

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mustapha Stambouli

Mascara



جامعة مصطفى اسطمبولي

معسكر

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علم الاجتماع

مخبر: البحوث الاجتماعية والتاريخية

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم

تخصص: علم الاجتماع

العنوان:

**الخطاب التلفزيوني وتشكيل هوية المرأة الجزائرية  
قناتا الجزيرة والشروق أنموذجان**

نوقشت يوم: 22 مارس 2023

تقديم الطالبة: جير الزهرة

**لجنة المناقشة:**

جامعة مصطفى اسطمبولي - معسكر	أستاذة	الرئيس: سواالمية نورية
جامعة مصطفى اسطمبولي - معسكر	أستاذ محاضر أ	المناقش: بن عطية حاج ميلود
جامعة مصطفى اسطمبولي - معسكر	أستاذة محاضرة أ	المناقش: بن علي نصيرة
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم	أستاذة	المناقش: كيم صبيحة
المركز الجامعي نور البشير - البيض	أستاذ	المناقش: سيكوك قويدر
جامعة بلحاج بوشعيب - عين تيموشنت	أستاذ	المقرر: طيبي غماري

السنة الجامعية: 2023/2022

# شكر و عرفان

إلى الأستاذ طيبي غماري

الذي تعلمنا على يديه

دأب البحث في طريق العلم

والخير والصالح العام...

شكر خاص إلى الأستاذ جيلاني كوبيبي معاشو على كل ما قدمه من مساعدة ومساندة وثقة.

إلى كل من ساندني ومد لي يد العون لإخراج هذا العمل .

# الإهداء

بكل الحب

إلى من علمني قيمة الموقف والمبادئ في الحياة...

إلى والدي العزيزين

إلى كل عائلتي

# الخطاب التلفزيوني وتشكيل هوية المرأة الجزائرية قناتا الجزيرة والشروق أنموذجان

## خطة البحث

أ ..... مقدمة عامة

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والتقني للدراسة

- 11 ..... 1- الدراسة الاستطلاعية
- 12 ..... 2- أسباب اختيار الموضوع
- 13 ..... 3- الهدف من الدراسة
- 14 ..... 4- أهمية الدراسة
- 15 ..... 5- الدراسات السابقة
- 24 ..... 6- إشكالية البحث
- 28 ..... 7- فرضيات الدراسة
- 29 ..... 8- مفاهيم الدراسة
- 33 ..... 9- المقاربة النظرية والمنهجية للدراسة
- 41 ..... 10- مجتمع البحث
- 43 ..... 11- عينة الدراسة
- 45 ..... 12- التقنيات المنهجية المعتمدة لجمع المعطيات
- 48 ..... 13- الإطار المكاني والزمني للدراسة
- 48 ..... 14- صعوبات الدراسة

## الفصل الثاني: الخطاب التلفزيوني في الفضاء الإعلامي المعاصر

- 50 ..... تمهيد
- 51 ..... 1- الخطاب وفلسفة المفاهيم
- 57 ..... 1.1 - عناصر الخطاب السياقية
- 58 ..... 2.1- أنواع الخطاب
- 62 ..... 2- الخطاب الاعلامي
- 63 ..... 2. 1- الخطاب التلفزيوني
- 67 ..... 3- نورمان فيركلاو والفهم السوسيولوجي للخطاب: مدخل التحليل النقدي للخطاب
- 73 ..... 4- آليات الخطاب التلفزيوني وسوق الاستهلاك
- 79 ..... خلاصة

## الفصل الثالث: التلفزيون وقضايا المجتمع

- 82 ..... تمهيد
- 83 ..... 1- التلفزيون بين الظهور والإبهار

87	2- التلفزيون الفضائي: تثقيف أم تكريس وترسيخ لثقافة الاختراق؟
92	3- التلفزيون الفضائي والتلاعب بالعقول
97	4- التلفزيون والتغير الاجتماعي
98	1.4 التغير الاجتماعي
99	2.4 التلفزيون والتغيير
106	خلاصة

### الفصل الرابع: المرأة في محيط الخطاب التلفزيوني

108	تمهيد
108	1- المرأة والعائلة في محيط التلفزيون
116	2- المرأة والخطاب في سياق الصناعات التلفزيونية الثقافية المستجدة
121	3- الخطاب التلفزيوني وأنسنة وعي المرأة
125	4- حضور المرأة ومركزية الحوار في البرامج التلفزيونية
130	خلاصة

### الفصل الخامس: الخطاب الديني المتلفز ومسألة الهوية

132	تمهيد
133	1- الاعلام الديني وسوق الفتوى
134	1.1- الإعلام الديني: قراءة مشهد
136	2.1- صناعة الفتوى: نحو فهم سوسيولوجي للظاهرة
141	2- سوق الفضائيات الدينية: تحليل واقع
145	3- الخطاب الديني المتلفز: نحو تحديد المفهوم وتشخيص الواقع
149	4- توجهات الخطاب الديني في قناتي الشروق والجزيرة
150	1.4- التوجه الأخرى لخطاب " الشريعة والحياة في رمضان" و" فاسألوا أهل الذكر"
163	2.4- التوجه الدنيوي لخطاب " فاسألوا أهل الذكر" و" الشريعة والحياة في رمضان"
172	5- نحو قراءة المشهد الخطابي سوسيولوجيا
178	خلاصة

### الفصل السادس: الخطاب الديني المتلفز وسياق الإنتاج الهوياتي لدى المرأة: من التمثل إلى الفعل

181	تمهيد
182	1- الهوية : مفهوم واحد ومتعدد
187	2- اتجاهات المرأة نحو مشاهدة البرامج الدينية
191	3- الخطاب الديني المتلفز وبناء الهوية الدينية للمرأة
193	1.3- الثقافة الدينية كأساس للبناء الهوياتي

201.....	2.3- التوجيه القيمي : نحو إستراتيجية التفاوض
211.....	3.3- مظاهر السلوك الديني لدى المرأة
219.....	4- الهوية الدينية للمرأة: بين التعدد والتناقض
223.....	5- خطاب الهوية والدين في الفضائيات: قراءة في آليات الهيمنة
228.....	خلاصة
230.....	خاتمة عامة
234.....	المراجع
246.....	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
112	الحجم الساعي المخصص للمشاهدة التلفزيونية من قبل المرأة	01
113	الحجم الساعي للمشاهدة التلفزيونية لدى المرأة الجزائرية وفقا للشرائح العمرية.	02
114	زيارة المرأة للعائلة وفقا للشرائح العمرية	03
150	موضوعات الخطاب ذات التوجه الديني الأخرى	04
151	الموضوعات الفرعية للعبادات	05
159	الموضوعات الفرعية للأحكام والفتاوى	06
162	موضوعات الخطاب الديني	07
163	القيم والمثل العليا التي وردت في الخطاب	08
166	تكرارات الخطاب الديني المتصلة بالموضوعات الاجتماعية والسياسية	09

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
31	مخطط يوضح أبعاد ومؤشرات مفهوم الخطاب	01
33	مخطط يبين أبعاد ومؤشرات الهوية الدينية	02
71	مخطط يبين أبعاد التحليل النقدي للخطاب	03
72	الخطاب باعتباره النص والتفاعل والسياق	04
155	مخطط يبين مؤشرات العلاقة مع الله	05
157	مخطط يمثل التحديد الأمثل لمضامين المنظومة العقدية	06

# مقدمة عامة



تعددت المقاربات التي تناولت موضوع الخطاب الإعلامي ( التلفزيوني على وجه التحديد) وتعددت وجهات النظر بخصوصه، فقد ارتبط النقاش حول هذه الظاهرة بطرح جملة من الإشكالات الأساسية المتعلقة معها من قبيل الخطاب التلفزيوني والخصوصيات الثقافية، الخطاب التلفزيوني والقيم، الخطاب التلفزيوني والحدائق، والخطاب التلفزيوني ومسألة الهوية... وغيرها من الإشكالات التي تشير إلى أهمية هذه الظاهرة وإلى امتداداتها المتشعبة وتأثيراتها المتجذرة في كل المجالات. إنه حقيقة يميز تاريخنا المعاصر ويفرض نسقا من القيم شاملا وموحدا يحدد سلوك الأفراد والجماعات إضافة إلى عمله على تنميط أساليب الإنتاج والاستهلاك، وذلك في إطار استراتيجيات تهدف إلى خلق قيم أخلاقية محددة وإعطائها طابعا كليا وفرض النمط الاستهلاكي الغربي على شعوب العالم بشكل عام، وعلى العالم الإسلامي بشكل خاص. وما يتضمنه هذا الفرض من اقتصاد للآخر وتهميش لخصوصياته الدينية والثقافية والحضارية وما لذلك من آثار على مختلف مجالات الحياة والثقافة والتربية والمعرفة والتواصل والعلوم والتكنولوجيا لذلك من الطبيعي أن يطرح إشكال الخطاب التلفزيوني في علاقته بالإسلام، بالنظر إلى التأثيرات التي يمكن أن نلمسها في جميع مناحي الحياة في العالم الإسلامي.

هذا ويدلنا الدرس النظري على أن ثمة مسلمات تؤكد لها دراسة العلاقة بين الإعلام التلفزيوني ( الخطاب التلفزيوني)، الدين، والمجتمع، ومن أهم هذه المسلمات التأكيد على الدور الذي يلعبه الخطاب الديني الفضائي بمختلف آلياته وتجلياته في استمرار المجتمع وتماسكه، وتحقيق التكامل الشخصي والاجتماعي للأفراد، وحفز المجتمع نحو التقدم والرقي، بغض النظر عن الأبنية التقليدية وما تشتمل عليه من معتقدات دينية ورأس مال يساهم في استمرارها وتطورها ومواكبتها لظروف العصر، فهو في الحقل الديني رأس مال رمزي يسوق لتبادل المنافع الروحية وفي نفس الوقت مؤطرا للصراع الذي يحتكر الخدمات التي يتولاها مجموعة من المختصين في المقدس ( Bourdieu, P. 1971 : 30- 32 ) حيث تولد هذه الخدمات بما تكتسبه من سلطة سلما مراتبيا يرتبط بمختلف التشكيلات الاجتماعية، حيث تبرز هياكل للاستهلاك تعيد إنتاج الحقل الديني بواسطة ميكانيزمات تتأسس عادة على

التنشئة الاجتماعية وعلى توريث العادة المشتركة اجتماعيا، وفي هذا ما يدل على أن الدين شيء يفرض على الأفراد ويوجههم في مسار فعلهم بنسبة عالية من العنف الرمزي ( Bourdieu, P. 1971 :295)

ومن ناحية أخرى، فقد كشفت قراءاتنا النظرية أن العلاقة بين الدين والحدثة لم تنته لقول فصل، حيث أصبح قول ماركس بأن "نقد الدين قد اكتمل" محل شك كبير، إذ ظل المقدس يطرح نفسه المرة تلو الأخرى ويتشكل في التاريخ على صور مختلفة ليقدم قيما ومعاني لحياة الناس، وخبرات متجددة تمارس عبر جملة من الطقوس التي يحافظون عليها ويسعون لممارستها باستمرار لأجل تشكيل نسق هوياتي يمنحهم ميزة الانتماء والتمايز عن غيرهم.

إن هذه الوسطة التلفزيونية للدين أسهمت كثيرا ليس فحسب في تغيير العلاقة بالديني باعتبار هذا الأخير إيمانا وعبادة وتشريعا، بل أسهمت أيضا في إعادة بناء المجال الديني مجالا اجتماعيا بامتياز، في إطار ما بات يعرف اليوم بالفضاء العام الشامل L'espace public global بحيث تغيرت طريقة وعلاقة التعاطي مع الشأن الديني لتصبح بذلك علاقة اجتماعية في طبعها وطابعها، وليس شأنا فرديا يتم التعامل معه، حتى وإن كانت عملية التلقي فردية صرفة، وتعطي الانطباع بأن العملية تتم باستقلالية تامة عن أي انتماء اجتماعي، إلا أن الخطاب الديني المتلفز لا يتعامل مع مسألة الممارسة الدينية من هذه الزاوية، بل يعدّها شأنا جماعيا واجتماعيا.

أضحى الخطاب الديني التلفزيوني إذن ذو مكانة عظيمة باعتباره الوسيلة الأكثر تأثيرا لما يملكه من آليات واستراتيجيات يصوغ بها النسق الفكري للأفراد ويؤسس بطرائقه دواليب الحياة الاجتماعية والدينية، لارتكازه على جملة التعاليم الدينية المتشكلة عبر جملة الأوامر والنواهي والقيم ما يجعل لهذا الأخير سلطة منقطعة النظير تؤثر على جملة الأنماط الفكرية والقيمية والسلوكية (أي الهوية).

حيث أصبحت إشكالية تشكل الهوية ( الهوية الدينية على وجه التحديد) محورا أساسيا، ورهانا استراتيجيا يحققه الخطاب التلفزيوني، خاصة بعد أن أصبحنا نعيش تغيرات نوعية سريعة على الصعيد الاجتماعي والثقافي والاقتصادي... فأضحت معالمها غير واضحة ومدروسة بطابع موضوعي بعيد كل البعد عن أي تحيز ديني، سياسي، اجتماعي... خاصة وأن الحقل الديني يشهد عدة اختلافات على مستوى التصورات (التمثلات) والممارسات الدينية.

لقد تم التركيز على المرأة بكل فئاتها، حيث تشكل هذه الأخيرة اللبنة الأساسية لبناء وضمان بقاء واستمرارية المجتمع، من حيث تأثرها المباشر وغير المباشر بمختلف التغيرات التي مست مختلف البنى الثقافية والاجتماعية، الدينية والقيمية في المجتمع، باعتبار أن تدين المرأة ذو "قدرة بأبعاده الرمزية وحضوره اليومي في التأثير على سلوكيات وتصورات وانفعالات الأفراد، مما يولد لهم مجالات واسعة نحو التدين، قد تأخذ مسارات تتسم بالتطرف والغلو، أو تساهم في إنتاج وإعادة إنتاج أشكال جديدة وقديمة للتدين" (أشرف، ح. 2014: 11) هذا التدين من شأنه رسم معالم الهوية الدينية للمرأة الجزائرية في ظل ما أصبحت تتلقاه باستمرار من خطابات دينية متلفزة متعددة المرجعيات والتوجهات الدينية، ناهيك عن تنشئتها الدينية التقليدية التي لطالما أكسبتها إرثا دينيا ساهم عبر فترات زمنية محددة من الحفاظ على الخصوصيات الثقافية والدينية للمجتمع، والتي بدورها رسمت معالم بناء الهوية الدينية وكيفية الحفاظ عليها في ظل ما تشهده مجتمعات اليوم من تغيرات وتحولات طارئة جراء السياسات التحديثية المنتهجة، وجراء اتساع رقعة العولمة.

إن حديثنا عن السياق الاجتماعي والثقافي الذي تنتمي إليه المرأة، يعني أننا ننظر إليها وبمختلف ما يحيط بها في ضوء العلاقات التي تبنيها مع المجتمع، وفي تقديرنا أن فهم مضمون الخطاب التلفزيوني من جهة وتأثيره من جهة ثانية يقتضي النظر إلى تعامل المرأة مع برامج التلفزيون الفضائي في السياق العام ( مع الأخذ بعين الاعتبار تركيزنا حول البرامج الدينية المتلفزة) بما في ذلك السياق العائلي.

فلطالما شكلت المرأة (باعتبارها كيانا وجسدا خالصا) مسألة هامة في وضعيتها ضمن هيكل النسيج الاجتماعي وديناميكية حضورها في الفضاء العام، وبالتالي فإن دراستنا هذه تجمع بين حقلي الدين والاتصال في محاولة حثيثة لرصد معالم التحول الاجتماعي والديني في المجتمع الجزائري من خلال تحليل مضامين ودلالات الخطاب الديني المعروف في البرامج الدينية المتلفزة ( برنامج الشريعة والحياة في رمضان وبرنامج فاسألوا أهل الذكر) التي تساهم في عملية تطبيع وترسيخ جملة المبادئ، والتصورات والقيم.... التكنولوجية التي تؤطر معيش المرأة الجزائرية اليومي وترسم رساميلها لينتج في نهاية المطاف شكل من أشكال التماهي المتميز مع الذات ومع الآخر.

إذن يلزمنا المسعى البحثي بتناول الخطاب الديني المتلفز باعتباره فعلا اجتماعيا يتشكل عبر مجموعة من المنطوقات والدلالات والمعاني الخطابية الصادرة من رجل الدين - كهنة التلفزيون على حد تعبير بيير بورديو Pierre Bourdieu - التي توظفه مؤسسة التلفزيون ليشرعن نمط محدد من فهم وتفسير النصوص الدينية خطاباته وإعطائها بعدا قداسيا.

تتشكل دراستنا هذه في خمسة فصول يؤطرها فصل منهجي عُني بعرض الإطار التقني العام، من خلال التعريف بموضوع الأطروحة القائم على الدراسة الاستطلاعية المنجزة مع تبيان أهمية وأهداف الدراسة، إضافة إلى الأسباب الذاتية والموضوعية التي دفعت بنا لاختيار هذا الموضوع دون سواه من المواضيع الاجتماعية، وإلى مختلف الدراسات السابقة التي تناولت متغيرا من متغيرات الدراسة أو بعدا من أبعادها، حيث ساهمت هذه الأخيرة في تأصيل إشكالية بحثنا التي تبحث عن إمكانية وجود قصدية في الخطاب نحو توجيه المرأة المتتبعة له إلى بناء نفسها وبناء مجتمعهما، إضافة إلى التعرف على آليات ومكونات هوية المرأة الجزائرية في ظل تفاعل السجل الإيماني التقليدي مع السجل الإيماني الحداثي. وكيف يؤثر هذا التعارض بين النسقين القيمين (التقليدي وغير التقليدي) على مسألة الهوية النسائية في الجزائر؟. ولغرض الإجابة عن هذا التساؤل الإشكالي قدمنا إجابات مؤقتة وتناولنا على إثرها الشبكة المفاهيمية المدرجة فيها، كما أشرنا في عرضنا للإطار المنهجي والتقني المؤطر للدراسة من حيث المقاربة النظرية والمنهج

المعتمد الذي جعلنا نعتمد ونتسلح بأكثر من تقنية بحثية رائدة في السوسولوجيا وهي تحليل المضمون كميًا وكيفيًا، والمقابلة... وذلك لغرض جمع المعطيات وتحليلها كميًا وكيفيًا من أجل الوقوف على توجهات الخطاب الديني المتلفز من جهة، وتوجهات المرأة نحو الخطاب وتمثلها له ومن ثم انعكاس تلقيها لخطاب البرامج الدينية على ثقافتها وقيمها وكذا ممارساتها الدينية بما يشكل في نهاية المطاف هويتها الدينية.

أما الفصل الثاني فقد عنوانه ب: الخطاب التلفزيوني في الفضاء الإعلامي المعاصر حيث تناولنا فيه مفهوم الخطاب وأنواعه من أجل الوقوف على الخطاب الإعلامي المتلفز بمختلف تجلياته وتمظهراته، كما أثرنا عرض مقارنة التحليل النقدي للخطاب الذي تزعمه نورمان فيركلاو Norman Fairclough الذي يرى فيه أن الدراسات النقدية للخطاب تقوم على ثلاثة مفاهيم أساسية وهي النقد والتفسير والفعل، حيث يمثل التفسير الجسر الرابط بين النقد والفعل، ويقصد فيركلاو بالتفسير إبراز العلاقات السببية والجدلية بين الخطاب والعناصر الأخرى المشكلة للحياة الاجتماعية والمنتجة في ذات الوقت للهويات الاجتماعية. وهو أمر يسمح - في نظره- " بتوضيح ما يحتاج إلى التغيير وكيفية القيام بتغييره"

( Fairclough, N. 2018 : 13 ) ومن ثم فنورمان فيركلاو في مقارنته للتحليل النقدي للخطاب إنما يوازن بطريقة علمية جانبي استخدام اللغة، وتشكيل اللغة اجتماعيًا وتشكيل المجتمع لغويًا بدل ترجيح جانب على آخر. هذه الموازنة في العلاقة ينتج عنها خلق هويات اجتماعية وعلاقات اجتماعية ومن ثم تشكيل نظم المعرفة والاعتقاد، بمعنى آخر تشكيل تمثلات وتصورات الأفراد، لتصبح بذلك الخطابات كيفما كانت طبيعتها ونوعها وطرق عرضها وتقديمها تعمل وتعمد إلى تشكيل ملامح المجتمع وثقافته... عبر آليات واستراتيجيات محددة مسبقًا لتخلق بذلك سوقًا استهلاكية متعددة المرامي.

وفي الفصل الثالث تناولنا موضوع التلفزيون وقضايا المجتمع ، حيث قمنا من خلاله بتوظيف وتحليل المقابلات حول الإعلام التلفزيوني الذي برز كحتمية مجتمعية فرضت نفسها على أبجديات الحياة اليومية للجمهور المتلقي عموماً وللمرأة على وجه التحديد،

للقوف على الدور التنقيفي الذي يقوم به في مقابل عمليات الاختراق الثقافي ببسط هيمنته وسلطته على المتلقين، مشكلا بذلك آلية من آليات التلاعب بالعقول وتغليف الوعي وممارسة العنف الرمزي من خلال تسطيح الأفكار وتزييفها وتغييبها رغم ما يتبادر للأذهان من أهمية في عملية التنقيف والتعليم وهو ما يحتم فرض تغيير طارئ وممنهج للمنظومة الثقافية والاجتماعية الخاصة بالمجتمع.

وفي الفصل الرابع فقد جاء ليوضح قضية المرأة في محيط الخطاب التلفزيوني من حيث مشاهداتها العائلية وما يخلفه الخطاب التلفزيوني من صناعات ثقافية *Les nouvelles industries culturelles* التي تساهم في تشكيل وأنسنة وعي المرأة من خلال التحول التدريجي والسعي الدؤوب نحو تحول الوعي المجتمعي من صورة المرأة التقليدية السالبة والتابعة لصورة المرأة المستقلة والفاعلة اجتماعيا وثقافيا، لتتمثل بذلك صورتها ووضعيتها الجديدة التي يعرضها الخطاب، وفي نفس الوقت يتمثلها الرجل بصورة مغايرة لتلك الصورة الراسخة في الأذهان عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية وما تم اكتسابه من ثقافة المجتمع، مبينين في نهاية الفصل عملية حضور المرأة في مختلف البرامج التلفزيونية ومركزية الحوار النسوي باعتبارها مسألة تمثيل لها وتصوير لمختلف قضاياها وشؤونها.

في حين جاء الفصل الخامس معنونا بـ: الخطاب الديني المتلفز ومسألة الهوية: نحو فهم توجهات الخطاب، حيث أثرنا أن نتخذ نموذجا محددًا من الخطابات التلفزيونية التي تعرض يوميا والتي من شأنها أن تؤثر على سيرورة البناء الهوياتي للمتلقين خاصة المرأة، ولعل هذا الاختيار لم يأت عبثا وإنما جاء كحتمية سوسيولوجية لما ورد في ميدان البحث (الدراسة الإستطلاعية كما سنراها لاحقا). ونشير إلى أننا في تناولنا لعنصر الخطاب الديني ومسألة الهوية لم نستفد الحديث فيهما نظريا ومطولا في فصول لوحدها، كون أن ما يهمننا هو استقرار البرامج الدينية التي تتضمن خطابات دينية تتماهى مع متطلبات الجمهور الثقافية والدينية.

ولقراءة المشهد الخطابي الديني المتلفز سوسولوجيا، آثرنا في البداية تناول بعض العناصر (العناوين) والتي نراها مهمة وضرورية لفهم الظاهرة الدينية الاتصالية من حيث تناول إشكالية الفتوى الإسلامية التي يتضمنها الإعلام الديني، بحيث حاولنا تقديم قراءة المشهد الإعلامي الديني، وفهم طرق صناعة الفتوى سوسولوجيا وتحليل واقع الانتشار غير المسبوق لسوق الفضائيات الدينية، ثم تناولنا مفهوم الخطاب الديني المتلفز باعتباره آلية واستراتيجية دينية إعلامية تساهم في صياغة دواليب المنظومة الفكرية والقيمية والسلوكية، وذلك من خلال ضبط جملة الأنساق والممارسات الاجتماعية، خاصة عندما يتعلق الأمر بتحليل مضامينه وقراءة موضوعاته ضمن عملية استخراج فئات التوجه والقيم التي يركز عليها برنامجي "الشريعة والحياة في رمضان" في قناة الجزيرة العالمية وبرنامج " فاسألوا أهل الذكر" في قناة الشروق TV المحلية .

ينبغي الإشارة إلى أنه تم رصد توجهين للخطاب: توجه ديني ماضوي / أخروي وتوجه دنيوي، وكل منهما يحتوي على مؤشرات محددة ومضبوطة وفق ما تم تضمينه في الخطاب عينة الدراسة، لنهي الفصل بمحاولة قراءة المشهد الخطابي سوسولوجيا، من حيث كونه عنصر مهم في خلق واستساغة الهويات الدينية من عدمه.

في حين جاء آخر فصل في الدراسة معنونا بـ: الخطاب الديني المتلفز وسياق الإنتاج الهوياتي لدى المرأة: من التمثل إلى الفعل، محاولين فيه رصد بعض جوانب التحول الاجتماعي الذي غير بشكل أو بآخر موقعها ومسارات تشكل الهوية الدينية لديها، مما ينعكس على تمثلاتها وممارساتها وكذا تغير منظومة القيم الدينية المألوفة التي ورثها جيل الأبناء عن جيل الآباء.

آثرنا في هذا الفصل تناول مفهوم الهوية بشكل مقتضب ثم توجهنا لدراسة اتجاهات المرأة نحو مشاهدة البرامج الدينية وعملية تشكل الهوية الدينية لديها في ظل ما تتلقاه من خطب دينية محلية وعالمية، لنهي الفصل بمحاولة قراءة المشهد الخطابي الديني عموما في تكريسه لمبدأ الهوية وفق مختلف الآليات والاستراتيجيات الإعلامية المعتمدة في مختلف

البرامج الحساسة خاصة الدينية منها واختتمت الدراسة بخاتمة عامة شملت مختلف النقاط التي وجب الوقوف عليها تماشياً وأهمية الدراسة.

أما فيما يخص نظام التهميش المعتمد في أطروحتنا هاته، فقد اعتمدنا على نظام APA وهو أسلوب أنجلو سكسوني يتم استخدامه بفتح قوسين مباشرة بعد الاقتباس وتضمين القوسين بكتابة اسم الكاتب وسنة الطبع ورقم الصفحة، وذلك للرجوع إلى المرجع في حالة ما إذا أراد القارئ التأكد من المرجع أو الإطلاع عليه.



## الفصل الأول

# الإطار المنهجي والتقني للدراسة

## 1- الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية مرحلة حاسمة في البحوث الميدانية، سواء تعلق الأمر باستخدام المقابلات الاستكشافية، أو تحليل مضامين مختلف الخطابات، أيا كان نوعها وتخصصها لأنها تساهم في "إلقاء الضوء على معالم الظاهرة المدروسة، فتجعل الباحث لا يفكر عشوائيا في بحثه، بل توجهه إلى أمور محدودة تمكنه من وضع المقارنات مع الأمور النظرية التي قرأها" (Raymond, Q, Luc Van, C. 1995: 63)، من هنا نرى أنه لا بد لنا من عرض دراستنا الاستطلاعية، لأن الموضوع الذي بين أيدينا موضوع واسع المرامي، كثير الأبعاد ومتشعب التوجهات. قمنا أولا بإجراء المقابلات الاستكشافية خلال سنة 2014، حيث مكنتنا من جمع عدد لا حصر له من المعطيات التي يمكن أن تنبني عليها دراستنا، أولها أننا سألنا مجموعة النسوة من مختلف الفئات حول مختلف البرامج أو الخطابات التلفزيونية التي تتابعنها، وقد نتج عن هاته المسألة أنهن يتابعن قناتي الشروق TV بمختلف برامجها، وقناة الجزيرة من خلال برنامج "الشريعة والحياة" للشيخ يوسف القرضاوي، وقد لاحظنا أن المرأة تولي اهتماما كبيرا لخطابات البرامج الدينية، باعتبار أن هذه الأخيرة تعلمها أمور دينها ودنياها، وتفتح المجال أمامها لاكتساب الثقافة أو المعرفة الدينية الإسلامية، وتصوغ النسق القيمي الذي ينبغي على المؤمن التحلي به وممارسته ضمن المعيش اليومي للفاعلين الاجتماعيين. كما التمسنا أن الخطاب الديني التلفزيوني الذي أحالتنا النسوة إليه، من خلال إجاباتهن، خاصة بالنسبة لقناة الشروق TV على برنامج "فاسألوا أهل الذكر" الذي يخاطب بدرجة كبيرة المرأة الجزائرية، خاصة وأن معظم المتصلين هم من فئة النساء اللواتي تحاولن الاستفتاء عن أمور دينهن ودنياهن ضمن تفاعلاتهن اليومية. وقد أعطتنا هذه الملاحظات الانطباع بأن المرأة الجزائرية اليوم، أصبحت تواجه تحديات الحياة من خلال تركيبة متعددة ومعقدة من الخطابات والأنساق الثقافية والاجتماعية والدينية، التي تسعى إلى تأطير وتنميط ثقافة المرأة، ومن ثم تصوغ فكرها وسلوكها في الفضاء الاجتماعي العام.

## 2- أسباب اختيار الموضوع:

اخترنا الاقتراب من ظاهرة الخطاب الديني (تمثلا وممارسة)، لأننا نرى فيه محاولة جادة لفهم الاتجاهات الكبرى التي تساهم في صناعة النسق الإعلامي (التلفزيوني) الديني، انطلاقا من القاموس اللغوي المستخدم مرورا بمختلف المفاهيم التي تتعاطى مع هذا القاموس، والوقوف على الخلفيات الفكرية التي توطر العملية الإعلامية الدينية، سواء كان ذلك في مرحلة الانجاز، أو في المرحلة التي تليها مرحلة مابعد الاستهلاك، خاصة وأن هذا الخطاب أصبح يمثل المحور الأساس لفهم وتفسير عدة مظاهر أضحت تشكل جملة السلوكيات اليومية للفاعلين الاجتماعيين.

لقد أصبح الخطاب الإعلامي بصفة عامة، والخطاب الديني المتلفز بصفة خاصة، سوقا استهلاكية بامتياز، وذلك بمراعاة بورصات القيم الاقتصادية عليها، فمن خلال تشخيصنا الأمبريقي الأولي لاحظنا أن المرأة بمختلف فئاتها تمثل الهدف الأساسي، باعتبارها أهم المستهلكين المحتملين، وباعتبارها الأكثر تأثرا بمضمون هذا المنتج الإعلامي، وعليه وقع اختيارنا على هذه الظاهرة الاجتماعية.

موضوع هذه الدراسة إنما أتى في ظل سياق تزايدت الحاجة فيه إلى الدين، ليس رمزا للهوية وتعبيرا عن التميز والتمايز فحسب، بل أيضا ملجأ للاحتماء من الانفتاح الحدودي والجغرافي المتزايد، الذي فسح المجال واسعا للعولمة لتنتقل وتنشر السلع المادية واللامادية الغربية في كل أرجاء المعمورة، إضافة إلى تزايد وتقدم ولربما حتى انتصار "الفردانية"، باعتبارها خيطا ناظما لمختلف السلوكيات والروابط الاجتماعية.

يرتبط السبب الثاني لاختيار هذا الموضوع بطبيعة البحث في حد ذاته، كونه يصب في خانة الدراسات الاجتماعية، وبالتالي يصبح جمهور النساء هو العنصر الذي يهمننا بالدرجة الأولى، لأنهن تمثلن الفاعل الرئيسي في العملية الاتصالية، كونهن يتلقين ويتفاعلن، ويتأثرن ويقاومن في نفس الوقت مختلف المضامين الإعلامية.

### 3- الهدف من الدراسة:

- تسعى هاته الدراسة إلى التقرب من الظاهرة الدينية بالذات في شقها الإعلامي في ظل ما هو متاح ومتوفر من التقنيات والأساليب البحثية الحديثة، بهدف فهم الظاهرة أولا الأمر الذي يخول لنا تفكيك جهازها المفاهيمي، محاولين بذلك رصد مختلف تجسيدات الميدانية وكذا الوقوف على مختلف نتائج تظاهراتها وتعاطيها مع مختلف الأنساق القيمة الناتجة عن العملية الإعلامية في الأوساط الدينية.

يبقى الغرض من دراستنا هاته هو محاولة رصد تأثير مختلف التحولات الاجتماعية على المعيش اليومي في شقه الديني، خاصة وأنه مرتبط كل الارتباط بالسياق الخطابي، أو ما يسمى بالخطاب الديني، الذي لطالما اشتغل على تنميط الأخلاق والعقائد، فتحول بفعل سيرورات التحديث إلى خطاب ديني معولم، واجتماعي جماهيري، متحررا بعض الشيء، من سطوة النزعة التولوجية التي كانت مركزية على مستوى الخطاب والممارسة، في كل المجتمعات الإسلامية لفترة طويلة من الزمن.

- من جهة أخرى، نستهدف من خلال هذا البحث دراسة مضامين وبنية الرسالة الإعلامية الدينية (تحليل الخطاب الديني)، والوقوف على دور هذه الرسالة في تشكيل وبناء المخيال الاجتماعي للمرأة، ومحاولة الوقوف على مختلف الميكانيزمات المرتبطة بتمثلات وممارسات المرأة، في ظل ما تتلقاه أو ما تستهلكه من خطاب ديني متلفز، أي رصد مختلف الاستجابات الهوياتية للمرأة المستهلكة لهذا الخطاب.

- كما نستهدف تحليل السياق الحداثي لمختلف أبعاد الظاهرة السوسيو - إعلامية وما خلفته على مستوى البنية الثقافية والقيمية والاجتماعية للمجتمع الجزائري بصفة عامة، والمرأة بصفة خاصة.

## 4- أهمية الدراسة:

تستمد دراستنا هاته أهميتها من أهمية هوية المجتمع الجزائري بصفة عامة، والهوية الدينية للمرأة الجزائرية بصفة خاصة، وذلك من خلال محاولة الكشف عن مختلف تجلياتها وتمظهراتها في السلوك اليومي، وكذا وظائفها وأدوارها المختلفة التي تجعل منها هوية محققة. فعند القول بأن الهوية الدينية تتضمن أبعادا تشير إلى التشابه تارة والتمايز تارة أخرى في المجتمع الواحد، فإن ذلك يتطلب استمرارية تاريخية وإحساسا قويا بالانتماء الديني، هذا إلى جانب محاولة تحقيق درجة عالية من الانسجام والتجانس والتمائل السلوكي بين الفاعلين الاجتماعيين، ليتحقق بذلك نوع من الاستقرار والتماسك الاجتماعي، في ظل عملية احتواء التمايز والتفاوت والتغاير داخل المجتمع الواحد.

كما تستمد هذه الدراسة أهميتها أيضا من موضوع البحث في حدّ ذاته، والذي يتمثل في المرأة الجزائرية بصفة عامة، والمرأة المعسكرة بصفة خاصة، باعتبار أنها تمثل أهم شريحة في المجتمع من حيث وظائفها وأدوارها المتعددة والمختلفة داخل المجتمع، كما أنها تشكل نقطة تماس من حيث أنها المسؤولة الرئيسية والأساسية عن عملية التنشئة الاجتماعية والدينية، بما يضمن تمسك المجتمع بمختلف الأفكار والممارسات الدينية في الواقع اليومي المعيش.

