقليدا يمارس في عموم العالم الإسلامي .

- اهتم عدد كبير من الدراسات التي تم الاستعانة بها برصد واقع الإسلام والمسلمين في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية مع رصد لاهم التحديات التي تواجه الغرب في التعامل مع المسلمين، ويعد التراث العلمى الأمريكى والأوروبى الأكثر فيما يتعلق بدراسات صورة الإسلام والمسلمين .
- اتفقت الدراسات على سلبية صورة الإسلام والمسلمين فى وسائل الإعلام الغربية والتي تفرد مساحات واسعة فى كثير من الأحيان عند ادانة أحد المسلمين فى جريمة ما وتتسبب هذه الجريمة الى دينه، كما أن هذه الدراسات أظهرت أن صورة الإسلام والمسلمين فى الغرب طالما اتسمت بالانمطية Stereotyping واخراج المعنى من سياقه Decontextualization .
- أظهرت الدراسات أن العوامل التاريخية الدينية من أبرز العوامل التي أثرت على تشكيل صورة الإسلام والمسلمين فى الإعلام الغربى والتي ادت الى تأصيل صورة نمطية وتأكيدا منذ الحروب الصليبية، أيضا رفض الإسلام كهوية دينية لا مكان لها فى المناخ العام الأوروبى .
- أكدت الدراسات على مدى تأثير علاقة العالم العربى والإسلامى بالدول الغربية على صورة الإسلام والمسلمين .
- اتفقت الدراسات على سلبية الصفات المنسوبة للعرب والمسلمين فى الإعلام الغربى من أهمها: التعصب، الارهاب، كراهية الاخر، التفكير الخرافى، التعطش للدماء، مدمرين للثقافة الاوروبية، قاهرى المرأة، الاستسلام، العجز، التراجع والتخاذل (57).
- فيما يتعلق بدراسات صورة المرأة العربية فى الإعلام العربى، فقد أكدت نتائج تلك الدراسات على تركيز الصحف العربية على الادوار والصور التقليدية للمرأة وتكريسها للنظرة التقليدية، حيث تتسم السياسات الإعلامية العربية بالانتقائية والتحيز ضد المرأة، كما أشارت دراسات عديدة الى ضرورة وضع سياسات اعلامية لتغيير الصورة السلبية

السائدة عن المرأة في الإعلام العربي، بناء على الواقع الحقيقي للمرأة العربية ولعرض صورة منصفة لها في وسائل الإعلام العربية أولاً والغربية ثانياً .

- ناقشت الدراسات سبل تحسين صورة المسلمين في الإعلام الغربي ومن أهمها توعية الجمهور الغربي بالسياق التاريخي والثقافي للمسلمين، ضرورة الاعتماد على التاريخ بدلا من الاحداث السياسية الراهنة التي تروج لصورة عنيفة عن المسلم، ايضا ضرورة اهتمام الجاليات المسلمة بالمشاركة السياسية والمجتمعية، أهمية الاتصال المباشر مع الغرب كوسيلة لتحسين الصورة .

- لم تركز أى من الدراسات السابقة على عوامل تشكيل الصورة النمطية سواء للإسلام والمسلمين بشكل عام أو للمرأة العربية المسلمة بشكل خاص في الإعلام الغربي وانما كانت تأتي بمثابة استنتاجات أو مقترحات في نهاية كل دراسة وبالتالي فهناك قصور واحجام عن دراسة عوامل تشكيل الصورة النمطية وهو ما تتصدى له الدراسة الحالية والتي تعنى بدراسة عوامل تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي .

### المدخل النظري للدراسة :

#### تعتمد الدراسة على نظرية التفاعلية الرمزية:

وتعد كتابات كلا من جورج ميد GH. Mead، و تشالز هورتون كولي Chales H. Cooley من أهم الكتابات التي وضعت المحددات الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية، وقد اهتم الكاتبان بالصور التي يبينها الأفراد في عقولهم عن الحياة الاجتماعية، والعمليات التي يطور بها الناس أفكارهم عن أنفسهم أو عن الغير، واعتبار هذه الأفكار مؤشرات للسلوك الاجتماعي.

وإذا كان التركيز على تناول منظور التفاعل الرمزي على الاتصال الإنساني بصفة عامة وعلاقته ببناء المعاني في أذهان الناس وتأثير هذا البناء على الاتصال

مرة أخرى، فإن وسائل الإعلام هي التي أصبحت الوسيلة الأساسية في تقديم هذه المعاني والتفسيرات إلى الناس، خصوصاً أن الناس تبني أفكارها عن الحقيقة بينما لم تشاهدها فعلاً. ولكنها اعتمدت على وسائل الإعلام في رسم معالم هذه الأفكار عن الحقائق، وبالتالي فإن الناس تبني المعاني أو الصورة عن الحقائق الاجتماعية أو المادية التي لم تحسها، من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام، وبالتالي فإن سلوكهم الذاتي واتجاهاتهم تحددها هذه المعاني والتصورات التي ساهمت وسائل الإعلام في تقويمها ورسمها حيث تعتبر المصدر الأساس -ويكاد يكون الوحيد للكثير من قطاعات الجماهير- للمعرفة والمعلومات الخاصة بالحقائق والأشياء والأشخاص التي تضمها البيئة المحيطة بهذه القطاعات<sup>(58)</sup>، فالإعلام الغربي يلعب دوراً واضحاً في رسم صورة معينة للمرأة العربية المسلمة في خلق تصورات معينة عن الناس تجاه المرأة العربية المسلمة قد تكون غير حقيقة أو بعيدة عن الواقع ودراستنا تركز على التباين الحادث بين الواقع والصورة التي ترسمها وسائل الإعلام الغربية للمرأة المسلمة وما هي أسباب هذا التباين وما هي العوامل المؤثرة عليه؟ هل هي ضغوط سياسية أو اقتصادية أو دينية ومن هم المستفيدين من وجود هذا التباين بين الواقع والصورة التي رسمتها وسائل الإعلام للمرأة العربية المسلمة.

### فروض النظرية:

- تعاضم دور وسائل الإعلام بحيث أصبحت تنسق الأدوار، أو تنصدر الأدوار الخاصة بنشر المعلومات أو توزيع المعرفة.
- لأسباب هادفة أو غير هادفة فإن عرض هذه المعلومات أو المعارف- حقائق أو صور- لا يتفق في حالات كثيرة مع الواقع الحقيقي.
- وينتج عن ذلك نشر صور زائفة أو حقائق محرفة عن هذا الواقع.

- نظرا لتعاظم دور وسائل الإعلام وسيادتها في مجال عرض الحقائق ونشرها فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون في رسم الصورة الذهنية لهذه الحقائق المحرفة أو المتحيزة، دون بذل جهود إضافية لمقارنة هذه الصور الذهنية مع الواقع الحقيقي.
- مع تأثير التراكم في النشر والإذاعة ومرور الوقت، فإن هذه الحقائق التي تنشرها وسائل الإعلام (عن المرأة العربية المسلمة) تتحول إلى حقائق اجتماعية يجتمع حولها الأفراد في المجتمع ويتفقون على رموزها ومعانيها بتأثر التفاعل الرمزي.
- من خلال أساليب التحليل الثقافي يمكن الاستدلال على هذه الحقائق المحرفة أو الصور الزائفة، لكنها تسهم بمرور الزمن وبعد الاتفاق الاجتماعي حولها. تسهم في عمليات التغيير في المجتمع، ويتأثر بها أفرادها في البناء الثقافي والاجتماعي.

#### الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة

##### مشكلة الدراسة:

من واقع عرض الدراسات السابقة اتضح أن غالبية هذه الدراسات اختزلت كيفية تحسين الصورة أو عوامل تشكيلها في سؤال واحد يُطرح في نهاية كل دراسة، فجاه التركيز على توصيف الصورة واتسمت البحوث بالتكرار من هذه الزاوية، وبقي السؤالين لماذا وكيف شبه غائبين من دراسات صورة العرب والمسلمين بشكل عام وصورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي بشكل خاص حتى وأن وجدت متناثرة وبشكل سطحي ونظري في قليل من البحوث، ولأن غياب أسباب تشكيل الصورة مرتبط إلى حد كبير بعوامل داخلية وسياسية أثر الباحثون تجنبها أما إثارة للسلامة أو لصعوبة رصدها، وبالتالي فقد ركزت هذه الدراسة على دراسة البعدين الخاصين بأسباب تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي وإستراتيجية تحسينها مع التعرض للبعد الأول (توصيف الصورة) لكونه مدخلا للدراسة وبالتالي فإن الدراسة



الحالية ترصد وتحلل عوامل تشكيل الصورة النمطية " Stereotype " للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي، فضلا عن صياغة تصور مستقبلي لتصحيح تلك الصورة.

#### أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من كونها الدراسة الأولى التي تبحث في أسباب وعوامل تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي من واقع رؤية النخبة الأكاديمية العربية الذين أتاحت لهم الظروف للإقامة والمعيشة في الدول الغربية لعدة سنوات حتى يكون لديهم الخبرة والقدرة على التقييم الموضوعي للصورة ثم لعوامل تشكيلها.

كما تساهم الدراسة في صياغة تصور مستقبلي لكيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي وذلك من خلال عدة استراتيجيات وضعتها الدراسة من واقع رؤية النخبة الأكاديمية العربية .

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- رصد وتحليل وتفسير ملامح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي.
- معرفة مصادر تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي.
- محاولة تفسير المغزى لتكريس صور معينة للمرأة العربية المسلمة وإهمال صور أخرى في الإعلام الغربي.
- معرفة نوعية الأشكال الإعلامية التي يتناول فيها الإعلام الغربي الصورة المشوهة للمرأة العربية المسلمة .
- التعرف على أساليب معالجة الإعلام الغربي لهذه الصورة المشوهة للمرأة العربية المسلمة.

- رصد وتحليل وتفسير العوامل الدينية المسؤولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي.
- رصد وتحليل وتفسير العوامل السياسية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي.
- رصد وتحليل وتفسير العوامل الإعلامية المسؤولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي.
- تحديد كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي من خلال رسم إستراتيجية لذلك.

#### تساؤلات الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما ملامح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي؟
- ما مصادر تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي؟
- ما مغزى تكريس صور معينة للمرأة العربية المسلمة وإهمال صور أخرى في الإعلام الغربي؟
- ما نوعية الأشكال الإعلامية التي يتناول فيها الإعلام الغربي الصورة المشوهة للمرأة العربية المسلمة؟
- ما أساليب المعالجة التي يستخدمها الإعلام الغربي في عرض هذه الصورة المشوهة للمرأة العربية المسلمة؟
- ما العوامل الدينية المسؤولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي؟
- ما العوامل السياسية المسؤولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي؟

- ما العوامل الإعلامية المسؤولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي؟

- ما إستراتيجية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي؟

### مفاهيم الدراسة

**الصورة النمطية "Stereotype"** تعنى الشيء المكرر على نحو لا يتغير، أو الشيء المنطق مع نمط ثابت أو عام، وتعوذه السمات الفردية المميزة . أو الصورة العقلية التي يشترك في حملها أفراد جماعة ما، وتمثل رأياً مبسطاً إلى حد الإفراط المشوه أو موقفاً عاطفياً ( من شخص أو عرض أو قضية أو حادثة ) وبالتالي فالصورة النمطية أكثر خصوصية في دلالتها على الصورة الذهنية الثابتة والتي تتسم بالجمود والتبسيط المفرط. وغالبا ما تعد " Stereotype " مرحلة لاحقة من مراحل تكون الصور الذهنية لدى الإنسان عن الأشخاص والأقوام والأشياء<sup>(57)</sup> . وبالتالي فان مصطلح الصورة النمطية يعتبر أدق دلالة وأوسع مفهوماً وأكثر اقتراباً من أهداف هذه الدراسة والتي لا تسعى إلى دراسة مطلق الصورة الذهنية التي تبنى على الانطباعات العابرة عن المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي بل تتناول بالدراسة عوامل تشكيل تلك الصورة المتكررة عبر القرون والأجيال عن المرأة المسلمة.

ومن سمات الصورة النمطية أنها عبارة عن تعميمات مؤسسة على الشائعات أو الآراء التي 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 - أنها محملة بالمشاعر الذاتية، ومشحونة بالعواطف الشخصية التي يصعب تغييرها أو تنفيذها بسهولة ويسر<sup>(59)</sup> .