أما أكاديميا، فتناول موضوع الهوية الدينية في حدّ ذاته يمثل منعطفًا حاسمًا لفهم قضايا الهوية عامة، خاصة لتعلقها بمختلف المستجدات والمتغيرات العالمية الراهنة، وعليه تعتبر دراستنا هاته محاولة أكاديمية لفهم مختلف الممارسات والأدوار والوظائف في إطار علاقة الهوية الدينية بالخطاب التلفزيوني.

تعتبر هذه الدراسة محاولة لرصد الواقع الديني الاجتماعي المميز للمرأة المعسكرة، وعليه سنحاول الوقوف على حدود التأثير والتأثر بين المتغيرين الأساسيين، الهوية والخطاب الديني التلفزيوني من خلال القراءة السوسولوجية المحضنة، بعيدا عن المفاهيم

والصياغات النفسية والسياسية ... بالإضافة إلى التمييز بين الجانب الفكري والجانب الحسي في ظل التمثيلات والممارسات الدينية للمرأة المحلية.

### 5- الدراسات السابقة:

إن دراسة الخطاب التلفزيوني عموماً والخطاب الديني الإعلامي (التلفزيوني) على وجه الخصوص ذو أهمية بالغة خاصة في الفترة الحالية التي تشهد تغيرات وتحولات في كل المستويات والفضاءات، عالمياً ومحلياً. لذلك تعتبر الدراسات العلمية حول هذا الموضوع قليلة خاصة في طرحها وتناولها السوسيولوجي.

### 1.5 - دراسة نعيمة مليكة المعنونة بـ "الإعلام السلفي والمرأة المعاصرة: دراسة تحليلية للخطاب السلفي للقنوات الفضائية. أطروحة دكتوراه ل م د ، جامعة معسكر 2017.

انطلقت هذه الدراسة من إشكال أساسي يبحث عن كيفية اشتغال الخطاب السلفي من خلال توظيفه لوسائل الإعلام الحديثة والقنوات الفضائية في تحديد الدور والمكانة الاجتماعية للمرأة في ظل ممارسات التحديث الذي تعيشه اليوم في المجتمع العربي الإسلامي، وقد تفرع عن هذا الإشكال سؤالين يبحثان عن:

- أهم الآليات والأساليب التي يضعها الفكر السلفي في تحديد الصورة الاجتماعية للمرأة العربية المعاصرة.

- وكيفية استيعاب المرأة المعاصرة للخطاب السلفي وأهم الميكانيزمات التي تعكس تمثلاتها لهذا الخطاب، وقد صاغت الباحثة فرضيتين للبحث:

- يعمل الخطاب السلفي الإعلامي على إعادة إنتاج الهويات الجندرية، من خلال تقسيم الأفراد على أساس تمايزي وتفاضلي بين الجنسين، وشرعته عبر عملية بناء تيولوجي اجتماعي للأجساد، من خلال جملة التمثيلات والتصورات التي تصيغ العقل الجمعي.

- تساهم جملة الاستعدادات التي اكتسبتها المرأة، من خلال عمليتي التنشئة الأسرية والمستوى التعليمي في تقبل المرأة أو رفضها للخطاب السلفي المتلفز.

استخدمت الباحثة تقنيتي الملاحظة المباشرة والمقابلة نصف الموجهة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نعرض أهمها:

- بروز الخطاب السلفي الإعلامي والقائم على سلطة الخطاب وثقافة الصورة كخطاب تمييزي يكرس مبدأ التفاضل، من خلال العمل على إنتاج مختلف التمايزات الاجتماعية القائمة على الأساس الجنسي، فيبني بها الوضعيات الاجتماعية للأفراد بداية بتصور ثقافي رمزي للأجساد، ومن ثم عمليات تحديد الأدوار المنوطة بكل من الجسد الذكوري، والجسد الأنثوي، أي إعادة إنتاج الهويات الجندرية.

- مجمل التحولات الثقافية والاجتماعية التي شهدتها العالم العربي بما فيها الجزائر بفعل دخولها إلى ميدان التحديث، قد فرضت منظومات قيمية ومعارية جديدة، بحيث تمت ملاحظة التغيير الذي مس الأسرة كبنية مجتمعية، كما تغيرت وضعية المرأة بخروجها للعمل الذي رافقته مجموعة من الامتيازات الجديدة، من خلال ممارستها لفعل السلطة بالرغم من استمرار فاعلية ورمزية الهيمنة الذكورية على جسدها، بكل ما يحمله هذا الجسد من أبعاد دينية وعرفية... إن متابعة المرأة المعسكرة للخطاب السلفي المتلفز إنما جاء كحتمية ضرورية لتأطير مختلف سلوكياتها وممارساتها الشعائرية والاجتماعية.

ما يؤخذ على هذه الدراسة أنها لم تولي اهتماما كبيرا لمنهجية تحليل الخطاب خاصة وأن الموضوع يؤكد من خلال عنوانه على التعاطي مع الخطاب السلفي في حد ذاته كموضوع للدراسة، كما أن الباحثة قد ركزت على جانب الهوية الجندرية فقط التي حصرتها في جملة التمثلات والتصورات الخطابية المتعلقة بالجسد.

2.5 دراسة بن باهي سارة بعنوان "الهوية الدينية والهوية الثقافية: دراسة سوسولوجية للعلاقة بين التدين الإسلامي والممارسات الثقافية لدى الشباب الجزائري - طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية نموذجا." أطروحة دكتوراه ل م د في علم الاجتماع 2016-2017.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية تبحث عن آليات ومكونات هوية الشباب الجزائري في ظل تفاعل الجانب الديني مع الجانب الثقافي المعاصر، فتساءلت الباحثة عن نوع العلاقة التي تجمع التدين بمختلف الممارسات الثقافية، أهي علاقة ترابط وتعايش (أي تكامل) أم هي علاقة صراع وتنافر؟

وللإجابة عن هذا التساؤل اقترحت أنه فعلا توجد أزمة يمكن تحديدها في اضطراب الهوية الدينية لدى الشباب الجزائري، من خلال بروز العديد من السلوكيات المناقضة للدين وتراجع دور هذا الأخير أمام تفوق ثقافة الآخر، إضافة إلى سيادة التدين المظهري بعيدا عن جوهر الدين كالتزام حقيقي في صورة سلوكيات ومعاملات، والتصرف وفق الأهواء.

كما أشارت إلى أنه ثمة علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين التدين ومجمل الممارسات الثقافية. بالإضافة إلى سعي الشباب نحو التكيف وتحقيق القبول الاجتماعي ضمن أسلوب حياة يجمع فيه بين الديني والثقافي، بالرغم من وجود العديد من التناقضات بين ما هو محلي وما هو خارجي.

شملت الدراسة على عينة مكونة من 100 طالب وطالبة ينتمون لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وقد اختيرت هذه العينة بطريقة عشوائية بسيطة، استخدمت تقنية الاستمارة التي شملت أربع محاور.

### توصلت الدراسة إلى أن:

- العلاقة بين الهوية الدينية والهوية الثقافية هي علاقة تعايش وترابط، باعتبار أن الشباب الجزائري دائم السعي نحو التكامل والتكيف لضمان بناء هوية مرنة ومتأرجحة في نفس الوقت، كما أن انسياقه خلف ممارسات دينية وأنماط فعل معينة خاضع لعدة اعتبارات تنشؤية (ضوابط دينية وظروف اجتماعية نشأ عليها)، فنجد الشباب تارة تقليديين وتارة أخرى معاصرين.

- تذبذب سلوكيات الشباب وتناقضها أدى إلى صعوبة تحديد نمط المعيش الديني ونمط الهوية، وقد وصفتها الباحثة بكونها هوية متحولة ومرنة، كما وتم وصف تدين الشباب اليوم



بالاستهلاكية الدينية، وذلك نظرا لما تشهده الساحة اليوم من مزج للديني المقدس مع الدنيوي، باعتبارها مظاهر دينية لكن بطعم وذوق حدائي.

- بينت الدراسة من خلال النتائج الإحصائية المجمع أن الشباب الأقل تدينا هم الأكثر تعلقا ومسايرة للأنماط الثقافية المعاصرة والعكس صحيح، كما أن النتائج الإحصائية المحصلة متقاربة، معناه، أنه يوجد نوع من التعايش الهوياتي بين الديني التقليدي والدنيوي المعاصر في المجتمع الجزائري، معنى ذلك أن الشباب الجزائري يعيش نوعا من التماهي مع مختلف الأنماط الدينية والثقافية على السواء.

تلتقي هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من النقاط المتعلقة أساسا بالعنصر المتمثل في الهوية الدينية، حيث أن النتائج كانت مرتبطة بفئة الشباب، إلا أن ما يميز دراستنا عن هاته الدراسة أنها من جهة مرتبطة أولا بالخطاب الديني التلفزيوني باعتباره مستجدا حديثا فرض نفسه بمختلف آلياته وأيديولوجياته لشرعنة سلطته وهيمنته وعنفه الرمزي على المتلقين، ومن جهة ثانية أثرتنا دراسة تأثير مؤسسة التلفزيون عموما والخطاب الديني المتلفز خصوصا على هوية المرأة الجزائرية بمختلف فئاتها العمرية ومستواها الدراسي.

**3.5- دراسة مغراني سليم بعنوان "سوسيولوجية الفتوى الفضائية في المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية لمتلقي برامج الإفتاء الفضائية من طرف أئمة المساجد" أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الديني بجامعة الجزائر 2، 2014-2015.**

بحثت هذه الدراسة في مدى تأثير فتاوى الفضائيات على أئمة المساجد، وقد أدرج الباحث مجموعة من الأسئلة أهمها :

- ما مدى تعرض أئمة المساجد لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟ ماهي الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية لجمهور الأئمة؟
- كيف ينظر الإمام الجزائري إلى الفوضى التي تعرفها الفتوى في وقتنا الحاضر؟

للإجابة عن هاته التساؤلات عرض الباحث الفرضية التالية: تؤثر فتاوى الفضائيات في إشباعات الإمام فكريا وثقافيا ودينيا بسبب تلقيه لكم كبير من برامج الإفتاء في العديد من القنوات الفضائية العربية.

وظف الباحث في دراسته للمنهج الوصفي، وفي مقابل ذلك استخدم تقنية الاستمارة والملاحظة بالمشاركة، وقد اعتمد على عينة كرة الثلج ليحصل على 250 مفردة بحث، لكن في نهاية الأمر شملت العينة على 204 مفردة (مبحوث).

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجزها في النقاط التالية:

- يوجد برامج لا تعتمد على الاتصال المباشر، بل تعتمد على تحضير هذه الفتاوى بعدما ترسل إلى البرنامج، ثم يجيب عليها المفتي بعد تحضير كل ما يتعلق بهذه الفتاوى.

- إن الاهتمام المتزايد لدى أفراد العينة بهذه البرامج يؤكد الحاجة إليها خصوصا في الوقت الراهن الذي يشهد تحولات وتغيرات تلقي بظلالها على المجتمعات العربية والإسلامية، ويحتاج فيها على معرفة رأي العلماء فيها، لكن عليه أن يكون ذكيا في اختيار هذه البرامج كونها ليست كلها تؤدي الغرض المنوط بها.

تنطلق دوافع استخدام الأئمة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية، من الرغبة في رفع ثقافة وعلم الإمام، لمعرفة الأحكام الشرعية وكذا استعمالها في الإفتاء، وبالتالي فالدافع تعليمي وتثقيفي، لقد أصبح الفرد يتعلم المسائل والأحكام الشرعية من برامج تبث على القنوات الفضائية، بعدما كانت مصادر التعليم والتثقيف تقتصر على الكتاب أو المدارس والمعاهد والجامعات.

- تختلف برامج الإفتاء من إمام لآخر، لكنها تتقارب فيما بينها من خلال زيادة ثقافته الدينية وفي إشباع رغبته في تعلم طريقة الإفتاء، ومنهم من يشبع رغبته في القضاء على أوقات الفراغ، ولكن نستطيع أن نقول أن الهدف من مشاهدة هذه البرامج الإفتائية، هو هدف لإشباع ثقافية وتعليمية.

- بينت الدراسة بأن لجوء المشاهد الجزائري لهذه البرامج من عينة البحث، جاء نتيجة تقلص دور الإمام في الإفتاء، كون أن الصورة العامة التي ترسم في أذهان المجتمع الجزائري، هي أن يستهلك كل ما هو أجنبي، حتى ولو كان المنتج الجزائري جيد، فأصبح الإمام كغيره من أفراد المجتمع غير واثق من نفسه، يمارس مهنة الإمامة كوظيفة، رغم الجهود المبذولة في إعادة تكوين هؤلاء الأئمة، الذين وجب عليهم مواكبة هذا التطور الموجود في المجتمع في جميع مناحي الحياة، باعتبار أن مؤسسة الإعلام هي أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

- كما خلصت الدراسة إلى أن الفوضى التي تعاني منها الفتوى، ترجع إلى عدة أسباب منها: الانتشار الواسع لبرامج الإفتاء دون رقيب ولا حسيب، فلا يعقل أن يلم مفتي بجميع العلوم، وهو يجيب على قضية تستدعي حضور مجالات أخرى، وهذا الأمر ساعد الإفتاء المباشر على إصدار الفتوى في ظرف قياسي، خوفا من أن يقال أن هذا المفتي عجز عن الإجابة على هذا السؤال، فتذهب شهرته إلى الخراب.

الملاحظ على هذه الدراسة أنها ركزت على جانب تكوين الأئمة ووصفه بالضعيف - رغم وجود إطارات جامعية وقدرات علمية مؤهلة من ذوي الشهادات العليا - وهو ما يبرر لجوئهم للفضائيات الدينية لتدعيم رصيدهم الثقافي والمعرفي ومن ثم إعادة إنتاجه في خطبهم وفتاؤهم لتقديمها للجمهور المتلقي، كما وتبقى هذه الدراسة ناقصة منهجيا وسوسيولوجيا في طريقة التعاطي مع الموضوع.

#### 4-5 دراسة مجاهدي مصطفى(2011) بعنوان "برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور: شباب مدينة وهران نموذجا" أطروحة دكتوراه.

تناولت هذه الدراسة موضوع تأثير برامج التلفزيون الفضائي على الشباب، بحيث طرح الباحث تساؤلا محوريا يبحث عن ما ترتب جراء تجربة استقبال التلفزيون الفضائي في الجزائر، وللإجابة على هذا السؤال، افترض أن ظهور مشاهدة التلفزيون الفضائي انعكست على المتلقين اجتماعيا وثقافيا، بحيث أن جملة التأثيرات القوية التي أحدثتها برامج

التلفزيون الفضائي لا تعود إلى طبيعة البرامج المعروضة فحسب، وإنما هي حصيلة تفاعل بين المحتويات الإعلامية ومختلف السياقات الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها الجمهور المشاهد ( الشباب). كما أن برامج التلفزيون الفضائي لا تحدث أثارا قوية وطويلة المدى بالضرورة، بل يتوافر لدى المجتمع آليات للمقاومة نابعة أساسا من ثقافة المجتمع، لتنتشر المقاومة كخطاب عبر أشكال الاتصال المباشر، وبفعل مختلف الوسائط الاجتماعية. كما افترض الباحث أن برامج التلفزيون الفضائي لا تنجح في إحداث تأثير قوي طويل المدى إلا إذا كرس الشباب ( ذكورا وإناثا) الدور المسند إليهما وفقا للنوع.

ينبغي الإشارة إلى أن هاته الدراسة هدفت إلى التعرف على تأثير برامج التلفزيون الفضائي على الشباب الجزائري على الصعيد الثقافي والاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة البرامج المعروضة التي يتفاعل معها الشباب وجملة الآليات التي يمتلكها المجتمع لمقاومة هاته التأثيرات. استخدم الباحث في الجزء الميداني للدراسة تقنية الاستمارة التي ضمت ثمانية وثمانون (88) سؤالا وزعت على عينة مكونة من خمس مائة وأحد عشر (511) مبحوثا.

توصلت الدراسة إلى أن حدوث تغيرات ثقافية لدى الشباب الوهراني وتزايد حجم المشاهدة، أثر بشكل كبير في سلوكهم الاجتماعي، بحيث أنهم لا يولون اهتماما كبيرا للزيارات العائلية مقارنة بجيل الآباء(الأكبر سنا منهم)، وتشنت المشاهدة الأسرية الجماعية، وعوضت بالنمط الانفرادي في المشاهدة، بشكل لافت للانتباه، وذلك في محاولة لتجنب المشاهدة الجماعية للأسرة نتيجة الإحراج و"الحشمة" أمام الأفراد البالغين من العائلة، بالإضافة إلى تلاشي أنماط الاتصال الاجتماعي المباشر داخل فضاء الأسرة، والذي يعني بصيغة أخرى غياب الرقابة القيمية للأسرة، وهو ما انعكس على حدوث تغييرات على مستوى الممارسات الثقافية والإعلامية لدى الشباب نتيجة غيابهم عن النشاطات الثقافية المنظمة (حضور المسرح مثلا أو زيارة دور السينما أو معارض اللوحات الفنية ....) والميل نحو ممارسات أخرى مثل استعارة الأشرطة السمعية البصرية، والأقراص المضغوطة وبشكل أقل ولوج شبكة الأنترنت والإبحار فيها.

ما يمكن رصده من خلال الإطلاع على هذه الدراسة أن الموضوع في حد ذاته واسع حيث تناول الباحث البرامج التلفزيونية ولم يحدد طبيعة هذه البرامج ولا نوعها... كما أنه تناول أبعادا متعددة تمثلت في صياغة المعنى، التلفزيون والعائلة وبعد التدوين لدى الشباب الوهراني في ظل ما تم تلقيه من برامج تلفزيونية.

**5.5- دراسة عباس سعيدة بعنوان "اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية: دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات" رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر - باتنة 2010.**

تناولت هذه الدراسة إشكالية المرأة الجزائرية في ظل متابعتها للفضائيات الدينية، استخدمت الباحثة أربع فرضيات، محاولة من خلالها قياس مدى تتبع المرأة لهذه القنوات، انطلاقا من تزايد انتشار البرامج والقنوات الدينية بشكل ملفت للانتباه خلال الأونة الأخيرة، خاصة برامج تعليم القرآن والفتاوى. استخدمت الباحثة بذلك تقنية الملاحظة، بحيث تابعت البرامج الدينية، كما استخدمت منهج المسح بالعينة مع 300 امرأة من منطقة باتنة ووادي سوف، وقد تم اختيار أفراد العينة عشوائيا.

توصلت الدراسة إلى أن معظم عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو الفضائيات الدينية، حيث توافق على كون المحتويات الدينية التي تعرض ضمن برامج القنوات، تساهم في تمسك العينة بالعقيدة الإسلامية، واحتلت البرامج الوعظية وبرامج القرآن أعلى نسبة مشاهدة لدى عينة الدراسة، وخلصت أيضا إلى أن المبحوثات فضلن الداعية "عمرو خالد" كما يشاهدن برنامج "ضع بصمتك" بنسبة عالية، مقارنة مع بقية البرامج الدينية الوعظية الإرشادية، ضف إلى ذلك تزايد الإقبال على كل من قناة "اقرأ" وقناة "الرسالة" بشكل ملفت للانتباه، وذلك راجع حسب رأي الباحثة إلى نوعية البرامج وتميزها، ومختلف الأساليب الإعلامية المستخدمة لجذب اهتمام المتابعين والمشاهدين لهذه البرامج.

ما يمكن قوله بخصوص هذه الدراسة، أنها قد أحالتنا إلى فهم تمثيلات المرأة الجزائرية وكذا توجهاتها نحو مشاهدة الفضائيات الدينية.

**تقييم الدراسات السابقة:**

- بعد عرض التراث البحثي ذي الصلة بموضوع الدراسة تبين ما يلي:
- بصورة عامة أكدت الدراسات على أهمية تناول موضوع الخطاب التلفزيوني/ أو الخطاب الديني المتلفز فهما وتحليلا وتفسيرا.
  - مرت الدراسات السابقة بمرحلتين أساسيتين: الأولى بدأت بدراسة مضمون الخطاب التلفزيوني، ثم انتقلت إلى الاهتمام بمتلقي الخطاب. ولابد لنا أن نشير في هذا الصدد إلى ندرة الدراسات في هذا المحور.
  - هذا ويمكننا القول أن دراستنا الحالية تشترك مع البحوث والدراسات التي تم عرضها في تناولها لموضوع الخطاب الديني.
  - من أوجه القصور في الدراسات السابقة أنها لم تحاول أن تتشغل بنوعية التفاعل مع الخطاب التلفزيوني عموما والخطاب الديني الفضائي من جانب الجمهور المتلقي.
  - ندرة الدراسات السوسولوجية التي اهتمت بتحليل الخطاب الديني الفضائي (التلفزيوني) من جهة، وبمختلف التأثيرات القيمة والاستجابات الهوياتية لمتلقي الخطابات التلفزيونية عموما والدينية على وجه الخصوص.
  - هذا ويمكن الإشارة إلى أن موضوع الخطاب التلفزيوني وارتباطه بالمتلقين كان أكثر وضوحا وأوفر دراسة في بحوث ودراسات الإعلام منه في الدراسات السوسولوجية، وربما يعود ذلك إلى حداثة تناوله في الدراسات السوسولوجية.
  - يمكننا القول إذن، أن الاهتمام بتحليل الخطاب التلفزيوني تحليلا كليا - عن طريق تحليل المضمون) وكيفيا ( من خلال تحليل الخطاب) - إضافة إلى الاهتمام بالجمهور المتلقي للخطاب الديني المتلفز بشكل خاص يعتبر من الموضوعات الجديدة في ميدان الدراسات الاجتماعية، حيث اتضح من خلال الاطلاع على الأدبيات أن البعد الغائب هو (المتلقي) والسؤال عن الكيفية التي يستقبل بها الجمهور الخطاب مع التركيز على الخطاب في حد ذاته ومضمونه الهوياتي، وأيضا على المتلقي (المرأة على وجه

(التحديد) باعتباره (أ) كيانا نشطا وفعالا تقع على عاتقه (أ) عملية نقل الخبرات والمعارف المستنقة والمستوحاة من الخطاب على إيقاع الحياة اليومية عبر عمليتي الممارسة والتنشئة الاجتماعية... وبالتالي فهي ليست متلقية سلبية.

- أما بخصوص المنهج المعتمد يمكن أن نؤكد أن استخدامنا لمنهج التحليل النقدي للخطاب يعد سابقة في ميدان الدراسات الاجتماعية.

## 6- إشكالية البحث:

يعتبر التلفزيون أحد أهم الأنظمة المعقدة، التي يحاول من خلالها المشاهد تجريب العالم والتعرف عليه، كما يعد أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا بين فئات الجماهير الواسعة، مؤثرا بذلك في تكوينهم وسلوكهم، ومختلف اتجاهاتهم، نتيجة قدرته الفائقة على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام والتأثير في المخزون الفكري والثقافي للفرد. فقد أشارت عديد البحوث والدراسات إلى كونه استطاع دفع مشاهديه صغارا وكبارا، رجالا ونساء إلى تبني عادات وممارسات جديدة، تمثلت في إيجاد علاقات اجتماعية مختلفة، وفي قدرته المتميزة على إحداث تغييرات في المواقف والسلوكيات والأوضاع الاجتماعية بشكل عام، نتيجة الأشكال الخطابية المتلغزة والمتعددة والمتنوعة.

يعتبر الخطاب الديني التلفزيوني صنفا من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية، المؤثرة فيها والمتأثرة بها، فمقامه من المقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات التلفزيونية الأخرى، إذ أصبح اليوم يمثل عالما تتسيده الصورة والصوت، نظرا لمآلات الثورة التكنولوجية، التي نتج عنها انتقالا نوعيا غير مسبوق في بناء معالم العالم الحديث، بكل ما يحمله هذا الانتقال من دلالات فكرية، ذات علاقة بصناعة الوعي وتشكيله وتوجيهه، سواء كان فرديا أو جماعيا، كما أصبح يسجل تزايدا مستمرا في عدد مشاهديه يوميا، ليشكل بذلك خبرات جديدة أصبحت تعبر بل وتصوغ وتشكل سلوكيات الفرد عامة، والمرأة على وجه الخصوص، لكونها دائمة السعي نحو بناء ذاتها وهوياتها انطلاقا مما تتلقاه من هذه الخطابات التلفزيونية، محولة بذلك الواقع من عالم الوقائع الحقيقية إلى عالم

الصورة المنمطة، بما له من أبعاد سياسية وثقافية وعلمية وترفيهية، الغاية منها استمالة فئة النساء بمختلف توجهاتهن، وانتماءاتهن الفكرية والحضارية.

ومع أهمية الدور الذي يلعبه الخطاب التلفزيوني في صناعة الوعي وتنظيمه من جهة، إضافة إلى بروز الهيمنة الأحادية وظهور عولمة التلفزيون من جهة أخرى ازداد خطر البرامج التلفزيونية بشكل ملفت للانتباه، حيث يسعى بعضها إلى تفكيك وتجزئة هوية المجتمع وضرب القيم الأصيلة وإذابة المقومات الوطنية والدينية، في حين يسعى البعض الآخر إلى صناعة الحدث الثقافي في المحافظة على الإرث الثقافي، بدل تضييعه في محاولة حثيثة لإبراز معالم الهوية من لغة ودين وتاريخ ولأجل المحافظة عليها من التخريب المقصود والذوبان ضمن متطلبات الحداثة واتساع سوق الاستهلاك.

هذا ويبقى الخطاب الديني المتلفز (أو الخطاب التلفزيوني الديني) أحد أهم الخطابات التلفزيونية تأثيراً في الأفراد والجماعات، وذلك انطلاقاً مما ورد في استطلاعنا الميداني الذي لاحظنا فيه نزوع المرأة المحلية لمشاهدة البرامج الدينية المتلفزة والتي أصبحت توليها اهتماماً كبيراً بالمقارنة مع باقي الخطابات أو البرامج التلفزيونية الموجهة لها والتي تساهم في تعليمها أمور دينها وإثراء رصيدها الثقافي من معطيات دينية تستثمرها وتوظفها في معيشها اليومي ضمن تفاعلاتها اليومية الأسرية والاجتماعية ناهيك عن إيمانها ومعتقداتها.

تزداد أهمية الخطاب الديني المتلفز من حيث امتلاكه القدرة على بث العديد من الرسائل الدينية يومياً، أين تصاب المشاهدة (المرأة) بالتخمة المعلوماتية التي تجعلها غير قادرة على إدراك حقيقة المواقف الدينية إلا من خلال الرؤية التي يقدمها هذا الخطاب، باعتباره من أهم المصادر التي تراقب من خلاله محيطها، كما تتابع أحداث بيئتها وواقعها من خلال ما يقدم من وجبات إعلامية دينية، محاولاً بذلك (الخطاب الديني المتلفز) ممارسة العقل العارف الذي يسعى إلى تفويض أسس النظام القيمي ومرتكزات التوازن الثقافي (الديني) والذهني والنفسي والخيالي الذي تعودت عليه المرأة.



والواقع أنه بقدر ما يبعث هذا الخطاب الديني المتلفز على الراحة والمتعة، فإنه يبعث على القلق والخوف والهلع، بكونه يسعى إلى تفتيت التوازنات التقليدية التي تشكل العصب الحساس لواقع هويات النساء المتمثل مثلا في قدسية مؤسسة الزواج والأسرة وترابط الأجيال وتكاملها والتقسيم التقليدي للعمل والتضامن الاجتماعي وكذا مركزية المقدس الديني والطقوسي.

رغم ما يقدمه الخطاب الديني المتلفز من معارف دينية عالمية (الإسلام العالم)، ورغم ما يؤكد عليه بخصوص المرجعية الدينية، التي تؤطر الممارسات والسلوكيات الدينية والقيم للفاعلين الاجتماعيين، إلا أن المرأة الجزائرية اليوم بصفتها متابعة للخطاب الديني المتلفز وزبونة دائمة له، وبالرغم من التحولات الاجتماعية الحاصلة وما حصلت عليه من تعليم ومكانة اجتماعية، إلا أن المرأة في ذاتها وتفكيرها، وكذا ممارساتها، لا تزال محصورة في عهد الموروث الديني الثقافي، ولا تزال تؤمن وتعتقد بممارساتها الدينية التقليدية، بل ولا تزال تربي وتنشئ أبناءها على ضرورة الالتزام بالعرف الديني السائد، وبيع الممارسات الدينية الطقوسية والتعبدية، والاعتقاد في كرامات الأولياء، التي ورثتها عن جيل آبائها وأجدادها، ولا تزال تورثها لجيل الأبناء.

لعل الرابط بين الدراسات السابقة ودراستنا هو الخطاب التلفزيوني في شقه الديني (الخطاب الديني التلفزيوني) باعتباره أهم مؤسسة إعلامية، يؤدي وظائف تعليمية وثقافية، إضافة إلى عمله على إرساء مبادئ الإسلام من خلال عمليات الوعظ والتوجيه والتفقيه في أمور الدين والدنيا.

فبالرغم من قدسية الخطاب الديني الإسلامي الذي تعرضه شاشات التلفزيون (النصوصي والممارساتي/ الإسلام العارف والإسلام الشعبي التقليدي)، إلا أنه أصبح في الكثير من الأحيان يحيد عن أهدافه وغير مجد أمام جملة الأفعال والممارسات المتعددة تارة والمتناقضة تارة أخرى التي تنمهي ومتطلبات الحداثة ومظاهرها ضمن حياة المجتمع الجزائري عموما وحياة المرأة الجزائرية خصوصا.

لابد لنا أن نشير أن بداية هذا العمل كان حوارا مع بعض النسوة من مدينة معسكر بغرض التعرف على ما تقدمه البرامج التلفزيونية (خاصة الدينية منها) من مهارات ومعارف للمرأة الجزائرية من أجل مساعدتها على الخروج من حالة الأمية الثقافية (الدينية) التي تعيشها. لكن ما فاجأنا وحيرنا واستعصى علينا فهمه، هو أن هؤلاء النسوة في الوقت الذي يرغبن فيه في تشكيل هوية دينية متميزة بالاعتماد على المخرجات الدينية المتلفزة (القيم غير التقليدية/ تبني قيم الحداثة) التي تتلقاها، ترفضن في الوقت نفسه التخلي عن القيم التقليدية المستوحاة من الثقافة الدينية الشعبية التي لا تزال تتمثلها وتمارسها بأريحية كبيرة. هذه الوضعية تشير إلى وجود خلل اجتماعي وثقافي وديني يحيط بالمرأة الجزائرية، يتمظهر أساسا في التعارض بين القيم التقليدية (السجل الإيماني التقليدي) التي يوفرها الدين الشعبي العرفي الذي نشأت فيه المرأة وتنشأ أبناءها عليه، والقيم غير التقليدية التي يوفرها الخطاب الديني العالم (السجل الإيماني الحداثي) والتي تستهلكها بشكل مستمر عبر منابر محلية وأخرى عالمية.

ضمن هذا الإطار تأتي إشكالتنا لتبحث عن مدى فعالية الخطاب الديني المتلفز في خلق وتشكيل استراتيجيات هوياتية لدى المرأة الجزائرية. ومنه يمكن أن نطرح عدة أسئلة كالتالي: هل ثمة قصدية في الخطاب نحو توجيه المرأة المتتبعة له إلى بناء نفسها وبناء مجتمعها؟ ما نظرة الخطاب الديني المتلفز للمرأة؟ ما هي آليات ومكونات هوية المرأة الجزائرية في ظل تفاعل السجل الإيماني التقليدي مع السجل الإيماني الحداثي؟ كيف يؤثر هذا التعارض بين النسقين القيميين (التقليدي وغير التقليدي) على مسألة الهوية النسائية في الجزائر؟ ما درجة تلقيها للخطاب الديني؟ كيف نفهمه وتؤوله وتمارسه ضمن إيقاع معيشتها اليومي؟

## 7- فرضيات الدراسة:

1- يساهم مضمون الخطاب الديني المتلفز الذي يعرض في قنوات الجزيرة والشروق TV (من خلال استخراج المحتوى الديني الذي يخاطب المرأة ومختلف القضايا المتعلقة بهويتها الدينية ضمن برنامجي "الشريعة والحياة في رمضان" و"فاسألوا أهل

الذكر") بقدر كبير في تشكيل الهوية الدينية للمرأة من خلال تكوين معرفي لها ووعي ديني يؤثر في سلوكياتها ونمط حياتها وتجليات ممارساتها الدينية اليومية.

2- تسعى المرأة إلى التوفيق وتحقيق القبول الذاتي والاجتماعي ضمن عمليتي الذهاب والإياب بين القيم الدينية التقليدية المستوحاة من العرف الاجتماعي ونمط التنشئة الاجتماعية، والقيم الدينية غير التقليدية/ الحداثية المستوحاة هي الأخرى من الخطاب الديني المتلفز.