إن تكون الصور النمطية لدى الشعوب والأمم عن الآخرين عملية معقدة تتشابه في صياغتها عوامل متعددة . كما أن هذه العملية تستغرق مدى زمنيا قد يمتد إلى أجيال عديدة . ولذلك فإن من الضرورة التعرف على كيفية تكون الصور النمطية في العقل الفردي والجماعي، ومحاولة استكشاف العوامل التي تؤثر فيها والوسائل التي تساعد الفرد والجماعة على تكوين الصور النمطية في أذهانهم.

**العوامل الدينية :** وتشمل مجموعة من العوامل التي تؤثر في تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي مثل: سوء فهم الإسلام بشأن تعدد الزوجات، نقص المعلومات عن المرأة المسلمة وعدم دقتها أحيانا، سوء فهم التعاليم والتقاليد الإسلامية بشأن الطلاق، سوء فهم الإسلام بشأن ميراث المرأة، خلو الساحة الدولية من وجود نموذج نسائي معاصر متوازن يمثل شخصية المرأة المسلمة في فكرها وثقافتها..... الخ.

**العوامل السياسية :** وتشمل الأسباب السياسية التي تؤثر في تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي مثل : الشعور الغربي بالتفوق، الأنظمة العربية التي تحد من تقدم المرأة، ضمور الفاعلية السياسية للحكومات العربية، عدم وجود دور فاعل للسفارات والقنصليات العربية في الخارج.

**العوامل الإعلامية :** وتشمل الاسباب الإعلامية المؤثرة في تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي وتتمثل في : التعتيم الإعلامي المحلي لإنجازات المرأة المسلمة في البلدان العربية، تركيز الإعلام العربي على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت وإهمال المرأة المنتجة، تبنى الإعلام الغربي لأنماط معينة عن الإسلام والمسلمين مثل "التطرف والإرهاب والأصولية"، تركيز الأفلام السينمائية العربية على تقديم صورة سلبية للمرأة وقضاياها.

### نوع الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تهدف إلى توصيف وتحليل وتفسير وتقويم خصائص الصورة و العوامل المسببة لتشكيلها كميًا وكيفيًا وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها.

### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الاجتماعي على عينة من النخبة الأكاديمية العربية التي كانت تعيش في الدول الغربية بحكم الدراسة أو العمل .

### أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على المقابلات المقننة باستخدام صحيفة الاستقصاء ، الملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة.

### مجتمع الدراسة:

تم إجراء هذه الدراسة على عينة من النخبة الأكاديمية العربية التي تعيش في الرياض وتعمل في جامعات الملك سعود وجامعة الإمام محمد بن سعود وجامعة الأميرة نورة حيث تعد النخبة الأكاديمية من النخبة المتميزة في مجتمعاتنا العربية وذلك لدورها الهام في نشر الوعي وتصحيح المفاهيم، كما تعتبر جمهورًا نشطًا في عملية الإدراك واستيعاب المعارف والمعلومات، على درجة عالية من التعليم والثقافة، معنية بالمساهمة في صياغة وبلورة محددات وإجراءات تحسين الصورة العربية<sup>(60)</sup>.

### حجم العينة وأسلوب اختيارها:

تم تحديد حجم العينة بـ (100) مفردة وفقًا لدراسات النخبة، وروعي في العينة أن تكون قد أقامت فترة كافية في الدول الغربية حتى تستطيع تقييم صورة المرأة في الإعلام الغربي، كما روعي انتمائها لعدد من الجامعات العربية، كما روعي أيضا تنوع الدرجة العلمية لعينة الدراسة (مدرس، أستاذ مساعد، أستاذ)

وتم تطبيق الدراسة على جامعات الملك سعود و الامام محمد بن سعود و الاميرة نورة، وقد وقع الاختيار على تلك الجامعات لعمل الباحثة بجامعة الملك سعود بالرياض ولأن بها أعضاء هيئة تدريس من دول عربية مختلفة\_كان من الصعب الوصول إليهم، وقد ساعد هذا على تطبيق الاستبيان على أعضاء هيئة التدريس من احد عشر جنسية عربية (مصرية، سعودية، سورية، فلسطينية، سودانية، عراقية، جزائرية، تونسية، مغربية، لبنانية، يمنية ) وبالتالي بلغ عدد الدول التي تنتمي إليها عينة الدراسة (11) دولة عربية هي : مصر - الجزائر - تونس - المغرب - اليمن - السودان - الكويت - فلسطين - سوريا - الاردن - لبنان وانتمائهم كان الى (16) جامعة عربية وكانوا وقت تطبيق الدراسة (من مايو - يوليو 2010) يقيمون ويعملون بجامعات السعودية .

#### نوع العينة:

تم سحب عينة عشوائية متاحة من أعضاء هيئة التدريس العرب الذين يعملون بجامعات الملك سعود ومحمد بن سعود والاميرة نورة، وتم تطبيق مائة استمارة على المبحوثين والمبجوثات فى الثلاث جامعات عن طريق المقابلات الشخصية إلا أنه تم استبعاد(18) استبانة لم تحقق درجة المصادقية المطلوبة وبالتالي تصبح العينة (82) مبحوث ومبجوثة.

#### الاطار التطبيقي للبحث : نتائج الدراسة الميدانية

##### 1- خصائص عينة الدراسة

##### - وفقاً للمؤهل الدراسي

حظيت درجة الأستاذ المساعد بالنسبة الاعلى فى عينة الدراسة حيث بلغت (60.1%) محتلة الترتيب الأول، فى حين جاءت فئة مدرس بنسبة (20.7%) محتلة الترتيب الثاني، كما جاءت فئة استاذ فى الترتيب الثالث بنسبة (18.3%) .

**- وفقاً لمتغير السن**

مثلت الفئة العمرية (من 45 الى أقل من 55) غالبية العينة بنسبة (34.1%) في حين احتلت الفئة العمرية (من 35 - أقل من 45) الترتيب الثاني من العينة وبنسبة (29.3%) وهاتين الفئتين يندرج تحتها فئة الاستاذ والاستاذ المساعد، أما الفئة (من 25- أقل من 35) فقد احتلت الترتيب الثالث بنسبة (26.8%) والتي ينتمي اليها فئة مدرس وهو جيل الشباب .

**- وفقاً لمتغير الجنس**

تغلّبت نسبة الاثاث على الذكور، حيث بلغت نسبة الاثاث (63.4%) في حين جاءت نسبة الذكور (36.6%) محتلة الترتيب الثاني .

**- وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية**

جاءت النسبة الغالبة من العينة متزوجة فقد احتلت الترتيب الأول بنسبة (56.1%) تليها في الترتيب الثاني وبنسبة (25.6%) فئة الغيرمتزوجين كما جاءت فئة المطلقات والمطلقين لتحل الترتيب الثالث وبنسبة (20.7%) وجاءت فئة الارامل لتحلها الترتيب الرابع والاخير بنسبة (17.1%).

**2- الغرض من السفر:**

أوضحت الدراسة ان النسبة الغالبة من العينة غرضها من السفر هو الدراسة ( منح دراسية) وبلغت نسبتها (54.8%) كما جاءت الفئة الثانية التي كان غرضها من السفر تمضية الاجازات بنسبة (24.3%) اما من كان غرضهم من السفر العمل في دول غربية جاءوا في الترتيب الثالث بنسبة (20.7%) .

**3- التعرض لوسائل الإعلام في بلد الإقامة:**

أظهرت الدراسة ان النسبة الغالبة من العينة كانت تتعرض لوسائل الإعلام بشكل دائم في بلد الإقامة حيث بلغت نسبتهم (82.9%)، في حين كانت النسبة التي لا

تتعرض لوسائل الإعلام في بلد الإقامة بنسبة (10.9%) واحتلت الترتيب الثاني اما الذين تعرضوا لوسائل الإعلام الغربية بشكل نادر فكانوا اقلية ونسبتهم (6.1%) وبالتالي فالنسبة الغالبة لعينة الدراسة تستطيع تقييم ومعرفة العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي وبصورة واضحة .

#### 4- عدد ساعات التعرض اليومي لوسائل الإعلام الغربية :

أوضحت الدراسة أن نسبة (61%) من العينة تتعرض لوسائل الإعلام اكثر من ساعتين، في حين كان (31.7%) تتعرض لوسائل الإعلام اكثر من ثلاثة ساعات يوميا، كما بلغت نسبة من يتعرض لوسائل الإعلام الغربية اكثر من اربع ساعات يوميا (4.9%) واخيرا وبنسبة قليلة بلغت (2.4%) من يتعرض لوسائل الإعلام اكثر من خمس ساعات يومية، ويتضح منطقية هذه النتيجة والتي تتوافق مع خصائص وسمات عينة الدراسة من النخبة العربية والتي كانت تقطن تلك الدول الغربية لاهداف دراسية أو عملية. وبالتالي نسبة التعرض من ساعتين الى اكثر قليلا وذلك بسبب ظروفهم، أما كثيفي التعرض فكانت نسبتهم ضئيلة.

#### 5- الوسائل المفضلة لدى عينة الدراسة:

اتضح ان نسبة (36.3%) من العينة كانت تفضل مشاهدة التلفزيون في الدولة التي كانوا يقيمون بها في الغرب، بينما كان (19.5%) يفضلون الانترنت في حين كانت أفضلية قراءة الصحف في الترتيب الثالث بنسبة (17.1%) واخيرا جاءت الاذاعات الاجنبية في الترتيب الاخير وبنسبة (4.8%) .

#### 6- فيما اذا كان الإعلام الغربي رسم صورة للمرأة العربية المسلمة

اجاب (75.8%) من العينة بنعم في حين اجاب (24%) بلا .

#### 7- توصيف هذه الصورة

اجاب (85.4%) بأنها صورة سلبية، في حين اجاب (14.6%) بأنها صورة ايجابية



**8- مدى واقعية صورة المرأة واقترابها من واقعها**

وعن مدى واقعية تلك الصورة واقترابها من واقع المرأة العربية المسلمة اجاب (53.6%) من عينة النخبة ان تلك الصورة المرسومة عن المرأة العربية المسلمة تعكس واقع قريب من واقع المرأة العربية المسلمة كما اجاب (46.3%) بأن تلك الصورة المرسومة مزيفة وليس لها علاقة بواقع المرأة العربية المسلمة.

**9- ملامح الصورة السلبية التي رسمتها وسائل الإعلام الغربية للمرأة العربية****المسلمة من واقع رؤية النخبة الاكاديمية**

أظهرت الدراسة انها امرأة مفروض عليها الحجاب فى الترتيب الاول وبنسبة (12.7%)، ثم امرأة ضعيفة خاضعة لدين يضطهدها ويقمعها فى الترتيب الثانى بنسبة (12.3%)، ويلاحظ هنا اعتبار الدين هو السبب الاساسى فى الملامح السلبية لصورة المرأة، يأتى بعد ذلك انها امرأة مستعبدة من الرجل ليحتل الترتيب الثالث بنسبة (11.9%) ويأتى فى الترتيب الرابع لملامح تلك الصورة وبشكل متساوى كل من - انها ليس لديها اى حقوق قانونية، امرأة ممنوعة من ممارسة حقوقها السياسية ليحتل الترتيب الثالث بنسبة (11.5%) لكل منهما، كما يحتل الترتيب الرابع وبنسبة (11.1%) لكل منهما، وجاء فى الترتيب الرابع وبنسبة (11.1%) ان وظيفتها الوحيدة هى الزواج وانجاب الاطفال.

وتتوالى الملامح السلبية ليحتل الملمح الخاص بأن عملها ينحصر فى المطبخ واعمال المنزل ليحتل الترتيب الخامس بنسبة (10.3%)، ثم انها امرأة جاهلة ومتخلفة فى الترتيب السادس بنسبة (9.5%)، ويأتى الترتيب الـ سابع لكونها امرأة ضحية دين ابوى ذكورى يكره النساء وبنسبة (9.1%) وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل اليه جاك شاهين (1979)<sup>(61)</sup> فى دراسته عن وسائل الإعلام الامريكىة والصورة النمطية للعرب حيث ذهبت الى أن المرأة العربية فى المسلسلات الامريكىة متخلفة وتعيش فى جو

الحريم وتلبس الحجاب وترجم حتى الموت اذا ارتكبت الزنا . كما تتفق ايضا مع دراسة ايد القزاز وآخرين<sup>(62)</sup> حيث حلل الباحثون (24) كتاباً في كاليفورنيا وركزت الدراسة على عدة موضوعات من بينها صورة المرأة العربية حيث صورت على أنها أشياء محجبة بدون إرادة، أو قدرة على اتخاذ القرار، كما وصفت ايضا بانها جاهلة .وتوصل ايضا ايد القزاز في دراسة أخرى<sup>(63)</sup> حلل من خلالها الكتب المدرسية الصادرة بعد عام (1975) لمعرفة هل تحسنت الصورة أم لا وأهم ما اكدت عليه نتائج التحليل أن الإسلام يضع المرأة في مرتبة ثانية ، وأنها أقل من الرجال في كل شيء . حيث يشير أحد النصوص الى أن الشريعة الإسلامية تنص على أن النساء يقمن بخدمة أزواجهن وأبائهن ولا ينبغي لهن أن يكشفن وجوههن للغرباء ، حتى في المنزل .والنساء قد يطبخن ويخدمن الضيوف ولا يأكلن الا بقايا ما تركه الرجال . كما توصل رولاند ستوكتون " Roland Stockton أن النساء العربيات اما انهن لديهن خجل غير مبرر، أو لديهن قناع زائف من التواضع يخلعنه كما يخلعن ثيابهن<sup>(64)</sup>.