## 8- مفاهيم الدراسة:

### 1- الخطاب الديني المتلفز:

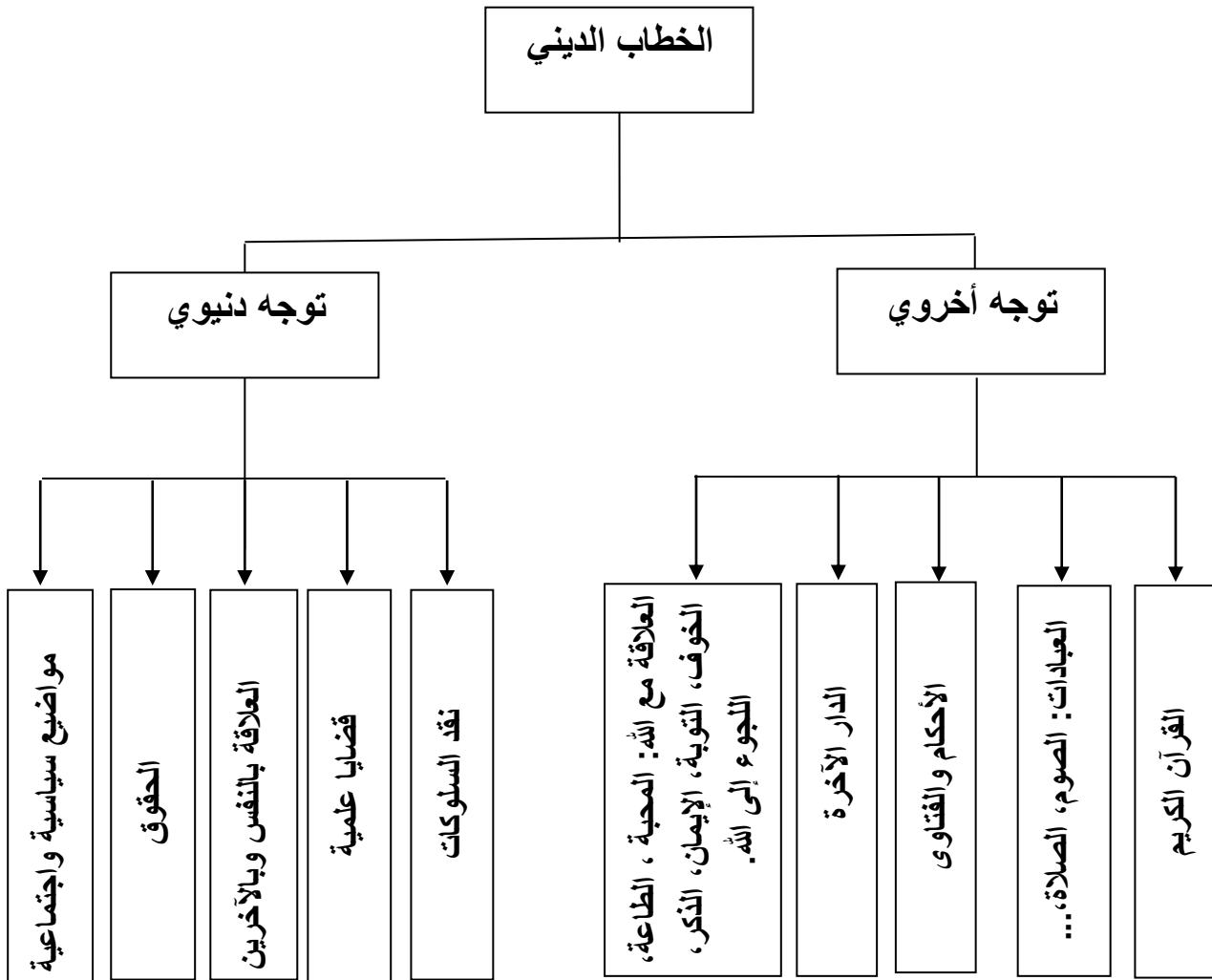
يشير مصطلح الخطاب Discours بشكل عام إلى نظام فكري يحتوي على منظومة من المفاهيم والمقولات النظرية التي تتناول جانبا معينا من الواقع الاجتماعي، بهدف تملكه معرفيا، ومن ثم تفهم المنطق الداخلي لمفهوم الخطاب، برؤية فكرية محددة تنظم بناء المفاهيم والمقولات بشكل استدلالي، بحكم الضرورة المنطقية التي تصاحب عملية إنتاج المفاهيم (Tolson 1996)، وبهذا المعنى يشير مفهوم الخطاب إلى المعرفة المنظمة الخاصة بجانب محدد من الواقع أو ظاهرة محددة، ومن ثم يمكن الحديث عن الخطاب التاريخي والخطاب الفلسفي والخطاب القانوني.... أي منظومة المفاهيم والمقولات التي تتعلق بالتاريخ والوجود والقانون. يجمع مفهوم الخطاب بين اللغة والممارسة، أي بين النص والسياق بكل تفاعلاته، ولذا يشمل الخطاب كل إنتاج ذهني منطوق أو مكتوب فردي أو جماعي، ذاتي أو مؤسسي، مع كل ما ينجم عنه من دلالات الألفاظ والعبارات والأفعال والمعاني الكامنة والمسكوت عنها في الخطاب، بالإضافة إلى التجارب التي ينتجها كل مجتمع لاستعماله الخاص في فهم أي نص.

يكمن معنى الخطاب في موقع وإستراتيجية المتحدث به، فالخطاب خاضع لقوانين الجهة التي تصدره، وإذا كانت له بعض السلطة، فإنه يستمدّها من الجهة التابع لها، ومن ثم فإن عملية حفظ وإنتاج الخطاب، في أي مجتمع من المجتمعات، تكون مرهونة بإنتاج

مراقب ومنتقى ومنظم، فالخطاب بناء من الأفكار. ويكاد يقترب هذا المعنى من ذلك الذي ورد في قاموس بلاكويل Blackwell في علم الاجتماع، حيث ورد فيه أن الخطاب يعد بمثابة حوار مكتوب ومسموع (شفاهي)، ينطوي على أفكار ومعتقدات لها أهميتها المجتمعية التي تتبع من تأثيرها في تكوين صورة متلق الخطاب عن العالم الذي يعيش فيه، وتحديد كيفية تصرفه إزاء هذا العالم (Johnson 1997) وبذلك يمكننا القول أن الخطاب هو نظام فكري يتضمن منظومة معينة من الموضوعات والمفاهيم والعبارات حول جانب معين من الواقع الاجتماعي... أي منظومة من المفاهيم والمقولات المتعلقة بالدين والتاريخ والوجود والفلسفة.

أما بخصوص الخطاب الديني المتلفز فيقصد به "التوجه بالكلام المسموع، والمرئي، والمقروء في الإذاعة، والتلفزيون، والصحافة المكتوبة. ويقصد بالديني هنا ما كان متعلقا بالدين الإسلامي خاصة" (اليحياوي، ي. 2016: 94) أما الخطاب الديني كمفهوم إجرائي في دراستنا هاته، فهو الكلام في الدين، المسموع والمرئي، أو هما معا، والصورة المرئية، والرسالة المبنوثة على الشاشة، والذي تقدمه كل من قناة الشروق TV ضمن برنامجها الأسبوعي "فاسألوا أهل الذكر" وقناة الجزيرة الإخبارية ضمن برنامج "الشريعة والحياة في رمضان" كجزء ضمن البرامج الإخبارية الجامعة.

كما أنه يشير إلى كل خطاب يطغى على مضامينه المحتوى الديني بتوجيهه الدنيوي والأخروي، إرشادا ودعوة، تفسيراً وشرحا للعقيدة، واجتهادا لتقديم فتاوى حول مواضيع مختلفة، يتساءل عنها الجمهور المتلق، ويتصل بصفة مباشرة مع الشيخ الذي يمارس فعلا خطايايا.



الشكل رقم 01: مخطط يوضح أبعاد ومؤشرات مفهوم الخطاب الديني المتلفز.

ومن المهم التذكير أن الخطاب الديني اعتمد منذ بداياته الأولى أساليب مختلفة، بحيث اعتمد "على وسيلة الاتصال الشخصي والجمعي، لاسيما في المساجد، إذ كان يلتقي فيها طلاب العلم بالفقهاء والعلماء خلال حلقات الدروس التي اتخذت فيما بعد نهجا منتظما، كان له أكبر الأثر في نشر علوم الدين في المجتمع على مر العصور" (جمعة، ع.2000: 38)

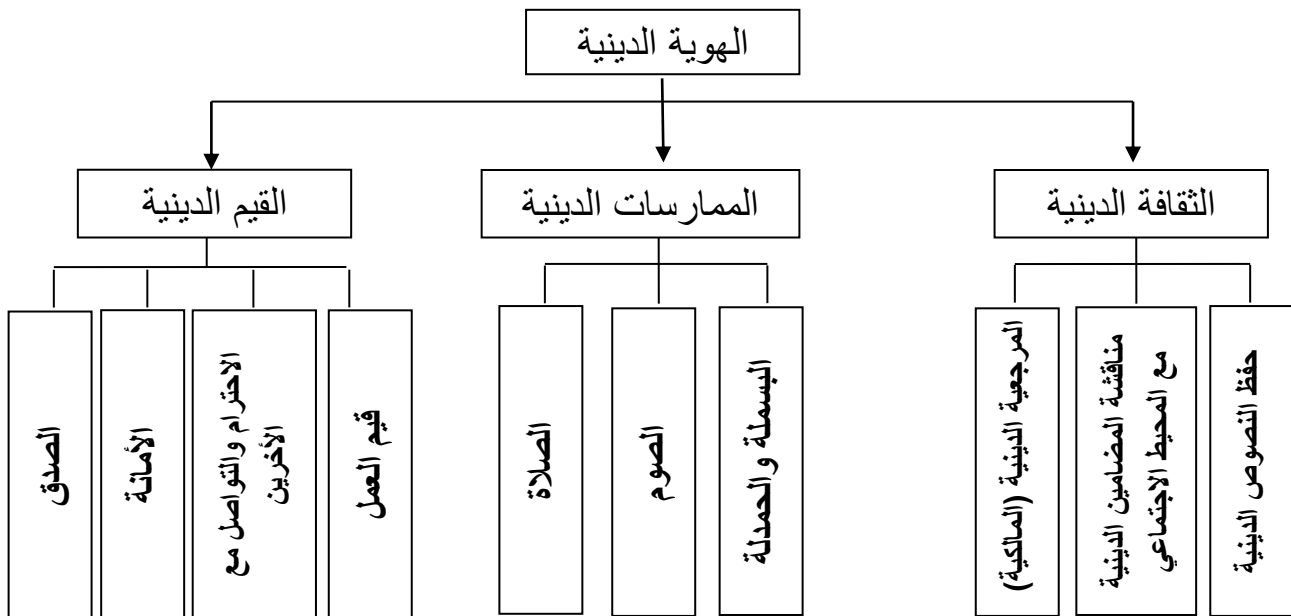
## الهوية الدينية للمرأة الجزائرية:

ينبغي القول أن دراسات الأنثروبولوجيا قد أظهرت الطابع الديناميكي والتفاعلي للهوية، وهو ما جعل منها أحد أبرز المواضيع التي استقطبت اهتمام الباحثين السوسولوجيين الذين ينظرون إلى الهوية باعتبارها "حصيلة مجموعة من الأنساق والعلاقات والدلالات التي يستقي منها الفرد تقيمه لذاته، ويضع على ضوئها نظاما لتشكيل هويته وتحديد لماهيته داخل الوسط السوسيو-ثقافي" (خلود، ا. 2007: 258). إنها بذلك تعد بنية معرفية ترتبط ارتباطا كلياً بالجانب الفكري التمثلي، من خلال تجسد رؤى الأفراد لذواتهم من جهة، وتصوراتهم لجماعات الانتماء من جهة أخرى.

ويمثل الدين أحد أهم مصادر بناء الهوية التي يبحث عنها الفاعلون الاجتماعيون باستمرار ويسعون لتجسيد هذا الانتماء وتجديده والتعبير عنه تمثلاً وفعلاً، كون "الدين في الأصل واحد لكن التدين، أي طريقة تبني ذلك الدين وإتباعه وتأييل نصوصه وتطبيقه يختلف، وقد اختلف بالفعل عبر التاريخ وعبر الجغرافيا" (الشرفي، ع. 2014: 87). فمسألة النقاش حول الهوية تتركز على نقطة مهمة وأساسية، ألا وهي الدين كونه "رابطة روحية قوية تؤطر وجود الجماعة، مزودة إياها بمعان روحية للحياة وللعالم وللتاريخ" (سبيلا، م. 2010: 63) إنها بمثابة المنارة التي يلجأ إليها الجميع للاحتماء، وتعد حصناً حصيناً لإثبات الذات، لأنها منبرا للوعي بالكينونة، وأداة فعالة للمقاومة ضد الذوبان. ويرى درسلر وكورنز (Dressler et Corns) في هذا الصدد "بأن إشباع الحاجات الدينية يعطي للفرد عموماً توجهها وإطاراً عاماً للحياة، ومجموعة من الموضوعات والميادين التي يكرس من أجلها حياته، ويعتبر العامل الديني بذلك وجهاً من أوجه البنية الشخصية للإنسان، حتى تتحد هويته بما يكرس له نفسه من أجلها" (حضري، ف. 2013: 194) وبهذا المعنى تصبح الهوية الدينية في سيرورة مستمرة، يعمل الفرد دوماً على بنائها ليصل بها إلى التميز والاختلاف، وهي تتجلى دائماً من خلال ذلك التعديل والتطوير المتواصل ومن خلال التبادلات الاجتماعية، والعلاقات التي يكونها الفرد مع المجتمع كذلك، وتتجلى عبر عمليات

التطبيع الاجتماعي، والتنشئة الاجتماعية بمختلف وسائطها كالأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام وغيرها.

بما أننا في محاولة للبحث والتقصي عن تأثيرات الخطاب الديني المتلفز على الهوية، فإننا ننوه إلى أننا سنركز الحديث على شخصية الفاعلين المتلقين (المرأة) لهذا الخطاب، باعتبار أن هذه الهوية الدينية تعني الدافع الإيماني الذاتي والمنبه الداخلي الذي يوجه المؤمنين بمختلف فئاتهم، إلى اكتساب معارف أو ثقافة دينية إضافة إلى القيم الدينية وترجمتها إلى جملة من السلوكيات الدينية ضمن تفاعلاتهم اليومية.



الشكل رقم 02: مخطط يبين أبعاد ومؤشرات الهوية الدينية

## 9- المقاربة النظرية والمنهجية للدراسة:

### 1.9 - المقاربة النظرية:

سنعتمد على النظرية البنوية التركيبية عند بيير بورديو Pierre Bourdieu. يمكن اعتبار أن أهم ما يميز الفكر السوسيولوجي عند "بييربورديو" Pierre Bourdieu هو قدرته على صياغة نماذج معرفية توليفية تتمتع بقدرة تفسيرية لمختلف الظواهر الاجتماعية سواء تعلق الأمر بالحقل الديني أو الحقل الإعلامي التلفزيوني أو الاجتماعي أو التربوي أو السياسي... الخ

في دراستنا هاته سنعتمد على المقاربة البنيوية التركيبية أو ما يصطلح عليها بالتكوينية التي تعتمد أساسا على الإطار البنيوي الباني لمفاهيم الخطاب الديني المتلفز وفهم آليات الرسالة الإعلامية من جهة، والبنية الثقافية للمجتمع الجزائري من جهة أخرى من خلال مؤلفه التلفزيون وأليات التلاعب بالعقول. فالخطاب الديني الذي يروج له التلفزيون الفضائي ما هو في حقيقة الأمر إلا بناء اجتماعي يقوم بصفة مستمرة بشحن النسق الثقافي عموما، والهويات خصوصا وفق إيديولوجيات محددة مسبقا وآليات تنافسية ضمن سوق استهلاكية متعددة في محاولة جريئة واستثنائية لتطبيع أفراد المجتمع وفق سياق ديني محدد يشرعن علاقات التأثير والتأثر، التشكيل والبناء لخلق استجابات هوياتية تتماشى ومشروع الدولة.

ولفهم هذا النسق لابد من فهم العلاقة الجدلية المعقدة بين البنيات الموضوعية للعالم الخارجي والبنيات الذاتية للفاعلين، بين بنيات الأشياء وبنيات الذوات الفاعلة، وهي إذن العلاقة التي عبر عنها بورديو Bourdieu مستشهدا بمقولة لباسكال حيث يقول فيها بأن "العالم يحتويني ويبلعني كنقطة، بيد أنني أحتويه" (حيمر، ع. 2008: 18) وذلك من خلال فهمه وإدراكه وتمثله وبنائه رمزيا وثقافيا واجتماعيا وتاريخيا.

فلاستعداد على حد تعبير بورديو أو الميل أو القدرة الذاتية على تمثّل الخطاب الديني المتلفز واستبطان بنياته، تمثلا ذهنيا - جسديا في نفس الوقت، ليس مجرد قدرة فطرية لدى الأفراد، بل هو قدرة تنشأ وتبنى وتزرع اجتماعيا وثقافيا فيما بينهم، فهي تبنى في أجسادهم عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية بواسطة التربية والتعليم والتلقين والعنف الرمزي في ظل الصراع الذي تعيشه المجتمعات التقليدية الحاملة لرأسمال ثقافي ديني نوعي متمايز، يكون رهانه سعيهم الدائم إلى المحافظة على مواقعهم ومكاناتهم الاجتماعية.

هذه الاستعدادات الذاتية والاجتماعية هي التي تجعل الفرد لا يتحرك إلا بتوجيه الوعي له، وبالخضوع التام للتصورات التي يكونها عن الأدوار التي عليه أن يؤديها على مسرح الحياة أمام الآخرين وفي تفاعل خصب معهم، على أساس أن "مسألة الوعي هي مسألة معاناة ومسألة معرفة ومسألة ضمير" (سبيلا، م. 2010: 87). وقد بين على ضوء



هذا غوفمان أيضا على أن ما يحكم التفاعلات الاجتماعية هو أداء الفاعلين لأدوارهم وفق نماذج أعدت سلفا في الثقافة السائدة في مجتمعهم، ويكون ذلك الأداء جيدا أو سيئا في الحالة الشعورية أو اللاشعورية.

من هنا ستهتم دراستنا بتوظيف الترسانة المفاهيمية لبيير بورديو من هابيتوس ورأس مال ديني وهيمنة وعنف رمزي وتلاعب بالعقول...، في محاولة للكشف عن أبعاد الواقع الاجتماعي (الخطابي والهويتي).

## 2.9 - المقاربة المنهجية:

سنتبنى في دراستنا هاته المقاربة الكمية والكيفية التي تعتمد أساسا:

**أولا:** التحليل الكمي والكيفي للخطاب الديني المتلفز بالاعتماد على منهج التحليل النقدي للخطاب لنورمان فيركلاو Norman Fairclough الذي سنوضحه في العنصر الموالي؛ **وثانيا،** الاعتماد على الآراء والتمثيلات حول عدد من المسائل المرتبطة بتصورات المرأة للخطاب الديني الذي يعرض على شاشات التلفزة ومسارات التنشئة الدينية والاجتماعية للمرأة داخل الفضاء الاجتماعي الذي ينعكس بطبيعة الحال على ممارساتها الدينية اليومية وبالتالي التشكيل الهويتي لديها.

## منهج الدراسة:

إن اختيار المنهج في الدراسات السوسولوجية على وجه التحديد من أهم الخطوات التي يمر بها أي باحث، وذلك لأهميته باعتباره الطريق الذي يصل به إلى معرفة الحقيقة ف"المنهج عبارة عن مجموعة من القواعد والتصورات والخطط التي يتبعها الباحث والتي تنير له طريق البحث في موضوع من الموضوعات، بدءا من مرحلة اختيار موضوع البحث إلى كتابة المقدمة والإشكالية وفرضيات البحث وخطة البحث واختيار المنهج الملائم والأدوات الملائمة وجمع المادة العلمية النظرية والميدانية وكيفية عرضها وتحليلها وتفسيرها، إلى الوصول إلى نتائج البحث التي تحل إشكالية مشكل موضوع البحث" (زررواتي، ر. 2007: 44).

سنعتمد في دراستنا:

**أولا على:** منهج " التحليل النقدي للخطاب" لنورمان فيركلاو الذي يوظف لدراسة الظواهر من خلال تحليل النصوص، أي اللغة بحيث يهتم بدراسة ما قيل، ومتى قيل، وكيف قيل، ويمكننا القول إن هذا المنهج يتسم بخصوصية النفاذ داخل النصوص ليكشف السلطة في الخطاب ويتبنى النظر إلى ما وراء النص، وذلك من أجل فهم وتقييم البناءات الاجتماعية والثقافية وتبيان العلاقات والعمليات القائمة بينها وداخلها، وهو " نقدي" كونه يسعى باستمرار لكشف علاقات السلطة الكامنة وراء الخطاب وداخله. على ذلك يستند نورمان فيركلاو في معالجته لتحليل الخطاب إلى التسليم بأن اللغة جزء من الحياة الاجتماعية لا يمكن اختزالها، إذ توجد بينها وبين عناصر الحياة الاجتماعية الأخرى علاقة منطقية جدلية تأخذ بعين الاعتبار البحث والتحليل الاجتماعي للغة، وبالتالي فـ" التركيز على اللغة باستخدام شكل من أشكال تحليل الخطاب، هو إحدى الطرق المنتجة في البحث الاجتماعي" (فيركلاف، ن.2009: 20)

سنحاول تطبيق منهج التحليل النقدي للخطاب بالاستعانة إلى مرجعي نورمان فيركلاف "تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي" و"اللغة والسلطة"، بحيث سنعتمد على تحليل المنطوقات وكل الممارسات الخطابية واللاخطابية وفق نموذج تم اقتباسه من مرجع "اللغة والسلطة" مع بعض التعديل والتحوير حسب الهدف من الدراسة الحالية، وينبغي الإشارة إلى نموذج التحليل الذي نسعى إلى تطبيقه، بحيث وضعه صاحبه "نورمان فيركلاو" من أجل توظيفه من قبل الباحثين في تخصص العلوم الاجتماعية. وفيما يلي نستعرض نموذج التحليل الذي تم الاعتماد عليه في تحليل الخطاب الديني المتلفز وكذا مختلف الملاحظات.

نموذج التحليل النقدي للخطاب حسب نورمان فيركلاو هو نموذج ينقسم ويتراتب على مراحل يتم التدرج فيها من تحليل الوحدات اللغوية الصغرى من الكلمات والألفاظ المستعملة، إلى تحليل الجمل والقضايا وفق السياق الاجتماعي الذي جاءت فيه على الشكل التالي:

### المرحلة الأولى: مرحلة الوصف:

وتكون على مستوى المفردات المستعملة من طرف مقدم البرنامج والخطيب الديني (الفقيه الفضائي) ومن أمثلة الأسئلة المحتملة طرحها ما يلي:

#### 1- القيم الخبراتية

- ماهي الألفاظ المتداولة؟

- ما مصدر تلك الألفاظ؟ هل هو الخطاب الديني أم الخطاب الاجتماعي؟

- هل توجد عبارات في خطاب الفقيه الفضائي تعكس تأثيره على جمهور النسوة من

حيث بناء الممارسات والعلاقات الاجتماعية؟

- هل توجد عبارات انتساب واضحة للخطاب الديني كالعبارات التي تدل على

المرجعية؟

- هل يتضمن الخطاب الديني المتلفز عبارات تساهم في التشكيل الهوي الديني للمرأة

الجزائرية؟

#### 2- القيم التعبيرية

- ماهي القيم التعبيرية التي توحى بها الألفاظ؟

- ماهي الأساليب اللغوية المستخدمة؟ الاستعارة، المبالغة، التشبيه، المجاز....

- ماهي الأفعال المستخدمة (مادية، ذهنية، علائقية، لفظية...)?

- ماهو تقييم المستويات اللغوية المستخدمة لدى الخطيب؟

3- مستوى بناء المحادثة: كيفية توزيع الأفراد بين مقدم البرنامج والخطيب وجمهور

المتصلين؟

### المرحلة الثانية: مرحلة التفسير والشرح:

ويتم فيها التحليل على مستوى السياق وتمثل علاقة النص بالبناء الاجتماعي، بحيث

سيكون التحليل كيفيا

1- **مرحلة التفسير:** يتم من خلالها شرح الحثيات التي جاءت فيها الممارسة الخطابية لتقريب الصورة للجمهور المشاهد أو المتابع للبرامج الدينية المتلفزة وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما نوع الممارسات والعلاقات المنتجة؟

- ما دور اللغة فيما يحدث من بناء وممارسات؟

- ما التفسيرات التي يقدمها المشاركون لسياق الحال؟

- هل تتغير أو تختلف التعبيرات باختلاف المشاركين؟

2- **مرحلة الشرح:** في هذه المرحلة يتم الوقوف على السياق العام للخطاب مع إيجاد الارتباطات بين العناصر المشكلة للحدث الخطابي، وفي هذا البند تطرح عديد الأسئلة مثل:

3- الممارسات الخطابية التي تدل على تأثر الخطاب اليومي للمرأة (هوية المرأة) بالخطاب الديني المتلفز.

- ماهو السياق الديني الذي أثر في خطاب المرأة الجزائرية؟

- ماهي عوامل السياق التي تكون قد أثرت في خطاب الحياة الدينية اليومية للمرأة الجزائرية؟

- كيف يؤثر الخطاب التلفزيوني في التشكيل الهوياتي؟

4- التمثلات الاجتماعية للمرأة اتجاه مختلف الموضوعات المناقشة

- ما هي تمثلات المرأة اتجاه مواضيع معينة؟

- ماهي المعتقدات المسلم بها لدى المرأة اتجاه هاته المواضيع؟

- كيف تتشابه أو تختلف هذه المعتقدات الدينية مع المعتقدات المجتمعية (الشعبية)؟

- هل هناك تمايز في التمثلات حسب السن؟

- ما هي الممارسات الخطابية الحاضرة بقوة في الخطاب اليومي للمرأة الذي يعكس هويتها الدينية؟

5- عوامل إنتاج الخطاب (المصادر الفعلية للخطاب الديني المتلفز).

- من هم الفاعلين الحاضرين في الخطاب؟
- من الذي يمارس السلطة في الخطاب (لمن تعود ملكية الخطاب)؟
- ما الذي يحاول الشيخ الخطيب (الفقيه الفضائي) إيصاله من خلال خطابه هذا؟
- هل يرتبط الخطاب بالتشكل البنائي للهوية في المجتمع؟

**ثانياً سنعتمد على:** منهج الفهم الذي يستهدف ضمان تحقيق الموضوعية والحياد العلمي والابتعاد عن الأحكام القيمية في علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية. ونقصد به محاولة تقديم تفسير للأفعال الاجتماعية للناس من خلال التعرف على دوافعهم الداخلية التي تدعوهم للقيام بأفعال معينة داخل موقف تاريخي ورمزي معين، ويشير هنا ماكس فيبر Max Weber إلى وجود مستويين لفهم الظواهر الاجتماعية.

**الفهم العلمي:** الذي يبنى على أساس الاقتناع بأن الظواهر والأفعال الاجتماعية تخضع لمبدأ السببية.

**الفهم على مستوى المعنى:** يتم المقارنة بين الظواهر الطبيعية والاجتماعية، فعند محاولة فهم الظواهر الطبيعية يتم الاكتفاء بالتعرف على المظاهر الخارجية وبالتالي فالفهم الخارجي غير كافي بالنسبة للظواهر الاجتماعية التي تمتلك معنى ذاتي، بمعنى أنها تصدر عن دوافع معينة وتستهدف تحقيق مقاصد محددة. فمثلاً عند دراسة العلاقات المتبادلة بين الناس نستطيع أن نذهب إلى وراء العلاقات السببية والوظيفية. إذ نستطيع فهم المقاصد والنوايا وعليه يمكن القول "أن واجب عالم الاجتماع أن يتفهم المعاني الكامنة وراء هذه الأفعال" (حامد، خ.2008: 88).

وعليه سنعتمد على المنهج الفهمي من خلال محاولة فهم مختلف استجابات المرأة لمختلف العروض الخطابية المتلفزة عموماً من جهة والعروض الدينية الهوياتية التي تبث في التلفزيون من خلال برنامج " فاسألوا أهل الذكر " وبرنامج " الشريعة والحياة في رمضان " في قناة الجزيرة.

## 10- مجتمع البحث :

1- بالنسبة للشطر الأول من الموضوع الذي يتبنى تحليل الخطاب الديني المتلفز، يمكننا القول أن مجتمع البحث يتمثل في أعداد برنامج "فاسألوا أهل الذكر" الذي يعرض على قناة الشروق تي في باعتبارها قناة جزائرية إخبارية تأسست سنة 2011 مقرها بالجزائر العاصمة، مالكها المرحوم "علي فضيل" وبثها حاليا من الأردن (<http://www.startimes.com/fr>) ، بحيث بدأ بث هذا البرنامج ابتداء من 26 أبريل 2014 إلى غاية يومنا هذا، وهو برنامج ديني أسبوعي يعرض كل يوم جمعة على الساعة 17:00 مساءً ويعاد بثه يوم الإثنين منتصف النهار، يقدم مجموعة من الفتاوى على الهواء مباشرة كما ويفتح المجال لاستقبال الاتصالات المباشرة للجمهور المتابع، قدمه الإعلامي سمير فارس طيلة الخمسة سنوات الماضية توقف البرنامج لعدة أشهر ليعاد بثه مع الإعلامي رضوان حسين في موسم جديد وامتجدد للبرنامج خلال سنة 2019، ويتم استضافة نخبة من المشايخ والخطباء الدينيين، ولعل أكثر شخصيتين برزتا حضورا في البرنامج ، محمد العربي الشايشي، والشيخ سليم الجزائري.

2- وبخصوص الشطر الثاني للموضوع فقد تمحور حول قناة الجزيرة الاخبارية باعتبارها "قناة فضائية إخبارية عربية، أسستها دولة قطر عام في العام 1996 وتبث منها، وتغطي الأخبار وما يتعلق بها بالدرجة الأولى، وتنافس قناة CNN الأمريكية وقناة BBC البريطانية" (عطوان، ف.2009: 35) ضمن برنامج "الشريعة والحياة في رمضان"- وهو برنامج في نسخة جديدة للبرنامج الأول برنامج "الشريعة والحياة"- الذي تم بثه على قناة الجزيرة خلال شهر رمضان الفارط (2020)، علما أن برنامج "الشريعة والحياة" كان معروفا بشدة خلال السنوات الماضية باستضافة شيخ الشيوخ يوسف القرضاوي، إلا أن البرنامج توقف نتيجة ما عرفه العالم العربي من اجتياح لموجات الربيع العربي، ونتيجة توجهات دولة قطر وأيديولوجياتها مع باقي بلدان العالم العربي.

لقد كانت البرامج الدينية في التلفزيونات العربية برامج نمطية تقليدية، لم تتعدى برامج إفتاء وحديث ديني حول قضايا المسلمين اليومية الحياتية من زواج وطلاق وبيع

وشراء وعبادة وغيرها... لكن منذ منتصف التسعينيات تقريبا ومع انطلاقة برنامج "الشريعة والحياة" على قناة الجزيرة اختلفت صورة البرامج الدينية كليا، حيث قدم البرنامج نمطا جديدا، وذلك مع الاستضافة الدائمة للشيخ الدكتور يوسف القرضاوي المصري الجنسية أستاذ الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة قطر وعميد كلية الشريعة فيها ورئيس هيئة علماء المسلمين العالمية وهو المعروف عنه بطرحه الوسطي للإسلام.

هذا النمط الجديد القائم على طرح مواضيع تتعلق بالأمة الإسلامية وقضاياها وهمومها المختلفة، خصوصا تلك المتعلقة بالتخلف السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي أحدثه برنامج الشريعة والحياة في البرامج الدينية العربية كان ترجمة لتبني البرنامج والشيخ القرضاوي أفكارا، تناقش القضايا الدينية والدينية وتمس الواقع العربي والإسلامي المعيش. حيث يجيب عن مجمل أسئلة مقدم البرنامج والجمهور المشاهد برؤية إسلامية وسطية بعيدة عن التعصب والتشدد وقريبة إلى حياة المسلم العصري، هذا ويتعرض الشيخ القرضاوي في البرنامج إلى مناقشة مواقف الحكومات والأنظمة العربية والإسلامية ومختلف قضاياها مثل قضية الوحدة الإسلامية والدولة في الإسلام والتعرض للحقوق السياسية والدينية، وحقوق المرأة في الإسلام وفي الواقع، وهي القضايا التي كانت مغيبة تماما عن البرامج الدينية في الاعلام العربي الرسمي وغيره (الزبيدي، م. 2003: 52).

يأتي برنامج "الشريعة والحياة في رمضان" المستحدث لاستكمال مشروع القرضاوي الخطابي، إلا أن البرنامج في صيغته الجديدة لم يحافظ على شخصية دينية واحدة مستضافة في البرنامج، وإنما يسعى مقدمه الدكتور محمود مراد إلى استضافة مشايخه من مختلف الجنسيات والمرجعيات الدينية لمناقشة موضوع معين دون الخروج عن سياقه ومستكفيا به، وبدون تدخل الجمهور المشاهد.

3- في حين تضمن الشطر الثالث المتعلق بالمقابلات الميدانية، مجتمع البحث الذي شمل المرأة العسكرية بمختلف فئاتها والمتابعة لقناتي الجزيرة الإخبارية والشروق TV، أما إذا لم يتوفر هذا الشرط فيمكن الاستعانة بالنسوة المتابعات للبرامج الدينية.

## 11. عينة الدراسة:

طرح الكاتب الصحفي شيلدون آر جاوايزر Sheldon R. Gawiser سؤالاً يعبر فيه عن مفهوم العينة قائلاً: "كيف يمكنك أن تقابل ألف شخص فقط وتستطلع آراءهم ثم تدّعي بأنك تعرف ما يفكر فيه 250 مليون أمريكي؟" (تمار، ي. 2007: 15) المقصود من هذا السؤال هو كيف يمكن دراسة مجتمع كبير من حيث عدد السكان، أو الخطابات، أو البرامج السمعية البصرية... عن طريق دراسة جزء منه فقط أي عينة منه، ثم نعم النتائج التي حصلنا عليها على كل وحدات المجتمع.

وما دامت العينة هي "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث المحدد، يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي" (أنجرس، م. 2004: 301)، فإن عينة بحثنا الأولى المتعلقة ببرنامج "فاسألوا أهل الذكر" في قناة الشروق TV هي عينة دورية انتقائية خاصة بسنة 2018، ننوه هنا أنه تعذر علينا الحصول على أرشيف الحصة كاملاً، أي أنه أرشيف متقطع الأمر الذي أحالنا إلى متابعة البرامج وفق رزنامة دورية محددة للحصول على شهر مصطنع أو سنة مصطنعة وهي كالتالي: حصة جمعة الأسبوع الأول من شهر جانفي، تليها حصة جمعة الأسبوع الثاني من شهر فيفري، ثم حصة جمعة الأسبوع الثالث من شهر مارس، وتتواصل العملية إلى غاية انتهاء السنة (2018) وبالتالي كان من المفروض الحصول على 12 عدداً من البرنامج، إلا أننا حصلنا على 9 أعداد من البرنامج وذلك بسبب عدم بثها في بعض الأحيان بسبب البث المباشر لكرة القدم.

أما بخصوص برنامج "الشريعة والحياة في رمضان" في قناة الجزيرة فقد تم مشاهدة الأعداد كاملة خلال شهر رمضان من سنتي 2020-2021 وتم خلالها استخدام العينة الدورية لاستخراج الأسبوع المصطنع، حيث يشمل كل أيام الأسبوع، وبذلك كانت الأعداد كالتالي: اليوم الأول للبرنامج من الأسبوع الأول المصادف ليوم الجمعة 24 أفريل 2020، اليوم الثاني للأسبوع الثاني يوم السبت 02 ماي 2020، اليوم الثالث من الأسبوع الثالث يوم الأحد 10 ماي 2020، اليوم الرابع من الأسبوع الرابع المصادف ليوم الاثنين 18 ماي 2020، بعدها اليوم الخامس من الأسبوع الأول الذي كان يوم الثلاثاء 14 أفريل 2021، ثم



اليوم السادس من الأسبوع الثاني يوم الأربعاء 22 أبريل 2021 وأخيرا اليوم السابع للأسبوع الثالث الذي كان يوم الخميس 30 أبريل 2021، ليسقط بذلك اليوم الثامن من الأسبوع الرابع والأخير لشهر رمضان المصادف ليوم الجمعة 08 ماي 2021 وذلك نظرا لتناول يوم الجمعة ضمن العينة ولاستيفاء أيام الأسبوع السبعة. وقد تم تحليل مضمون الخطاب من خلال استخراج فئات التوجه والقيم التي يتحدث فيها الشيخ الخطيب عن المرأة وعن قضاياها الدينية والدنيوية وذلك من أجل فهم التحولات الثقافية والاجتماعية الحاصلة في البناء الاجتماعي. وبالتالي أمام هذا التحديد، نرى أن عينة الخطاب الديني المتلفز المعتمدة والمحددة كافية لتحليل موضوعنا.

وفيما يتعلق بعينة النساء المستجوبات، فقد كانت عينة قصدية بحيث "يعمد الباحث فيها أن تكون معاينة مقصودة لاعتقاده أنها ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا" (زرواتي، ر. 2002: 197)، حيث تكونت عينة بحثنا من 12 مبحوثة آخذين بعين الاعتبار الفئات العمرية لهن وذلك من أجل الوقوف على التفاوت في التمثلات الدينية والسلوكيات كلما تقدمت المرأة في السن.

## 12- التقنيات المنهجية المعتمدة لجمع المعطيات:

استوجب منا المسعى المعرفي لهذا العمل اعتماد بروتوكول منهجي مركب، يتميز بالاعتماد على التقنيات الكمية والكيفية لجمع البيانات من مجتمع البحث، وذلك عبر استثمار تقنيات تحليل مضمون الخطاب المتلفز من خلال عينة من برنامج "فاسألوا أهل الذكر" ضمن قناة الشروق TV وبرنامج "الشريعة والحياة في رمضان" في قناة الجزيرة الإخبارية والمقابلة والملاحظة في مراحل متفرقة من إنجاز البحث، وهو أداء منهجي اخترقه فعل التأسيس كضرورة لقراءة الوقائع الاجتماعية وتجاوز درجة الفهم إلى التفهم والتفسير.

## تحليل المضمون:

تعتبر عملية تحليل مضمون الخطاب المتلفز (تحليل مضمون برنامجي كل من قناتي الشروق tv والجزيرة ) تقنية رئيسة في البحث باعتبارها "تقنية تقصي مباشرة للوصف الموضوعي النظامي الكمي والكيفي للمحتوى، الذي يصدر عن هيئة رسمية أو أفراد أو جماعة معينة وذلك بغرض التأويل والتفسير للخطاب الضمني وتجاوز ما يقدمه الظاهر" (Grawitz, M.1981 : 648).

يمكننا القول أن تبنيها لهذه التقنية إنما جاء في سياق متوافق وطبيعة الموضوع، كونها تحاول الكشف عن التوجهات الخطابية بمختلف معانيها ودلالاتها للخطاب عينة الدراسة ودرجة تأثير هذا الأخير على الاستجابات الهويةية لدى المرأة الجزائرية، وبالتالي فإن هذا المعطى لا يمكن الحصول عليه بمجرد إجراء المقابلات التي تحمل في طياتها العديد من التناقضات والتوجهات الإيديولوجية للمبحوثات. من هذا المنطلق ارتكز مسعانا البحثي إلى تحليل مضمون الخطاب الديني المتلفز (خطاب برنامج "الشريعة والحياة في رمضان" الذي تعرضه قناة الجزيرة الإخبارية، وخطاب برنامج "فاسألوا أهل الذكر" الذي تعرضه قناة الشروق TV)، حيث سنحلل المضامين انطلاقا من رصد توجهات هذا الخطاب وقيمه بالتفصيل، هذا وقد تنوع التحليل بين طابعه الكمي والكيفي وهذا طبعاً حسب مقتضى كل فكرة، آخذين بعين الاعتبار المعطيات العينية الملموسة.

**أما المقابلة** فنتيح لنا التواصل المفتوح مع المبحوث، وتقود إلى تحصيل المعطيات عن طريق المناقشة والتفاعل المباشرين، فقد تم توظيفها لجمع الآراء والمواقف "وجها لوجه" بالشكل الذي يسمح بأداء منهجي خاص، يتأسس على "التعامل المباشر مع الموقف، للحصول على أكبر قدر من المعلومات بتفاصيل دقيقة واضحة، فعن طريقها يتمكن الباحث من الأخذ والعطاء والاسترسال في الحديث مع المبحوث والنفوذ إلى أعماق الموضوع" (عبد المؤمن، ع.2008: 247)، إذن فالمقابلة تكشف عن عديد الحقائق التي لا يمكن الوصول إليها من خلال الاستمارة، فهي تسمح للباحث بملاحظة ردود أفعال المبحوثات

باستمرار، وتسجيل كل كبيرة وصغيرة من مفردات وانفعالات ناتجة عنهن لتوظيفها في عملية التحليل.

بلغ عدد المبحوثات اللواتي تم استجوابهن 12 مبحوثة (نشيرهننا إلى أن تمثيل العينة هو تمثيل كفي وليس رقمي) تتراوح أعمارهن بين 22 سنة و84 سنة، وكن يتكلمن بالدارجة العامية كونهن يستطعن تقديم تفاصيل عن تحولات الخطاب الديني الذي شهده العالم العربي، خاصة مع تنامي الفضائيات الدينية وكثرتها محليا وعالميا، وتمثلتهن لهذا الخطاب في نفس الوقت. "فالباحث من خلال دليل المقابلة يلعب دور المحدث والمستمع وربما المذكر لأن كل التركيز هنا يذهب إلى أقوال المبحوث" (Bourdieu, P, 2000 : 76-77).

### 12- الإطار المكاني والزمني للدراسة:

لقد تمت الدراسة الميدانية بمدينة معسكر التي تقع شمال غرب الجزائر، تحدها شمالا وهران ومستغانم، وجنوبا سعيدة، وشرقا تيارت وغيليزان، أما غربا فتحدها سيدي بلعباس. وتبلغ مساحتها 5.135 كلم<sup>2</sup>، ويقدر عدد سكانها 828.434 مواطن.

أما عن الإطار الزمني فيمكن القول أننا بدأنا البحث بوتيرة قوية لجمع المعطيات النظرية والقيام بالاستطلاع الميداني خلال 2014-2015، ليلها بعد ذلك تذبذبا بحثيا، أو ربما يمكن اعتبارها قطيعة مع البحث استمرت لسنوات، لنعود بدفعة قوية للعمل خلال سنتي 2019-2020 أين تم إجراء البحث الميداني وتحديد خطة العمل وبعدها مباشرة عملية التحرير النهائي للأطروحة.

### 13- صعوبات الدراسة:

قد يواجه الباحث صعوبات وعقبات في مراحل إنجاز العمل، خاصة عندما يتعلق الأمر بالعلوم الإنسانية والاجتماعية لما لها من الخصوصيات والمرونة التي تجعلها أكثر تعقيدا، بل وتتنحوا بالباحث في الكثير من الأحيان نحو تبني الذاتية.

ولعل أبرز ما صادفنا في دراستنا هاته قلة المراجع، ونحن لا نقصد في هذا الصدد قلتها كميا بل كفيها ونوعيا، وهو ما ينعكس على المستوى النظري للدراسة. أما على المستوى الإمبريقي والمنهجي فقد صادفتنا صعوبات بخصوص تحليل الخطاب التلفزيوني، حيث لم نجد نمودجا يمكن اتباعه في تحليل الخطاب، ما جعلنا نقترح نمودجا خاصا، في

محاولة تحليلية لخطاب برنامجين تلفزيونيين كما أشرنا إليهما سابقاً، إضافة إلى تراجع بعض النسوة عن الإجابة عن بعض الأسئلة المتعلقة بالسجل الإيماني التقليدي خاصة في جانبها الاعتقادي والتعبدي الشعبي، وهو أمر يعكس واقع المرأة العسكرية، الأمر الذي زادنا إقبالا وإصرارا للمضي لإنجاز وإتمام هذا العمل.

## الفصل الثاني

الخطاب التلفزيوني في الفضاء الإعلامي

المعاصر

## تمهيد:

أصبح مفهوم الخطاب مفهوما شائعا ومتداولاً في العديد من مجالات المعرفة، مثل علم الاجتماع وعلوم اللغة والفلسفة وعلم النفس الاجتماعي وغيرها من الفروع المعرفية، حتى أنه في كثير من الأحيان كان يترك دون تعريف وأصبح من المسلمات، وهو يرد بشكل لافت للانتباه في تحليل النصوص الأدبية وغير الأدبية، وفي كثير من الأحيان يوصف على أساس أنه يمتاز بنوع من التعقيد النظري، والامبريقي خاصة فيما يتعلق بالبحوث السوسولوجية.

إن تحليل الخطاب الإعلامي المتلفز لم يحظ بقدر من الاهتمام والدراسة والبحث مثل ما حظيت به قضية الخطاب الأدبي والبلاغي والحجاجي، حيث شكل أهم الإشكالات التي بدأت تفرض نفسها على المفكرين والباحثين ومؤسسات الإعلام والفكر والجامعات ومختلف المؤسسات السياسية والدينية والاجتماعية... حتى بات الخطاب التلفزيوني يلعب دوراً كبيراً في عملية نشر الثقافة والبنى الثقافية للمجتمع، وذلك نظراً لإمكانياته في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من أفرادِهِ، وانتشاره الواسع داخل المجتمعات، حيث يقدم هذا الأخير تنوعاً خطابياً لا مثيل له من حيث طرق العرض، والأساليب الإقناعية وتنوع المواضيع التي تنعكس بطريقة أو بأخرى على استهلاك الجمهور المتلق له، مشكلاً بذلك عروضاً ثقافية متعددة ومتفاوتة التوجه والإيديولوجيات والجودة في ذات الوقت.

سنحاول في هذا الفصل أن نتعرف على مفهوم الخطاب ومختلف الإشكالات التي تحوم حول تحديده، لنتجه بعدها إلى البحث في قضية الخطاب التلفزيوني كونه أساس موضوع دراستنا كمحاولة سوسولوجية لفهم واقع هذا الخطاب ضمن مدخل التحليل النقدي للخطاب لنورمان فيركلاو Norman Fairclough، وما يشكله هذا الأخير من سوق استهلاكية طالت جل الشعوب والمجتمعات.

## 1- الخطاب وفلسفة المفاهيم:

للقوف على مفهوم الخطاب كان لزاما علينا أولا وقبل كل شيء أن ننقب ونتصفح المصادر والمراجع الخاصة بالموضوع، لرصد أهم التعريفات التي يمكننا الاستدلال بها في هذا العمل، وقد بدأنا ذلك بالتعامل مع كتاب "لسان العرب" لابن منظور، الذي وقف مباشرة على أصل الكلمة ومعناها باعتبارها تعني "الخطاب والمخاطبة أي مراجعة الكلام، ونقول قد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا، وهما يتخاطبان، والخطبة مصدر الخطيب وخطب الخطيب على المنبر، واختطب يخطب خطابه واسم الكلام الخطبة" وبذلك فالخطاب وفق هذا المنظور مرتبطا كل الارتباط بالكلام (ابن منظور، 1955: 361).

وقد ورد في القرآن الكريم صيغتان للخطاب:

الأولى، صيغة متعلقة بالمصدر في قوله تعالى: «فقال أكفنيها وعزني في الخطاب» سورة ص الآية 22، وقال عز وجل «وشددنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب» سورة ص الآية 19، وقوله تعالى «رب السماوات والأرض وما بينهما الرحمن لا يملكون منه خطابا» سورة النبا الآية 37.

والثانية، صيغة مرتبطة بالفعل وقد وردت في قوله تعالى «ولا تخاطبني في الذين ظلموا إنهم مغرقون»، سورة المؤمنون الآية 27، وقوله تعالى «وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما»، سورة الفرقان الآية 63.

وقد ذهب الأمدي في تعريف الخطاب تعريفا بيانيا، بحيث ربطه بمنطق معرفة الأحكام الشرعية، على اعتبار أن اللفظ يراد به الإفهام. وهو ما ينطبق على الخطاب الديني الذي سنعرضه لاحقا.

يعد مصطلح الخطاب Discours من المصطلحات التي أفرزتها الدراسات اللسانية الحديثة، خاصة بعد ظهور كتاب دي سوسير F. Désaussure "محاضرات في اللسانيات العامة" الذي تضمن المبادئ الأساسية له، التفريق بين الدال والمدلول، و اللغة كظاهرة

اجتماعية، والكلام كظاهرة فردية، وبلورته لمفهوم "نسق" أو "نظام" ليتطور لاحقا ليصبح معبرا عن البنية.

ويشير مايكل شورت Michael Short في تعريفه للخطاب على أنه "اتصال لغوي، والذي يعتبر صفقة بين المتكلم والمستمع، ونشاطا متبادلا بينهما وتتوقف صيغته على غرضه الاجتماعي" (ميلز، س. 2004: 03)، وهذا يعني أن الخطاب يمثل تجربة دينامية تساهم فيها عدة أطراف والتي تتصل فيما بينها عن طريق عملية التفاعل، وذلك قصد تحديد الأدوار والوظائف كل حسب موقعه باعتباره الوارث الشرعي له من حيث تفسيره وتشكيله في وعيه ووفق مرجعيته ورؤاه، من أجل الوقوف على أكبر قدر من المقروئية والمشاهدة لتشكيل الرؤى والتي تعد بنيات تساهم في عملية بلورة الإنتاج الفكري التواصلي المتنوع، باعتبار أن القراءة هي أول الفهم، والفهم ينجر عنه إنتاج المعنى، وبذلك تكتمل صورة التلقي والفهم لغاية إنتاج المعنى.

كما عرف هاريس Haris الخطاب على أنه "مجموعة من الجمل التي لها معنى" (الإبراهيمي، خ. 2000: 58) مؤكدا على أنها هي غالبية الوحدات الأساسية لتحليل الخطاب. في حين يؤكد باتريك شارودو P. Charaudeau بأن الخطاب هو عبارة عن معادلة تتكون من الملفوظ والموقف التواصلي.

$$\boxed{\text{خطاب}} = \boxed{\text{موقف تواصلي}} + \boxed{\text{ملفوظ}}$$

أما إيميل بنفست E. Benveniste فقد عرف هو الآخر الخطاب على أنه "كل مقول أو قول يفترض متكلما ومستمعا وتكون لدى الأول أو الطرف القائل نية التأثير في الثاني بصورة ما" (Benveniste, E. 1966: 16) وهو يركز على شكلين منبثقين من الخطاب ألا وهما: الملفوظ والتلفظ أو التحدث، حيث أشار إلى أن الملفوظ يشير إلى "مجموع الوقائع الكلامية أو اللغوية التي يقوم بها المتكلم وهو تمثيل جزئي للتلفظ يؤديه المتلفظ مؤكدا أو أمرا أو مفترضا" (Benveniste, E. 1966: 16).



أما التلفظ فهو فعل استعمال اللغة من أجل إنتاج نص ما، ويمكن القول أن مفهوم التلفظ لدى بنفست هو نفسه مفهوم التخاطب الذي تحدث عنه الفكر العربي قديماً، ولعل ما جعل اسمه لامعاً في دراسة وتحليل الخطاب هو عدم تركيزه على الخطاب بصفته بنية لغوية خاصة فقط، بل تجاوزها إلى الوقوف عند ظروف إنتاجه مراعيًا في ذلك المخاطب (المتكلم) وطريقة تأديته لخطابه والكيفية التي يتلقى فيها المخاطب لهذا الخطاب وفق مرجعيات معينة وفي زمان ومكان محددين، أي أنه مرتبط بلحظة إنتاجه.

ويعرف الخطاب على أنه تلك "الطريقة المعينة للتحدث عن الواقع وفهمه، وهو مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاجها وانتشارها واستقبالها، مما يؤدي إلى إنشاء أو فهم الواقع الاجتماعي" (شومان، م. 2007: 25) هذا التعريف يوحى في دلالته إلى أن الخطاب هو "ظاهرة معرفية اجتماعية مركبة" لأنه معطى معرفي يمس كل ما له علاقة بالإنسان والوعي والإدراك والمجتمع، وهو أرضية خصبة متنوعة التضاريس والمظاهر. أي أنه يعبر عن مجمل الأشياء التي تكوّن العالم الاجتماعي بما في ذلك هويتنا، بمعنى آخر أن الخطاب ما هو إلا واقعا الاجتماعي وإدراكنا لذواتنا وهويتنا، وبدونه لا يمكننا الحديث عن الواقع الاجتماعي ولا فهم واقعا وتجاربنا وحتى أنفسنا وذواتنا. لذلك يمكننا القول أن مفهوم الخطاب هو في حقيقة الأمر مسألة شائكة ومعقدة ضمن فسيفاء الكتابة، لارتباطه بحقول معرفية متباينة، ولكونه يتعلق بعلوم اللسان الذي تم التعامل معها باحتشام بسبب تركيزها على اللسان لا على الكلام، فإنه يمكننا القول إجمالاً أن الخطاب هو وحدة تواصلية إبلاغية متعددة المعاني ناتجة عن مخاطب ما موجهة إلى مخاطب معين، عبر سياق معين، وهو يفترض وجود سامع يتلقاه، وهو مرتبط بلحظة إنتاجه، ولا يتجاوز سامعه إلى غيره وهو يدرس ضمن لسانيات الخطاب.

أما الخطاب بلاغياً فهو مجموعة من الجمل منطوقة كانت أو مكتوبة، تكون في حالة الاشتغال على موضوع محدد يكون بين الكلام والفهم، ويسعى التلفظ به إلى التأثير في

المتلقي بواسطة فرضيات ورؤى وأحاسيس، مما يتطلب مبدئياً ديمومة في إنتاجه وتلقيه ويتطلب كذلك تماسكا داخليا وتديلا مقنعا وصورا تعبيرية ولغة واضحة.

إن فعل المحادثة هو الذي دفع بالكثير من المهتمين إلى البحث والاستقصاء عن مفهوم الخطاب في ظل العوامل المحيطة به ، إذ يمكننا أن نستدل على أنه تلك "الشبكة المعقدة من العلاقات الاجتماعية والسياسية التي تبرز الكيفية التي ينتج فيها الكلام كخطاب ينطوي على الهيمنة والمخاطر في الوقت نفسه" ( فوكو، م. 2007: 7)، وبعبارة أخرى فإن جملة الضغوطات والقيود التي تمارسها عادات وقيم المجتمعات، هي التي تحدد ما يمكن قوله وما لا يمكن قوله أو كتابته، إنها قيود نابعة أساسا من الإرث الثقافي وهي عبارة عن "شفرات الثقافة"، وفي مواجهة ذلك يمكننا أن نتحدث عن الرقابة المعرفية المفروضة والمهيمنة التي يمارسها أصحاب حقل معرفي ما على أهلية المتحدث وصحة خطابه ومشروعيته.

فالخطاب ببساطة يشير إلى "طريقة معينة للتحدث عن الواقع وفهمه، كما أنه عبارة عن مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج الكتابة وانتشارها واستقبالها، مما يؤدي إلى إنشاء أو فهم الواقع الاجتماعي" (شومان، م. 2007: 25)، خاصة وأنا ندرك مليا بأن الخطاب يظهر لنا دائما في شكله المتحرك والمتغير، كما أن له جمهورا وهدفا مقصودا، ويتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية.

تبرز إذن مكانة الخطاب في كونه أداة ذات أهمية في تكوين أفعال الجماعة وصناعة السلوكيات، ضمن ممارساتهم الاجتماعية اليومية، لكنها تظل في الوقت نفسه عبارة عن مجارة متعددة لاستعمالات متفرقة. كما أن غياب التواصل سيؤدي حتما إلى انعدام السلوك الإنساني، لذلك ينبغي في نفس الوقت أن تكون اللغة المستعملة أداة تواصل تكشف الأفكار وتنقل المعارف بشكل واضح وقابل للإدراك والوعي.

"يشير الخطاب إلى طريقة ما في الكلام وقد نعني به المكتوب والمنطوق، على حد سواء والذي قد يعطي معنى لخبرات من منظور محدد وعليه، فإنه يسهم في تصور يخص الهويات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية ونظم المعرفة والمعاني" (بدوي، أ. 2009: 187)، كما أنه لا ينتج من فراغ، بل في إطار سياق اجتماعي وثقافي وتاريخي محدد.

أكد بول ريكور Paul Ricœur "أن الخطاب هو الواقعة اللغوية" (ريكور، ب. 2003: 04) التي ما تفتأ أن تتحول إلى واقعة أدائية وإنجازيه (سلوكية) من خلال تأثيرها في المرسل إليه ذهنياً وسلوكياً، بمعنى أنها تسعى جاهدة للتأثير في الذات المستقبلية لهذا الخطاب.

إذا تأملنا جملة التعريفات الموضوعية والمصوغة للخطاب، فإننا سنجد أنها لا تخرج عن كونها تحدد الخطاب، إما باعتباره كلاماً متبادلاً بين الأفراد الذين يعيشون عملية التواصل كمخاطبين أو كمتلقين أو مخاطبين، وهو الأمر الذي يطرح ويبرر في ذات الوقت العلاقة بين اللغة والكلام، وإما أنه طريقة التعبير عن الفكر التي يعبر عنها الفاعلون في كلامهم لمختلف قضاياهم وهو ما يطرح مسألة العلاقة بين اللغة والفكر باعتبار أن "كل طرق الفكر تمر عبر اللغة" (حيمر، ع. 2008: 17) بحسب تعبير هايدغر، لنصل إلى محاولة تبني تعريفه بالتركيز على وظيفته الاتصالية والتواصلية، بين الأفراد والجماعات ضمن عملية تدبرهم لشؤونهم الخاصة والعامة وتبادلهم الرسائل، سواء كانت تلك الرسائل كلام على شكل نصوص شفوية أو كتابة على شكل نصوص مكتوبة، ما يطرح العلاقة بين اللغة والمجتمع، وبين هذه التحديدات الثلاثة، يمكن القول أن الخطاب لا يمكن أن يخرج عن نطاق يجمع بين علاقات اللغة والكلام، واللغة والفكر واللغة والمجتمع، وبين الممارسة الاجتماعية أو الفعل الاجتماعي كنتيجة حتمية لتفاعل العلاقات فيما بينها.

وإذا ما قلنا أن الخطاب في حد ذاته يعيد إنتاج الثقافة أو العالم، فإننا نعني بذلك أن الإنسان عندما يتكلم يعيد في خطابه إنتاج ما حدث، وإنتاج تجربته الذاتية بما حدث، أما متلقي هذا الخطاب أي المستمع إليه، فيقوم أولاً بإدراك الخطاب، ليذكر لاحقاً من خلال

ذلك الخطاب ما أعيد إنتاجه من أحداث ووقائع وخبرات وتجارب. في ظل هذا التبادل والتحاور الخطابي بين الملقى والمتلقي، المتكلم والمستمع ليكتسب فعل الخطاب وظيفتين جوهريتين: الأولى، وظيفة تمثيل الواقع من خلال زاوية نظر المتكلم، والثانية، وظيفة إعادة خلقه من جديد، إذا ما تم النظر إليها من زاوية نظر المتلقي أو المستمع.

هذا وقد أشار "بيرس" Charles Sanders Peirce في هذا الصدد إلى أن الخطاب لا يعتبر صياغة لغوية فقط، بل يتعداه إلى منطوق الأفعال، أي أنه منطوقاً للسلوك اللغوي وبالتالي دعوة للفعل، وقد ركز أيضا "إيكير" Ikir في نفس السياق على أن الخطاب أو النص يعبر عن مصيره وغايته الجوهرية التي تتمثل أساسا في الفعل، فيما ذهب "هابرماس" Habermas إلى اعتبار المعرفة فعل اتصالي والعقل أداة اتصال الله بالعالم عن طريق الكلام أو المعجزة، كما وأشار "بلوندل" Blandell أن الفعل هو سر الوجود، لكن في مقابل ذلك حدد كارل ماركس Karl Marx وظيفة الفكر بتغيير العالم وليس فهمه متنقلا بذلك من العقل إلى الفعل. وبهذا يصبح للخطاب بعدا سلوكيا يهدف إلى التغيير الثقافي والاجتماعي، فهو يوحي أحيانا بالقهر والإلزام والأمر.

لا بد من القول هنا أن الخطاب بهذه القدرة السحرية يحاول تحويل الوجود تحويلا رمزيا يظهر جليا في التمثيلات والتصورات والمفاهيم التي تشكلها عن أنفسنا وذواتنا وعن الآخرين، محدثا بذلك التواصل الذي يصبح ضروريا لالتقاء الناس واجتماعهم وتبادلهم الخبرات المادية والرمزية، "فليست قدرة الإنسان على الاعتبار والتعقل والتفكير في ذاته والعالم، وعلى التواصل والتبادل والاختراع والابتكار، دون غيره من الحيوانات إلا قدرة على إنتاج تمثيلات - تتشكل باللغة - عن أحوال الذات والعالم، وممارستها بالفعل لتحقيق التواصل مع الآخرين، أي لإعادة إنتاج الاجتماع البشري" (حيمر، ع. 2008: 20). إن هذه القدرة ليست مجرد استعداد فطري يتميز به الأفراد بقدر ما هي تطبع فيهم، ناتج عن الجدال الدائر بين الثنائيات المعروفة، بين الأنا والآخر، بين الذاتي والموضوعي، بين

الداخل والخارج، بين الفردي والجماعي... أين يتحول بموجبه الطرف الأول الملقى إلى ثاني متلقي ويتحول الطرف الثاني المتلقي إلى أول ملقٍ تحولاً مستمراً.

هذا ولا بد أن نشير إلى أن الخطاب في حد ذاته يستخدم استراتيجيات محددة ذات أبعاد محددة أيضاً قصد التأثير ومن بين أهم هاته الأبعاد يتم التركيز أولاً: على البعد التخطيطي الذي يتم تحقيقه من خلال المستوى الذهني للمتلقي، أي على مستوى التمثلات، والوعي والمعرفة، ثانياً: البعد المادي بحيث يتم تجسيد هاته الإستراتيجية لتتبلور فعلاً وممارسة أي ضمن السلوك اليومي للفاعلين الاجتماعيين.

### 1.1 - عناصر الخطاب السياقية:

يشير كل من جيوفري لينش ومايكل شورت J. Leatch & M. Short إلى أن الخطاب هو "تواصل لغوي يُنظر إليه باعتباره عملية تجري بين متكلم ومستمع، أو تفاعل شخصي يحدد شكله غرضه الاجتماعي" (Hothorn, 1992 : 189)، وفق هذا التعريف يمكن الإشارة إلى أنه توجد عدة عناصر تشترك في بلورة عملية التواصل الخطابية التي يمكن إجمالها في ما يلي:

- المرسل
- المرسل إليه
- الوسيلة
- العناصر المشتركة مثل العلاقة بين طرفي الخطاب والمعرفة المشتركة والظروف الاجتماعية العامة بما تثيره من الافتراضات المسبقة والقيود التي تؤطر عملية التواصل (الشهري، ع.2003: 39). لا بد لنا من الإشارة هنا إلى أن العناصر السياقية للخطاب التلفزيوني الذي هو موضوع دراستنا، تمثل الخطاب الديني المتلفز لقناتي الشروق TV والجزيرة الإخبارية كنموذجان، والذي يمثل الفقيه الفضائي المرسل في مقابل جمهور النسوة كمتلقين لهذا الخطاب المرسل إليه.

## 2.1- أنواع الخطاب:

وضع منتجوا الخطاب ودارسوه تصنيفات عديدة للخطاب ضمن توصيفات كثيرة، ترتبط بملفوظه كالخطاب اللساني، الخطاب السردى... وتتعلق أيضا بقناة الاتصال كالإذاعي، والصحفي، والتلفزيوني... كما توجد خطابات ترتبط بإحالاتها المرجعية وأسبقيتها كالخطاب الديني، والسياسي، والتاريخي، والقضائي... وبين هذا وذاك ترتبط الخطابات التلفزيونية هي الأخرى بإحالاتها المرجعية لتصبح تصنيفات حديثة تعبر عن حاجة الجماهير لسوق خطابية استهلاكية تساعدهم على عملية الذهاب والإياب رغبة منهم في اقتناء الخطابات والمعاني التي توحى إليها هذه الخطابات في مسارها التنشؤي ومعايشتها اليومية.

ومن خلال وجهة نظر بحثية بحتة وبالرغم من وجود بنية واحدة للخطاب، إلا أنه يبدو لنا وكأنه يتدرج من الأكثر إلى الأقل تعقيدا، ومن الأعمق إلى الأقل عمقا... وعلى هذا النحو تتدرج أبرز أشكال الخطاب:

### 1.2.1 - الخطاب الديني:

من أكثر الخطابات عمومية بمختلف أشكاله ومدارسه وتنوعاته، سواء كان مقدسا أو دنيويا، إلهيا أو إنسانيا، وحيا أو إلهاما، نقلا أو عقلا... فإن الخطاب الديني يمتاز بكونه سلطويا وأمريا وإذعانيا، حيث يطالب بالإيمان بالغيب وبالقضايا العقديّة، ويعتمد على التصوير الفني وإثارة الخيال والحياة المستقبلية وما تحويه من وعود وخلص من آلام البشر.

أما بخصوص الخطاب الديني الإسلامي فهو "الخطاب الذي يستند لمرجعية إسلامية من أصول القرآن والسنة، ومن سائر الفروع الإسلامية الأخرى، سواء أكان منتج الخطاب جماعة إسلامية أم مؤسسة دعوية رسمية، أو أهلية أم أفرادا متفرقين جمعهم الاستناد للدين، وأصوله مرجعية لرؤاهم وأطروحاتهم، ولإدارة الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية

والثقافية التي يحيونها، أو للتفاعل مع دوائر الهويات القطرية أو الأممية أو دوائر الحركة الوظيفية التي يرتبطون بها ويتعاطون معها" ( بغداد، م. 2010: 25). يمكننا القول من خلال هذا الاقتباس، أنه مادام الخطاب الديني الإسلامي برمته، ومهما تعددت وتنوعت موضوعاته، فإنه يستند إلى مرجعية دينية واحدة، وقراءات متعددة وأساليب عرض خطابية مختلفة. وعليه لفهم هذا الخطاب وتحليله ينبغي إخضاعه للأليات والتقنيات التي وضعها الفكر الإسلامي نفسه، بما يتوافق والمرجعية الدينية الأساسية من جهة ومن الغاية المرجو بلوغها من هذا الخطاب، الذي يحقق انسجام مضمونه من جهة أخرى. إنه "عملية اتصالية تنطلق من توجيه الرسالة من المصدر وهو الشارع متخذة من النص الديني قرآنا أو سنة قناة أو وسيلة، وصولا إلى المكلف وهو المستقبل، والهدف هو إنتاج فعل بشري مهما كانت نوعيته أو إطاره" ( بغداد، م. 2010: 28). هذا ويمكن تحديد طبيعة الخطاب الديني باعتباره:

- خطابا عقائديا كما هو في علم الكلام أو باطنيا كما هو في التصوف أو تشريعيًا كما هو في الفقه وأصوله.
- خطابا يقده الناس حتى يصبح بديلا عن المقدس ذاته.
- له أصول وفروع.
- به حق وباطل.
- يوجد فيه فرقة ناجية وفرقة هالكة.
- يعتمد على سلطة النص أكثر من اعتماده على سلطة العقل.
- يعتبر نفسه متميزا بل وحكما على باقي الخطابات.
- يتوحد به الحكم بحيث يصبح الخطاب الديني والسياسي واحد.
- تكثر المذابح والحروب، ويتم تكفير المخالفين باسمه.
- أقدم الخطابات تاريخيا.

- يؤدي أحيانا إلى الغرور والتعصب والتعالي، ولا يقبل الحوار لأنه خطابا أخلاقيا يعتمد على سلطة القاتل وإرادته.

- لا يحتاج إلى مقاييس للصدق إلا من صدق القائل.

### 2.2.1 - الخطاب الفلسفي:

تخرج على يدي الخطاب الديني لكنه حاول في مقابل ذلك نزع الجانب العقائدي النقلي السلطوي وتحويله إلى خطاب عقلي برهاني. ويمتاز هذا الخطاب بعدة صفات ومؤهلات جعلته متميزا عن باقي الخطابات من خلال كونه:

- خطابا حواريا، يمتاز بمناقشة الرأي والرأي الآخر.

- قادر على التعميم والتجريد والصياغات النظرية للقوانين، إنساني النزعة ومنفتح على الآخر.

- يخاطب جمهور العقلاء بصرف النظر عن انتماءاتهم الدينية والعرقية والسياسية.

- في خصام مع الخطاب الديني كونه يعتبر منافسا له على المعرفة والسلطة.

- دافع عنه ووقف معه ونظر له كل من سقراط، الحلاج، السهروردي وسيد قطب وكثيرون من شهداء الموقف الفلسفي.

- تقدمت البشرية من خلاله.

- لطالما ازدهرت به الحضارات وعرفته متميزا عن باقي الخطابات الحضارية مثل

الحضارة اليونانية والإسلامية والأوربية الحديثة.

### 3.2.1 - الخطاب الأخلاقي:

إنه الخطاب الذي زواج وجمع بين الخطابين الديني والفلسفي، إنه خطاب الفضائل

في ذم الرذائل ومختزل العقائد والنظريات إلى سلوكيات فاضلة ومعاملات حسنة، وقد

اعتبرت الأخلاق جوهر الأديان وسيق على أساسها المشروع الذي لم يكتمل لدى دوركايم

ولم يرى النور كعلم قائم بذاته وهذا هو علم الأخلاق.



**4.2.1 - الخطاب القانوني:**

إنه خطاب الأوامر والنواهي الذي على أساسه تستقيم الشعوب وتتنظم وتضبط في ظل ممارساتهم وتعاملاتهم، وهو لا يعدو منفصلا عن الخطاب الديني والفلسفي والأخلاقي بقدر ما جاء تجسيدا واحتكاما لسلطة العقل في تنظيم وتسيير حال البلاد والعباد ويمتاز بكونه:

- خطابا عاما شاملا للناس ككل، يضبط قواعد السلوك ويعاقب كل من خرق القانون.
- يعتمد على العقاب أكثر من الجزاء.

**5.2.1 - الخطاب الاجتماعي والسياسي:**

إنه الخطاب الذي يتحول من الديني بعدما اختزل عديد المرات إلى الخطاب الإنساني الصادر من وإلى المجتمع، نذكر على سبيل الحصر خطب الزعامات السياسية والحزبية، رؤساء الدول والحكومات ورجال الأعمال... "في هذا الخطاب يتم الكشف عن صراع الأهواء والمصالح والإرادات والقوى الاجتماعية والسياسية في حراك اجتماعي بالرغم مما يبدا في المجتمع إلى الأمام أو تجذبه إلى الخلف في مسار تاريخي تحكمه قوانين التاريخ" (مشاقبة، ب.2010: 116)

**6.2.1 - الخطاب الإعلامي:**

يسعى هذا الخطاب إلى التبليغ والإخبار عن مختلف الحوادث قصد التأثير في اتجاهات المتابعين المستمعين والمشاهدين وتوجيههم ضمن اتجاه خاص. ويعتبر الخطاب الإعلامي من أكثر وأشهر أشكال الخطابات كونه "الطريق الذي يؤدي إلى القوة في السياسة والاقتصاد" (مشاقبة، بسام.2010: 117).

## 2- الخطاب الإعلامي:

شكل الخطاب تحدياً للباحثين بسبب تعدد مجالاته وأطره المعرفية (الفلسفة، السياسة والاتصال.....)، باعتباره مفهوماً متجذراً ومتأسلاً في التاريخ الإنساني، باتخاذ أبعاداً ومساحات معرفية واسعة ودلالات وتأويلات متباينة ومختلفة، بحيث تؤكد أهميته في عملية صنع الواقع والسيطرة عليه وكذا التلاعب بعقول الجماهير وتوجيهها - وفق إيديولوجيات مسطرة مسبقاً تخدم أهدافاً سياسية في غالب الأحيان وتشرعن عمل الحكومات - بتشكيل صور وتصورات اتجاه مختلف القضايا.

تزايدت الدراسات التي عنيت بالبحث في تحليل الخطاب الإعلامي وتفكيك شفراته من خلال الكشف عن مضامينه الظاهرة والكامنة، باعتبار أن هذا الأخير يمثل عملية اتصالية متكاملة تبدأ من منتج الخطاب الإعلامي الذي ينطلق في غالب الأحيان من فكرة مسبقة أو قضية حاملة لوجهة نظر معينة تجاه حدث ما أو قضية معينة يسعى إلى إيصالها للجمهور بعد أن يتم دراسته والتعرف عليه وعلى طبيعته واتجاهاته من أجل إقناعه والتأثير فيه من حيث قراراته وسلوكياته وقيمه بما يتماشى ومصالح وتوجهات منتج الخطاب.