#### 10- طريقة عرض الاعلام الغربى لملاح صورة المرأة العربية المسلمة :

أظهرت الدراسة عدة طرق يعرض بها الاعلام الغربى صورة المرأة العربية المسلمة، حيث كان التركيز الاول على وصف أحكام الشريعة بأنها متشددة حيث تتيح للرجل الزواج من أربع في حين لا يتاح ذلك للمرأة بنسبة 20% ودون الرجوع الى الحكمة من ذلك التشريع ، كما جاء التركيز في طريقة العرض على تصوير المرأة المسلمة المحجبة على انها صندوق أسود متحرك في الترتيب الثانى بنسبة 18.4 % ، كما انها لا يسمح لها بالخروج الا نادرا خارج منزلها بنسبة 16.8 % ، كما ركز الاعلام الغربى في طريقة عرضه على عرض صورة المرأة المسلمة وهى تسير وراء زوجها على بعد خطوات بنسبة 15.2 % ، ويعرضها وهى مضطهدة داخل منزلها ويضربها زوجها المتوحش بسبب أو بدون بنسبة 11.2 % ، كما عرض ايضا

الإعلام الغربي صوراً للمرأة العربية المسلمة وهي تعاقب عندما تضحك بصوت مرتفع بنسبة 7.2 ، وخيراً عرض الإعلام الغربي صورتين للمرأة العربية المسلمة بنسبة واحدة الصورة الأولى أثناء تناول الطعام تأكل المرأة بعد انتهاء الرجال ، والثانية : فى حضور الآخرين يجب ألا تتكلم المرأة مع زوجها أو تحقّق اليه وذلك بنسبة 5.6% لكل منهما ، وبالتالي يتضح مدى ترصد الإعلام الغربى للمرأة العربية المسلمة بهدف تشويه صورتها حيث كان تركيزه على كل ما هو سلبي وغير منتشر فى الواقع سوى فى مناطق قليلة من العالم الإسلامى .

#### 11- المصادر الإعلامية لتشكيل صورة المرأة العربية المسلمة فى الإعلام الغربى:

أوضحت الدراسة أن مصادر تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة فى الإعلام

الغربى

كانت الأفلام السينمائية فى الترتيب الأول بنسبة (15.4%) كاحد الأشكال الإعلامية لتشكيل الصورة، كما احتلت مواقع الإنترنت الترتيب الثانى بنسبة (15.2%)، يليها فى الترتيب الثالث البرامج التلفزيونية بنسبة (12.8%)، وتساوت المقالات الصحفية والأخبار فى الترتيب الرابع بنسبة واحدة بلغت (10.3%)، أما الصور الفوتوغرافية المنشورة فقد احتلت الترتيب الخامس بنسبة (10.1%)، واحتلت الرسوم الكاريكاتيرية والكتب كمصادر لتشكيل صورة المرأة العربية المسلمة الترتيب السادس بنسبة (9.7%) لكل منهما، ثم تأتى المسلسلات لتحلّ الترتيب السابع بنسبة (6.1%). وهذه المصادر الإعلامية الغربية على الرغم من أنها تتمتع بتنوع واسع وقدّر كبير من الحرية، إلا أن الملحوظ أنها تتجه الى تقديم اجزاء محددة من الحقائق، وتتحاز الى أنماط متشابهة من الآراء والأفكار والتصورات، ففىما يتعلق بمعالجتها الإعلامية للموضوعات والأخبار المتعلقة بالعرب والمسلمين فان مراعاة رغبات الجمهور تؤثر تأثيراً واضحاً على تلك المعالجة، حيث يرى ادوارد سعيد<sup>(65)</sup> فى سياق حديثه عن

الإعلام الأمريكي أن هناك دائما خوف من اغضاب جهات نافذة ذات مصالح قوية. ولأن السود والصينيين والايطاليين كانوا يجتجون على الصورة التي تظهرهم بها وسائط الإعلام فانه يستحيل على أية صحيفة أو مجلة أو محطة تلفزيون أن تقرن الجريمة بالعصابات الايطالية أو المصابغ (دور الغسيل) بالصينيين أو الكسل وأكل البطيخ بالسود. وفي مقابل ذلك فان العرب - لأنهم لا يمثلون جهة نافذة ذات مصالح قوية - يصورون في الإعلام الأمريكي بأنهم " دائما متورطون في المشاكل وأنهم في اساسهم سلبيون " وهذا الأمر ناتج عن اختيار الأخبار والموضوعات من قبل أجهزة الإعلام لتغطيتها. والأهم من ذلك هو الموضوعات والأخبار التي لا تغطي أبدا. والاتجاه السائد هذه الأيام هو تغطية العالم العربي عن طريق التركيز على الإسلام بطريقة مغرضة يخرج منها القارىء أو المشاهد بنتائج وانطباعات سلبية عن كل ما هو مسلم<sup>(66)</sup>.

### 12- مدى طرح الإعلام الغربي لتصوير بديل لصورة المرأة العربية المسلمة

أجاب (53.7%) بوجود تصور بديل لتلك الصورة في حين نفس (46.3%) بوجود مثل هذا التصور .

### 13- ملامح التصور البديل لصورة المرأة العربية المسلمة كما طرحه الإعلام الغربي

جاءت المرأة التي تساوى الرجل في كل شيء كأول الصور البديلة التي طرحها الإعلام الغربي من وجهة نظر عينة الدراسة وبنسبة (26.4%)، تليها المرأة المتحررة من قيود العادات والتقاليد بنسبة (19.1%)، واحتلت المرأة المتمردة على زوجها ومجتمعها الترتيب الثالث كصورة بديلة للمرأة العربية المسلمة وبنسبة (17.6%)، واحتلت صورة المرأة التي تنزع الحجاب أو تكتفي بصيغة تبسيطية منه الترتيب الرابع بنسبة (14.7%)، ثم المرأة المستقلة ماديا

بنسبة (13.2%) في الترتيب الخامس، واخيرا جاءت المرأة التي تسافر بدون اذن زوجها الترتيب السادس والاخير بنسبة (8.8%).

#### 14- وحول ما اذا كان التصور البديل لصورة المرأة العربية المسلمة يعرض في وسائل الإعلام الغربية .

رأى (58.5%) من عينة النخبة انه يعرض بشكل مباشر في وسائل الإعلام، في حين رأى (41.6%) انه لايعرض في وسائل الإعلام بشكل مباشر ولكن يتم التلميح به في الندوات والمؤتمرات والمحافل المختلفة ايضا في الكتب .

#### 15- المسئول عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي

اعطت النخبة السينما العربية والصورة السلبية التي رسمتها للمرأة العربية المسلمة الترتيب الاول بنسبة (19.3%) كجهة مسئولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي، اما المسئول الثاني فكان صمت المرأة العربية عن كل ما يجرى حول واقعها بنسبة (17.8%) وكان الترتيب الثالث للانظمة العربية التي تحد من تقدم المرأة بنسبة (17%) وتساوى في الترتيب الرابع وبنسبة متساوية بلغت (16.3%) كل من الحقل الإعلامى العربي الذى يعوق تقدم المرأة الإعلامية حيث تواجه مواجهة ذكورية من داخل الميدان، الجاليات العربية المسلمة في الخارج وما يصدر عنها من سلوكيات سلبية تجاه المرأة باسم الإسلام كما طرح النخبة من خلال فئة أخرى تذكر بعض الجهات التي اعتبروها مسئولة عن تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي حيث جاءت الجهات كالتالي :

- 1- الإعلام الغربي الذى لا يظهر الصورة الحقيقية للمرأة المسلمة التي ترى أن الإسلام هو الدين الوحيد الذى ضمن لها حقوقها.
- 2- رجال الاعمال اليهود والذين يسيطرون على كثير من وسائل الإعلام الغربي .
- 3- مؤسسات الإعلام اليهودية

4- البرامج النسائية العربية التي تصور حرمان المرأة العربية من حقها في المجتمع  
5- واقع المرأة المسلمة ليس مثاليا وهو مثقل بالعنصرية وبالتقافة المتحيزة الكارهة للنساء .

6- تقليد بعض النساء العربيات للمرأة الغربية خاصة في سلبياتها.

#### 16- عوامل تشكيل هذه الصورة للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي .

احتلت العوامل الدينية التاريخية الترتيب الأول بنسبة (39 %) كأحد عوامل تشكيل صورة المرأة ثم العوامل السياسية في الترتيب الثاني بنسبة (31.7%) وجاءت العوامل الإعلامية في الترتيب الثالث بنسبة (29.3%).

#### 17- وعن ماهية العوامل الدينية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة في الإعلام الغربي طرحت والنخبة الأسباب التالية :

احتل السبب الخاص بسوء فهم الإسلام بشأن تعدد الزوجات الترتيب الأول بنسبة (12.6%)، يليه في الترتيب الثاني نقص المعلومات عن المرأة المسلمة وعدم دقتها أحيانا بنسبة 12.2%، وهناك ثلاثة أسباب جاءت في الترتيب الثالث بنسب متساوية بلغت (11.3%) وهى : سوء فهم التعاليم والتقاليد الإسلامية بشأن الطلاق، سوء فهم الإسلام بشأن ميراث المرأة، خلو الساحة الدولية من وجود نموذج نسائي معاصر متوازن يمثل شخصية المرأة المسلمة فى فكرها وثقافتها . فالإعلام الغربي لم يفرق بين الإسلام وتطبيقات المسلمين فكثيرا ما تكون تطبيقات المسلمين أو معظمهم أو بعضهم مخالف للتعاليم الإسلامية كلية أو جزئيا أو مخالفا لاجتهادات كثير من العلماء المعترف بهم أو بعضهم،

ثم يأتي السبب الخاص بالعداء الغربي للإسلام ليحتل الترتيب الرابع بنسبة (10.4%) كسبب لتشويه صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي، فصوره المسلمين والعرب دائما سلبية لدى الغرب والإسلام احد أسباب الصورة السلبية عن

العرب لدى الغرب، بل توصل باسل عقل أن الإعلام الغربي لا يفرق بين العرب والمسلمين بل ويعتبر إيران دولة عربية ويرى أن الإعلام الغربي يعاني من الخلط بين المسلمين والعرب والشرق الأوسط وهذا يمثل اساءة فهم لأن العرب يمثلون (18%) فقط من العالم الإسلامي<sup>(67)</sup>. ويحتل السلوك غير المسئول الذي تسلكه بعض النساء المسلمات في الخارج الترتيب الخامس بنسبة (9.5%) ثم حرمان المرأة أحيانا في بعض المناطق العربية من الميراث الترتيب السادس بنسبة (8.1%)، كما يأتي ما يقوم بين المذاهب من فوارق تتعلق بالملبس والزواج والعمل بل تتعلق أيضا بالمصافحة بين الرجال والنساء لتحل الترتيب السابع بنسبة (7.6%)، ثم حرمان المرأة في بعض المجتمعات العربية من الولاية في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وبنسبة بلغت 5.4%.