وبذلك يمكننا القول بأن الخطاب الإعلامي هو عملية إقناع بالواقع وتصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها بغض النظر عن طبيعة هدفه الذي يتمثل في عملية الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، كما ويتسم بطقوس معينة وله عدة خصائص وأبعاد. (شومان، م. 2007: 117)، وعملية إقناع الواقع هاته ما هي في حقيقة الأمر إلا عملية إدخال واستبدال للعلاقات الاجتماعية المعاشة مكان المتخيل الوهمي الذي يسعى جاهداً على تزيين الوعي عبر أقنعة تحول دون التعرف إلى ما هو واقعي وحقيقي.

تتم هذه العملية وفق نظام محكم يعبر عن أهداف وإستراتيجية المخطط الإعلامي الذي يُروم له باعتباره منتج الخطاب ومحور وظائفه الأساسية، خاصة عندما يتعلق الأمر

بالخطاب التلفزيوني نظرا لما لهذا الأخير من تأثير على العقول وتزييف للوعي وهيمنة على مختلف أنواع الخطابات الإعلامية الأخرى وما يمارسه من عنف رمزي.

## 1.2- الخطاب التلفزيوني:

يتميز التلفزيون عن باقي وسائل الإعلام باستخدام حاسة البصر بالدرجة الأولى، إلى جانب حاسة السمع، وبحاسة البصر هاته "يكتسب الإنسان نحو تسعين بالمائة من معلوماته" (الزعير، س.2008 : 24) فالصورة التلفزيونية تشكل عامل جذب وإثارة نفسية، إثارة العواطف، لتلقي الرسالة الاتصالية مهما كان مضمونها ونوعها، إذ توجد بعض الصور التلفزيونية التي تصدمنا وتغشي أحاسيسنا، بل تطبعنا لعدة دقائق قبل أن تتحول إلى صور ذهنية نتذكرها عدة ساعات، أو أيام بعد رؤيتها، وهناك البعض منها ما يستقر بذاكرتنا طوال حياتنا، فيمكننا أن نقارن هذه الصور التلفزيونية بقذائف مرسلّة من قبل مبدعين مرسلين حسب مسافة معينة - البث - وذلك من أجل الوصول إلى أهداف معينة مرسل إليه، (حميلي، ف.2012: 238)، وبالتالي استخدام أو توظيف الصورة ما هو إلا آلية لإنتاج الإثارة والعواطف والأهواء.

إن العمل التلفزيوني الناجح هو العمل القائم على استخدام الصورة بصفة أساسية، كونها أساس الخطاب التلفزيوني بمختلف نواحيها الفنية المتعددة وما يتضمنها من عمليات التقطيع والمونتاج، بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية والألوان والإضاءة والديكور والإكسسوارات وما تحمله من أبعاد دلالية وسيميولوجية.

تعتبر عملية التعرض للخطاب التلفزيوني ميزة من المميزات التي يتميز بها التلفزيون، فالمشاهد يتلقى الخطاب المتلفز وهو في حالة استرخاء ذهني وقبول نفسي لما يتلقاه الفرد مع أفراد أسرته، محققا بذلك نوع من الألفة مع هذا الخطاب الشخصيةالمواقف... في ظل تكرار مضامين البرامج وتنوعها، وأمام تقديم نفس الموضوع بل ونفس الفكرة بقوالب وأشكال متعددة دون أن يشعر المشاهد بالملل والضيق وهو ما

يحقق التأثير المطلوب. فضلا عن قدرته على تخطي الحواجز المكانية والزمانية ومخاطبة أكبر قدر ممكن من الجمهور أينما وجدوا، إضافة إلى تخطيه حاجز الأمية خاصة عندما يتعلق الأمر بمهارة القراءة.

تترسب مجمل القضايا التي يتبناها الخطاب التلفزيوني في عقول وذهنيات المشاهدين على المدى الطويل، وهو ما ينجر عنه تغييرا على مستوى الوعي وإدراكا جديدا اتجاه مختلف القضايا أو الأشياء، كما أنها ترسخ قيما وانطباعات وهويات ثقافية واجتماعية ...، وتستبدل تصورات بأخرى يصنعها التلفزيون بحكم التعرض المتكرر والمتراكم للبرامج المشاهدة، وهو الأمر الذي من شأنه التأثير في تكريس القيم والعادات الموجودة فعلا، ويساهم في صناعة نماذج قيمية وهوياتية جديدة.

الخطاب التلفزيوني ما هو إلا نوع من أنواع الخطاب الإعلامي، الذي يُسخر التلفزيون كوسيلة اتصالية لإيصال مختلف مضامينه ورسائله المتنوعة إلى جمهور واسع مختلف الرغبات والتوجهات، يعتمد على تقنيات متباينة وأساليب متفاوتة قصد الوصول إلى عملية التأثير والإقناع متخطيا بذلك الحواجز الجغرافية. إنه شكل من أشكال الأنشطة الاتصالية التي تتضمنها مختلف البرامج التلفزيونية والتي تقدم إلى جمهور المشاهدين عبر قوالب فنية متنوعة وبأساليب مختلفة لأجل تحقيق أهداف مقصودة من خلال رسم تصورات المشاهدين وقيمهم وسلوكياتهم بصفتهم فاعلين اجتماعيين منفاعلين مع هذا الخطاب. من هنا يمكننا أن نميز عدة خصائص للخطاب التلفزيوني من حيث أنه :

- خطابا بصريا بالدرجة الأولى، باعتبار أن الصورة التلفزيونية هي ركن أساسي فيه، بجانب اللغة التي تعبر عن مضمون الرسالة الاتصالية، وبذلك تتكامل الصورة واللغة في عملية التأثير.

- خطابا متنوع المضامين، قادر على توظيف خصائص التلفزيون باعتباره وسيلة إعلامية مؤثرة تجمع بين الصوت والصورة والحركة.

- خطابا يعتمد على الإقناع والتأثير خاصة وأن الصورة في حد ذاتها تعتبر وسيلة إقناع، كما أنها تعمل على تشكيل المواقف والاتجاهات والتمثلات والممارسات والسلوكيات، وبالتالي الهويات الاجتماعية والثقافية.
- للخطاب التلفزيوني عدة أنماط أو أنواع فمنه ما هو إشهاري، ومنه ما هو إخباري، ومنه الدعائي والتثقيفي والترفيهي....
- يتخطى الحواجز المكانية والزمانية والسياسية والمعرفية، بحيث يصل إلى الجمهور المتلقي أينما كان.
- يتبنى في معظم البرامج إيديولوجية معينة تعبر عن وجهات نظر مروجيها، وذلك من أجل إقناع الواقع، وفق توجهات وسياسة المؤسسة الإعلامية الممولة للبرامج أو المالكة للقناة تحقيقا للأهداف المسطرة مسبقا.

اكتسح الخطاب التلفزيوني كل الصيغ الإرسالية الأخرى، بممارسته أشكال البروز والهيمنة، لدرجة أنه تحول إلى سوق إعلامية داخل المنزل يستعمله أفراد الأسرة بحثا عن المعرفة والترفيه، ويختارون منه ما يلاءم توجهاتهم وتطلعاتهم ومن ثم فهم يستسلمون لمتعته وتأثيره الصريح والخفي، وهذا في حد ذاته يعتبر "تغييرا جذريا من الكلمة المدونة التي هي روح الأدب وعنوان الثقافة الأصيلة، إلى الصورة التلفزيونية التي هي لغة من نوع جديد وخطاب حديث له صفة المفاجأة والمباغته والتلقائية مع السرعة الشديدة، وقوة المؤثرات المصاحبة، وجدية الإرسال وقربه الشديد حتى، لكأنك في الحدث المصور دون حواجز" (الغذامي، ع. 2004: 521)، ومن ثم فالخطاب التلفزيوني وفق هاتاه الآليات والاستراتيجيات يعتبر خطابا استفزازيا لمشاعر الجمهور المتلقي، وأقوى سلطة إقناعية بما يحققه من متعة واسترخاء عقلي من جهة وعنفة رمزي وهيمنة وتلاعب بالعقول من جهة أخرى .

إجمالا يمكن القول أن الخطاب التلفزيوني يتسم بعدة صفات، من حيث كونه يمتاز بالبساطة والسهولة في مشاهدته، وتبني أفكاره المفاجئة تارة، والتلقائية السريعة والمتجددة

تارة أخرى، كما أنه في متناول الجميع إذ لا فرق بين أمي ومتعلم، رجل كان أو امرأة أو طفل. إنه موجه لكافة الفئات والشرائح الاجتماعية بمختلف مستوياتها، كما يسعى إلى تقديم شخصيات معروفة ومحبوبة من طرف الجمهور المتابع وذلك قصد تسجيل أكبر عدد ممكن من المشاهدين مع مناقشة جميع ما يعترض الحياة اليومية لأفراد المجتمع من ثقافة وسياسة واقتصاد وترفيه ودين ..... ليتم بذلك نقل المشاهدين من مستوى القراءة والتفسير إلى مستوى المشاهدة والتأويل، ليصبح في النهاية مصدرا أساسيا لإنتاج القيم والرموز، وتشكيل الوعي والوجدان، والذوق والسلوك، وتكريس السلطة والهيمنة والنفوذ، باعتباره نظاما متكاملًا، ومؤثرا ضمن عمليتي الإرسال والتلقي، في محاولة حثيثة لإعادة تشكيل الواقع وإدراك الذات.

### 3- نورمان فيركلاو والفهم السوسولوجي للخطاب (التحليل النقدي للخطاب):

يعتبر نورمان فيركلاو Norman Fairclough أحد أبرز ثلاث باحثين الذين كتبوا عن التحليل النقدي للخطاب<sup>1</sup>، وقد عرف بإسهاماته كعالم لغة إلا أنه انتقل إلى تحليل الخطاب، وقدم إثر توجهه هذا إسهامات عديدة وذات أهمية بالغة، وضمن هذه الإسهامات قام بتطوير نموذج للتحليل النقدي، قابل للتطبيق على كافة أشكال الخطاب بما فيها الخطاب الإعلامي، وبذلك وسع فيركلاو مجال اشتغاله في التحليل النقدي بحيث شمل كافة العلوم الاجتماعية.

اشتغل نورمان فيركلاو أستاذا للغة والحياة الاجتماعية في جامعة لانكاستر Lankaster في بريطانيا، وله عدد كبير من المؤلفات في تحليل الخطاب منها: اللغة والسلطة Language and Power (1989)، والخطاب والتغيير الاجتماعي Discourse and social change (1992) وخطاب الإعلام Media Discourse (1995)، والتحليل النقدي للخطاب Critical Discourse Analysis (1995)، والخطاب في الحداثة الجديدة Discourse in late Modernity (1999) وحزب عمل جديد، لغة جديدة (2000)، واللغة والعولمة Language and Globalisation (2006)، والخطاب والتغير الاجتماعي المعاصر Discourse and contemporary social change (2007).

1 هؤلاء الباحثين هم: روث ووداك، فان ديك ونورمان فيركلاو

يعتبر التحليل النقدي للخطاب تحليلاً للعلاقات الجدلية بين الخطاب وكل عناصر الممارسة الاجتماعية، ومع ذلك يؤكد فيركلاو أن "التحليل النقدي للخطاب يهدف إلى توضيح كيف أن التغيرات في استخدام اللغة تعكس التغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي ترتبط بعلاقات القوة والهيمنة في المجتمع" (شومان، م. 2007: 95).

صحيح أن فيركلاو Fairclough قد تأثر بشكل كبير باللغويات النقدية، وبأعمال ميشال فوكو Michel Foucault الكاشفة عن طبيعة القوة ووظيفتها في المجتمعات القديمة والحديثة، وبأعمال غرامشي A. Gramsci عن الهيمنة والإيديولوجية، واستفاد بأفكار هابرماس J. Habermas في نظرية الحدائفة، خاصة فيما يتعلق بتأثير الحدائفة بأبعادها التكنولوجية والسياسية والاقتصادية في عالم الحياة اليومية وفي الأفعال التواصلية، كما تأثر بفكر وأعمال كل من أنطوني غيدنز Antony Giddens وبيير بورديو Pierre Bourdieu بحيث ساق تعريفاً سوسولوجياً للخطاب باعتباره اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية معينة، كما أن الخطابات تشكل وتعيد إنتاج الهويات الاجتماعية ومختلف العلاقات الاجتماعية، وتساهم في انتظام وتمثيل الأطر المعرفية والإعتقادية لمستخدمي تلك اللغة، وبذلك يصبح الخطاب القلب النابض لخطاب مؤسسة ما أو حقل معين أو مجال من مجالات المجتمع.

يعطي فيركلاو Fairclough بذلك أهمية بالغة للغة معتبراً إياها جزءاً من الحياة الاجتماعية، بحيث أشار إلى أن محاولاته البحثية وكتاباته المنهجية المتعلقة بالخطاب وتحليل النصوص ما هي إلا مصادر أساسية لتخطي إهمال البعد الاجتماعي في تحليل الخطابات والنصوص، وفي ذلك يقول "تستند معالجاتي في دراسة الخطاب، صيغة من صيغ التحليل النقدي للخطاب، إلى التسليم بأن اللغة جزء من الحياة الاجتماعية لا يمكن اختزاله، وبينه وبين عناصر الحياة الاجتماعية الأخرى علاقة منطقية جدلية تجعل من الضروري أن يأخذ البحث والتحليل الاجتماعي اللغة دائماً بعين الاعتبار" (فيركلاو، ن. 2009: 19)، وبالتالي فالبحث الاجتماعي بصفة عامة بحاجة ماسة إلى التركيز على اللغة وذلك من خلال تحليل الخطاب تحليلاً نقدياً.

كما يقرر - نقلاً عن بورديو - أن تسمية التحليل بالتحليل النقدي "يعد اعترافاً بأن ممارستنا الاجتماعية بصفة عامة، واستخدامنا للغة بصفة خاصة يرتبطان بأسباب وآثار قد

تغيب عن درايئنا تماما في الظروف العادية، بعبارة أخرى فإن الارتباطات بين استخدام اللغة وممارسة القوة كثيرا ما تكون غير واضحة للناس" (شومان، م. 2007: 95-96) وذلك من خلال انسياب اللغة بطريقة سلسلة مباحثة للعقول تتبلور في شكل معطيات أو معلومات ذات معنى، لتتحول بدورها إلى معارف وأفكار تُستساغ لاحقا في شكل تعبيرات لغوية وأنماط سلوكية ومن ثم تشكل انتماءات الأفراد أي هوياتهم. وما دام أننا نشتغل ضمن الحقل الديني، يمكن أن نورد مثلا حول طرق الاستشارة الدينية، الاستفتاء التقليدي بين الشيخ العالم بأمور الدين والفرد المواطن، بحيث يعتبر الشيخ المصدر الوحيد للمعرفة المشروعة دينيا واجتماعيا بشأن استفتاء المعنى. وبذلك يمكن القول أن هذه الممارسات والأدوار وكذا الافتراضات البديهية التي يقوم عليها شكل ومضمون علاقات الهيمنة وكذا القوى السائدة بين الفاعلين الاجتماعيين تبقى غير واضحة بالنسبة لهم بصفتهم مشاركين فاعلين ومتفاعلين فيها، وهو ما يجسد عملية استمرار الهيمنة وسلطة الأفراد التي يكتسبونها من سلطة الحقل في حد ذاته، وما ذلك إلا تأكيد على أن الخطاب ما هو إلا أحد أشكال الممارسة الاجتماعية التي يمكن ترسيخه في هويات الفاعلين الاجتماعيين بطرق ومساعي مختلفة.

وما دام فيركلاو Fairclough يؤكد على استخدام اللغة كممارسة اجتماعية فإن ذلك يعني: أولا أن اللغة طريقة للسلوك - كما اعترف بذلك فلاسفة اللغة - ودراسة العلاقات بين الرموز وتأويلها ومستخدامها واستخدامها؛ ثانيا أن اللغة طريقة للسلوك ذات موقع اجتماعي وتاريخي، ولها علاقة جدلية مع النواحي الاجتماعية الأخرى، ويقصد بالعلاقة الجدلية أن اللغة تتشكل اجتماعيا، كما أنها تؤثر في تشكيل المجتمع (شومان، م. 2007: 97). وبذلك فالتحليل النقدي للخطاب يوازن بطريقة علمية جانبي استخدام اللغة، وتشكيل اللغة اجتماعيا، وتشكيل المجتمع لغويا، بدل ترجيح جانب على آخر. هذه الموازنة في العلاقة ينتج عنها وفي نفس الوقت:

- خلق هويات اجتماعية

- خلق علاقات اجتماعية

- تشكيل نظم من المعرفة والاعتقاد، بمعنى آخر تشكيل تمثلات وتصورات للأفراد.



على هذا الأساس يمكننا القول أن الخطابات المستخدمة، أيا كان نوعها فإنها تسعى جاهدة وبأي طريقة كانت، إلى تشكيل ملامح المجتمع وثقافته.

يشير بذلك هذا المدخل الخاص بالتحليل النقدي للخطاب إلى الدور الفعال للخطاب في تشكيل العالم الاجتماعي، وفي إتاحتها الفرصة لإزاحة اللبس عن العلاقات بين الخطاب والمجتمع، وبين النص والسياق (Le texte et le contexte) وبين اللغة والقوة، على اعتبار أن اللغة "نمط من أنماط الفعل الاجتماعي تتشكل اجتماعيا وتاريخيا، وترتبط بعلاقة جدلية بغيرها من الأفعال والممارسات الاجتماعية، كما أنها تمتلك القدرة على إعادة تشكيل الكل الاجتماعي في ظروف محددة، وعليه فإن المهمة الأساسية للتحليل النقدي للخطاب هي الكشف عن تأثير اللغة وتأثرها بالسياق الاجتماعي" (Fairclough, N.1995 : 131) ولذلك فإن فيركلاو يصف مشروعه بأنه "محاولة للوصول إلى نظرية اجتماعية للخطاب" (Fairclough, N. 1992 : 92)، لكن مشروعه هذا الذي كان يطمح تأصيله كنظرية ضمن النظريات الاجتماعية الحديثة لم يكتمل، بل ولا يزال منهج التحليل النقدي للخطاب يبحث عن تأصيل نظري أو نظرية، هذا من جهة، وفي ذات الوقت يتسم تطبيق هذا المدخل بنوع من التعقيد والصعوبة من جهة أخرى، لدرجة أنه يوجد قلة قليلة استخدمته في بحوثهم السوسولوجية "فعلى الرغم من محاولة فيركلاو تطوير نظرية ومنهجية التحليل النقدي للخطاب، فإنه في النهاية لم يستطع أن يجيب عن سؤال: كيف تؤثر العناصر غير الخطابية في تغيير العناصر الخطابية والعكس صحيح، كما أنه اهتم على نحو مبالغ فيه بتحليل نصوص فردية" (بدوي، أ. 2009: 92) وبالتالي هو "لم يستطع أن يقدم مبررات كافية لحدوث التغير من خلال الممارسة الخطابية" (Orgenson and Phillips,2002 : 73) .

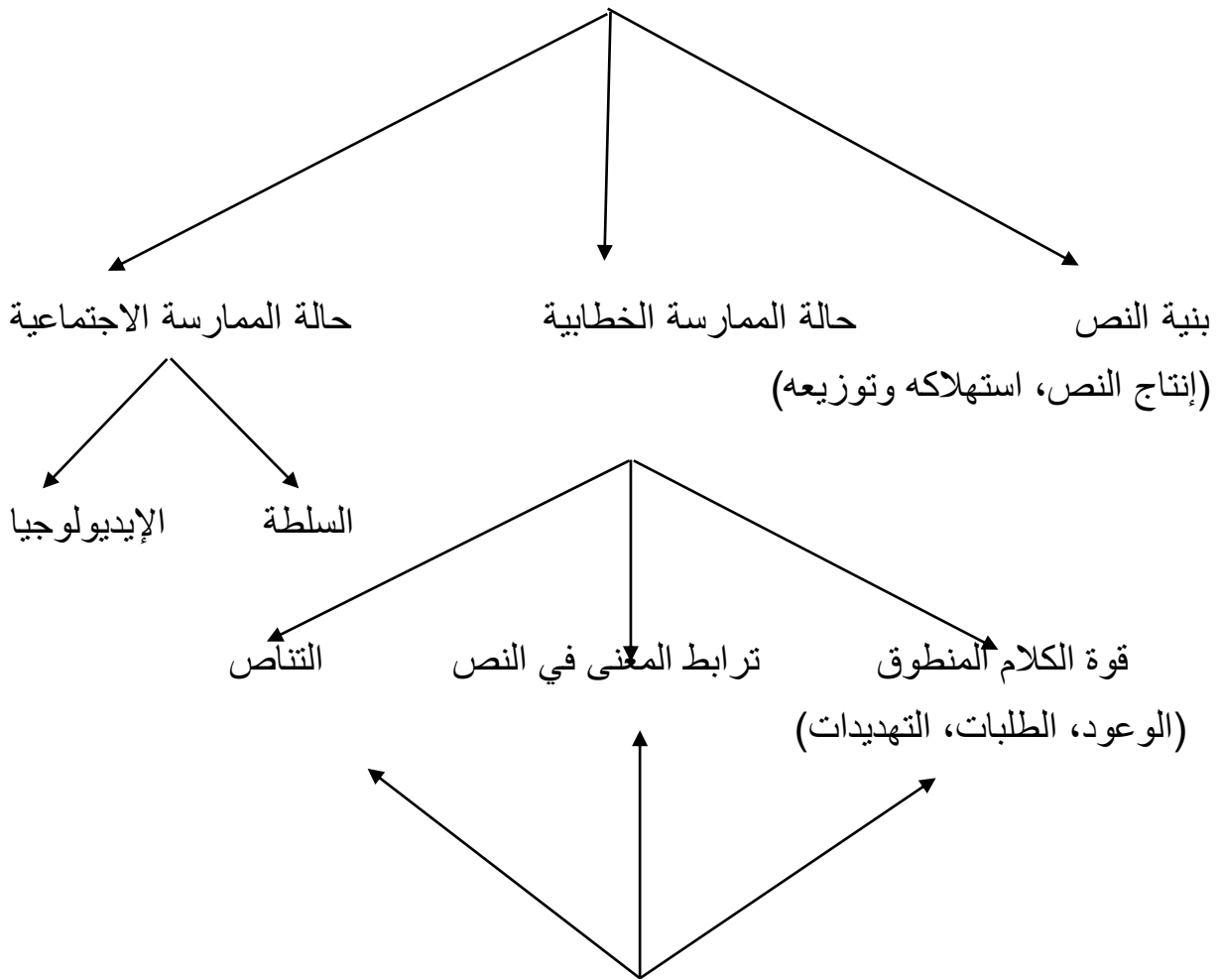
إثر ذلك يحدد فيركلاو Fairclough ثلاثة أبعاد للظاهرة، أو الحادثة الخطابية، فهي أولا وقبل كل شيء حادثة منطوقة ومكتوبة، بمعنى أنها نص Texte، ثم أنها ثانيا جزء من ممارسة خطابية أين يتم إنتاج وتأويل هذا النص ضمن سياق محدد ويتمثل البعد الثالث في كون الحادثة الخطابية جزء من الممارسة الاجتماعية في حد ذاتها، وعلى أساس هاته الأبعاد تتحدد مستويات تحليل الخطاب لديه كالتالي:

1- تحليل البنية اللغوية للنص ( التحليل على مستوى النص).

2- تحليل العلاقة بين الخطاب والحادثة التواصلية من حيث اشتراكهما في إنتاج واكتساب النص (التحليل على مستوى الممارسة الخطابية).

3- تحليل العلاقة بين الممارسة الخطابية والممارسة الاجتماعية (التحليل على مستوى الممارسة الاجتماعية).

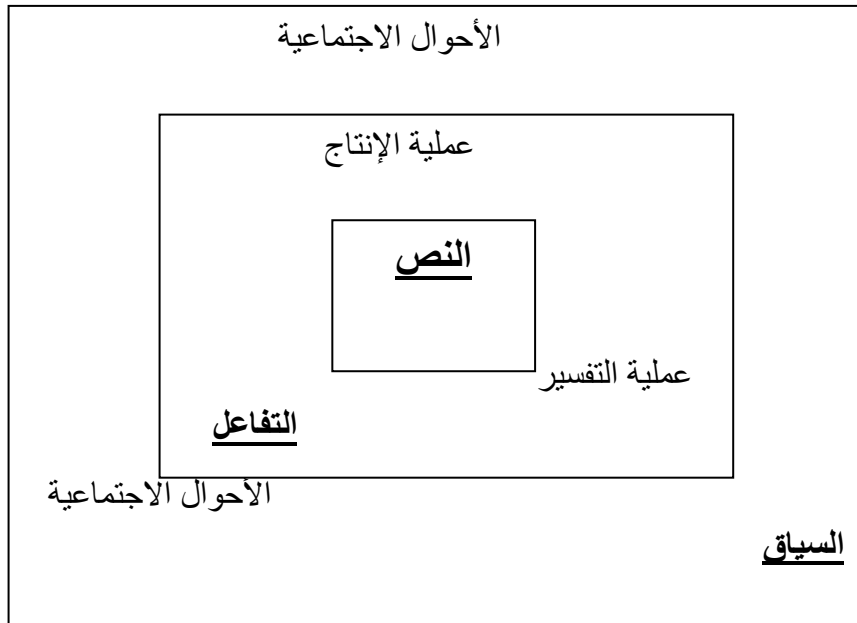
وعليه، فتحليل الخطاب لدى نورمان فيركلاو يتناول:



(إنتاج التفاعل، إنتاج النص وتفسيره)

الشكل رقم 03: مخطط يبين أبعاد التحليل النقدي للخطاب

- انطلاقاً من الأبعاد المدرجة في عملية التحليل النقدي للخطاب، يميز نورمان فيركلاو ثلاث مراحل للتحليل كما أوردناها في الفصل الأول وهي كالتالي:
- 1- مرحلة الوصف: وهو يمثل المرحلة الخاصة بالخصائص الشكلية للنص
  - 2- مرحلة التفسير: التي تختص بدراسة العلاقة بين النص والتفاعل، أي بالنظر إلى النص باعتباره عملية إنتاج، وباعتباره مورداً في عملية التفسير.
  - 3- مرحلة الشرح: وهي تختص بالعلاقة بين التفاعل والسياق الاجتماعي، أي بالتحكم الاجتماعي في عمليتي الإنتاج والتفسير وأثارهما الاجتماعية



**الشكل رقم 04:** الخطاب باعتباره النص والتفاعل والسياق (فيركلاو، ن. 2016: 46) في دراستنا هاته، نستطيع أن نقوم أولاً بتحديد وتوصيف الملامح الشكلية للخطاب نصاً وصورة وحتى على مستوى الأستوديو إن أمكن، أما عندما ننتقل إلى مرحلتي التفسير والشرح فسنحاول التركيز على العمليات المعرفية للمشاركين من أجل استنتاج العلاقات بين الأحداث الاجتماعية (التفاعلات)، ومختلف الهياكل الاجتماعية الثابتة المشكلة لهاته الأحداث والمتشكلة من خلالها. يستدعي هذا العمل مهارات وقدرات منهجية تحليلية كبيرة ومخيال سوسولوجي واسع قصد تقديم تفسيرات معمقة وموضوعية لعلاقات خفية معقدة يحتويها الخطاب، وبالتالي سنحاول قدر الإمكان محاكاة الخطاب وفهم معانيه الظاهرة منها

والباطنة لاستدراج العلاقات الاجتماعية والهويات، من حيث أن هاته النصوص والخطاب تملك نتائج تسببها، أي أنها تحدث تغييرا بصفة مباشرة على مستوى المعرفة التي نملكها، ويمكن أن نتعلم منها، وعلى مستوى معتقداتنا ومواقفنا وقيمنا وما شابه ذلك، كذلك تحدث تأثيرا على المدى الطويل، فيمكن مثلا اعتبار المعايضة الطويلة والمتكررة لبعض الإعلانات، الخطابات التلفزيونية الإشهارية، البرامج التلفزيونية بمختلف تخصصاتها السياسية والدينية منها أن تساهم في تشكيل هوية الناس كمستهلكين، أو هويتهم كذكر وأنثى تأكيدا على الهيمنة... كما يمكن لهاته الخطابات أن ينتج عنها تغييرات في مجالات التربية أو العلاقات الصناعية، وأن تشعل حروبا (فيركلو، ن. 2009: 33) ولربما أحداث 11 سبتمبر 2011 وغيرها من الأحداث التي لا يسعنا ذكرها في هذا المجال لهي خير ما يمكن الاستدلال به، بحيث كثرت الخطابات الإعلامية بمختلف أنواعها وتعددت الإيديولوجيات التي رسخت من فكرة الإرهاب والتطرف والتعصب الديني التي ألصقت بالإسلام والمسلمين ورسخت فكرة العدائية نحوه ونحو الأقليات الدينية المتواجدة في الغرب التي وضفتها بروباغوندا الخطابات التلفزيونية العالمية.

#### 4- آليات الخطاب التلفزيوني وسوق الاستهلاك:

يملك الخطاب التلفزيوني قدرة كبيرة من التوصيل والتأثير لما يختص به من مقومات تؤهله ليكون القالب الذي يهندس أشكال الأنساق الثقافية في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي تشهده الساحة الإعلامية العالمية وعالم الوسائل التواصلية، وهو ما يجعل من هذا الخطاب سلطة تواصلية في حد ذاته متخطيا بذلك الحدود، ومتجاوزا بذلك وظيفة الترفيه إلى وظيفة التأثير في البنى الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، ويبدو أن شعوبنا اليوم انتقلت من عصر الشفاهية إلى عصر استهلاك الصورة مشكلة بذلك سلطة عليه وعلى النص والخطاب المكتوب، و ليس غريبا أن يكتسح الخطاب التلفزيوني بمختلف أنواعه وتمظهراته المشهد الثقافي ليمارس سطوته على المتعلم والأمي، الكبير والصغير، الرجل والمرأة...

حاشرا الجميع في زاوية المستهلك الذي لا يملك خلفية ثقافية تحميه من الوقوع فريسة للصورة التلفزيونية التي يغلب عليها الطابع البراغماتي في الخطابات الإعلانية والدعائية.

يعتبر الخطاب التلفزيوني أحد أهم مصادر إنتاج سوق الاستهلاك - بعد أن تحور دوره التعليمي والتثقيفي الذي انتشر خلال خمسينيات القرن الماضي -، خاصة وأنه يتميز بالسمة الفورية والواقعية للمشاهد الصورية التي تحقق "ضروبا من الإشباع والإرضاء بسبب خواصه الثلاثة المتصلة بالمباشرة والتلقائية والأنية" (جالوسمان، أ. 2000: 97-98)، هاته السمات من شأنها أن تجعل الخطاب التلفزيوني يدخل ضمن دوامة فخ المنافسة حسب تعبير دومينيك وولتون D. Wolton، ما جعل الخطابات التلفزيونية - بمختلف تنوعاتها وحقولها المختلفة - تعيش عصر السرعة وتغطية الحدث بكل ما تملك من مقومات وآليات لترسيخ عملية المشاهدة والمداومة عليها من جهة، والحفاظ على مكانتها التي تحتلها في الشبكات التلفزيونية محلية كانت أو عالمية من جهة أخرى، لتكون بذلك موازية للحقيقة والموضوعية.

وبما أن فلسفة التأثير تقوم أساسا على المنافسة كمحرك أساسي للعولمة، فإن "المنافسة في السوق العالمية تتطلب التكيف مع ثقافة هذه السوق، ولذلك فإن المجتمعات المغلقة على ثقافتها لا يمكنها أن تنافس في عصر المعلومات" (ثابت، أ وآخرون. 2004: 173)، هذه الفلسفة لعبت دورا استراتيجيا وأساسيا نتج عنها حضور قوي لحضارة الصورة والتلاعب بالزمان والمكان، حيث أصبح بالإمكان مشاهدة الأحداث لحظة وقوعها، لينتج عن هذه المشاهدة وجود الإنسان في مجالين مكانيين مختلفين في نفس الوقت، وتوسع المجالات المكانية بمجرد الضغط على جهاز التحكم الذي يعبر عن "سلطة غير عادية لأنه ينقلك من صورة إلى صورة ولا يسمح لك بالانتقال أو العودة إلى الواقع" (الغذامي، ع. 2005: 38) وبذلك سيصبح هذا الجهاز الصغير رابطا - بين المتفرج والتلفزيون أي الخطابات التلفزيونية المتلفزة - يتحكم في المشاهد وليس تحكما منه، كما نتج عن فلسفة التأثير استحداث النظام الرقمي الذي أوجد وسائط متعددة الوظائف والأغراض، قدرة على

تجاوز كل الصعوبات التي تعيق معالجة وتخزين ونقل ودمج المعلومات في قالب واحد "ومحو الحدود الفاصلة بين أشكال تعبيرية كنا نخالها في السابق أشكالا متعارضة، هي النص المكتوب والصوت المنطوق والصورة المرئية" (بال، ف. 1996: 28-29) وهذا في حد ذاته يعتبر تفوقا للخدمات الاتصالية والإعلامية على رأسها التلفزيون الذي عمل على زيادة تأثيره.

وتجسيدا لهذه الفلسفة، يوظف الخطاب التلفزيوني عدة آليات وأساليب - ربما تم ذكرها عرضا في الأسطر السابقة - تساهم في اتساع سوق الاستهلاك وتجعل من مرتادي ومشاهدي هذه الخطابات مدمنين على ثقافة الاستهلاك هاته، بحيث يمكن أن نوجز أهمها في ما يلي:

- التدفق الحر للمعلومات وللبرامج التلفزيونية التي أصبحت تمثل صناعات ثقافية تنتج سلعا تخضع لما تخضع له السلع الأخرى من عرض وطلب، كما أصبح لهذه السلع أسواقا كبرى لا تختلف عن سوق البورصة وسوق الذهب وسوق البترول..... الخ

- تنوع غير مسبوق في البرامج والخطابات المتلفزة بما يتماشى وخيارات المشاهدين، ليجد كل فرد ما يريد ويرغب مشاهدته والاستماع إليه.

- البث السريع والمتواصل للخطابات التلفزيونية على مدار الساعة وطوال اليوم، وبالتكرار المتصل الذي يستجيب لفروقات التوقيت عبر كامل الكرة الأرضية.

- تجزئة الخطابات التلفزيونية الثقافية مثلا أو الدرامية بخطابات تلفزيونية أخرى إعلانية أو دعائية، كالفواصل الإعلامية، التي تقدم بين البرامج، هذه المقاطعة والتجزئة إنما هي في واقع الأمر قطع للسياق النفسي والاجتماعي للمشاهد، وذلك بانتقاله من سياق إلى آخر، وذلك في محاولة جريئة لترفيه إغرائي يبعث على الاسترخاء وإثارة الغرائز، ليكون بذلك التأثير قويا سواء كان محسوسا أو غير محسوس، عن قصد أو بدونه من خلال آلية جذب الجمهور، بحيث يتم تضمينها بذكاء في محتوى الرسالة الإعلامية، الاتصالية من أجل

أن تفعل فعلها، أي تمارس تأثيرها المدروس والمنهج، في اللاشعور الذي ينعكس بدوره في السلوك الإنساني كيفما كانت طبيعته.

لقد صار الإنسان اليوم يعيش في مواجهة مباشرة وفردية وتلقائية مع العالم عبر الشاشة الصغيرة، وفي مقابل هذه الفردية والتلقائية فإن الصورة لا تستقر على حالها، وبما أنها لا تستقر على حالها، وبما أنها في ذات الوقت سريعة ومتجددة فإنها قد صارت عاجزة عن الثبات على عكس ما كانت عليه الثقافات التقليدية المعتمدة على الكلمة الشفهية والمكتوبة، حيث تثبت الفكرة ربما لقرون من الزمن وليس لسنوات فحسب، بينما نحن مع ثقافة الصورة فقدنا أول ما فقدنا عنصر الثبات، وفقدان هذا العنصر يهدد الصورة من النسخ والإلغاء ويهدد في نفس الوقت ذواتنا بالتأزم والتناقض.

كثيرا ما نلاحظ أن التلفزيون يوظف ممثلات وإعلاميات طويلات رشيقات جميلات يتميزن بمظهر لافت للانتباه، يلبسن آخر صيحات الموضة، كذلك ينطبق الأمر ذاته على الإعلاميين الذكور ونجوم الشاشة إجمالا، وما ذلك إلا محاولة لنشر ثقافة الاستهلاك من خلال التأثير في الثقافات الشعبية للناس، من خلال طريقتهم في اللبس وتسريحات الشعر.... الخ، وثقافة الجسد بهذه الكيفية تحول فكرة الجمال إلى لذة، ومن ثم تنجح في تحويل قيمة الجمال المعنوية إلى قيمة مادية ملموسة لترسخ وتدعم هذه الصورة في الأذهان وكالات الدعاية والإعلان من خلال أدوات التجميل ومستحضرات المكياج مثلا وأجهزة الرياضة ... وغيرها من الإغراءات الاستهلاكية التي خلقت نمطا جديدا من الشخصيات التي تنجذب أكثر نحو المظاهر الخارجية والمتع الحسية الخارجية المتصلة بالجسد. ليس هذا فحسب، فقد انساب الخطاب التلفزيوني ليؤثر اقتصاديا على الأسرة وعلى "ترتيب أوقات الأسرة وقضاء فراغها، واجتماعها وتفريقها" (مونس، ك. 2008: 30) في محاولة الجذب والإثارة والاستحواذ على متلقي هذا الخطاب الذي يسعى جاهدا لفرض هيمنته على مسامع وأبصار المتلقين أينما كانوا، لتصبح بذلك الخطابات التلفزيونية الترفيهية والتنقيفية وكذا الدرامية ذات "طعم جاذب تتحكم فيها إكراهات السوق (سلعة، جودة، زبون)"

(الزاهر، ع. 2011: 19). يشير بيار بورديو P.Bourdieu في كتابه التمييز (La distinction) إلى أن وسائل الإعلام عموماً والتلفزيون على وجه التحديد يعد "مشرباً ترتوي منه أسواق المنتجات المنمطة، يقودها مهندسا الإنتاج الذين يخططون لأنواع الخاضعين للسيطرة أو لغياب أذواقهم" (ميغري، إ. 2018: 254-255) على اعتبار أن الاستهلاك لا يمثل مشكلة بقدر ما يفترض أنه حل يضمن الرفاهية وخلق المتع بمعنى "توفير منافع للمتلقين"، ويوضح بورديو أيضاً أن من أهم أشكال التمايز الثقافي التمايز الاجتماعي في أنماط التذوق الاستهلاكي التي تبدأ من الطبقة والوسط الاجتماعي شأنها في ذلك شأن التمايز بين الذكور والإناث، والتمايز بين الفئات العمرية والاجتماعية كالأطفال والشباب والمسنين، والتمايز بين الحضر والريف... وبذلك يصبح الاستهلاك في حد ذاته كالرجل الطيب المنفذ الذي يحل مشاكل رجل آخر شرير يعاني حرقة الألم والجوع والبرد والضجر... إن هذا الاتجاه يحدد الخصائص الوظيفية والنفعية للسلع والخدمات المستهلكة.

والجدير بالذكر أن سوق الاستهلاك اليومي، يفتح المجال أمام التأثير دون معارضة أو نقد لما يتعرض له المشاهدين، ليصبح بذلك هذا النمط الاستهلاكي دالاً عن خلق استجابات ذوقية ذات طابع فردي، بمعنى تفضيل تلقي الخطابات المتلفة بصفة فردية، فضلاً عن بعض المتغيرات التي تتدخل في عملية الاستهلاك هاته والتي تتمثل أحياناً في هيكل الأسرة والمستوى التعليمي للمشاهد ومستوى الدخل...، هذا "التلقي الاستهلاكي لا ينبثق عن إمكانيات وقدرات النص في جلب المشاهد فحسب، بل هو حصيلة تلاقي هذه القدرات النصية مع الاستعدادات الناتجة عن الوضع الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليه المشاهد" (مجاهدي، م. 2011: 150) أي أنه مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالبنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، مشكلاً أذواقاً وأنماطاً استهلاكية مشتركة، على سبيل المثال التذوق في اللباس أو الأزياء، الديكور، المنتجات الغذائية، المنتجات الكهرومنزلية، منتجات التنظيف...، ليصبح بذلك سلوكنا الاستهلاكي نتيجة حتمية لإغواء الدعاية والوقوع في مصيدة الانتماء السهل والأسعار التي لا تخبرنا عن حقيقة التكاليف الكاملة لمختلف ما نستهلكه، والجهل



بالمضمون الخطير لكثير مما نستهلكه، وانحلال المجتمع والاستخفاف بالمستقبل والفساد السياسي وضمور الوسائل البديلة التي قد نزود بها أنفسنا (ميغري، إ. 2018: 161-163) وذلك حتما نتيجة الخطابات التلفزيونية الإعلانية والدعائية التي تطارد المشاهدين يوميا في محاولة منها لترسيخ فكرة اقتناء السلع وعدم الاستغناء عنها - يجعلهم مدمنين عليها.

ونتيجة للتركيز على كل ما هو مرئي ونتيجة لتكيفنا مع مشروع الاستهلاك، أصبح النظر والشراء متشابكين، فالأفلام هي الساحة المثالية للنظر بتطلع واشتياق إلى الصور التي تسكر وتهديء، وتكون مصدر إلهام وإثارة وتحفيز للافتتان السلبي الذي يغذي التطلع الغامض، لكن في الوقت نفسه هو تطلع قوي (روزنبلات، ر. 2011: 148)، إنها نوع من السيولة كما يعبر عنها زيغمونت باومان Zygmunt Bauman ، ليست سيولة مادية بقدر ما هي سيولة حياتية، وسيولة معرفية، وسيولة حدثية.....

إن ما نقصده من مفهوم السيولة هذا الذي أدرجه "باومان" في مختلف مؤلفاته الحديثة إنما يعني فتح السوق أمام الرأسمال الحر والاستهلاك والتحديث المستمر الذي لا غاية له ولا هدف إلا المزيد من الاستهلاك والإشباع الفوري والمؤقت لل رغبات، إنه تحول نحو الاستهلاك بمعناه العميق للمكان والقيم والأشياء والعلاقات في ظل العولمة، فالاستهلاك حسبه قد تجاوز مرحلة أو فكرة السلعة المادية إلى استهلاك العواطف والأحاسيس والعلاقات الإنسانية بكل ما تحمله من تضامن، وعنف رمزي وهيمنة، تلاعب بالعقول، تلاعب بالمشاعر والأحاسيس... وتكنولوجيا التواصل، وبالصورة التي أثرت بدرجة كبيرة على معاني الحياة والحب والأخلاق أي القيم، وبالطريقة التي جعلتنا مراقبين باستمرار وذلك راجع لطرق استهلاكنا لمختلف التكنولوجيات الحديثة، كما أن الاستهلاك المستمر قد يخلق لنا في غالب الأحيان مزيدا من التوجه الفردي على حساب التوجه الاجتماعي للأفراد المتلقين للخطابات التلفزيونية.

ثم إن السيولة المعرفية التي تتبناها الخطابات التلفزيونية من شأنها أن تطرح أمامنا استعدادات وخيارات غير متناهية تضيق علينا المجال شيئا فشيئا، فالفرد أصبح يعيش

السكينة، والطمأنينة الروحية، والهدوء النفسي إلا نادرا خاصة إذا ما تعلق الأمر بعرض المرجعيات الثقافية والدينية...، ويمكن إرجاع ذلك إلى امتزاج كل شيء وغياب الشيء المقصود في البحث والتقصي، أصبحنا نعيش حياة سائلة، حياة بسلسلة بدايات جديدة ... تحت وطأة هيمنة الخطاب التلفزيوني بكل تنوعاته وتجلياته التي يتمظهر بها للمشاهدين، ولا يلبث المتلقي إلا ويجد الفرصة المناسبة لتغيير علاقاته بخطاب تلفزيوني ثقافي آخر، بماركة تجارية جديدة أو لباس محدد غير الذي يملكه، في إطار البحث عن مرجعية يقنع نفسه بها ويستدل أثناء حديثه مع الآخر بها، متخذا إياها مرجعية ثقافية ومعرفية يثق فيها، إن هذا الاستهلاك الذي جعل المتلقي يعيش حالة الحياة السائلة إنما يعيش أو يعبر عن نوع من الهشاشة وضعف الروابط الإنسانية في مجتمع أصبح استهلاكيا بالدرجة الأولى، إنه مجتمع الاستهلاك الذي يتعامل مع العاطفة الإنسانية كتعامله مع السلع المادية (الجامدة) لتصبح عملية الاحتفاظ أو التخلي عن هاته السلعة أمرا واردا الحصول.

**خلاصة:**

من كل ما تقدم يمكننا القول أن النشاط الخطابي المتلفز له أهمية كبيرة في إضفاء عناصر الإقناع والتأثير على المستهلكين، حيث يكون هذا الأخير قد أعد سلفاً وفق أهداف مسطرة واستراتيجيات إعلامية مقصودة، حيث لا يمكنها إحداث التأثير في الرأي العام دون استثمار دقيق لتطورات تقنية العمل التلفزيوني الذي يستند إلى أسس علمية ونفسية واقتصادية وإيديولوجية معدة من قبل متخصصين وباحثين في هذا المجال الحيوي والمهم. وبذلك فالخطاب الإعلامي التلفزيوني جاء لتحقيق التأثير المطلوب في النفس البشرية ومن أجل التحكم بردود أفعالها في ضوء الاستراتيجيات الخطابية الإقناعية التي تستدعي فهما نفسياً واجتماعياً وسياسياً ووفق أطر وأسس علمية مدروسة لكل ما يحيط بالجمهور المستهدف من ظروف وأحوال وحاجيات وآمال لتحقيق النجاح، وهو غاية القائم بالاتصال على وجه الخصوص.

## الفصل الثالث

# التلفزيون وقضايا المجتمع

## تمهيد:

يعتبر التلفزيون أكثر وسيلة تقنية اجتاحت الكرة الأرضية، وتحولت بذلك إلى أحد أهم مرافقنا في حياتنا اليومية، وهو أقربهم لنا كونه لا يغيب عن أعيننا حيثما وجدنا. إنه أحد المؤسسات الإعلامية التنشئية التي تزداد قدرتها على جذب الناس والاستئثار بمعظم وقتهم. لقد أصبح الجليس الأول والأهم للصغار والكبار، والنساء والرجال، والمتقنين وغير المتقنين باختلاف درجات وعيهم. إنه وسيلة المتعة والاستئناس بالوحدة في ليالي البرد والحر لينقلنا بدون جوازات سفر وبدون تأشيرة (Visa) إلى أماكن لا نحلم بها وإلى وضعيات يتمناها أي واحد فينا بمجرد الجلوس والمشاهدة، إنه الشريك اليومي للأفراد، فهو الرفيق والمهرب والملاذ الذي يلجأ إليه المشاهد، إنه ليس مجرد مهرب يلجأ إليه الأفراد والبشر لتمضية أوقات فراغهم، بل هو وسيلة هامة تساهم في عملية تشكيل نماذج ثقافية ومعرفية، كما يساعد على إدخال وترسيخ القيم بمختلف أشكالها وألوانها، ويخلق سلوكيات استهلاكية تنافسية محددة، وفي نفس الوقت يعيد إنتاج السلوكيات الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية والسياسية.

تجدر الإشارة إلى أن المتابعة المستمرة والمتكررة للبرامج التلفزيونية، ولمختلف الخطابات المتلفزة، قد تشعرنا بحاجتنا المستمرة نحو المزيد من الاستهلاك، وبعدم الاكتفاء مما نستهلكه من مواد ثقافية. سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى واقع التلفزيون في حياة الأفراد، ودوره في عملية التنشئة الاجتماعية، باعتباره مؤسسة تنشئية مهمة لها ما لها، وعليها ما عليها، من آثار ونواتج معرفية وسلوكية تنعكس في الحياة اليومية للجمهور المتلقي، التي تحمل إيديولوجيا ضمنية ومرجعيات متفاوتة، تعكس الانتماء والملا انتماء لهم في نفس الوقت ضمن عمليتي الذهاب والإياب الواعية واللاواعية في عالم الخطابات التلفزيونية المتخصصة والعمومية.

## 1- التلفزيون بين الظهور والإبهار:

يتكون مصطلح التلفزيون من مقطعين (Télé) وتعني عن بعد و(Vision) التي تعني الرؤية أو الفرجة، وبهذا يكون استخدام مصطلح ( Télévision ) للدلالة على الرؤية عن بعد، بمعنى أنه تتم عملية تسجيل الصورة والصوت في مكان، ويتم تحميلهما في نفس اللحظة إلى مكان آخر، أي "أن تعبر صورها عبر القارات والمحيطات لتدخل البيوت بدون سابق إنذار، رسمياً بعد أن تم تسخير الأقمار الصناعية لهذه العملية التي تعد الأخطر في الاتصال" (الدليمي، م. 2005: 18-19)

لقد ارتبط انتشار التلفاز في مختلف المناطق بمشروعات إيصال التيار الكهربائي والتطور التقني الحاصل في حدود منظومة البث والإرسال، وبذلك يعد أداة ووسيلة مهمة لنقل المعلومات والأخبار وتشكيل الآراء والتصورات والأفكار، وذلك من خلال نقله لبعض جوانب الحياة الواقعية برموز مألوفة اجتماعياً وثقافياً، وتزيد هذه الأهمية عندما يتم إضفاء الخصائص والنظم الرمزية المحلية لتصبح وقتئذ متكيفة ومتوافقة مع الوسط الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور المتلقي.

تشير الباحثة الكندية تاجرت K. Taggart واصفة التلفزيون بأنه مثل "حلوى ما بعد الطعام، يتقاسمه أفراد الأسرة بعد العشاء أو بعد الأعمال اليومية الرتبية والأحاديث، ولكن في هذه الأيام أصبح التلفزيون هو الوجبة الكاملة حيث ساد الصمت والحذر بدلا من أحاديث الود" (الباهلي، م. 1990: 100) في هذا السياق يمكننا التنويه بالأهمية التي يحضى بها التلفزيون، على غرار باقي الوسائل الإعلامية الجماهيرية، بحيث أصبح من بين الضروريات، الأساسيات المتاحة التي لا يمكن للفرد الاستغناء عنه في حياته اليومية، إنه لا محالة "أحد معجزات العصر الحالي" (عيسوي، ع. 1984: 17).

ويعتقد كل من لانج ولانج Lagn & Lang (1981) أن للصندوق السحري قدرة بالغة في إبهار الجماهير وفي التأثير عليهم معنويا مشكلا بذلك بيئة رمزية للمجتمع واستثمارا

رمزيا في ذات الوقت، فقد حل بشكل مباشر محل اتصالاتنا الشخصية وتجاربنا الأولية في عالم الحقيقة والواقع، وأصبح المستودع الذي ننتشل ونستشف منه أفكارنا ومعلوماتنا وتصوراتنا حول حجم الواقع وعمقه وشكله الاجتماعي الذي يحيط بنا، وفي ذلك تؤكد (المبحوثة رقم 05) قائلة "أنا ما نجمش نقعد بلا تيلي، هو رفريقي، نتفرج كلشي وبلا بيه نهبل، ما نجمش قاع.."، يبدو أن التلفزيون قد اقتحم حياتنا بشكل عميق، وأحدث تأثيرا بليغا على واقعنا اليومي لدرجة أنه أصبح شريكا بالقوة في الحياة الفردية والاجتماعية ويتدخل في كل تفاصيل حياتنا تاركا خلفه بصمات واضحة على عاداتنا وتقاليدينا، وعلى أفكارنا ومعارفنا، وقيمتنا وسلوكياتنا بدون أدنى مقاومة منا نظرا لصوره الجذابة والأخاذه التي تشد انتباهنا وتسترعي أذواقنا، بغض النظر عن كونه يخاطب الأميين أو المتعلمين، والمتحضرين أو المتخلفين، والتقليديين أو المحدثين ... إنه بذلك "وسيلة ساحرة، ومعقدة، ومليئة بالتناقض، يتميز عن باقي الوسائل بأنه وسيلة سمعية بصرية تجذب العين والأذن، لا يرسل الصور فقط، وإنما الصورة المتحركة، بما فيها حركة الجسم والتعبيرات التي تنعكس على الوجوه، كما أنه وسيلة قوية وآنية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين" (نجم، ط. 2005: 21) من حيث تعلقهم به واعتيادهم مشاهدته، إنه بمثابة المخدر الذي نتعاطاه يوميا بطريقة روتينية ولاشعورية.

يبدو إذا، أن هذا الصندوق العجيب قد استحوذ على أوقات فراغ الناس سواء داخل المنزل أو خارجه في المقاهي والنوادي، كما استطاع "أن يشد انتباه الكبار والصغار لساعات دون ملل وبتفرغ كامل" (سلمان، ع. 2005: 65) ليكون الضيف الدائم الذي نكاد لا نستغني عن حضوره بما يتيح لنا من اختيارات متقنة وجذابة، تكاد ترضي كل الأنواق والاتجاهات، وذلك نتيجة ازدياد الزمن الذي يقضيه الأفراد أمام الشاشة.

إنّ سر تمسك وانبهار الناس بالتلفزيون يعود لكونه أفضل وسيلة اتصال مواجهي، بمعنى أنه يقدم المعلومة أو المادة الإخبارية وقت حدوثها، ليصبح مدرسة يتزود الكثير من الناس بالزاد الثقافي والمعرفي، فضلا عن كونه وسيلة فعالة للتعليم ونشر الوعي الاجتماعي

والسياسي، إنه يساهم في نشر ثقافة مشتركة وتشاركية في نفس الوقت ويعرض وجهات النظر التي تخدم تحقيق الوحدة الوطنية التي تفتقر إليها الدول النامية، ويعمل على التقليل من عوامل التفتت الاجتماعي فضلا عن مساهمته في رفع المستوى الثقافي لغالبية الجماهير، ويعمل على تنمية قدراتهم الثقافية والمعرفية، خاصة وأنه الوحيد الذي عن طريقه يمكن الوصول إلى جميع المواطنين، كما أنه يتميز بقدر هائل من الألفة والواقعية الناتجة عن الصوت والصورة والحركة، واستخدامه الألوان التي تجعل منه وسيلة مؤثرة في التعليم والتوجيه والإرشاد، ثم إنه يتيح فرصة تبادل الأفكار والمشاعر بين الأفراد على مستوى المحيط العائلي، خاصة إذا كانت مشاهدة البرامج بين أفراد الأسرة الصغيرة والكبيرة، أو الأصدقاء ...

لا بد إذن من القول أن من شأن التلفزيون أن يحدث أثره الفاعل في طبيعة الروابط الاجتماعية والمفاهيم والقيم السائدة، وينمي القدرات الثقافية والمعرفية لدى الأفراد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية، إضافة إلى خلق جو التقدم وتلقين العلوم والفنون والتوعية تذكيرا بأهداف المجتمع وخطته، وبطبيعة الحال لا يحدث هذا بطريقة فورية أو آنية، بل أنه من بين الوسائل التي تترك أثارها على المدى البعيد، خاصة وأن القيم والمواقف والاتجاهات الفكرية والعاطفية وأنماط السلوك الاجتماعي لا يمكن تغييرها أو تعديلها أو تأكيدها، إلا على فترات من الزمن، تطول أو تقصر، وفق طبيعتها ومدى تغلغلها في الفرد والجماعة، ووفق قوة مؤثرات التغيير أو التعديل أو التأكيد. وما هذا إلا تعبير عن كونه سجلا حافلا في مناقشة ومعالجة العديد من القضايا الاجتماعية والثقافية بمختلف تفرعاتها وحلولها.

إنه يؤدي من خلال البرامج ذات المضامين المتنوعة دورا مهما للمجتمع، محققا بذلك وظائف عديدة متنوعة، فهو يجمع بين الوظائف الإعلامية والتربوية والترفيهية والاجتماعية والسياسية، ويتمتع بخصائص تميزه عن باقي وسائل الإعلام الأخرى، "وتجعله يمتلك القدرة على إدارة الحياة العامة، وتوجيه مناقشات، الناس تجاه القضايا التي



يطرحها، وتزويد المتلقين حكاما ومحكومين بالخبرات التي يحتاجونها بغية تحقيق التواصل بين الطرفين" (الكريطي، ح. 2018: 133)، في إطار الكشف عن اتجاهات الرأي العام وطرق التحكم فيه.

وتزداد أهميته عندما يتعلق الأمر بقدرته الهائلة على بث العديد من الرسائل المباشرة والمشفرة يوميا، أين يصاب المشاهد بالتخمة المعلوماتية التي تجعله غير قادر على إدراك حقيقة المواقف، إلا من خلال الرؤية التي يقدمها هذا الصندوق باعتباره من أهم المصادر التي يراقب المتلقي من خلالها محيطه، كما أنه يتابع أحداث بيئته وواقعه من خلال ما يقدم للمشاهد من حصص إعلامية.

وتجدر الإشارة إلى أن زيادة اهتمام التلفزيون الفضائي الوافد بالأخبار السياسية التي تنتقلها قناة الجزيرة الإخبارية على سبيل المثال، والتي تعتبر إحدى أهم النماذج المعروفة عربيا وعالميا، تجعل نسبة من الجمهور يحيا في خضم أحداث منتقاة ومصوغة بلون محدد، وهذه الأخبار هي صورة مختزلة في عدد من الأخبار المنتقاة والمعبرة عن سياسات وأهداف معينة يتم عرضها عبر شاشاتها باعتبارها صورة كلية للعالم، وهذا الأمر يجعل نسبة من الجمهور لا يعيش أحداث العالم الفعلية بقدر ما يحيا أجواء وجهات النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار. بل إن الأخطر من ذلك أن التلفزيون الفضائي الوافد خلال هذا الكم الكبير من المعلومات، يحاول ممارسة دور العقل التسلطي الذي يمنع المتلقي من التفكير والتفاعل، ويجعله يكتفي بترديد ما يصله من معلومات ونقلها عبر هذه الفضائيات مستسلما لها وكأنها تعبر عن الحقيقة المطلقة.

إن سياسة الإبهار التي تتخذها القوى الإيديولوجية الفاعلة إنما تسعى إلى تقويض أسس النظام القيمي ومرتكزات التوازن الثقافي والذهني والنفسي والخيالي التي تعود عليها أفراد المجتمع، كما تسعى إلى تفتيت التوازنات التقليدية التي تشكل العصب الحساس بالنسبة لمجتمعاتنا العربية مثل قدسية الأسرة وترابط الأجيال وتكاملها، إضافة إلى التقسيم التقليدي للعمل والتضامن الاجتماعي ومركزية المقدس الديني والطقوسي...

لا ينكر أحد أن واقع التلفزيون الفضائي في مجتمعاتنا العربية الإسلامية هو واقع بالغ الخطورة، كونه "يرزح تحت تأثير الانبهار بتلك الثقافة (المعولمة) ذات الطابع التغريبي التي تبثها وسائل الإعلام الفضائي للجمهور العربي" ( عمارة، م. 2012: 32) باعتباره مرآة عاكسة ومكانا لاستعراض العضلات والأنانية (حب الذات)، متمتعا بنوع من احتكار الحدث. ففي الوقت الذي من شأنه المساهمة في بناء وتكوين العقول من خلال نشر الثقافة والوعي عن طريق مختلف البرامج والقنوات، يتم إضاعة الوقت بأمور تافهة وفارغة من معانيها الاجتماعية والثقافية ما ينعكس على تزييف الوعي وتعليب العقول والتلاعب بها على حد تعبير بيير بورديو P. Bourdieu وهربرت شيلر H. Schiller.

## 2- التلفزيون الفضائي: تثقيف أم تكريس وترسيخ لثقافة الاختراق؟

قد يكون من اللائق معرفيا أن نورد بعض تفاصيل التلفزيون من حيث التأثير، خاصة وأن هدفه المسطر لا يخرج عن إطار رسم صورة المعيش اليومي للمجتمع في كل ركن من أركان المعمورة، نتيجة التمدد التقني والالكتروني الذي خلق مواقف وقناعات جديدة، من خلال قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والمواقع الثقافية لمتلقيه عبر العالم، والذي من شأنه أن "وسع من نفوذ الإنسان ومساهمته في السيطرة على واقعه الاجتماعي البسيط والواقع الكوني الذي أصبح هو الآخر في متناول السمع والرؤية المباشرة" (الطويرقي، ع.1997: 21)، وبعبارة موجزة سنحاول التمهيص والنبش في تأثير بيئة التلفزيون ومشكلاته في نطاق المجتمع، من أجل فهم مختلف الآليات المستخدمة التي تسيطر على وعي المتلقي، وتوجه نشاطاته الواعية واللاواعية بدرجة أو بأخرى، خاصة عندما يتم تناول علاقة الفرد بالآلة، وعلاقته بمختلف أنساق الحياة الاجتماعية والثقافية.

عند مشاهدتنا برنامجا تلفزيونيا ما، فإننا نجلب معنا في عملية المشاهدة هاته قاعدتنا المعرفية المشكلة ثقافيا "والتي تمكننا من فهم ما نشاهده من رموز جمالية ولغة محكية وأشياء أخرى، وفي المقابل مشاهدة التلفزيون محكومة بما هو متاح في كل ليلة فالجماهير تختار ما هو متاح فقط" (النيرب، ب. 2020: 13)، هذه القاعدة المعرفية التشاركية بين

الخطاب التلفزيوني والمتلقي، تساهم بدرجة ما في إدراك الرسالة التي يتواصل معها الأفراد والجماعات، وتؤثر الصورة التلفزيونية على الجمهور المتلقي للتلفزيون بكثرة، منعكسا على توقعات وأحكام الجمهور وتغيير وتبديل أفكارهم ومن ثم تختار لهم قيما دون أخرى. في ظل هذا التواصل الذي يشبع وجود الجمهور المتلقي معنويا، تتم عملية إدراك الحتمية العميقة للمشاركة وتبادلية المعلومات والخبرات والأفكار المهمة واللازمة لتطوير أشكال الحياة الاجتماعية والثقافية التي يحققها البث التلفزيوني الفضائي في حياة الأفراد، إن هذا الأخير قد فجر مناخات المعرفة، ومساحات الخبرة العقلية ورسخ حضورها من جيل لآخر.

الشيء المؤكد بخصوص التلفزيون الفضائي من خلال ما يعرضه من مضامين وما يتناوله من موضوعات، أن بمقدوره خلق صور انطباعية لدى الجماهير المتلقية حيال الخطوط الثقافية المشتركة في المجتمع، والتي تلعب دورا فاعلا في سلوك أفراد المجتمع بشكل غير مباشر، وهذا ما يؤكد دوفلير (1970) في نظرية المعايير الثقافية التي تعطي تفسيرات عقلية منطقية تحلل فيها درجة تأثيره على الجمهور المتلقي وكذا دوره في صياغة مختلف التوقعات الاجتماعية بين هؤلاء.

هذه التوقعات التي تنتجها المضامين التلفزيونية يمكن ملاحظتها من خلال براعة التقاط الصور وطرق صياغتها وزوايا تقديمها لمختلف الأدوار الاجتماعية للفاعلين الاجتماعيين، والتي "لها تأثير في المنزلة الاجتماعية التي تمنح للوظائف التي يقوم بها الأفراد، وكذلك في العقوبات التي توجه من قبل المجتمع للخارجين عن أدوارهم الاجتماعية، إضافة إلى تأثيرها في المعايير المثالية في ثقافة المجتمع" ( الطويرقي، ع. 1997: 171)، ولا شك أن ذلك يعبر عن أخطر حالات التأثير في الحياة الإنسانية، فالمعلومة المصاحبة للصورة والكلمة أصبحت شكلا ومضمونا، أهم أداة فكرية تعبر القارات والدول مشكلة بذلك تأثيرا على الرأي العام وعلى الثقافات الأخرى.

ولا يقتصر التلفزيون الفضائي على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال ما يبثه من صور حية وصوت، بل يعمل على خلق صياغات جديدة للاتصال الشخصي من

خلال امتلاكه القدرة على التأثير في المواقف والآراء والمعتقدات، بل قد يتفوق في كثير من الأحيان على الاتصال الشخصي من خلال "قدرته على تكبير الأشياء الصغيرة، وتحريك الأشياء الساكنة كما انه يستدعي تركيزا ذهنيا من المشاهدين" (محمد، م. 2001: 79)، وبالتالي تقديمه لأدق التفاصيل بقدرة فائقة، أين يعطي للمشاهد شعورا استثنائيا بأنه شاهد عيان على مختلف الأحداث التي يشاهدها وقت حدوثها.

وفي محاولة لاستنطاق الواقع اليومي للمشاهدات التلفزيونية أشارت (المبحوثة 01) قائلة "مرات صح التيلي يقدمنا أمور نستفادو ونتعلمو منها في حياتنا اليومية وفي معاملاتنا، ومرات يقلعنا الضيقة بالحصص الترفيهية والسكاشات، ولكن مرات تحسبه يزرع السم فينا وفي ولادنا ويعلمهم العنف والقتيلة ...." فرغم قدرته على نشر وتقديم المعلومات والأفكار والمواد الثقافية بمختلف حيثياتها وتمظهراتها، ورغم جهود مالكيه ومسيرييه في رفع مستوى معلومات البشر، وتوسيع آفاقهم المعرفية ومساعدتهم على تشكيل ثقافة جماهيرية ومحاولة تنمية الرأس مال البشري وتطويره، إضافة إلى الترفيه والتسلية الذي يتخلل البرامج التلفزيونية بين الفينة والأخرى، إلا أنه لا يخلو من محاولات الغزو والاختراق الثقافي التي يتسبب فيه للجمهور المتلقي، عن طريق تغيير تمثلاتهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم بطرق سلبية من خلال نشر صور العنف والتمييز والاضطهاد لشعوب قوية سياسيا واجتماعيا، على حساب شعوب ودول تظهر باستمرار في حالة اضطهاد وغلبة .

لابد لنا أن نشير هنا إلى أن مفهوم الاختراق الثقافي قد "اقترن بالتطور التقني في مجال الاتصالات والمعلومات بعيدا عن استخدام القوة العسكرية" ( خريسان، ب. 2001: 41-42)، فبعيدا عن مدافع الاستعمار، وعن التقتيل والتنكيل العلني والخفي للقوات المسيطرة، ظهرت بوادر مرحلة جديدة من الاختراق الثقافي، الذي يعتمد أساسا على التقانة وعلى التطور الكبير الذي عرفته الوسائل السمعية البصرية التي اخترقت "البيوت لتمارس الهيمنة الثقافية على بلدان العالم الثالث" (الجابري، م. 1994: 182) من خلال انتقال الأفكار والقيم والعادات الغربية بشكل مكثف ولافت للانتباه وغير المتحكم في عملية

الحركة هاته. بطبيعة الحال إنه نوع من "إستراتيجية التدخل في شؤون الغير قصد التأثير في ثقافتهم وسلوكياتهم ومعتقداتهم، تدخلا كليا أو جزئيا بمختلف الوسائل" (حوات، م. 2005: 87) المتاحة، وبهذا المعنى، يقوم التلفزيون الفضائي بعملية الاختراق الثقافي متخذا إياه كألية متطورة تسعى إلى تكريس وترسيخ منظومة من القيم الوافدة لتدخل حيز التفاعل داخل المجتمعات، كما أنها تتسلل ببطء شديد وبثبات، مخترقة بذلك منظومة القيم الثقافية المحلية، في إطار عملية تفتيت وتمزيق للداخل، لتحل محلها القيم المُخرقة والوافدة.

لقد دخل سلاح الثقافة بقوة فارضا نفسه باعتباره عاملا مكملا لضرورات الهيمنة السياسية والاقتصادية، حيث "عمق التأثيرات الثقافية واللغوية، وروج لأنماط التفكير والاستهلاك والسلوك العام ليعطي المسوغات لأن تكون الهيمنة السياسية والترابط الاقتصادي السلبي نتيجتين طبيعيتين للتبعية في الميدان الثقافي" ( طيب عيساني، ر. 2010: 137)، ليهدف التلفزيون بذلك إلى محاولة التشكيك بقدرة العقائد والأفكار والعادات والتقاليد والقيم والمعاني الممارسة على المستوى المحلي، مصورا إياها ناقصةً وضعيفةً ودونية، بغية اللجوء إلى المجتمعات الأخرى في توليد الثقافة التي يجتازونها باستمرار.

وقد حدد الجابري هذه العملية حيث قال: "... إن الاختراق الثقافي يستهدف العقل والنفس ووسيلتهما في التعامل مع العالم: الإدراك، فهو يهدف إلى السيطرة عليه، واختطافه، وتوجيهه من خلال الصورة السمعية - البصرية، ومنه إلى تسطيح الوعي، أي جعله يرتبط بما يجري على السطح من صور ومشاهد ذات طابع إعلامي إشهاري مثير للإدراك، مستفز للانفعال، حاجب للعقل، ومع السيطرة على الإدراك يتم إخضاع النفوس بمعنى: تعطيل فاعلية العقل، وتكليف المنطق والقيم، وتوجيه الخيال، وتنميط الذوق، وقولبة السلوك ... والهدف هو تكريس نوع معين من المعارف والسلع والبضائع ... إنه نمط الحياة الأمريكية، ولكن فقط في الجانب الاستهلاكي منه" (الجابري، م. 1994: 191-192)،

ليعمل بذلك الإعلام الأمريكي وفق إيديولوجيات وأديمات<sup>1</sup> معتبرة في عملية إعادة صياغة القيم في القنوات التلفزيونية الفضائية وتعميمها من أجل تحريرها، لتصبح بذلك ثقافة جديدة لم يشهد لها التاريخ من قبل مثيلاً، إنها ثقافة إشهارية، وإعلامية، سمعية - بصرية صانعة لذوق استهلاكي على المستوى الاقتصادي، ورأي جماهيري عام وسياسي.