#### 18- العوامل السياسية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي:

جاء اتفاق النخبة بنسبة (25.9%) على الشعور الغربي بالتفوق في الترتيب الأول، حيث تقوم السياسة الغربية منذ عصر الامبريالية العسكرية والى اليوم على الرغبة في الهيمنة وبسط النفوذ السياسى والاقتصادى، فالغرب اليوم ما يزال يستخدم الاستقطاب السياسى والضغط الاقتصادى كوسيلتين فعاليتين لضمان استمرار هيمنته في كثير من أقطار العالم . ولا شك أن العالم العربي الاسلامى يمثل للغرب منطقة استراتيجية فى سعيه الحثيث نحو الهيمنة وبسط النفوذ اذ أنه - بالاضافة الى غناه الدينى والحضارى الذى يعد - تحديا منافسا للغرب يتمتع بموقع استراتيجى هام فى خريطة الصراع الدولى بين القوى المتسلطة فى عالم اليوم . (67) ويورد ادوارد سعيد فى دراسة له بعنوان " ثورة وسائل الاعلام ونهضة الاعلام " ما قاله ستورت سكار فى مقالة له نشرت فى العام 1979: " بصراح لا يساورنى شك للحظة واحدة أن معظم ما يصدر عن الاسلام

عبر وسائل الاعلام ( يقصد فى الغرب ) يرتبط بصورة اجمالية بالصراع المستمر الذى تمتد جذوره بعيدا فى التاريخ والذى يهدف الى السيطرة على العالم الاسلامى " ويعلق ادوارد سعيد على هذ الكلام قائلا : " أن الصور المشوهة هى فى الواقع تعبير عن واقع أكثر تعقيدا ، وتهدف الى تكريس نظام كامل من الاساطير الأيديولوجية التى نسجت حول الاسلام لخدمة مخططات الغرب فى السيطرة على الشعوب الاسلامية وخيراتها ". (68) واحتل الترتيب الثانى ثلاثة عوامل بنسب متساوية بلغت 18.8% لكل منهم وهى: الاحداث السياسية المعاصرة ، فقد حفلت المنطقة العربية بالعديد من الاحداث التى كان لها أثر بارز فى تنشيط الحملات المعادية للعرب والمسلمين فى الاعلام الغربى ، و حظيت منطقة الشرق الأوسط بتغطيات اعلامية كبيرة منذ عام 1980 بسبب أزمة الرهائن الأمريكيين واحتلال السوفيت لأفغانستان واندلاع الحرب العراقية الايرانية (69)0-- الخ من الأحداث التى اكتملت بأحداث الحادى عشر من سبتمبر 2001 والتي منحت وسائل الاعلام الغربية مزيدا من الفرص لترسيخ الصورة النمطية السيئة للإسلام والمسلمين وخاصة المرأة فى المجتمعات الغربية ، ثم العامل الخاص بالمهاجرون المسلمون فى الغرب حيث يعد الوجود المتنامى للمهاجرين المسلمين فى الغرب أحد العوامل التى أسهمت فى تصعيد مشاعر العداة والرفض ضد الاسلام وأهله. الأنظمة العربية التى تحد من تقدم المرأة ، ويحتل العامل الخاص بضمور الفاعلية السياسية للحكومات العربية الترتيب الثالث بنسبة 10.5% ، وأخيرا عدم وجود دور فاعل للسفارات والقنصليات العربية فى الخارج بنسبة 7.1%.

### 19- الأسباب الإعلامية التى تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة فى الإعلام الغربى:

جاء التعتيم الإعلامى المحلى لانجازات المرأة المسلمة فى البلدان العربية فى الترتيب الأول بنسبة (16%)، مما يطرح هنا تساؤل مؤداه هل الإعلام العربى



متواصل مع المجتمع والواقع، أم محكوم بالشروط الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وبالتالي يتعذر فهم الخطاب الإعلامي بمعزل عن الأطر التنظيمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية أو بمعزل عن السياق العام الذي تتم فيه عمليات إنتاج هذا الخطاب، فخصائص الوسيلة الإعلامية، ونوعية الكادر الصحفي العامل فيها، وموقف واتجاه ومزاج ومستوى وعى الجمهور المستهدف، كلها عوامل تحدد شكل ومضمون الخطاب الذي تنقله أو تسكت عنه وسائل الإعلام والخاص بالمرأة<sup>(70)</sup> كما جاء السبب الخاص بتركيز الإعلام العربي على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت وإهمال المرأة المنتجة كسبب من الأسباب الإعلامية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي بنسبة (13.6%).

وهنا نجد أن مكونات صورة الزوجة التي يقدمها الإعلام العربي لا تظهر بصورة الشريكة للرجل، بل الخاضعة له، لا يقدم الزوجة المكافئة للرجل بل يؤكد على صورة الزوجة التابعة، أما صورتها كأمة فنجد الإعلام العربي يتعمد إخفاء الجانب الانساني والعاطفي للأمومة ويركز على الإنجاب كوظيفة أساسية للأم أيضا يظهر الأم ضعيفة أمام حب أولادها وخاضعة بالتالي لهم في مقابل غياب صورة الأم ذات الشخصية الحكيمة في تربية أولادها.

مما يعكس ما تقوم به وسائل الإعلام العربية من مساهمة في ترسيخ وتخليد الأفكار السائدة عن المرأة في العالم العربي وبالتالي آراء القائمين على المنظمات والمؤسسات الإعلامية ومواقفهم ومشاعرهم ومخيلاتهم، فهم من يخلق الصور ومن ينتجها ومن يقرأها<sup>(71)</sup>. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات صورة المرأة في الإعلام العربي فقد توصلت دراسة عواطف عبد الرحمن<sup>(72)</sup> إلى غياب الموضوعات الاجتماعية ودور المرأة في التغيير والمشاركة الاجتماعية والحياة السياسية، وفي حالة

وجود هذه الموضوعات فهي تعالج إخباريا فقط، كما تتوافق أيضا مع دراسة سلوى عبد الباقي والتي توصلت إلى إبراز المواد الإذاعية (برنامج ربات البيوت، للنساء فقط) المرأة في دور الأم بنسبة (45.1%)، وإبرازها في دور الزوجة بنسبة (31.5%)، (33%) من تلك البرامج تبرزها في دور وموقع الأنثى، مع تجاهل أدوارها الإنتاجية الأخرى<sup>(73)</sup>. كما جاء السبب الخاص بالإساءات المتبادلة بين الدول العربية الإسلامية في الوسائل الإعلامية فيما يتعلق بقضايا المرأة ليحتل الترتيب الثاني مكرر بنسبة (13.6%)، فتعدد الأنظمة العربية وتنوع بناها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتنوع أطرها المرجعية، أمور فرضت تنوعا واختلافا في الإعلام، شمل المنطلقات والسياسات والاستراتيجيات والنظريات، بحيث بات متعذراً ( ان لم يكن مستحيلاً) الحديث عن إعلام عربي واحد إزاء معظم القضايا، وبات من المنطقي الحديث عن إعلام الدول العربية الدائم الخلاف والانقسام فيما يتعلق بقضايا المرأة فهناك إعلام الدول العربية المحافظة التي تستمد رؤيتها للمرأة من فهمها للنصوص الدينية وبالتالي تفرض إطارا مرجعيا لتكوين صورة المرأة في وسائل الإعلام، وهناك إعلام الدول العربية الأخرى ذات النظام الجمهوري في غالبيتها والتي مثلت حركة التحرر الوطني وقد اختارت بصدد قضية المرأة موقفا توفيقيا بين متطلبات النصوص (مع محاولة تقديم مفهوم متقدم لهذه النصوص) وبين متطلبات الواقع والحدثة ومتطلبات الشعارات<sup>(74)</sup> مما أوجد لنا إعلاما يتسم بتقديم الإساءات المتبادلة بدلا من الحوار والنقاش في القضايا ذات الخصوصية مثل قضايا المرأة.

وجاء في الترتيب الثالث وفقا لرؤية النخبة تبني الإعلام الغربي لأنماط معينة عن الإسلام والمسلمين مثل "التطرف والإرهاب والأصولية" بنسبة (13%) وتتفق هذه النتيجة مع دراسة آدمون غريب عن الإعلام الأمريكي والعرب، حيث توصلت دراسته إلى الحملات الكاريكاتورية على العرب تظهرهم بشكل إرهابيين أو مؤيدين للإرهاب

(73)، كما انتهت مارلين نصر أيضا في دراستها عن صورة العرب والإسلام في الكتب الفرنسية المخصصة للمواد غير العلمية الى ان هناك سمة ثابتة في روايات المجابهات التاريخية (75). فدائما يكون العنصر العربي هو البادئ بالعدوان والمتسبب فيه، وتنتهي العلاقة بهزيمة العرب وفشلهم، وبانتصار الفرنسيين في جميع الحالات. كما تتفق هذه النتيجة أيضا مع نتائج سمير جرار (76) والذي أخضع (43) كتاباً من كتب الدراسات الاجتماعية في بعض مدارس أمريكا الثانوية للتحليل وتوصل الى أن هذه الكتب تصور العرب على أنهم محبون للحرب والقتال، إرهابيون، ومتخلفون .

واحتل السبب الخاص بتركيز الأفلام السينمائية العربية على تقديم صورة سلبية للمرأة وقضاياها الترتيب الرابع بنسبة (12.3%) فقد قدمت السينما العربية في معظم أفلامها المرأة بصورة سلبية حيث توصل سمير فريد في دراسته عن صورة المرأة في السينما العربية (77)، إلى أن السينما المصرية سينما ذكورية، تقدم المرأة غالبا كمجرد أنثى، وتكرس الزوجة بمفهومها الخصوبي، والأمومة بمفهومها التوالدي الرعوي ولا تسمح السينما العربية للمرأة بالتعبير عن نفسها لمجرد كونها امرأة، كما أن عناوين الأفلام المصرية تعبر تمام التعبير عن صورة المرأة في هذه السينما: المرأة شيطان، المرأة التي غلبت الشيطان، الشيطان امرأة، البنات شربات، ولد وبنات والشيطان، لعنة المرأة، البنات والمرسيدس، امرأة سيئة السمعة، امرأة بلا قيود، خدعتني امرأة، العذاب امرأة، عذراء ولكن، امرأة ولكن، ورغم أن هذه العناوين قد لا توحى تماما بمضمون الأفلام، ولكنها ذات دلالة هامة وهي تعبر بالتأكيد عن رغبة المخرج في اجتذاب المتفرج عن طريق الإيحاء بالأفكار السائدة عن المرأة، فالمرأة شيطان، ومخادعة وصائدة، وهي لا تريد سوى الزواج أو المتعة . وتتفق أيضا نتائج دراسة منى الحديدي عن صورة المرأة المصرية في الفيلم المصري، والآثار الإعلامية والاجتماعية المترتبة على ذلك (78) مع النتيجة التي توصلنا إليها حيث توصلت الى

أن تلك الأفلام تقدم شخصية المرأة كشخصية باهتة غير واضحة المعالم، فهي كثيرا ما تعرض المرأة من زاوية أنها أنثى فحسب، كما تقدم شخصية المرأة المنحرفة فهي امرأة ليل، عضو في عصابة، نشالة، شحاذاة، بالإضافة إلى تقديم المرأة بصفة عامة في أغلب الأفلام كجنس، وتركز السينما على هذه القيمة، فهي تقدمها في صورة تسلى الرجل وتمتعه، صورة أنثى جميلة، غالبا مفتقرة الى التعليم، أو متعلمة مفتقرة إلى التفكير المنطقي، تسعى بإبراز مفاتنها الجسدية، وراء الرجل ليقع في هواها، ويتزوجها. فالأفلام المصرية ساهمت وتساهم في تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي حيث يقع عليها جزء كبير من مسئولية تعزيز تلك الصورة النمطية السلبية عن المرأة المسلمة مما يوضح أن الإعلام العربي المتمثل في السينما العربية يتبنى المعايير نفسها التي يتبناها الإعلام الغربي<sup>(79)</sup>.

أما الترتيب الخامس فكان لسببين إعلاميين يقفا وراء تشكيل تلك الصورة وهما تصوير الإعلام العربي للمرأة على أنها أداة للإمتاع الجنسي فقط، ترسيخ نموذج المرأة التي تستمد دوما العون والمساندة من جانب الرجل وذلك بنسبة ( 11.7%) لكل منهما. فقد صور الإعلام النسائي العربي المرأة في أدوار مختلفة مع تفاوت شديد في درجة الاهتمام والتركيز، فدورها الأنثوي في مقدمة الأدوار، وهي الأنثى المشتتة والمرغوبة والمطلوبة من قبل الرجال. وتكمن الخطورة في أن هذه الصورة ليست هي الصورة الواقعية للمرأة في الدول العربية والإسلامية، فهناك حقائق أخرى كثيرة في حياة المرأة، لماذا يتم اختزالها ونفيها من قبل الإعلام العربي لصالح حقيقة واحدة فقط، وفي النهاية نلوم الغرب حينما يعرض ويرسخ نفس هذه الصور. كما أدى ترسيخ صورة المرأة التي تستمد وجودها من وجود الرجل<sup>(80)</sup>، وبالتالي لا وجود لها خارج دائرة الرجل الى تزييف وعى المرأة بذاتها ووعى الرجل بها.