لا يكفي هذا الاختراق بنشر وإنتاج القيم البديلة، والمعارف، والمعاني والأفكار فقط، بل ولد شعوراً بالتفوق والاستعلاء لدى الدول الباثية (المخترقة)، في مقابل النقص والدونية للدول المتلقية والمستقبلية (المخترقة)، وشجع من وجود نمط استهلاكي واحد لينتج عنه سلوك استهلاكي موحد ومشترك، إضافة إلى خلق عقبات بصفة مستمرة في طريق الدول النامية وتعطيل إرادتها الوطنية والثقافية في محاولة حثيثة لإفقادها السيطرة على إعادة تكوين ذاتها أو محاولة تجديد نفسها، وما هذا إلا "غسيل دماغ باحترافية عالية فتصبح الحقائق أوهاما يقبل الإنسان عليها، عندها كل ما يتعارض معه من وقائع يصبح عرضة للنفي والرفض، فتختلط الحقيقة بالوهم، وهذا أخطر ما يمر به الإنسان العربي اليوم. حيث يتم إعادة تشكيل الوعي الإنساني ويسهل التحكم به فالعقول وفق أعراف اليوم لم تعد عصية عن الاختراق بفعل سياسات غسيل الدماغ، التي تم ابتكارها عام 1950 ... تبدلت الأفكار والمعتقدات وتغيرت المبادئ وهذا يؤكد أن هناك من يتلاعب بنا من خلال تكرار العروض في التلفزيون" (النيرب، ب. 2020: 15).

لا تقدم إيديولوجيا الاختراق هاته، التي يوظفها التلفزيون الفضائي، مشروعاً للمستقبل، ولا تقدم نفسها كخضم بديل للآخر، إنما تعمل على اختراق الرغبة في اقتناء الثقافة البديلة بكل حب وأريحية دون وعي بالتلاعب المدسوس والزيف المقلب في العرض الثقافي، الذي يناشد التغيير للمتلقين أفراداً وجماعات، وهو ما يؤكد هيربرت شيلر H. Schiller في النتائج المتحصل عليها حول مكونات الثقافة الإعلامية الجماهيرية المسيطرة

1 - الأوديمات Audimat تعني قياس نسبة الإقبال على مشاهدة برنامج معين.

على العالم والتي اشتملت على خمس 05 فرضيات أو مسلمات سماها أوهاما أو أساطير: وهم الفردية، وهم الخيار الشخصي، وهم الحياد، وهم الطبيعة البشرية الثابتة، وهم غياب الصراع الاجتماعي. تعمل كل هاته الأوهام على تسطيح الوعي وترسيخ الوهم في عقولهم، الأمر الذي من شأنه تزييف وعيهم وتعليبه، وتضليل عقولهم في ظل سياسة التطويع الثقافي المتبعة.

ويمكننا القول هنا أنه ما دام الاختراق الثقافي يستهدف نقل الثقافة الأمريكية بكل تفاصيلها القيمية والمفاهيمية إلى المستوى الثقافي العالمي، بوصفها ثقافة وإيديولوجيا كونية، أي أنه يعمل على هيمنة النموذج الأمريكي على باقي الثقافات وهو ما يصطلح عليه بـ "أمركة العالم" المندد بشعارات الديمقراطية والحرية وبحقوق الإنسان وحرية التعبير والرأي ... فإنه يكون في هاته الحالة ضمانا لبئائها واستمرارا لسيطرتها وهيمنتها، ولكننا نقف اليوم عاجزين عن إدراك حقيقة المضامين التلفزيونية التي نشاهدها ونتعرض لها باستمرار، فهي مضامين تثقيفية وترفيهية يراد بها تشكيل ثقافة أصيلة تحاول صياغة قيم ثقافية واجتماعية تتماشى وخصوصياتنا الثقافية، حفاظا على هويتنا من التغريب والذوبان وخالية من أي إيديولوجيا أو سم مندرس، أم هي مضامين تسعى بآليات واستراتيجيات مدروسة ومحددة لترسيخ وتكريس ثقافة الاختراق، وبالتالي القضاء على الخصوصيات الثقافية والتميزات القيمية والهوياتية للشعوب في محاولة لخلق نموذج ثقافي استهلاكي واحد نجده أينما كنا ووقتما وجدنا.

### التلفزيون الفضائي والتلاعب بالعقول:

لا أحد منا اليوم يجرؤ على أن ينكر الدور الذي لعبه التلفزيون الفضائي بمختلف تخصصاته وتوجهاته في الآونة الأخيرة في التقلبات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية ... التي شهدتها الساحة الإعلامية العربية والعالمية، مشكلا بذلك الرأي العام ومغيرا في المزاج الجماهيري، ومحاولة قولبته وفق المساعي الإستراتيجية لمستخدمي القنوات التلفزيونية، ومالكي القنوات الذين يسيطرون على تأييد البرامج والغايات المسطرة

لها، ليصبح بذلك أداة للضبط وللتحكم السياسي والاجتماعي والثقافي الذي يؤثر على الأفراد والجماعات ويتلاعب بعقولهم ويزيف وعيهم وسلوكهم.

يتناول بيير بورديو Pierre Bourdieu في مؤلفه " التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول" الدور الذي يلعبه التلفزيون في عملية تسطيح الأفكار وتزييف الوعي وتغييبه إضافة إلى تجهيل المشاهدين، رغم أنه يتبادر لأذهان الكثير منا، أن التلفزيون لا يمثل إلا وسيلة تثقيفية وتعليمية لمشاهديه، كما أن بورديو أجرى نقاشات محتدمة، وانتقد نقدا حادا كل وسائل الإعلام الفرنسية، من خلال تبعية المثقفين الفرنسيين لهاته الوسائل، أين وصفهم بـ "كلاب الحراسة الجدد لوسائل الإعلام" وعلى وجه التحديد الدور الخطير الذي يلعبه التلفزيون في عملية التفرغ السياسي والتلاعب بعقول المشاهدين بصفتهم مستهلكين لهذه الثقافة التلفزيونية، وفي تكريس الأوضاع ومختلف المصالح السائدة، ضف إلى ذلك تشكيل الوعي والأفكار وتوجيهها وفق الاستراتيجيات المخططة والمرسومة بإحكام من طرف من يتحكم بالتلفزيون ويقوم بتمويله. إنه خطير وهام في نفس الوقت كونه "يفتح الطريق بشكل غير مباشر للتأمل والتفكير فيما هو أبعد من ذلك وتحديد طبيعة المجتمع الذي نعيش فيه في الوقت الراهن" ( بورديو، ب. 2004: 20). لا يقتصر الدور الخطير الذي يلعبه التلفزيون على التأثير المباشر لجمهور المشاهدين فقط، بل يتعداه ليشمل ويمتد، كما وضحه بورديو إلى مجالات الإنتاج الثقافي الأخرى، وهو ما ينبه إلى خطورته بشكل خاص.

يقول في هذا الصدد "في الواقع إنني أعتقد أن التلفزيون من خلال الآليات المتعددة التي أسعى إلى وصفها هنا بطريقة سريعة، يكشف عن خطر كبير جدا يهدد مجالات مختلفة على مستوى الإنتاج الثقافي، من فن، وأدب، وعلم، وفلسفة، وقانون. إنني أعتقد على عكس ما يقوله ويفكر فيه بعض الصحفيين الأكثر وعيا بمسؤولياتهم، الذين يتحلون بلا شك بكل النيات الحسنة، أن التلفزيون يكشف كذلك على خطر كبير لا يقل تهديدا للحياة السياسية وللديمقراطية" (بورديو، ب. 2004: 33)، فالتلفزيون حسبه يمثل أداة للتحكم في الاجتماعي، فهو لا يساهم في التثقيف والتسلية فقط، بقدر ما يساهم بفاعلية وإحكام في



الضبط والتحكم الاجتماعي الذي ينجر عنه مزيد من "العنف والقمع الرمزي" الذي تستغله الطبقات الاجتماعية المالكة والمهيمنة خدمة لمصالحها وإيديولوجيتها المسيطرة. وفي ذات الوقت يمثل مرآة نرجسية ومكانا لاستعراض حب الذات حسب التوصيف البوردويوي، إنه يمارس نوعا من الرقابة الخفية يتعرض لها ملقي الرسالة الإعلامية ومتلقيها معا، وذلك بمجرد فرض موضوع النقاش الذي يفقد فيه المشارك استقلاليته من خلال طرق تسيير الحوار والاتصال، ووفق حيز زمني محدد سلفا مما ينفى صفة الموضوعية في التعاطي مع الأخبار والمواضيع محل النقاشات.

ما دام التلفزيون يساهم بقدر في ملء أوقات الناس بالأخبار والأحداث غير الضرورية، ويستهلك زمنهم في أمور تافهة وفارغة، وفي ذات الوقت يخفي أشياء ثمينة ومهمة، فإنه بهذا المعنى يساهم في "تدمير الوعي حينما ينشر وعيا زائفا أو يحجب المعلومات عبر لعبة يُطلق عليها (لعبة المنع بواسطة العرض)" (عمارة، م. 2012: 32)، هذا يحيلنا إلى القول أن الشخص المالك للمعلومات والمالك لوسائل الإعلام، والتلفزيون على وجه التحديد، هو من يستطيع السيطرة والتحكم والتوجيه، على اعتبار أن من يملك هاته الوسائل، هو المخول له السيطرة والتحكم، وهي قاعدة تنطبق من مختلف المجتمعات الإنسانية في مختلف القضايا والمجالات.

يجعل التلفزيون المشاهدين والمتابعين - منبهرين بما يقدمه باستمرار من برامج - يعيشون تارة حالة اغتراب إزاءها وتارة أخرى حالة تفاوض، بحيث تخنفي الحدود الفاصلة بين الواقع والخيال، الحقيقي والافتراضي، وهو ما يجعل الأفراد المشاهدين والمتلقين لهكذا خطاب مشتتين ذهنيا، وضائعين ينتظرون دوما حلا من الخارج دون أي مشاركة منهم. ولربما الوضع الراهن الذي نعيشه جراء تفشي فيروس كورونا المستجد COVID 19 والتسابق نحو إيجاد لقاح ومحاولة اقتنائه لهو خير دليل على ذلك، ففي الوقت الذي تتنافس فيه كبرى الدول وأعظمها قوة ونفوذًا وغنى على تسخير أسماها المادي والبشري، أحسن الكوادر الطبية والبيولوجية لإنتاج اللقاحات، يعرض لنا التلفزيون الدول الضعيفة والفقيرة

وهي تتسابق نحو شراء اللقاحات، والجزائر واحدة من بين هاته الدول التي تنتظر الخلاص من هذا الوباء باقتنائها للقاح الروسي أو غيره من اللقاحات الأخرى.

لعل أخطر ما في التلفزيون وما له من تأثيرات أنه قادر على إعادة تشكيل وعي الجماهير واتجاهاتهم، إنه نوع من التلاعب لتحقيق أهداف محددة مسطرة مسبقا، وأمام سيطرة الماكينة الإعلامية التي هي التلفزيون بامتياز، والذي يمارس عنفا رمزيا على العقل، يعجز المتلقي على إدراك ما يحدث له من تأثير خفي في وعيه، ويعجز في ذات الوقت عن تمييز الوسائل أو الآليات الخفية التي تستخدم ضده لتحقيق هذه الغاية. ولعل السبب يرجع إلى انصرافنا طوعا أو كرها لسياسة صرف الانتباه التي تمارس ضدنا، إذ بموجبها يتحدد ما ينبغي معرفته وما لا ينبغي معرفته.

إن عملية التحكم في الجماهير عن طريق التلفزيون هي من أفضل أنواع التحكم التي يمارسها الإنسان، وهي تعتبر مجالا وحقلا خصبا عند ممتلكي الوسائل والتلفزيونات، وأمام هذا التحكم نجد أنفسنا محتجزين، ونحتفي يوميا بالمشاهد التي نراها في كل يوم، حتى أن ما يظهر لنا وكأنه وهم قد أصبح وفق معتقداتنا الجديدة المكتسبة حقيقة وواقعا، ينبغي قبوله والتعايش معه، وذلك بفعل سيطرة التلفزيون على الأفراد.

لقد تحول التلفزيون بمختلف برامجه المؤثثة والمختارة بدقة عالية، والصورة التلفزيونية بمختلف أبعادها وسياقاتها، إلى سلطة حقيقية في يد مالكيها تُسخر خدمة للقوى المالية والاجتماعية والثقافية المهيمنة، في محاولة منها لإعادة إنتاج السلطة والسيطرة، ولكن هذه المرة على عقول المتابعين والمشاهدين لمختلف الخطابات التلفزيونية، وفي ذات الوقت استعادة السيطرة على البلاد وأوضاعها، ولعل أحداث ووقائع الربيع العربي هي خير مثال يمكننا أن نستدل عليه كمثل في هذا السياق، نورده هنا على سبيل الطرح خاصة ما تم تداوله بخصوص انقلاب مصر في وسائل الإعلام الجماهيرية وبروباغوندا التلفزيون التي سبقت عاصفة الانقلاب، ليكون بذلك التلفزيون قد هيا الجو وشنحن العقلية، مطالبا إياها

بضرورة الانقلاب والخروج عن الصمت المألوف، نفس الأمر حدث مع الثورة التونسية بحيث تم التدويل والتهويل مع إثارة الاضطراب والتحريض على الانتفاضات والثورات.

أصبح التلفزيون إذن جراً سياسات الهيمنة التي يعمل على بسطها أداةً لتعبئة الجماهير، ومحرضاً لمزيد من الاستهلاك المخدر لمختلف القضايا والأخبار، ولعل قناة الجزيرة القطرية كما سبق وذكرنا أبرز هاته القنوات وأهمها على الصعيد العربي والعالمي في تغطية الحدث، خاصة إذا كان مشاهدي هاته القنوات من الأشخاص الذين لا يقرؤون الصحف ويعتمدون على التلفزيون ومختلف خطاباته السياسية والاجتماعية كمصدر وحيد أساسي للمعلومات والمعارف، إنهم يهبون أجسادهم وأرواحهم للتلفزيون في سبيل عملية إعادة تشكيل الوعي أو تشكيل وعي زائف في ظل خطاب تلفزيوني تعبوي وندوات زائفة ينتج عنها تزييف وتلاعب للعقول وللثقافة إجمالاً.

يصور التلفزيون والخطاب التلفزيوني "الواقع السياسي الراهن على أنه يوتوبيا أو مدينة فاضلة، وذلك بتكرار خطاب ينطوي على حرية الفرد في التعبير عن آرائه ومعتقداته وله الحق في المشاركة في صنع القرار السياسي، إلى جانب حقه في مساءلة النظام الاجتماعي في حال ارتكابه للأخطاء. وبطبيعة الحال، إن وصف الخطاب التلفزيوني للواقع السياسي بطريقة وهمية أو مضللة، سيؤدي إلى سخرية الأفراد وتهكمهم، مما يعني أن هؤلاء سيطلقون المزيد من الصور النمطية السلبية على النظام الاجتماعي عند تعرضهم لهذا النوع من الخطاب، فضلاً عن العزوف عن سماعه" (حسن، م. 2013: 126).

ويشير هربرت شيلر Herbert Schiller في مؤلفه "المتلعبون بالعقول" (1999) أنه عند وقوع أزمة حقيقية أو مفتعلة (الأمثلة في هذا الصدد عديدة ومتنوعة، نذكر منها: الأزمة الصحية الراهنة - COVID 19 -، ومنها الأزمة السياسية لبلدان المغرب العربي، أو ما يعرف بالربيع العربي، ... وغيرها من الأزمات التي ينتج عنها حالة من الهستيريا المحمومة، البعيدة تماماً عن العقل والمنطق، تؤدي إلى الإحساس الزائف بالطابع الملح للأزمة، وكنتيجة لذلك تضعف قدرة الجمهور المتلقي على التمييز بين درجات الأهمية،

ليتحول بذلك العقل إلى مصفاة تصب فيه كل التصريحات والإعلانات المهمة منها وغير المهمة، ينجر عنه تشتيت ذهن المتلقي وعدم معرفته للصواب من الخطأ، وبالتالي، بدلا من مساهمة التلفزيون في تعميق تركيز الإدراك وبلورة المعنى، نجده ينتج الإقرار الضمني واللاشعوري بعدم القدرة على التعامل مع موجات الأحداث المتلاحقة التي تطرق بإلحاح ووعي وعقول الناس.

لقد نجح التلفزيون بطريقة أو بأخرى في جعل الجماهير منقادة ومقيدة، رغم أنهم وفي أبسط أمور حياتهم اليومية يتصرفون ضد مصالحهم دون أدنى شعور بهذا التعب ودون وعي بكونهم مسيرين لا مخيرين في محاولة منه لتعليب وتزييف وعيهم وبرمجة عقولهم، عن طريق السيطرة التكتيكية المسطرة بإحكام من خلال تداول الصور والمعلومات، بغية الوصول إلى التحكم في عقول الناس، تحكما معرفيا في مرحلته الأولى، ثم اتجاها في مرحلته الثانية، ثم سلوكيا في مرحلته الثالثة.

### 3- التلفزيون والتغير الاجتماعي:

قبل التعاطي مع هذا العنصر ارتأينا أن ننطلق من التساؤل التالي: هل يؤدي التلفزيون دورا في تغيير سلوكيات جمهوره أم لا؟ سؤال لا بد لنا من الانطلاق منه للوقوف على انعكاساته الثقافية والاجتماعية والتمعن في التحولات الحاصلة جراء تلقيه، والإجابة عن هذا السؤال تتطلب الإحاطة بمسألتين: التغير الاجتماعي كمصطلح سوسيولوجي والتأثير المتوقع للتلفزيون في عملية التغيير.

#### 1.4- التغير الاجتماعي:

تعتبر جملة التغيرات الحاصلة في المجتمعات من بواكير الاهتمامات السوسيولوجية، فابن خلدون تناول مسألة التغيرات التي مست البنى الاجتماعية خاصة فيما تعلق عن تخليها عن فكرة البداوة وتحولها إلى تبني النموذج العمراني، وبظهور حقل السوسيولوجيا ظهرت الدراسات السوسيولوجية المتعلقة بعملية التغيرات التي صاحبت المجتمعات الانسانية

خاصة ما تعلق منها بطريقة حدوثها وتأثيراتها. فمثلا انشغل أوغست كونت August Conte بدراسة التحولات العميقة التي أصابت المجتمع الفرنسي، من حيث انتقاله من مرحلة الإقطاع إلى مرحلة تبنيه الرأسمالية، وفي نفس المقام ندد كارل ماركس Karl Marx في أبحاثه بالدور الذي يلعبه الاقتصاد في تحريك عجلة التغيير الاجتماعي، أما ماكس فيبر Max Weber فقد أسس سمعته من خلال مساهماته العلمية في لفت الانتباه إلى دور الدين في عملية التغيير الاجتماعي، إلا أن مصطلح التغيير الاجتماعي لم يدخل قاموس السوسيولوجيا إلا عام 1922 على يد السوسيولوجي أوجبرن Ogburn بتأليفه كتابا يحوي عنوان التغيير الاجتماعي، بحيث استخلص أن عملية التغيير عملية مستمرة غير منقطعة طيلة مسار وجود الإنسان في ظل ممارساته اليومية، وتعمل بمثابة أطر وقوالب مرجعية تهيئ أفراد المجتمع لاستيعاب أدوارهم وتوقعاتهم الاجتماعية، ومن ثم المشاركة في أنشطة الحياة الاجتماعية عامة، وهذا يعني ضرورة العناية بتثقيف الأفراد وتعليمهم أنواع المعرفة والصور والسلوك المقبولة والمحبة اجتماعيا، حسب أعمارهم وجنسهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية.

وفي موضوعنا هذا سنحاول التطرق إلى التغيير الحاصل على صعيد السلوكيات العامة بوصفها دلالات على تغيرات في البنى التي تحكم هاته السلوكيات، ولا نقصد هنا بطبيعة الحال التغيير الحاصل في الجوانب المادية لحياة المجتمع مثل تطور التقنية وطرق العيش الملموسة، بقدر ما نحاول رصد تغير الجوانب المعنوية التي تكون في مجمل الأوقات تغيرات بطيئة بحكم أنها تنتمي إلى ثقافة المجتمع وتواجه مقاومات شديدة من مؤسسات المجتمع والقائمين على حراسة هويته وقيمه وكذا مبادئه. وبهذا الشكل يمكن القول أن هذا التغيير يكون ذا سرعتين متميزتين يؤدي اختلاف وتيرتهما إلى تشكل "هوية ثقافية" بين المادي الملموس، والمعنوي المحسوس من البناء الثقافي للمجتمع ... هذه الهوية يمكننا تلمس مظهراتها وأنماطها اليوم لدى المجتمعات الانتقالية.

## 2.4- التلفزيون والتغيير:

يشير تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال أن "تكنولوجيا الاتصالات الحديثة أدت إلى تغييرات هائلة، ولكنه سوف يكون من قصر النظر أن نرى هذه التغييرات على أنها مجرد تغييرات تكنولوجية، فكما تؤثر السياسة والاقتصاد على الاختيارات التكنولوجية، كذلك نجد أن للتكنولوجيا نتائج سياسية واقتصادية. فالأساليب الفنية الجديدة هي مظاهر للتغيير وعوامل له. ومهما تكن ثقة أي مجتمع في قدرته على الأخذ بالعناصر الجوهرية التاريخية والمعاصرة لمشكلات الاتصال، فقد يكتشف بعد عشر سنوات، أو في القرن المقبل على الأكثر، أن أنواع التقدم التكنولوجي الأخرى ولدت آثارا لم تكن محسوبة وأشياء تبعث على الحيرة، وأمورا لا يمكن تقديرها" (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1991: 90).

أمام هذا التطور التكنولوجي والتقني، لابد إذن من دراسة المجتمع من حيث عاداته وتقاليده وقيمه ونظمه، والحقيقة أن دراسة التكنولوجيا لذاتها لهو أمر يسير مقارنة بدراسة المجتمع، والأصعب من ذلك دراسة تأثير هذه التكنولوجيات على الأبنية الاجتماعية والثقافية والأخلاقية والاقتصادية والسياسية... على المجتمعات.

ومع تزايد وتيرة التقدم التكنولوجي، يتعاظم معه دور التلفزيون الفضائي في حياتنا المعاصرة، من حيث أنه يترتب عليه تأثير نلمسه في بعض المظاهر الاجتماعية كمجال العمل مثلا، أو على مستوى علاقاتنا وممارساتنا داخل وخارج البيت وأمكنة الترفيه والترويح... وفي ضوء تعاظم هذا الدور يذهب البعض إلى القول أن التغيير الثقافي ما هو إلا ثمرة من ثمرات تأثير التلفزيون الفضائي على المجتمع، وإن ذلك إن دل على شيء فإنه يدل على أهمية التلفزيون في إحداث تغييرات وتحولات على المستوى الثقافي للشعوب والمجتمعات، لتتمظهر التأثيرات في تغيير بعض الأنماط السلوكية والتخلي عن بعض العادات والتقاليد، مقابل اكتساب عادات وقيم وقناعات جديدة، خاصة بالنسبة للدول النامية،

التي تشعر دوماً بدونيتها وضعفها أمام البرامج الأجنبية التي تفرض سطوتها وكامل قوتها، للتحكم في الشعوب عبر هذا الصندوق السحري الصغير.

في ظل هذا السياق، ميز آدامز David Adams (2004) ثلاث مراحل للتأثير والتغيير، أولها اعتبار التلفزيون في حد ذاته آلة جبارة من شأنها أن تحدث تغييرات عميقة لمتلقيه، لكن لاحقاً، وبعد أن توالى الدراسات المعمقة حول هذه الظاهرة الاجتماعية الحديثة والفريدة من نوعها، ظهر أنها مزاعم غير دقيقة، إذ تبين أن مشاهدي التلفزيونات الفضائية انتقائيون في ما يشاهدونه وما يفضلونه من برامج، وأنهم يختارون عن وعي ما يلبي مختلف حاجاتهم. وفي مرحلة ثالثة تعمم التلفزيون كجهاز ولم يعد حكراً على المقاهي أو النوادي، بل دخل البيوت وأصبح داخل كل بيت إن لم نقل داخل كل غرفة (ماجد، ح. 2006: 121)، جراء ذلك تعمقت الوظيفة التأثيرية للتلفزيون وأصبح من الواقعي افتراض تأثيره على السلوكيات والقيم وعلى العلاقات الاجتماعية بين المشاهدين بعضهم ببعض، من حيث طريقة الكلام والتخاطب والإيماءات والتعامل والاستهلاك ... ناهيك عن تأثيره على العلاقات الأسرية، بين الآباء والأبناء وبين الأزواج، إضافة إلى تأثيره على مستوى تدين الأفراد من خلال استثارة العقول والعواطف في محاولة منهم لخلق أنماط تدين محددة ومسطرة سلفاً. وبالتالي فالفضائيات التلفزيونية وما تتضمنه من برامج متنوعة وخطابات متخصصة، تستعمل كآليات فعالة لبث أشكال خاصة من السلوكيات، وزرع ثقافات محددة، وتشجيعها وتعميمها.

تحمل هذه البرامج وهذه الخطابات بصمات المشرفين على هذه الوسيلة والقائمين عليها، كونها تعكس نمط الاعتقاد السائد لديهم، وليس هذا القول بالجديد أو الغريب، "فإذا ما ركزنا على التلفزيون وجدنا أن البرامج التي يقدمها المذيعون تحفل دائماً بفقرات موضوعات الأزياء والطعام والعادات والتقاليد وشتى موضوعات الحياة الاجتماعية" (الخرجي، ع. 1985: 328) وهنا تظهر قوة التلفزيون في التأثير على قيم واتجاهات الأفراد نتيجة ولوج واختراق المعيش اليومي أو التعامل الاجتماعي اليومي.. وبالتالي

أصبحت المجتمعات المعاصرة تعيش حضارة الصورة التي طغت على التلفزيون والفيديو وسوق الإعلانات والحياة العامة، وهو ما جسده البرامج في عرضها للأزياء والأثاث والمعارض والرسومات الديكور ... وهو ما أضعف الفضاءات الثقافية والقيمية التي يتجلى ارتباطها في كل ما هو رمزي ومجرد ضمن خارطة المجتمع.

إن هذا الضعف قد انجر عنه تحول الثقافة في حد ذاتها إلى صور مجردة من كل معنى، صور بدون دلالات لاغية بذلك البعد التأملي في إدراك الحقائق المحيطة بالصور وبالثقافي الرمزي في حد ذاته. ولا بأس هنا أن نذكر بالدور الذي توحيه الصور من إدمان وشرذمة وخروج عن المؤلف، إذ أظهرت دراسة كل من "شرام" و"بندورا" أن "هناك علاقة بين كثرة مشاهدة التلفزيون وقابلية ممارسة العنف في الواقع، وبخاصة لدى فئة الأطفال والمراهقين الذين يحملون مثل هذه الاستعدادات" (العبدالله، م. 2006: 172-173)، وهذا مؤشر على أن مشاهدة أفلام العنف وأفلام الحركة وبرامج المصارعة المفضلة من طرف الجمهور والأكثر طلبا هي محفزات لممارسة العنف، يتلقاها المشاهد في صيغ مختلفة ليتقبلها العقل بدون أي رد فعل اتجاهها، وبفعل تكرار المشاهدة تصبح هذه الممارسات مقبولة في عقل المشاهد ومقبولة اجتماعيا، ما ينعكس على ممارستها دون أدنى إحساس بخطورة هذه السلوكيات وهذه الممارسات، ويمكن القول في هذا الصدد أن كثرة مشاهدة التلفزيون قد تؤدي إلى ضعف القدرة على التفكير وتساهم في تنمية الكسل الذهني.

ويمكن أن يلحظ الإنسان هذه الآثار على مستوى الأداء والسلوكيات والثروة المعرفية والأخلاقية التي تميز أجيال التلفزيون في المنطقة العربية عامة، ولم تكن القفزة الحديثة بإدخال التلفزيون ودرجة استهلاك مضامينه ذات دلالة من الناحية التطويرية الحضارية، بحيث أصبح يحمل صور الغير إلينا، بل وحتى صور الغير عن أنفسنا، كما أن توظيف هذه الوسيلة لم يحدث أي تطور على مستوى المعاني، وإن التغيير الحاصل يكمن في الاستهلاك ومحاولة تقمص صورة الغير سواء تعلق الأمر بالأشياء أو الأبطال. وقد تكون هذه الأخيرة قد أثرت إيجابا في بعض المجالات كالتوافق الاجتماعي والوعي بالعالم الخارجي وغير



ذلك ( عزي، ع. 2000: 310). يوحي ذلك بأن المجتمع يعيش حالة غياب التوجه نحو القيم وفقدان الطاقة الإيجابية اللازمة لتجاوز عوامل وظروف الانحطاط، وبذلك يكون التلفزيون المسؤول عن تكريس الثقافة السورية والثقافة الترفيحية الدونية التي تتجسد وتتموضع على حساب المعاني. على الرغم من وجود العديد من البرامج والخطابات الدسمة التي تحاول الإفلات من قيود الصورة مثل البرامج الثقافية والدينية والحوارات القيمية، إلا أن السائد في محتويات هذه الوسائل هو تأسيس ما سماه أحد الباحثين بالخيال السالب (عزي عبد الرحمن 1997).

وبخصوص تأثير التلفزيون على العلاقات الاجتماعية والأسرية فقد عبرت (المبحوثة 04) قائلة "مانكذبش عليك، نتبع بزاف التلفزيون وتعلمت بزاف الحوايج والعفسات من الأفلام وLes émissions ، كنت حشامة بزاف، وما نعرفش نرد على روجي من جهة الزوج والعائلة تاعه ثاني ومانعرفش حقي من حق الغير، ...حصة كلام نواعم والحصص الخاصة بالنساء والأفلام التركية علموني نهدر على حقي بلا حشمة، علموني نرد على روجي كي نكون مظلومة، علموني نفرض رأيي على زوجي وعلى عايلته، مشي ديما أنا لي نساعف وأنا لي نتنازل وأنا لي ديما غالطة ومانعرف والو، حتى أنا بشخصيتي وبرأيي ولازم يحترموه ويتقبلوه..."، إن المنتبِع لديناميات التفاعل الاجتماعي بين خطاب الحياة اليومية للأفراد والخطاب التلفزيوني يستطيع أن يكشف ما طرأ من تغير كمي وكيفي في نمط التفاعل وفي المعايير الاجتماعية والقيم الأخلاقية، كما أن التغير الاجتماعي يتناول كل مقومات الحياة الاجتماعية والنظم والعلاقات الاجتماعية، وبذلك "تتم عملية التغيير من خلال فرض الأفكار والتوجهات المتعددة ومن خلال إغراءات الترفيه والمتعة وسهولة الوصول إليها، واستخدامها من حيث الإشارات والرموز الواضحة والجذابة وغير المعقدة في الوقت نفسه، والتي لا تحتاج إلى التفكير بقدر ما تحتاج إلى غرائز حتى ينساق خلفها المشاهد بما يساهم في التأثير بها كمرحلة أولى ومن ثم الانجراف نحوها كمرحلة ثانية وأخيراً تنفيذها والقبول بها كمرحلة أخيرة" (النيرب، ب. 2020: 12)

يبدو أن الرسائل المتضمنة في الخطابات التلفزيونية والبرامج المتلفزة بمختلف أنواعها قد تسللت لتؤثر على العلاقات الزوجية والعلاقات الأسرية، وما ذلك إلا دليل على الأهمية والخطورة التي يحضى بها التلفزيون، والطرق والإيديولوجيات المسخرة التي تؤثر على أفكار وممارسات متلقي التلفزيون الفضائي، إن هذه الإيديولوجية الناعمة استطاعت أن تقتحم البيوت وتتسلل إلى نسق العلاقات القرابية مشكلة، بذلك تحديا، أو كنوع من النضج الذاتي، الذي عن طريقه يصبح الفاعل الاجتماعي المتلقي مدركا لواقع المحيط الاجتماعي ولواقع النسق القرابي، وطرق التعاطي معه في ظل ما تم تعلمه من مضامين الخطابات المتلفزة المهيمنة على الأفكار والقيم والموجهة للسلوكيات. لقد حلت هذه المضامين محل العائلة في توجيه وتنقيف الأبناء طرق المعاملة وطرق الاندماج الاجتماعي في الأسر الزوجية، وفتحت أعينهم نحو تبني قيم حب الذات وفرضها والتفكير في المصالح الشخصية الفردية على حساب المصلحة العامة للأسرة ورفض كل أشكال التدخل العائلي في العلاقة الزوجية باعتبارها علاقة تخص شخصين (الزوج والزوجة) ولا يحق للعائلة التدخل في خصوصيات هاته العلاقة، وهذا في حد ذاته تغير اجتماعي يحدث على مستوى مكانة وأدوار المرأة الجزائرية والأسرة الجزائرية الحديثة.

لقد تضاءل حقا ارتباط الفاعلين الاجتماعيين بالقيم الأخلاقية والاجتماعية وغيرها من القيم، وأمام هذا الوضع، أصبح الأفراد يعيشون شرخا عميقا بين ما يعرضه عالم الصورة والمؤثرات الصوتية والألوان، وإحساسه بضعف تجربته الاجتماعية التي تنساق خلف فكرة الإشباع المادي الآني، حتى وإن كان ذلك مخالفا ومناقضا لجملة القيم والمبادئ المؤطرة لحياة الأفراد والجماعات.

يبين لنا واقع الأمر إذن، أن المشاهد المتلقي يعيش أزمة ما يسمى بالتغيير، حيث يواجه الجمهور العربي العديد من الظواهر السلبية ذات صلة بالمحيط الاجتماعي الذي تسوده مجموعة القيم الرديئة أو غير المحببة وغير الأخلاقية في ظل التناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والسياسية والتسلط والفقير والانحرافات بمختلف أشكالها وألوانها في

عصر تتزاحم فيه البرامج التلفزيونية والأفلام، ومختلف الخطابات المتلفزة، على بث أكبر قدر ممكن من المعلومات، وفي ظل سياسة الانفتاح وعصر الإعلام المعولم يمكن مشاهدة ما يجري عبر العالم بكل سهولة بكبسة زر واحدة، وفي ظل محاولات أصحاب النفوذ نشر أفكارهم وتسويق توجهاتهم، أصبح هذا الجمهور أكثر عرضة لتلاطم الأفكار والتيارات والمعلومات المتجددة التي أصابت قدرته على تحديد خياراته وتوجهاته واحتياجاته ومختلف أولويات مجتمعه، وهو ما خول له ضمن هذه السماوات المفتوحة تبني سلوكيات غيره ونمط تفكيرهم وأسلوب حياتهم، ضمن عمليتي التقليد والمحاكاة لمختلف مظاهر الحياة الغربية الغربية عنهم، كنمط اجتماعي يسود حياتهم الاجتماعية اليومية، وسلوكا متحضرا ضمن عملية التنقيف.

تحمل مكانة التلفزيون الفضائي في طياتها فرصا ليكون التأثير إما إيجابيا لصالح الجمهور ورقيه وتقدمه، إذا ما أحسن توظيف الخطاب التلفزيوني، خصوصا والرسالة الإعلامية عموما، وإما سلبيا إذا ما تم توظيف قوى الهيمنة من أجل استبدال الهوية إن جاز لنا قول ذلك.