## 20- كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي :

قبل مناقشة كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي لابد من مناقشة مجموعة من الاعتبارات التي يجب ان نأخذها في الاعتبار :

أولاً : انه لا يمكن تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي ما لم نصحها في الواقع الإعلامى العربى أولاً فمن الصعب ان نطلب من الغرب رسم صورة ايجابية للمرأة العربية والإعلام العربى يرسم لها صوراً سلبية .

ثانياً: لكى نصح الصورة العامة للمرأة العربية المسلمة لا بد من توحيد الجهود على مستوى العالم العربى .

ثالثاً: أن الخطاب الإعلامى العربى يجب ان يخاطب الغرب بمفاهيمه ولغته فلا يمكن تصحيح الصورة من خلال خطاب اعلامى محلى وموجه للدخل . وبمناقشة النخبة الاكاديمية حول كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة فى الإعلام الغربى، جاء فى الترتيب الأول التصور الخاص بإعادة صياغة فلسفة الإعلام العربى لمواجهة تلك الشبهات الموجهة من الإعلام الغربى ضد المرأة المسلمة بنسبة (51.1%)، وجاء فى الترتيب الثانى بنسبة (48.9%) ضرورة إيجاد فلسفة دينية للرد على الغرب فى ادعاءاته ضد المرأة العربية المسلمة.

- وقد أضاف النخبة من خلال فئة أخرى تذكر العديد من آليات تصحيح تلك الصورة كما يلى:

- إظهار نماذج مشرفة للنساء المسلمات ودورهن فى المجتمع وما وصلن اليه.
- تسخير الأموال العربية للدعاية الى القيم الإسلامية وتعاليم الإسلام الحنيف .
- تكوين هيئات فى الدول الغربية للدفاع عن حقوق المسلمين والمرأة المسلمة على وجه التحديد .

- تدريب رجال الدين تدريباً جيداً من ناحية اللغة والثقافة العامة للبلاد التي يسافرون إليها للرد على دعاوى الغرب ضد الإسلام<sup>(81)</sup>.

## 21- الفلسفة الإعلامية التي يمكن أن نواجه بها تلك الشبهات ضد المرأة العربية المسلمة:

أعطى النخبة الترتيب الأول بنسبة (20.9%) لتحاشي الخطاب الإعلامي العربي للمبالغة والتشدد فيما يتعلق بقضايا المرأة العربية المسلمة، وأيضاً نفس النسبة والترتيب لتقديم الإشكاليات التي تهم الآخر ( المرأة / الدين / الديمقراطية / الإرهاب ----- الخ ) بشكل مباشر ودقيق وغير ملتبس دفاعاً عن الذات، وأعطت النخبة الترتيب الثاني للفلسفة الإعلامية التي تدعو إلى أن يفسر الخطاب الإعلامي العربي الواقع النسائي بحقيقته بنسبة (20.2%)، ثم البعد عن الخطاب الدفاعي الهجومي المزدوج واحد للداخل وآخر للخارج بنسبة (19.4%)، وأخيراً مراجعة خطابنا الإعلامي السائد الخاص بالمرأة ومعالجة ما به من خلل في التواصل مع الذات ومع الآخر. وأضافت النخبة أيضاً بعض الفلسفات الإعلامية لمواجهة الشبهات ضد المرأة العربية المسلمة ومنها:

- الامتناع عن تبني الأفكار الغربية الخاطئة وعرضها في الإعلام العربي .
- إظهار شخصيات نسائية ناجحة سواء في وسائل الإعلام العربية أو الغربية.

## 22- الفلسفة الدينية التي يمكن أن نواجه بها تلك الشبهات ضد المرأة العربية المسلمة:

ركز النخبة على ضرورة تركيز الداعية على مسألة الإقناع حتى يستطيع مواجهة هموم عصره في الترتيب الأول بنسبة (19.9%)، كما أعطوا ضرورة إجادة العلماء قراءة الواقع الترتيب الثاني بنسبة (17.9%)، أما الفلسفة التي احتلت الترتيب الثالث في رأى النخبة بنسبة (17.2%) كانت تعريف الغرب بالإسلام بصورة مبسطة وبأسلوب يلائم

عقلية الغرب ونفسيته، وفي ترتيب متساوي ونسبة متساوية بلغت (15.9%) جاء كل من حدوث صحوة في العقل المسلم والعمل بروح الفريق لمواجهة نظرة الغرب لنا بالتخلف، والتركيز على فقه الأولويات وألا نشغل الأمة بالصغائر، وفي الترتيب الخامس بنسبة (13.2%) جاءت ضرورة إتاحة الحرية للعلماء حتى يتحركوا بشكل أفضل لخدمة الدين . وفي فئة أخرى تذكر أضاف النخبة ملاح أخرى للفلسفة الدينية للرد على الغرب منها : الوقوف بحزم أمام كل ما يصدر من اهانات للدين الإسلامي والمسلمين من قبل الهيئات الدينية والحكومات الإسلامية، عدم التهاون في حقوق المسلمين الذين يعيشون في الغرب.

### **23- مدى إمكانية إيجاد آليات تساهم في تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي:**

جاء رأى (68.3%) من النخبة بإمكانية إيجاد آلية لتصحيح الصورة في حين جاء رأى (31.7%) بعدم إمكانية إيجاد آلية لتصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي .

### **24- آليات تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي :**

جاء ترتيب النخبة لتلك الآليات كالتالي: احتلت الآلية الخاصة بإنشاء لوبي إعلامي إسلامي حر قادر على توصيل صوت الإسلام والمسلمين للغرب بلغته في الترتيب الأول بنسبة (18.9%)، واحتل إنشاء معاهد بحثية في أوروبا وأمريكا من الأساتذة العرب المسلمين المقيمين للتأثير في الرأي العام الغربي الترتيب الثاني من واقع رؤية النخبة بنسبة (18.3%)، أما الآلية الخاصة بدعم مؤسسات وبرامج الجاليات العربية المسلمة لتعزيز دورها في الغرب فقد احتلت الترتيب الثالث بنسبة (17.7%)، وتساوى في الترتيب الرابع كل من فضح السياسة الغربية ضد المرأة العربية المسلمة من خلال وسائل الإعلام والمنظمات الإسلامية التي تعمل بالخارج، تعريف الغرب

بالإسلام وعلاقته بالمرأة من خلال السفارات والقنصليات والمكاتب الثقافية في الخارج بنسبة (15.4%) لكل منهما، واحتل الأسلوب الايجابي تجاه المرأة للجاليات المسلمة المقيمة في الدول الغربية الترتيب الخامس بنسبة (14.3%). وأضافت النخبة من واقع فئة أخرى تذكر آليات أخرى من الممكن أن تساعد في تصحيح صورة المرأة العربية منها: تحسين واقع المرأة المسلمة مع توضيح أن معاناة المرأة واحدة في معظم المجتمعات الغربية والعربية وان الاختلاف في الدرجة فقط، إرسال الكفاءات النسائية للمشاركة في المؤتمرات الأكاديمية والثقافية في الخارج، إعطاء دور أكبر للمرأة المسلمة في الخارج لمناقشة قضاياها .

وتعكس هذه النتيجة في مجملها أهمية تكاتف الجهود على كافة المستويات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الإعلامية للتصدي للدعاءات الغربية ضد المرأة المسلمة من خلال آليات متنسقة ومتفق عليها في وقت واحد. فالناظر المتمعن في المسيرة التاريخية لعلاقة الغرب بالإسلام والمسلمين والمتتبع لجزئيات الصراع وتفاصيله يلاحظ حملة الثوابت التي حكمت نظرة الغرب للإسلام والمسلمين وعملت على تصاعد حدة العداة للإسلام وتحول هذا العداة الى رغبة في القضاء على العالم الإسلامي وإنهاء وجوده، ومن أهم تلك الثوابت الدين، الطمع الاقتصادي، الفعل اليهودي.

أما المتغير الوحيد في علاقة الغرب بالإسلام عبر التاريخ الطويل لهذه العلاقة فهو تنوع الوسائل والأساليب المستخدمة من قبل الغرب في التعامل مع الإسلام والمسلمين، ويمكن تحديدها على كثرتها في ثلاثة أنواع: الاحتلال العسكري، الغزو الثقافي، الافتقار الاقتصادي . وقد تم استخدامها أحيانا متوازية ودفعة واحدة، كما تم استخدامها على سبيل التداول مرات أخرى، على حسب مقتضيات الظروف.



### خلاصة النتائج:

- أظهرت الدراسة عدة ملامح للصورة السلبية التي رسمتها وسائل الإعلام الغربية للمرأة العربية المسلمة كان في مقدمتها أنها امرأة مفروض عليها الحجاب، وأنها امرأة ضعيفة خاضعة لدين يضطهدها ويقمعها، أنها امرأة مستعبدة من الرجل، أنها ليس لديها أي حقوق قانونية، امرأة ممنوعة من ممارسة حقوقها السياسية، وبالتالي اعتبار الإسلام السبب الأساسي في الملامح السلبية لصورة المرأة .

- طرحت الدراسة عدة تصورات بديلة لصورة المرأة العربية المسلمة كما طرحها الإعلام الغربي فقد جاءت المرأة التي تساوى الرجل في كل شيء كأول الصور البديلة التي طرحها الإعلام الغربي من وجهة نظر عينة الدراسة، تليها المرأة المتحررة من قيود العادات والتقاليد، ثم المرأة المتمردة على زوجها ومجتمعها، ثم صورة المرأة التي تنزع الحجاب أو تكتفي بصيغة تبسيطية منه، ثم المرأة المستقلة ماديا . وتلك الصورة البديلة ليست في مجملها سلبية إلا في حالة ما يكون هناك أهداف خلفية فمساواة المرأة بالرجل في الحقوق والواجبات قاعدة إسلامية، كما أن التحرر من قيود العادات والتقاليد البائدة والتي تقف حجر عثرة ضد عملية التنمية هي أيضا ميزة وليست عيبا . أما التمرد بلا مبرر فهو مرفوض، وفيما يتعلق بالتصور الخاص بنزع الحجاب فلماذا يتدخل الغرب في خصوصيات أي مجتمع خاصة المتعلقة بالدين، كما ليس لنا التدخل في خصوصياته الدينية .

- أثبتت الدراسة تقدم العوامل الدينية على كل من العوامل السياسية والإعلامية لتشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي، حيث رأت النخبة أن سوء فهم الإسلام بشأن تعدد الزوجات، نقص المعلومات عن المرأة المسلمة وعدم دقتها أحيانا، سوء فهم التعاليم والتقاليد الإسلامية بشأن الطلاق، سوء فهم الإسلام بشأن ميراث المرأة، خلو الساحة الدولية من وجود نموذج نسائي معاصر متوازن يمثل

شخصية المرأة المسلمة في فكرها وثقافتها من أهم العوامل الدينية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي. ونجد اتفاق هذه النتيجة مع ما توصل اليه بسيوني حمادة Basyouni Hamada، من أسباب للصورة السلبية للعرب من أهمها نقص المعلومات عن المسلمين وعدم دقتها(82).

- أوضحت الدراسة أن الشعور الغربي بالتفوق والسيطره ، الاحداث السياسية المعاصرة التي منحت وسائل الاعلام الغربية مزيدا من الفرص لترسيخ الصورة النمطية السيئة للإسلام والمسلمين وخاصة المرأة في المجتمعات الغربية ، ثم العامل الخاص بالمهاجرون المسلمون في الغرب حيث يعد الوجود المتنامي للمهاجرين المسلمين في الغرب أحد العوامل التي أسهمت في تصعيد مشاعر العداء والرفض ضد الإسلام وأهله ، ثم الأنظمة العربية التي تحد من تقدم المرأة، ضمور الفاعلية السياسية للحكومات العربية، عدم وجود دور فاعل للسفارات والقنصليات العربية في الخارج كأهم العوامل السياسية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل اليه (مرعى مذكور (1998)، دراسة عزه عزت(1997)، دراسة جاك شاهين (1997)، دراسة(1999) Suleiman ، دراسة (2000) Mousa ، Hamada (2000)، (2001) Akel (\*) فقد توصلت هذه الدراسات إلى نتائج تتفق في مجملها مع نتائج هذه الدراسة حيث توصلت الى العديد من العوامل السياسية التي تقف خلف تشكيل صورة العرب والمسلمين بشكل عام في الإعلام الغربي من أهمها : رغبة الغرب في السيطرة وبسط النفوذ، الواقع المعاصر للدول الإسلامية، تقاعس المنظمات العربية والإسلامية عن تنسيق جهودها، النظم الدكتاتورية العربية وغياب الديمقراطية، السلوك العربي، غياب الاتصال العربي، وضمور الفاعلية الحضارية للأمة، والصور السلبية للمسافرين العرب الى الغرب .

- أما العوامل الإعلامية التي اعتبرت النخبة أهم عوامل لتشكيل تلك الصورة فكانت التعظيم الإعلامي المحلي لانجازات المرأة المسلمة في البلدان العربية، تركيز الإعلام العربي على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت وإهمال المرأة المنتجة، الإساءات المتبادلة بين الدول العربية الإسلامية في الوسائل الإعلامية فيما يتعلق بقضايا المرأة، تركيز الأفلام السينمائية العربية على تقديم صورة سلبية للمرأة وقضاياها واخيرا تبنى الإعلام الغربي لأنماط معينة عن الإسلام والمسلمين مثل "التطرف والإرهاب والأصولية"، واتفقت هذه النتيجة الاخيرة مع أغلب دراسات الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين ومن تلك الدراسات التي ركزت على سلبية الصفات المنسوبة للإسلام والمسلمين دراسة طارق Tariq Modood وأهم هذه الصفات : الارهاب، التعصب، الهمجية، التخلف، الشر، الأنانية، التسلط، الكذب، الفشل، العجز، الاهمال، كره الآخرين، الجبن، التفكير الخرافي، الغموض، التعطش للدماء، وأنهم محتلين، قاهري المرأة، فالمسلم ينظر اليه في المجتمع الاوروبي باعتباره العامل الزائر، المهاجر واللاجيء، ونادرا ما يتم اعتباره مواطنا كما أوضحت هذه الدراسة أن رفض الغرب للمسلمين يرجع لرفضهم الإسلام كهوية دينية لا مكان لها في المناخ العام الاوروبي (83).

- طرحت الدراسة اليات حول كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الإعلام الغربي، من أهمها: إعادة صياغة فلسفة الإعلام العربي لمواجهة تلك الشبهات الموجهة من الإعلام الغربي ضد المرأة المسلمة وقد بلور النخبة ملامح تلك الفلسفة الإعلامية في : تحاشي الخطاب الإعلامي العربي للمبالغة والتشدد فيما يتعلق بقضايا المرأة العربية المسلمة، تقديم الإشكاليات التي تهم الآخر ( المرأة / الدين / الديمقراطية / الإرهاب ----- الخ ) بشكل مباشر ودقيق وغير ملتبس دفاعا عن الذات، ثم الفلسفة الإعلامية التي تدعو إلى أن يفسر الخطاب الإعلامي العربي الواقع النسائي

بحقيقته، ثم البعد عن الخطاب الدفاعي الهجومي المزدوج واحد للداخل وآخر للخارج . كما أكدت النخبة على ضرورة إيجاد فلسفة دينية للرد على الغرب في ادعاءاته ضد المرأة العربية المسلمة، ومن أهم آليات تلك الفلسفة: ضرورة تركيز الداعية على مسألة الإقناع حتى يستطيع مواجهة هموم عصره، ضرورة إجادة العلماء قراءة الواقع، تعريف الغرب بالإسلام بصورة مبسطة وبأسلوب يلائم عقلية الغرب ونفسيته، حدوث صحوة في العقل المسلم والعمل بروح الفريق لمواجهة نظرة الغرب لنا بالتخلف، والتركيز على فقه الأولويات وألا نشغل الأمة بالصغائر. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل اليه أيمن منصور ندى في دراسته 2004(84) من أفكار لتحسين الصورة العربية والإسلامية لدى الغرب حيث ذكر انه لكي نحسن الصورة العامة للعرب والمسلمين فلا بد من أن تتسم الجهود العربية والإسلامية في هذا الشأن بالاتساق والانسجام والبعد عن السياسات القطرية المجزأة، اذ بدون ذلك نصبح كالفرقة الموسيقية التي يعزف كل فرد منها لحنا مختلفا ومغايرا للحن الاخر، وتكون النتيجة ضوضاء لا موسيقى، أنه لا بد من التحلى عن الاساليب الإعلامية التقليدية والأطر الفكرية الكلاسيكية والاعتبارات البروتوكولية في تغطية ومعالجة كثير من مشكلاتنا وقضايانا، ولن يحدث ذلك الا بمزيد من الحرية الإعلامية القائمة على المسؤولية الاجتماعية . كما اتفقت هذه النتيجة مع نتائج عدة دراسات توصلت الى سبل تحسين صورة الإسلام والمسلمين بشكل عام فقد ركزت دراسة عادل عبد الرازق أهمية الاتصال المباشر مع الغرب كوسيلة لتحسين الصورة، وركزت دراسة محمود عبد الرؤوف على ضرورة الاهتمام المتنامى من قبل المتقنين بالإسلام والمسلمين بعد أحداث 11 سبتمبر والعمل الجاد على تحسين الصورة، كما ركزت دراسة Bruce Hoffmen على ضرورة وضع سياسات تكافح السياسات الارهابية للجماعات المتطرفة التي من شأنها تشويه صورة المسلمين، وركز Mohammed Arkoun على ضرورة دراسة الإسلام واجتهاد المسلمين وغير المسلمين المتقنين لخلق

تصور جديد عن الإسلام والاعتماد على التاريخ بدلا من الأحداث السياسية الراهنة التي تروج لصورة عنيفة عن المسلم.

### المراجع

- (1) Ghareeb, E. (1983). Split vision: The portrayal of Arabs in the American media, Washington, DC: American-Arab Affairs Council.
- (2) Huntington, S. (1996). The clash of civilizations: Remaking of world order. New York: Touchstone.
- (3) Fukuyama, F. (1992). The end of history and the last man. New York: Avon books.
- (4) إبراهيم أبو كيلى، مقال بعنوان: ظاهرة العداء الغربي للمسلمين والعرب، جريدة الجمهورية، 14 يوليو، 2009 ص14
- (5) حوار مع الدكتورة فوزية العشماوي، رئيسة منتدى المرأة الأوربية المسلمة وأستاذة اللغة العربية في قسم الدراسات العربية الإسلامية بجامعة جنيف في سويسرا، جريدة الشرق الأوسط، 16 يونيو 2009.
- (6) قرآن كريم، سورة النساء، الآية رقم 34
- (7) فوزية العشماوي، مصدر سابق.
- (8) إيناس أبو يوسف، ندوة ببرنامج "حوار الحضارات" تحت عنوان "تصوير الإعلام للآخر" كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 10 مارس 2009.
- (9) إيناس أبو يوسف، المرجع السابق.
- (10) Merali' A. (2002, June21) They hate women, don't they? Unlimited Guardian.
- (11) Edward Pilling (2002, July 6) To the woman that time forget unlimited Guardian.
- (12) إيناس أبو يوسف، مرجع سابق.
- (13) Slavin, B.(April 25, 2002) Saudi Arabia, USA today.

- (14) Kristof, N. D.(October 27. 2002) Saudi woman Argue Merits Behind the veil new York times.
- (15) إيناس أبو يوسف، مرجع سابق.
- (16) CNN.Com (August, 29, 2001). Coves up or else Kashmir women told. Retrieved March 24, 2008 from: [http://articles.cnn.com/2001-08-29/world/india.veil\\_1\\_islamic-militants-jammu-and-kashmir-veils?\\_s=PM:asiapcf](http://articles.cnn.com/2001-08-29/world/india.veil_1_islamic-militants-jammu-and-kashmir-veils?_s=PM:asiapcf)
- (17) CNN. Com (November 17, 2001) First lady blasts Taliban treatment of women. Retrieved at March 24, 2008 from: [http://articles.cnn.com/2001-11-17/politics/bush.radio\\_1\\_afghan-women-taliban-systematic-repression?\\_s=PM:ALLPOLITICS](http://articles.cnn.com/2001-11-17/politics/bush.radio_1_afghan-women-taliban-systematic-repression?_s=PM:ALLPOLITICS)
- (18) Lee, S. (February, 1979) The American Image of Relations with Japan Projected in Three U.S. Dailies. International Communication, Gazette 25, pp. 31-45.
- (19) Rosie, M.(2004) Nation speaking unto nation? Newspapers and national identity in the devolved UK ,52(4), pp. 437-458.
- (20) ناهد رمزي، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاتصال من خلال منهاج بكين واستراتيجيات نيروبي التطلعي، المجلس القومي للمرأة، المنتدى الفكري الأول "المرأة والإعلام"، 2000، ص 29.
- (21) نجوى محمد الجزار، الصورة الذهنية للمرأة في الإعلام المصري، دراسة تحليلية، دن، أكتوبر، 2000، ص2.
- (22) Wout, D. et .al,(2008) The many faces of stereotype threat: Group- and self-threat. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(3), pp792-799.
- (23) Lindh, A. (2006) Culture and communication key factors for changing mentalities and societies, Euro-Mediterranean Foundation for the Dialogue between Cultures for the 2006 Euro-Mediterranean, Ministerial Conference on "Equality of

- Opportunities”, p21. Retrieved at March 24, 2008 from:  
[http://eeas.europa.eu/euromed/women/docs/alf\\_0406\\_en.pdf](http://eeas.europa.eu/euromed/women/docs/alf_0406_en.pdf)
- (24) حنان محمد إسماعيل، صورة المسنين في الدراما التلفزيونية المصرية وعلاقتها بأدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمسنين، رسالة دكتوراه؛ غير منشورة؛ جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006، ص176.
- 25-Bowes, J. (1977) Stereo typing and communication accuracy, *Journalism Quarterly*, 55(1), pp 70-76.
- (26) احمد زايد، شخصية المرأة المصرية جدل الثقافة والأنوثة والحداثة، ورقة مقدمة للمؤتمر السنوي الثاني عشر للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجناائية "الشخصية المصرية في عالم متغير"، 2010.
- 27- Biernat, M.& Manis, M.(1994) Shifting standards and stereo type-based judgments, *Journal of Personality and Psychology*, 66, pp5-20.
- (28) سليمان صالح، الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص161.
- (29) مرجع سابق، ص161
- (30) محمود عبد العاطي، صورة العالم الإسلامي في الإذاعات الموجهة باللغة العربية، دراسة تحليلية للبرامج والنشرات الإخبارية في إذاعات صوت أمريكا، راديو موسكو، هيئة الإذاعة البريطانية، راديو إسرائيل، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 1992.
- (31) عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، ط، (القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، 1993).
- (32) مارلين نصر، صورة العرب والإسلام في الكتب المدرسية الفرنسية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1995.

- (33) Sheikh, K. Z., Vincent P, & Hayg O. (1995). Press treatment of Islam: What kind of picture do the media paint? *Gazette*, 56(2), 139-156.
- (34) Shaheen, J.G. (1997). *Arab and Muslim stereotyping in American popular culture*. Center for Muslim-Christian Understanding, Georgetown University.
- (35) مرعي مذكور, الاتجاهات الحديثة في بحوث الصورة الذهنية للعالم الإسلامي عند الغربيين، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة: مجلة الأزهر، عدد9، يوليو 1998.
- (36) Canadian Islamic Congress (1998) Anti-Islam in the media: An executive summary of a six month: Case study of five to Canadian newspapers. Toronto: Canadian Islamic Congress. Retrieved at March 24, 2008 from: <http://www.Mediaawareness.ca/eng/issues/minrep/resource/reports/Cdnislam.Htm.8>
- (37) Michael Suleiman (1999) Islam, Muslims, Arab in America: The other of the other, *Journal of Muslims minority* April. 19(1).
- (38) Kamalipour, Y. R. (2000). Media images of Arabs, Muslims, and the Middle East in the United States. In Gher, L., and Amin, H. (Eds.), *Civic Discourse and Digital Age Communications in the Middle East* (chapter 4, pp. 55-70). Stamford, CT: Ablex.
- (39) Akel, B., (2001) *Islam and the Western Media*. Retrieved at March 24, 2008 from: <http://www.islamfortoday.com/media.htm>
- (40) Pool, E. (2001) Media Representation and British Muslims, In *Dialogue Public Affairs Committee for Shi'a Muslims*.
- (41). Safi , L. M (Summer/Fall 1996) Dealing with Distortion of the Image of Islam by the Global Media. *Middle East Affairs Journal*", 2(4), pp. 67 – 78. Retrieved at March 24, 2008 from: [http://Isinsight.org/articles/1998\\_Before/MediaChallenge.htm](http://Isinsight.org/articles/1998_Before/MediaChallenge.htm)
- (41) زغلولة السالم، صورة المرأة العربية في الدراما المتلفزة، رسالة ماجستير منشورة، عمان الأردن، دار مجلاوى، 1994.



- (42) أديب خضور، صورة المرأة في الإعلام العربي، المكتبة الإعلامية، د.ت، ص44.
- (43) جيهان رشتي، صورة المرأة في الإعلام، بحوث منشورة بعنوان "الرسالة الإعلامية لتحقيق المرأة"، القاهرة: المجلس القومي للمرأة، د.ن، 1999.
- (44) عبد الحفيظ الهر قام؛ صورة المرأة العربية في الإعلام الأذاعي والتلفزيوني ورقة عمل مقدمة لمنتدى "المرأة والإعلام"، أبو ظبي، دولة الإمارات العربية، 2-3 فبراير 2002.
- (45) عزة كامل، صورة المرأة في الصحافة المصرية (تقرير 2002-2003) القاهرة مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، مشروع الرائد الإعلامى، 2004.
- (46) عزة كامل، صورة المرأة في الصحافة المصرية (تقرير 2004) القاهرة، مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، وحدة الرصد الإعلامى، 2005.
- (47) هناء صالح الترك، المحجبات في إعلانات الفضائيات تخصص طبخ ونظافة حمامات، قطر جامعة قطر، 2007.
- (48) محمد الهوارى، صورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي، بحت مقدم الى المنتدى الإعلامى السنوي الثاني: صورة المملكة العربية السعودية في العالم، الرياض 2-5 أكتوبر 2004.
- (49) ناهد رمزي، أبعاد سلوك المرأة كما تقدمها قصص الصحافه النسائية، مجلة الفكر العربي، عدد 46، 1991.
- (50) باسمة سكرية، ليلى غندور، صورة المرأة العربية في المجلات التسوية- نموذج لبنان، مجلة الفكر العربي، عدد 84، 1996.
- (51) عواطف عبد الرحمن، صورة امرأة في لصحف والمجلات المصرية، القاهرة: سلسلة دراسات عن المرأة في التنمية، الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية الاجتماعية لغرب آسيا .

(52) سلوى محمد عبد الباقي، صورة المرأة المصرية - دراسة في تحليل مضمون بعض البرامج الإذاعية، سلسلة دراسات عن المرأة في التنمية، العدد9، الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية الاجتماعية لغرب آسيا.

(53) سمير فريد، صورة المرأة في السينما العربية، سلسلة دراسات عن المرأة في التنمية، القاهرة : الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا.

(54) نهاوند عيسى القادري، المرأة بين الإعلام المكتوب والمرئي : الحالة اللبنانية، دن، 1995.

(55) لمزيد من التفاصيل عن سلبية الصفات المنسوبة للعرب والمسلمين أنظر :

- سحر فاروق الصادق، صورة الغرب في الصحافة المصرية : دراسة تحليلية للخطاب الإعلامى قبل وبعد أحداث 11 سبتمبر، المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002 .

- ماجده أحمد وأمال سعد الدين، صورة العرب في مقابل الغرب في الصحافة الحزبية المصرية، دراسة تحليلية مطبقة على أحداث الحادى عشر من سبتمبر 2001 وتداعياتها، المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002 .

- أمال طه، صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية فى التسعينات، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2001 .

- Auter, P. J., & Galal, A. (2010, February). Perceptions of other communities: A content analysis of U.S. and Middle East news website stories about the others' culture. Paper presented at the 51st annual International Studies Association annual convention. New Orleans, LA.

- (56) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة : عالم الكتب، 1997، ص245.
- (57) لمزيد من التفاصيل حول مصطلح الصورة النمطية أنظر في اللغة العربية والانجليزية:  
- ميخائيل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، ترجمة عطا عبد الوهاب، بيروت : مركز دراسات الوحدة، ص 12.  
- على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة : عالم الكتب، 1983، ص10  
- ليفون مليكيان وحسين الدريني، دراسة استطلاعية في أبعاد تعقد التركيب والاتفاق في التعميمات النمطية في : لويس كامل مليكه (محرر) قراءات في علم النفس الاجتماعي في الوطن العربي، المجلد الرابع القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب،، 1985 ص ص 281 - 294.  
- أسعد رزق، موسوعة علم النفس، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط4، 1978، ص 320 .  
- Webster's new collegiate Dictionary (1977), spring field, mass: G and C. Merriam co, p.571.
- (58) لمزيد من التفاصيل حول سمات الصورة النمطية أنظر:  
- Lee, S. (February, 1979) Op.cit, p.31  
- Boulding, K.E.(1956)The image ,ann. Arbor, MI,University of Michigan press , pp. 5-6
- (59) عبد القادر طاش، مرجع سابق، ص 19.
- (60) جاك شاهين، وسائل الإعلام الأمريكية والصورة النمطية للعرب : في الإعلام الغربي والعرب، مرجع سابق، ص ص 25 - 36.

- (61) Al-Qazzaz, A.(1983) The Arab World: A handbook for teachers. San Francisco, Tasco Press, p 385.
- (62) Al-Qazzaz, A. Image formation and textbook in. Edmund Ghareeb (Ed) op.cit.,pp.369-380
- (63) Stockton, R. (1997): "Ethnic Archetypes and The Arab Image "in: Ernest Mccarus (Ed) The Development of Arab American Identity. Ann Arbor, The university of Michigan press, pp. 119-153.
- (64) ادوارد سعيد، الإعلام الأمريكي والسلطة، مجلة المجلة، العدد 342، 1986/4/29، ص 27 .
- (65) المرجع السابق، ص 27.
- (66) Akel , B.(2001) Op. Cit
- (67) على عبد الحليم محمود ، الغزو الصليبي والعالم الاسلامي، جدة: شركة مكتبات عكاظ ، 1982، ص ص 26-27 .
- (68) ادوارد سعيد ، ثورة وسائل الاعلام ونهضة الاسلام ، فى الاعلام الغربى وا لعرب : ابحاث ومناقشات ، ندوة الصحافة الدولية ،
- (69) وليام ادم وفيليب هيل ، من القاهرة الى كابول مع شبكات التلفزيون 1972-1980 ، ترجمة تركى عبيد ، مجلة البحوث ، المركز العربى لبحوث المستمعين ، بغداد ، العدد 18 أبريل 1983 ، ص ص 144-145.
- (70) لمزيد من التفاصيل حول مدى تعبير المضامين الإعلامية عن واقع المرأة أنظر:
- ناهد رمزي، أبعاد سلوك المرأة كما تقدمها قصص الصحافة، مرجع سابق، ص 270
- (71) باسمة سكرية، ليلي غندور، صورة المرأة العربية فى المجلات النسوية، مرجع سابق.

(72) عواطف عب الرحمن ، صورة المرأة فى الصحف والمجلات المصرية، القاهرة. سلسلة دراسات عن المرأة فى التنمية، الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية الاجتماعية لغرب آسيا، د.ت.

(73) سلوى محمد عبد الباقي، صورة المرأة المصرية، مرجع سابق . (74) أديب خضور، صورة المرأة فى الإعلام العربى، د.ت، ص 44.

(75) آدمون غريب، الإعلام الأمريكى والعرب فى : الإعلام الغربى والعرب : أبحاث ومناقشات ندوة الصحافة الدولية، لندن، 1979. ص ص 99-100

(76) مارلين نصر، مرجع سابق، ص 463

(77) Jarran, S.A. (1983) "The treatment of Arab in US social studies textbooks: Research finding and recommendations" In: Edmond Ghareeb (ed) split vision: The Portrayal of Arabs in the American media, Washington, D.C, The American Arab affairs council.

(78) سمير فريد، المرجع السابق

(79) منى الحديدي، المرجع السابق

(80) لمزيد من التفاصيل حول الأدوار التي رسختها السينما المصرية للمرأة أنظر :

- إحسان سعيد عبد المجيد، صورة المرأة فى الأفلام السينمائية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: جامعة عين شمس، 2002.

(81) Modood, T., & Ahmad, F. (2007) British Muslim perspectives on multiculturalism, Journal of Theory, culture and society, vol.24.

(82) لمزيد من التفاصيل حول سبل تحسين صورة العرب والمسلمين فى الإعلام الغربى أنظر :

- عادل عبد الرازق، رأى النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة، 2002 .
- محمود عبد الرؤف، صورة العرب والمسلمين لدى الرأي العام الغربي قبل وبعد 11 سبتمبر 2001، المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام ، مصدر سابق .
- Bruce Hoffman, (2006) Islam and The west: Searching for common Ground The Terrorist Threat and the counter-Terrorism effort, Testimony presented to the senate foreign relation committee .
- Arkoun, M. (2003) Rethinking Islam Today, The ANNALS of the American Academy of political and social science, vol.588
- (\*) لمزيد من التفاصيل حول العوامل السياسية المؤثرة في تشكيل الصورة النمطية للعرب والمسلمين انظر :
- مرعى مذكور ، الاتجاهات الحديثة فى بحوث الصورة الذهنية للعالم الاسلامى عند الغربيين ، مجلة البحوث الاعلامية ، القاهرة : جامعة الأزهر ، عدد يوليو 1998 .
- عزه عزت ، صورة العرب فى الغرب : ملامحها وأساليب تغييرها ، القاهرة : مصر العربية للنشر والتوزيع، 1997.
- جاك شاهين ، مرجع سابق .
- Michael Suleiman W, Islam, Muslims and Arabs in America: the other of the other, Journal of Muslim Minority Affairs, April 1999, vol,19.
- (83) Hamada, B. (2000) Arab Image in the western image Makers, *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Public Opinion Research Center, faculty of Mass Communication, Cairo University,1(3), pp.1-54.

(84) أيمن منصور ، الصور الاعلامية والقرارات السياسية : التكوين والعلاقات المتبادلة ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، المجلد الثانى ، أبريل - يونيه 2001.

### الملاحق

جدول رقم (1) يوضح الدرجة العلمية لعينة النخبة الاكاديمية

النسبة	التكرار		
18.3	15	أستاذ	<u>1</u>
60.1	50	أستاذ مساعد	<u>2</u>
20.7	17	مدرس	<u>3</u>
100	82	المجموع	

جدول رقم (2) يوضح أعمار عينة الدراسة

النسبة	التكرارات	العمر	
26.8	22	من 25 - أقل من 35	1
29.3	24	من 35 - أقل من 45	2
34.1	28	من 45 - أقل من 55	3
9.8	8	من 55 فأكثر	4
100	82	المجموع	

جدول رقم (3) يوضح نوع عينة الدراسة

النسبة	التكرارات	النوع	
63.4	52	أنثى	1
36.6	30	ذكر	2
100	82	المجموع	

جدول رقم (4) يوضح الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة

النسبة	التكرارات	الحالة الاجتماعية	
56.1	46	متزوج	1
25.6	21	غير متزوج	2
20.7	17	مطلق	3
17.1	14	أرمل	4
100	82	المجموع	

جدول رقم (5) يوضح الغرض من السفر

%	ك	الغرض من السفر	
54.8	45	الدراسة	1
20.7	17	العمل	2
24.3	20	تمضية الاجازات	3
100	82	المجموع	



## جدول رقم (6) يوضح مدى التعرض لوسائل الاعلام الغربية

%	ك	التعرض لوسائل الاعلام الغربية	
82.9	68	دائما	1
10.9	9	أحيانا	2
6.1	5	نادرا	3
100	82	المجموع	

## جدول رقم (7)

يوضح عدد ساعات مشاهدة وسائل الاعلام فى بلد الإقامة

%	ك	عدد ساعات المشاهدة	
61.0	50	أكثر من ساعتين	1
31.7	26	أكثر من ثلاث ساعات	2
4.9	4	أكثر من أربع ساعات	3
2.4	2	خمس ساعات فاكتر	4

## جدول رقم (8)

وسائل الاعلام المفضلة لدى عينة الدراسة فى بلد الإقامة

%	ك	الوسائل المفضلة	
17.1	14	الصحافة	1
19.5	16	الانترنت	2
4.8	4	الاذاعة	3
36.3	38	التلفزيون	4
-	-	أخرى	5
100	82	المجموع	

## جدول رقم (9)

يوضح رسم صورة للمرأة العربية المسلمة فى الاعلام الغربى

%	ك	هل رسم الاعلام الغربى صورة للمرأة العربية المسلمة	
75.6	62	نعم	1
24.4	20	لا	2
100	82	المجموع	3

## جدول رقم (10)

يوضح كيفية الصور

%	ك	كيفية الصورة	
85.4	70	سلبية	1
14.6	12	ايجابية	2
100	82	المجموع	3

جدول رقم (11) يوضح الملامح السلبية التى رسمها الاعلام الغربى للمرأة

العربية المسلمة

%	ك	اللامح السلبية	
12.3	31	امرأة ضعيفة خاضعة لدين يضطهدها	1
12.7	32	امرأة مفروض عليه الحجاب	2
9.1	23	امرأة ضحية دين أبوى ذكرى يكره النساء	3
11.9	30	امرأة مستعبدة من الرجل	4
11.1	28	وظيفتها الوحيدة هى الزواج وانجاب الاطفال	5
11.5	29	امرأة ليس لديها أى حقوق قانونية	6
10.3	26	عملها ينحصر فى المطبخ وأعمال المنزل	7

11.5	29	امرأة ممنوعة من ممارسة حقوقها السياسية	8
9.5	24	امرأة جاهلة ومتخلفة	9
100	252	المجموع	م

## جدول رقم (12) يوضح طريقة عرض الاعلام الغربى لملامح تلك الصورة

%	ك	كيفية العرض	
15.2	19	عرض صور للمرأة المسلمة وهى تسير وراء زوجها على بعد خطوات	1
5.6	7	أثناء تناول الطعام تأكل المرأة بعد انتهاء الرجال	2
5.6	7	فى حضور الاخرين يجب الا تتكلم المرأة مع زوجها أو تحديق اليه	3
7.2	9	تواجه المرأة بالعقاب عندما تضحك بصوت مرتفع	4
18.4	23	تصوير المرأة المسلمة المحجبة على أنها صندوق أسود متحرك	5
16.8	21	لا يسمح لها بالخروج الا نادرا خارج منزلها	6
11.2	14	المرأة داخل المنزل مضطهدة ويضربها زوجها المتوحش بسبب أو بدون	7
20	25	وصف أحكام الشريعة بأنها متشددة حيث أنها تتيح للرجل الزواج من أربع فى حين لا يتاح للمرأة ذلك	8
100	125	المجموع	

جدول رقم (13) يوضح الاشكال الاعلامية التى تناول من خلالها الاعلام  
الغربي صورة المرأة المسلمة

الاشكال الاعلامية	ك	%	
1 عرض صور فوتوغرافية	39	10.1	
2 من خلال الرسوم الكاريكاتيرية	38	9.7	
3 من خلال الافلام السينمائية	60	15.4	
4 من خلال البرامج التلفزيونية	50	12.8	
5 من خلال المسلسلات	24	6.1	
6 فى مواقع الانترنت	59	15.2	
7 فى الكتب	38	9.7	
8 فى المقالات الصحفية	40	10.3	
9 أخبار مشوهة عن المرأة العربية المسلمة	40	10.3	
المجموع	388	100	

جدول رقم (14) يوضح مدى وجود تصور بديل يطرحه الاعلام الغربى  
للصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة

مدى وجود تصور بديل	ك	%	
1 نعم	44	53.7	
2 لا	38	46.3	
المجموع	82	100	

## جدول رقم (15) يوضح ملامح التصور البديل الذي يطرحه الاعلام الغربي

النسبة المئوية	التكرارات	ماهي ملامح هذا التصور؟	
%19.1	26	المرأة المتحررة من قيود العادات والتقاليد	1
%17.6	24	المرأة المتمردة على زوجها ومجتمعها	2
%14.7	20	المرأة التي تنزع الحجاب اوكتفي بصيغة بسيطة منه	3
%8.8	12	المرأة التي تسافر دون انن زوجها	4
%13.2	18	المرأة المستقلة ماديا	5
%26.4	36	المرأة التي تساوي الرجل في كل شئ	6
%100	136	المجموع	

## جدول رقم (16)

يوضح هل كان يعرض هذا التصور فى وسائل الاعلام الغربية

%	ك	عرض التصور	
58.5	48	نعم	1
41.5	34	لا	2
100	82	المجموع	

## جدول رقم (17)

يوضح الجهة المسؤولة عن تشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة

النسبة المئوية	التكرارات	المسؤول عن تشويه صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربي؟	
13.3%	18	المرأة العربية ذاتها لأنها مقصرة في حق نفسها	1
16.3%	22	الحقل الاعلامي الذي يعوق تقدم المرأة الاعلامية حيث تواجه مواجهة ذكورية من داخل الميدان	2
17.8%	24	صمت المرأة عن كل ما يجري حول واقعها	3
19.3%	26	السينما العربية والصورة السلبية التي رسمتها للمرأة العربية المسلمة	4
17%	23	الانظمة العربية التي تحد من تقدم المرأة	5
16.3%	22	الجاليات العربية المسلمة في الخارج وما يصدر عنها من سلوكيات سلبية تجاة المرأة باسم الاسلام	6
100%	135	المجموع	

## رقم (18)

يوضح مدى وجود دوافع لتشكيل الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة في

الاعلام الغربي

مدى وجود اسباب	ك	%	
نعم	56	68.3	1
لا	26	26.8	2
المجموع	82	100	

## جدول رقم (19)

يوضح أسباب ودوافع تشكيل تلك الصورة النمطية للمرأة العربية المسلمة  
في الاعلام الغربي

النسبة المئوية	التكرارات	الاسباب والدوافع _ من فضلك رتب؟
39%	32	أسباب دينية
31.7%	26	أسباب سياسية
29.4%	24	أسباب إعلامية
100%	82	المجموع

جدول رقم (20) يوضح الاسباب الدينية التي تقف خلف تشكيل صورة  
المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربي

النسبة المئوية	التكرارات	الاسباب او العوامل الدينية التي تقف وراء تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربي؟	
11.3%	50	سوء فهم التعاليم والتقاليد الاسلامية بشأن الطلاق	1
12.6%	56	سوء فهم الاسلام بشأن تعدد الزوجات	2
11.3%	50	سوء فهم الاسلام بشأن ميراث المرأة	3
8.1%	36	حرمان المرأة احيانا في بعض المناطق العربية من الميراث	4
7.6%	34	ما يقوم بين المذاهب من فوارق تتعلق بالملبس والزواج والعمل بل تتعلق ايضا بالمصافحة بين الرجال والنساء	5

5.4%	24	حرمان المرأة في بعض المجتمعات العربية من الولاية في الامر بالمعروف والنهي عن المنكر	6
10.4%	46	العداء الغربي للإسلام والمسلمين	7
9.5%	42	السلوك غير المسئول الذي تسلكه بعض النساء المسلمات في الخارج	8
12.2%	54	نقص المعلومات عن المرأة المسلمة وعدم دقتها أحيانا	9
11.3%	50	خلو الساحة الدولية من وجود نموذج نسائي معاصر متوازن يمثل شخصية المرأة المسلمة في فكرها وثقافتها	10
100%	442	المجموع	

جدول رقم (21) يوضح الاسباب الاعلامية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربي

النسبة المئوية	التكرارات	الاسباب الاعلامية التي تقف وراء تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربي؟	
16%	26	التعظيم الاعلامي المحلي لانجازات المرأة المسلمة في البلدان العربية	1
11.7%	19	تصوير الاعلام العربي للمرأة على انها اداة للامتناع الجنسي فقط	2
13.6%	22	تركيز الاعلام العربي على الادوار التقليدية للمرأة كزوجة وام وربة بيت واهمال المرأة المنتجة	3
11.7%	19	ترسيخ الاعلام العربي لنموذج المرأة التي تستمد دوما العون والمساندة من جانب الرجل	4



8%	13	ترسيخ الاعلام العربي للنظرة الدونية للمرأة من قبل الرجال فهم ينظرون لها بمنظار الاعراف والتقاليد والعادات التي قد تتعارض مع الاسلام	5
12.3%	20	اهتمام الاعلام العربي ببعض المهن علي حساب مهن اخري مثل الاهتمام بالرياضيات والفنانات علي حساب العالمات والطبيبات والمعلمات والباحثات والفلاحات	6
13.6%	22	الاساءات المتبادلة بين الدول العربية الاسلامية في الوسائل الاعلامية	7
13%	21	تبني الاعلام الغربي لانماط معينة عن الاسلام والمسلمين مثل التطرف والارهاب والاصولية	8
100%	162	المجموع	

### جدول رقم (22)

يوضح الاسباب السياسية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربى

النسبة المئوية	التكرارات	الاسباب السياسية التي تقف خلف تشكيل صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربى؟	
18.8%	12	الانظمو العربية التي تحد من تقدم المرأة	1
25.9%	22	الشعور الغربى بالتفوق	2
18.8%	12	الاحداث السياسية المعاصرة	3
18.8%	12	المهاجرون المسلمون فى الغرب	4
10.5%	9	ضمور الفاعلية السياسية للحكومات العربية	5

6	6	عدم مجود دور فاعل للسفارات والقنصليات العربية في الخارج	6
%7.1	85	الجموع	
%100			

## جدول رقم (23) يوضح كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في

## الإعلام الغربي

النسبة المئوية	التكرارات	كيفية تصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في الاعلام الغربي	
%48.9	23	ايجاد فلسفة دينية للرد علي الغرب في ادعاءاته ضد المرأة العربية المسلمة	1
%51.1	24	اعادة صياغة فلسفة الاعلام العربي لمواجهة تلك الشبهات المواجهه من الاعلام الغربي ضد المرأة العربية المسلمة	2
		أخرى	3
%100	47	المجموع	

## جدول رقم (24)

## يوضح ملامح الفلسفة الدينية للرد على الغرب

النسبة المئوية	التكرار	ملاح الفلسفة الدينية للرد على الغرب	
%15.9	24	حدوث صحوة في العقل المسلم والعمل بروح الفريق لمواجهة نظرة الغرب لنا بالتخلف	1
%15.9	24	التركيز على فقه الاولويات ولا تشغل الامة بالصغائر	2
%17.9	27	ان يجد العلماء قراءة الواقع	3
%19.9	30	ان يركز الداعية على مسالة الاقناع حتي يستطيع مواجهة هموم عصره	4
%13.2	20	اتاحة الحرية للعلماء حتي يتحركو بشكل افضل لخدمة الدين	5
%13.2	26	تعريف الغرب بالسلام بصورة مبسطة وباسلوب يلائم عقلية الغرب ونفسيته	6
%100	151	المجموع	

جدول رقم (25) يوضح ملامح الفلسفة الاعلامية التي يمكن ان نواجه بها تلك الشبهات ضد المرأة

النسبة المئوية	التكرارات	ملامح الفلسفة الاعلامية التي يمكن ان نواجه بها تلك الشبهات ضد المرأة	
18.6%	24	مراجعة ونقد خطابنا الاعلامي السائد الخاص بالمرأة ومعالجة ما به من خلل في التواصل مع الذات ومع الاخر	1
20.2%	26	ان يفسر الخطاب الاعلامي العربي الواقع النسائي بحقيقته	2
20.9%	27	ان يتحاشى الخطاب الاعلامي العربي المبالغة والتشدد فيما يتعلق بقضايا المرأة العربية المسلمة	3
20.9%	27	تقديم الاشكاليات التي تهتم الاخر ( المرأة / الدين / الديمقراطية/ الارهاب /.....الخ) بشكل مباشر ودقيق وغير ملتبس دفاعا عن الذات	4
19.4%	25	البعد عن الخطاب الدفاعي الهجومي او الخطاب المزدوج واحد للداخل واخر للخارج	5
100%	129	المجموع	

جدول رقم (26)

يوضح مدى امكانية ايجاد اليات لتصحيح صورة المرأة العربية المسلمة في

الاعلام الغربى

%	ك	امكانية ايجاد اليات لتصحيح الصورة	
68.3	56	نعم	1
31.7	26	لا	2
100	82	المجموع	

جدول رقم (27)  
يوضح اليات تصحيح الصورة

النسبة المئوية	التكرارات	ماهي هذه الليات ؟	
18.3%	32	انشاء معاهد بحثية في اوربوا وامريكا من الاساتذة العرب المسلمين المقيمين للتاثير في الراي العام الغربي.	1
15.4%	27	خضع السياسة الغربية ضد المرأة العربية المسلمة من خلال وسائل الاعلام والمنظماتالاسلامية التي تعمل بالخارج	2
14.3%	25	الاسلوب الايجابي تجاة المرأة للجاليات المسلمة المقيمة في الدول الغربية	3
15.4%	27	تعريف الغرب بالاسلام وعلاقته بالمرأة من خلال السفارات والقنصليات والمكاتب الثقافية في الخارج	4
18.9%	33	انشاء لوبي اعلامي اسلامي حر قادر على توصيل صوت الاسلام والمسلمين للغرب بلغته	5
17.7%	31	دعم مؤسسات وبرامج الجاليات العربية المسلمة لتعزيز دورها في الغرب	6
100%	175	المجموع	