حقيقةً إن "التلفزيون قد يعمل على التغيير أو التأثير في بنى المجتمعات النامية اجتماعيا وثقافيا، لكن ذلك التغيير وجوهره قد يكون سلبيا ولا يصيب الهدف التنموي والاتصالي في ضوء خطط التطوير والإنماء وأهداف السياسة الاتصالية" (الدليمي، م. 2005: 17)، خاصة عندما يتعلق الأمر بالنسق القرابي والأسري على وجه التحديد، إذ أن هنالك العديد من المشكلات الأسرية التي كان التلفزيون سببا في وجودها أو تفاقمها، ويمكن أن نوجز بعضها في المجالات التالية:

- "الخلاف بين الآباء والأبناء بسبب المنع من مشاهدة بعض البرامج.
- مشكلة انشغال أفراد الأسرة عن بعضهم، وقلة الحوار والنقاش في أمور قد تكون أحيانا جزءا من حياة الأسرة.

- الخلاف حول استمرار الاستقبال لمادة برامجية معينة أو الانتقال إلى غيرها، ولا سيما بوجود الأقمار الصناعية وإمكانية استقبال عدد من المحطات الخارجية" (العبدالله، م.2006: 181-182).

إضافة لما أحدثه التلفزيون من تغيرات على مستوى العلاقات الاجتماعية والأسرية، يمكن رصد دوره أيضا في التنمية والتعليم والثقيف، بحيث يساهم في التنمية المحلية للمجتمعات من خلال تقديم الإرشادات اللازمة للعمال وإحداث التغيير الفكري وتطوير أساليب العمل الاجتماعي والاقتصادي، كما يساهم في تثقيف الأفراد وتعليمهم مثل تبني سياسة محو الأمية (الأمية الهجائية والوظيفية) وذلك بعرض قنوات وبرامج تعليمية للكبار والتي من شأنها تعزيز ثقافتهم الصحية وتعليمهم أمور دينهم وديانهم ... ناهيك عن مساهمته في دعم التعليم المدرسي النظامي خاصة في الدول النامية والتي يستعصي على بعض الفئات في بعض الأماكن مواصلة الدراسة. وقد أخذ الثقيف النسائي حصة من المضامين الخطابية التلفزيونية، كالبرامج التي تتناول قضايا وانشغالات المرأة المعاصرة، بحيث تهتم بتأكيد دور المرأة في التنمية الاجتماعية والثقافية باعتبار المرأة مدرسة تعليمية تنشأ عليها الأجيال بحيث تكون قادرة على مجابهة ومواجهة المتطلبات الحديثة بطرق تنشئية وأساليب إقناعية بغية خلق استجابات لمختلف متطلباتهم وتطبيعهم اجتماعيا.

### خلاصة:

ما دام أن التلفزيون شهد تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة بفضل التقدم العلمي والثورة التقنية التي شهدها القرن 20، فقد أصبح يقوم بدور جوهري في لفت انتباه وإثارة اهتمام الجمهور للمشكلات والقضايا المجتمعية المطروحة. حيث صار مصدرا مهما لاستقاء الأخبار والمعارف والمعلومات والثقافة والتربية بسبب انتشاره الواسع وفاعليته وبقدرته على مخاطبة القسم الأكبر من المجتمع.

إذ يساهم عبر معالجته لبعض القضايا الاجتماعية والثقافية في نشر الوعي وتكوين الرأي العام وتوجيهه، فله القدرة على اجتذاب المشاهدين إليه باختلاف مستوياتهم وأعمارهم، لأنه لم يعد وسيلة للتسلية والترفيه، بل أصبح وسيلة للعلم والتعليم يفوق مثيلاته من الأدوات.

هذا ويختلف تأثير التلفزيون من مجتمع إلى آخر حسب ظروف كل مجتمع، إجتماعيا وسياسيا واقتصاديا وتربويا... كما أن نوعية البرامج المقدمة والمستهلكة في ذات الوقت تلعب دورا بارزا في التأثير على أفراد المجتمع عموما والمرأة خصوصا، حيث تمثل الإثارة والترفيه المكانة الأولى بالنسبة للتأثير وفي أحيان أخرى يكون التأثير ثقافيا واجتماعيا ودينيا.

إلا أن هذا التقارب يبقى سطحيًا لأن المشاهدة تمنع المحادثة والتسامر واللعب، ويساهم أيضا في توحيد الأفكار والعادات والتقاليد والقيم وأنماط السلوك والأذواق الجمالية... كونهم يخضعون لنفس المؤثرات الصوتية والصورية.

ثم إن تعدد برامج جعل ثقافة المرأة أكثر ثراء من خلال ما يعرضه من مواضيع متعددة وجعله في ذات الوقت أكثر تكيفا مع مستجدات الحياة ومع نظم حياتهم اليومية وفق برمجة مواعيدية لمختلف البرامج المتابعة.

## الفصل الرابع

# المرأة في محيط الخطاب التلفزيوني

## تمهيد:

بات التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا بين فئات الجماهير العريضة، وذلك لما له من قدرة فائقة على جذب انتباه مشاهديه وإثارة اهتمامهم والتأثير في المخزون الثقافي والفكري للأفراد، أما أشكال الخطابات التلفزيونية الثقافية والاجتماعية والسياسية والدينية فإنها تسعى بمختلف خططها واستراتيجياتها الإعلامية المسطرة مسبقا وفق إيديولوجيات مالكيها للاستمرار من أجل تكوين السلوك الفردي والجماعي، بمعنى أنها تحاول ترسيخ بعض القيم والمفاهيم المتعلقة بالمجتمع، أو تعديلها أو إلغائها كلية.

لذلك يكون من الصعب علينا مقارنة الخطاب التلفزيوني عندما يتناول قضايا المرأة بشكل عام وفي أي مجتمع من المجتمعات، وذلك بسبب ما يحف هذا الخطاب من صعوبات إبيستيمولوجية وسوسيولوجية، يلتقي فيها الذاتي بالموضوعي، والديني بالإيديولوجي، والحدائي بالتقليدي... وتزداد صعوبة تحليل ودراسة هذا الخطاب في المجتمعات العربية عموما والمجتمع الجزائري خصوصا، خاصة وأنه عرف تطورا وتغييرا سريعا منذ منتصف القرن الماضي، بحيث عرفت المسألة النسائية تطورا واهتماما كبيرا من لدن الجهات العمومية الرسمية والخاصة على حد سواء.

إن الخطابات التلفزيونية بمختلف تنوعاتها وتخصصاتها، خاصة الأجنبية منها (مثل برامج الدراما السورية، الدراما التركية... التي تتابعها المرأة خصوصا) التي تقوم بعملية التتميط الثقافي ناقلة بذلك عادات وتقاليد ثقافية، واجتماعية، ودينية مختلفة تؤدي إلى تغيير أنماط السلوك مساهمة بذلك في البناء الثقافي والإعلامي، واشتراك المرأة في هذا البناء متحررة من مختلف القيود الثقافية والاجتماعية البالية، متخذة أدوارا حقيقية ومكانة متميزة ومتميزة في نفس الوقت.

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على الخطاب التلفزيوني الذي يتناول قضايا المرأة ودوره في خلق أو تشكيل صناعات ثقافية بصيغة نسوية من وجهة نظر المرأة ذاتها.

## 1- المرأة والعائلة في محيط التلفزيون:

لاشك أن المرأة هي المربية الأولى في الأسرة والمجتمع، ولها تأثير كبير في تكوين بنية الشخصية لدى الأطفال، باعتبار أن شخصيتهم تبنى وتتكون خلال السنوات الأولى لنشأتهم، وذلك بتوجيه من المنظومة التربوية الأسرية وثقافتها التي تتبناها والتي تلعب فيها الأم دورا محوريا في العملية التنشئية. من هنا سعت محاولات التطوير والتحديث المتطلعة نحو محو التخلف إلى تعليم المرأة وتحسين أوضاعها لتكون بذلك منارة العطاء التربوي وقاطرة لدفع عجلة التنمية البشرية، إضافة إلى تضمين مختلف قضاياها في البرامج والخطابات التلفزيونية من أجل بلورة وعيها وتوسيع رؤاها تحقيقا لمكانة متميزة، ولمزيد من المساواة مع الرجل في الحقوق، والواجبات، والأدوار في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والقانونية... في المجتمع.

قبل الغوص بعمق في محتوى هذا الطرح، ارتأينا أن نطرح التساؤل التالي الذي سيكون بمثابة فاتح الشهية للخوض في مسألة الخطاب التلفزيوني وطرق تأثيره وتعاطيه مع المرأة ضمن النسق العائلي، أي ما الذي غيره الخطاب التلفزيوني لدى المرأة خاصة فيما يتعلق بعلاقتها مع العائلة؟

يقتضي الأمر هنا أن نميز بين العائلة كقيمة جوهرية لدى المرأة خاصة وأنها شريكة الرجل وأم الأطفال والمسؤولة الأساسية التي توكل لها عملية التنشئة الاجتماعية والتربية والتعليم، والخطاب التلفزيوني باعتباره ممارسة عائلية من حيث تأثيره في العلاقة مع هذه المؤسسة الاجتماعية، حيث فتح هذا الأخير المجال لبث عدد لا حصر له من البرامج المتنوعة بحلل وألوان وقيم متنوعة، ما جعل المرأة والعائلة على السواء تعيش وضعاً استثنائياً لا مثيل له أمام التحديات المعاصرة التي تحكم عالم الاتصالات وعالم التكنولوجيا. أمام هذا الاستثناء، أصبح الجو العائلي مرتبطاً بوحدة المشاهدة التلفزيونية، ما ينجر عنه إلهاء كلياً بالمضامين وغياب التحوار بين أفراد الأسرة، وهو ما ينتج عنه تلاشيا لطرق الاتصال الاجتماعي التقليدي مقابل أشكال الاتصال الحديثة.



فغياب تحاور المرأة مع الأسرة حوارا يكون موضوعه المحتوى الخطابي التلفزيوني يعبر عن شكل أو نمط اتصالي تسلل إلى الحياة الأسرية وأصبح واقعا مهددا لعملية الاتصال الأسري "باعتبار أن العلاقات الأسرية ليس شيئا قارا، بل قد تتوطد بفعل الاتصال المباشر بين أفراد الأسرة وقد تفتت نتيجة تلاشي الاتصال العائلي، وهذه العلاقات تمر بالضرورة عبر القيم والمعايير التي يحتكم إليها الأفراد" (مجاهدي، م. 2011: 95-96)، وأصبحت المرأة تولي اهتماما غير مسبوق للمضامين التلفزيونية خاصة مع تعدد الفضائيات المتخصصة لها، إذ تشير (المبحوثة 05) " وقت لي نكون نتفرج التلفزيون أنا وبنتي ما نبغي حتى واحد يقاطعنا ولا يلهينا، حتى زوجي من بكري يعرف عقليتي، نتفرج وحدي وما يديرونجنيش ، وهو ما يحبس الأفلام التركية، ونتبع بزاف قناة النهار والشروق خاصة حصة اللي فات مات، خط أحمر..." هذه الحالة التمثيلية مرتبطة بمشاهدة التلفزيون ارتباطا وثيقا لدرجة أنها قد رسخت لدى عائلتها (زوجها على وجه التحديد) فكرة عدم مضايقتها أو لفت وتشتيت انتباهها وقت متابعتها لبرامجها التلفزيونية المفضلة خاصة الأفلام التركية والبرامج الاجتماعية التي تعرض على التلفزيون الجزائري ضمن قناة النهار TV حسب مسميات البرامج التي تم التصريح بها، خاصة وأنها تعالج مواضيع من واقع المجتمع المعاش والتي تحس المرأة فيها بنوع من الانتماء الثقافي والاجتماعي والجغرافي، خاصة وأن هذه البرامج قد استثارت عواطفها واستساغت بطريقة أو بأخرى الواقع الاجتماعي الذي يعبر عن الحقيقة وواقع الحياة والمجتمع، وقد حددت هذه البرامج الصورة النمطية للمواقف والأشخاص والأدوار، التي قد تكون مثالية لا تمت للواقع بصلة، أو فيها ما فيها من تضخيم الأحداث أو التقليل من شأنها وفي ذات الوقت تهويل الرأي العام وتضليله. دائما وفي نفس السياق تشير المبحوثة (المبحوثة 04) قائلة "مانكذبش عليك ما نخلوش حلقة تفوتنا من المسلسلات لي نكونوا متبعينها، ومرات كي يشوف زوجي كاش حصة جزايرية يعيطلي نتفرجها... بصح نتفرجوا قاع مع بعض الأخبار والحصص الدينية والاجتماعية ومباريات كرة القدم...surtout في الليل". ما يمكن الوقوف عليه من خلال هذا التصريح أن المرأة تشارك عائلتها في الجلسات التلفزيونية الدرامية، حتى وإن اختلفوا في المفاضلة بين القنوات والفضائيات بحيث تصبح البرامج هي التي تتحكم في عملية

الاختيارات والمفاضلة، وهو ما يدل على أن استثمارات هذه القنوات لها قدرة كبيرة على تلبية مختلف الأذواق وذلك بفضل ما تعرضه وتوفره من أفلام ومسلسلات وبرامج رياضية وأخرى للتسلية. أمام هذا الاهتمام النسوي لمشاهدة البرامج المتلفزة وللدراما التركية ولمختلف البرامج الاجتماعية، يمكننا القول أن الخطاب التلفزيوني أصبح من بين الخطابات الإعلامية الأكثر تأثيرا على أغلب الشرائح الاجتماعية، وعلى شريحة النساء بصفة خاصة بحيث أصبح الرفيق اليومي لكل أفراد الأسرة تقريبا والوسيلة التي تخاطب المرأة في عقر دارها، لتقضي بذلك على أوقات فراغها واسترخائها سواء كان ذلك بمفردها أو مع عائلتها.

أعتقد أننا عندما نشير إلى فعل المشاهدة التلفزيونية لدى المرأة الجزائرية، فإن هذا في حد ذاته يعتبر مؤشر مهم لطرح سوسيولوجي يمكن صياغته على النحو التالي: هل تخصيص المرأة حجم ساعي للمشاهدة التلفزيونية تترتب عليه مخلفات على مستوى العلاقات الاجتماعية والعائلية؟

للإجابة عن هذا التساؤل لا بد لنا من الرجوع إلى معطيات التحقيق الوطني الذي أجراه مجموعة من الباحثين في المركز الوطني للأنتروبولوجيا الثقافية والاجتماعية CRASC بوهران حول " المرأة والاندماج الاجتماعي والثقافي في الجزائر "

(Nouria Benghabrit- Ramaoun 2006) وتحديدًا إلى الجدول المتعلق بالوقت الذي تخصصه المرأة للمشاهدة التلفزيونية، ومن ثم سنحاول ربط هذه المعطيات بجدول آخر يتعلق بالوقت المخصص للزيارات العائلية بالنسبة إلى ثلاث شرائح عمرية متباينة.

## جدول رقم 01: الحجم الساعي المخصص للمشاهدة التلفزيونية من قبل المرأة

عدد الساعات	التكرارات	النسبة المئوية
00	410	6.1
01	1286	19.2
02	1619	24.1
03	3156	47.1
04	121	1.8
05	41	0.6
06	17	0.3
07	06	0.1
08	02	00
09	48	0.7
المجموع	6706	100

المصدر: Benghabrit-Ramaoun Nouria, dir., « Enquete nationale en Algerie : Femmes et integration socio-economique », Initiée par le ministere délégué à la famille, la femme et la promotion de l'enfance, réalisée par le centre Naionale de Recherche en entropologie Sociale et Culturelle, CRASC (octobre 2006).

يمكن القول من خلال هذا الجدول أن مشاهدة المرأة لمختلف البرامج والخطابات التلفزيونية بلغت نسبة 47.1% بمعدل بلغ ثلاث (03) ساعات يوميا، وهو الحجم الساعي للمشاهدة الذي مثل أعلى نسبة، فيما أوضحت الدراسة أنه بمجرد تجاوز معدل الحجم الساعي الأربع ساعات يوميا فما فوق، فإن ذلك يدخل ضمن نطاق الإدمان عليه إذا ما تم اعتماد الثلاث ساعات كمتوسط للمشاهدة التلفزيونية اليومية لدى المرأة، لتبقى ما نسبته 6.1% من النساء ممن لا يولون اهتماما لشاشة التلفاز ولا يشاهدنه بتاتا. وقد يرتبط ذلك ارتباطا وثيقا على مستوى العلاقات الاجتماعية والعائلية بحيث أنه كلما زاد الحجم الساعي لمشاهدة التلفزيون قل التواصل بين أفراد العائلة الواحدة وضعف نسق العلاقات العائلية، وكلما قلت وتيرة المشاهدة أو انعدمت كلما تعززت علاقات المرأة العائلية وزاد التواصل مع أفراد العائلة واحترمت أولوياتها العائلية والتربوية.

وما دام أننا في دراستنا هاته نركز على مختلف الفئات العمرية لدى المرأة في ارتباطها بمشاهدة الخطاب التلفزيوني في محاولة منا لتحديد علاقة الأجيال باستهلاك المنتجات التلفزيونية، تم الاستعانة بالجدول التالي:

**جدول 02:** يبين الحجم الساعي للمشاهدة التلفزيونية لدى المرأة الجزائرية وفقا للشرائح العمرية.

الحجم الساعي	صفر 00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	المجموع
الشريحة 24-16 سنة	120	375	575	1511	59	21	15	01	01	24	2702
	4.44	13.88	21.28	55.93	2.19	0.77	0.55	0.03	0.03	0.90	%100
54-35 سنة	179	622	727	1054	43	14	02	04	01	17	2663
	6.8	23.34	27.3	39.57	1.61	0.52	0.07	0.13	0.03	0.63	%100
74-55 سنة	89	264	293	538	18	05	00	01	00	07	1215
	7.33	21.73	24.12	44.28	1.48	0.9	0.0	0.08	0.0	0.57	%100

المصدر: Benghabrit-Ramaoun Nouria, dir., « Enquete nationale en Algerie : Femmes et integration socio-economique », Initiée par le ministere délégué à la famille, la femme et la promotion de l'enfance, réalisée par le centre Naionale de Recherche en entropologie Sociale et Culturelle, CRASC (octobre 2006).

يدرج هذا الجدول العلاقة بين حجم المشاهدة التلفزيونية وعامل السن، وهي علاقة عكسية، بحيث أنه كلما تقدمت المرأة في السن قل حجم مشاهدتها للبرامج التلفزيونية، وهو ما يظهر واضحا وجليا في معطيات الجدول خاصة في الحلقات الصفرية إن جاز لنا قول ذلك، بمعنى أن الامتناع عن المشاهدة يميل نحو التزايد كلما زاد تقدم المرأة الجزائرية في السن، بينما تقل مشاهدة الشريحة العمرية (16-24 سنة) في الخانة المتضمنة للساعة الواحدة، لترتفع لدى الشريحتين الباقيتين، كما أن هذه الأخيرة (الشريحة الأقل سنا) يتزايد حضورها بتزايد الحجم الساعي للمشاهدة، كما ونجدها حاضرة وبقوة إلى غاية المشاهدة التلفزيونية المفرطة التي تصل لتسع (09) ساعات خلال اليوم.

أما بخصوص زيارة العائلة وتخصيص اللقاءات أو الجلسات العائلية التي تلم الشمل وتدعم الاتصال الأسري، فإن الفئة الدنيا للنساء الجزائريات الأكثر ممارسة لمشاهدة الخطابات والبرامج التلفزيونية المتنوعة، هي نفسها الأكثر امتناعا فيما يتعلق بزيارة العائلة مقارنة بالفئتين المتقدمتين في السن. وفيما يلي جدولاً يوضح زيارات المرأة للعائلة وفقا للشرائح العمرية:

### جدول 03: زيارة المرأة للعائلة وفقا للشرائح العمرية

لا أزور العائلة أبدا	التكرارات	المجموع الكلي للفئة العمرية
الفئة العمرية 24-16 سنة	361	8464
النسبة المئوية	4.3	100
الفئة العمرية 35-54 سنة	142	3864
النسبة المئوية	3.7	100
الفئة العمرية 55-74 سنة	41	1298
النسبة المئوية	3.1	100

المصدر: Benghabrit-Ramaoun Nouria, dir., « Enquete nationale en Algerie : Femmes et integration socio-economique », Initiée par le ministere délégué à la famille, la femme et la promotion de l'enfance, réalisée par le centre Naionale de Recherche en entropologie Sociale et Culturelle, CRASC (octobre 2006).

ما يمكن استنتاجه من هذا الجدول، أن مشاهدة التلفزيون الفضائي بالنسبة للمرأة الجزائرية أصبح اليوم عبارة عن نشاط يستحوذ أكثر فأكثر على مجمل نشاطات المرأة واهتماماتها مقارنة بزيارتها لعائلتها، كما ينبغي الإشارة إلى أن هذه الظاهرة تزداد حدة ظهورها كلما مال السن نحو التناقص.

لقد دخل التلفزيون إلى قلب المنزل ليعيد صياغة أسلوب التعامل داخله وثقافة العائلة كلها حسب نمودجه وقياسا على رموزه، إذ " يحدث التحول المفاجئ من التقليد المنغلق على ذاته والمتحصن في خصوصيته إلى نافذة صغيرة انفتحت كالثغرة من داخل الدار وتحولت لتكون بابا من أبواب جهنم حيث حضر العالم كله مصورا وناطقا وحييا أكثر من حيوية الحياة ذاتها وذلك لما فيه من التزيين والتحسين المفرط حتى تكون الصورة أقوى تعبيراً

وتأثيرا من الواقع" (الغذامي، ع. 2004: 120) إضافة إلى ذلك فقد " أصبح التلفزيون عنصرا أساسيا في مقدمة اهتمامات العوائل سيما بعد أن أصبح البث بالألوان منذ نهاية الأربعينيات وبداية الخمسينات" (الدليمي، م. 2005: 20).

إن هذا الوضع الثقافي المستجد هو في حقيقة الأمر واقع يعبر عن صدمة ثقافية تعيشها المرأة ضمن نطاق عائلتها، كونها لم تمهل الناس لكي يتدرجوا ثقافيا من الفهم البسيط الذي يوحيه إليهم عبر مختلف البرامج الترفيهية والتثقيفية إلى ما هو أكثر تعقيدا وغموضا وتضمينا لسلطة معرفية وإيديولوجية محددة، لقد باغتتهم الصورة في محاولة منها لقلب وكركة البيت من الداخل، ولكسر حصانته ومناعته القيمية التي يتحلى بها، وحدث ما حدث بسرعة تامة وبغفوية استثنائية غير واعية، فأصبحت الصور والخطابات اللغوية والجسدية تغزوا الوضع العائلي من موزات وملبس ومأكل ونمط لغوي، وانفلتت الأفكار والآراء التي أصبحت تحمل جرعات عالية من التحرر والجرأة، وانقلب الوضع العائلي رأسا على عقب، فتلاشت بذلك مكانة الأزواج في البيت بعدما كان الزوج أو الرجل بصفة عامة الأمر النهائي وله سلطة التحكم في زمام الأمور خاصة عندما يتعلق الأمر بمكانته العائلية أثناء متابعة البرامج التلفزيونية، فهو المالك الرسمي لجهاز التحكم الخاص بالتلفزيون وهو الوحيد المخول له تغيير القنوات واختيار البرنامج المزمع مشاهدتها، وفي نفس الوقت تغيرت مكانة الجدات والأمهات التنشئية وفقدن أدوارهن التربوية النموذجية من حيث أنهن أصبحنا لا يواكبن جملة التغيرات الثقافية والاجتماعية الحاصلة، وصرن في ذات الوقت قديمات وجاهلات وقاصرات في عرف بناتهن وحفيداتهن أمام الشاشة التي أصبحت المربية الجديدة والنموذج الثقافي المتجدد الذي يفرض نفسه بنفسه.

"حصل هذا الفرز العائلي وجرى نزع أهم القيم العائلية ولم تعد العائلة مقياسا اجتماعيا ولا تربويا، والفاعل هو الصورة السحرية التي صارت تدير الكون وتختصره وتعيد صياغته" (الغذامي، ع. 2004: 120) ولا عجب أن العديد من مشاهدي التلفزيون غير راضين عن المكانة التي أصبح التلفزيون يمتلكها ويتقلدها في تحريك زمام الأمور، وقد ذهب العديد منهم إلى تسميته (تلف العيون والعقول) على وزن (تلفزيون)، وما ذلك في

حقيقة الأمر إلا تخوفا ثقافيا من المرأة (أما أو جدة) وتسليما بالكارثة ورضوخا للقوى الإيديولوجية المسيطرة والمهيمنة على العالم.

في ظل هذا التعقيم اتجاه الثقافة وشيوع الخطابات التلفزيونية والبرامج المتنوعة والمتخصصة الوافدة عبر القنوات المختلفة، فإن الخطاب التلفزيوني يسير باتجاه اقتلاع المرأة كمتلقية من أصولها الثقافية الموروثة وإقحامها في ثقافات متعددة جديدة وغريبة عنها، في الوقت الذي هي بحاجة ماسة إلى فهم بيئتها وثقافتها المحلية، وهذا ما يخلق في شخصيتها سلسلة من الصراعات النفسية والاجتماعية والثقافية التي تنعكس في سلوكها وعملها ومختلف علاقاتها الاجتماعية، خاصة عندما يرتبط الأمر بالمستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي للمرأة.

لم يعد المنزل آمنا ولم تعد المرأة كما العائلة محمية في حصنها المنيع نتيجة ما فعله التلفزيون من كسر المنزل العائلي وتلاش لقيمه أمام انسياب خافت لثقافة متعولمة واقتحام لرمزيته التي بنيت عبر الزمان والمكان، ولم يعد خيارا أمام الأفراد بقدر ما أصبح ضرورة حتمية من غير الممكن الاستغناء عنه، أو التحجب عن صورته، وبالتالي يمكننا القول أن المرأة ضمن نسقها العائلي ككل ليست متقبلة للصدمة الثقافية الحاصلة فحسب، بل أصبحت تتطلع إليها وتطلبها وتسعى إليها.

## 2- المرأة والخطاب في سياق الصناعات التلفزيونية الثقافية المستجدة

يتوجب علينا كباحثين وقبل تناول هذا العنصر أن نتعرض إلى مفهوم الصناعات الثقافية في مجال الإعلام، حيث استعمل أول مرة على يد كل من تيودور أدورنو Adorno Theodor وماكس هوركهايمر Max Horkheimer بحيث يشير إلى جملة " الأنشطة الصناعية التي تنتج وتسوق الخطابات والأصوات والصور والفنون وكل القدرات الأخرى والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع، والتي تمتلك وبدرجات مختلفة خصائص الثقافة" (عيساوي، 2004: 80-81) بمعنى أن هذا " المصطلح يضم مجموع الأنشطة

والتقنيات التي تعيد إنتاج الأعمال الثقافية طبقا لمعايير إخضاعه للمنطق (Rationalisation) والنمطية" (Bourdeioie, H,2001) .

إن صناعة الثقافة هي من بين أبرز وأهم المشكلات التي رصدتها الحداثة جراء ما خلفته المجتمعات التكنولوجية المتقدمة، ولا يستند الفكر النقدي في طرحه لمثل هكذا قضية على الطرح الماركسي الذي يشير إلى أن الأفكار المسيطرة على كل عصر هي أفكار الطبقة الحاكمة، بل بدلا من ذلك فقد نظر إلى التكنولوجيا والوعي التكنولوجي باعتبارهما قد أنجبا ظاهرة جديدة اتخذت شكل ثقافة الجملة الموحدة والتي لا جنور لها، وهذا يعني أن المجتمع التكنولوجي قد نجح بدرجة كبيرة وبشكل لم يسبق له أن حدث فيما يتعلق بتعميق عملية خضوع الفرد للنظام الاجتماعي ليس من خلال البيروقراطية والسلطة، وإنما من خلال القيم والثقافة والتنشئة (تار، ز. 2004: 19). وفي ذات السياق يؤكد الجابري أن من أهم خصوصيات هذا القرن ظهور بنية جديدة تسمى بالصناعات الثقافية التي فرضت أنماطا حديثة ومستجدة للتعبير الثقافي تتجاوز في غالب الأحيان بنية السياسات الثقافية المحلية والوطنية، كما ويشير هوركهايمر وأدرنو إلى أن الوسائل الجديدة للإنتاج والاتصال الثقافي خاصة عندما يتعلق الأمر بمؤسسة التلفزيون التي لا تقدم إلا سلعا منمطة تجعل المستهلكين يعيشون ضمن مناهة الاغتراب، وتسقط بذلك الأعمال الثقافية في شرك السوقية La Vulgarité والتسليع (Bourdeioie, H, 2001).

ولأن المبدأ الذي تقوم عليه أنشطة الصناعة الثقافية هو مبدأ الترويج التجاري، فإن ما يتم تداوله ونقله من منتجات ثقافية سوف يؤثر بالضرورة بطريقة أو بأخرى على الجمهور المتلقي عموما والمرأة خصوصا، كونها تلعب دورا رئيسيا في تشكيل عقلية مستهلكيها وتمارس تأثيرا ملحوظا ومتزايدا على تنظيم الاتجاهات النفسية لها، ففي كل يوم يتم ابتكار واختراع أشياء جديدة ومستحدثة تجعل الحياة أكثر سهولة ورفاهية، هذا النمط الجديد في الحياة ( الحياة السائلة بتعبير باومان) يصنع ثقافة جديدة، ويكون موجها لفئات اجتماعية دون أخرى (إذ نخص بالذكر فئة النساء أو المرأة بصيغة المفرد).



إن استهداف المرأة بالخطابات التلفزيونية المتنوعة المواضيع والمضامين يرجع إلى كونها أهم شريحة في المجتمع والى كونها معنية كذلك بالكثير من المهام الموكلة إليها والمنتجات المعنوية عنها سواء المتعلقة بعنايتها الشخصية أو تلك التي تتعلق بشؤون البيت والأسرة ككل مثل المواد الغذائية، مواد التنظيف، الأدوات الكهرومنزلية، الأثاث المنزلي وذلك بحكم أنها تكون دائما وأبدا هي المدبرة الأساسية لشؤون الأسرة والبيت، لتصبح بذلك تعبيرا حقيقيا " للثقافة المصنعة"، إنها نتاج المجتمع الصناعي والتقني المتقدم الذي تغدوا فيه الثقافة وبصفة آلية مستوعبة لتمثل الواقع الصناعي المغترب، وفكرة التخيير الفاقدة لمحتوياته الجذرية بسبب تمثله داخل ثقافة جماهيرية استهلاكية عامة ترضي حاجة جماعية. وفي تصريح للمبحوثة السادسة (06) حول درجة متابعة ما تعرضه مختلف الخطابات التلفزيونية وتأثيرها على واقعها اليومي في ظل الصناعات الثقافية المكتسبة تقول "أتابع البرامج التلفزيونية للتعرف أكثر على *la nouvelle tendance* تاع اللبسة والألوان الدارجة والماكياج... تعطيني نظرة على واش راه معروض في السوق لمواكبة الموضة"، يبدو أن النسوة الصغيرات في السن هن أكثر ميلا لاستهلاك المضامين الثقافية ذات البعد الجمالي التي تساهم في خلق ميول ورغبات وتقليد وجذب في ذات الوقت لمجارات الماركات العالمية لمساحيق التجميل وعمليات شد الجسم ومتابعة آخر صيحات الموضة والألوان، وهي بمثابة قوة مغناطيسية يستخدمها أصحاب الماركات والتجار لترويج منتوجاتهم وتسويقها عبر العالم وبيعها، لتصبح جزءا مهما في حياة المرأة لا يمكن الاستغناء عنها، بل وتصبح مدمنة على هاته الصناعات الثقافية ولا تقدر على مقاومتها.

إن اهتمامات المرأة بمساحيق التجميل تبعا لما صرحت به المبحوثة يعود إلى أن هذه المواد تلعب دورا أساسيا في حياة المرأة، كون أن هذه الأخيرة تسعى دوما للمحافظة على جمالها وأناقته وظهورها بأحسن حلة وصورة إرضاء لنفسها ولغيرها، وكثيرا ما يركز المعلنون والمروجون لمثل هكذا مواد إلى الحاجة الملحة لدى المرأة في تقديم مختلف المنتجات المتعلقة بها كونها تعتمد على وتر الحاجة للصحة والجمال خاصة فيما يتعلق بالإعلانات الموجهة للمرأة.

هكذا إذن يتم استغلال المرأة، فمن جهة تستعمل كأداة لتسويق المنتج والترويج له، ومن جهة أخرى يتم استغلالها كسوق مفتوح دائما لكي يصبح الجسد وحده ولا شيء آخر غيره هو الطريق إلى الوظيفة وإلى الشهرة وإلى الشهادة وإلى حياة أصبح فيها الشكل هو معيار قبول ونجاح المرأة، حيث يكون الجسد وليس مؤهلاتها العلمية أو إنسانيتها أو عقلها وخبراتها وثقافتها هي المحدد الأساسي للهيكل الاجتماعي العام... هكذا إذن تمت تعرية المرأة وهو في الأصل تجريد لها لإنسانيتها واختزال لجميع مواهبها ومكوناتها، فكل ما يعرض في السينما ودور الأزياء ومختلف مستحضرات التجميل ما هو إلا محاولة لإعادة صياغة هوية المرأة عن طريق الوصول إلى وجدانها ونزع مكانتها ودورها في المجتمع، إنه عنف رمزي يمارسه الخطاب التلفزيوني ومختلف الصور التي يعرضها في حقها، وهذا العنف من شأنه تعرية المرأة من كينونتها وإنسانيتها وخصوصياتها الثقافية والاجتماعية... ليتم الترويج للاوعي وللا تاريخ في حياة المرأة.

في نفس السياق يرى بونتوازو Pierre, A, Pontoizeau أن "الثقافة أصبحت بفعل الموضة تشكل القاعدة الأساسية للاستهلاك في ظل النظام الاقتصادي الرأسمالي، وأن العمل الإعلامي في هذا النظام قد ساهم وأبدع في خلق سياق اجتماعي ونفسي يضمن الاستمرارية في الرغبات الجديدة عبر الموضوعات الجديدة التي يخلقها المحيط الثقافي المكون من الصور، الأبطال، طرق اللباس، الأنواع الغذائية..." (طالبة، ل. 2014: 115) وبالتالي فالمبادئ الأساسية التي تحكم الصناعات الثقافية تقوم أساسا على مبدأ التسليع وإخضاع المنتجات الثقافية بمختلف أنساقها للنهج التجاري المتبع في أية عملية إنتاجية تبادلية كالسلع والمواد المستهلكة... بمعنى آخر أن جملة الصناعات الثقافية هاته تسقط في شبك التسليع والتصنيع بحيث تتم عملية تحويلها إلى قيم تجارية، وبذلك سيتراجع الدور الوجودي للثقافة داخل المجتمع باعتباره نظاما ونسقا لإنتاج المعاني والرموز والقيم المحددة للسلوك الاجتماعي، لتصبح بذلك مجرد وسيلة تعبئة الجماهير ودفعهم نحو استهلاك مختلف السلع.

كما أنها تولي اهتماما كبيرا للمواد الغذائية وبرامج الطبخ بحكم طبيعة حياتها كامرأة سواء كانت مأكثة بالبيت أو عاملة أو ممتدسة تمتهن الاهتمام بشؤون المنزل، ولعل أحد

أهم هذه الشؤون هو تحضير وإعداد الطعام، وهو ما يفسر اهتمامها بالإشهارات والإعلانات المتعلقة بهذه المواد، وفي هذا الشأن فقد صرحت لنا المبحوثة الأولى " ننفرج بزاف قناة سميرة tv وحصّة ألو شاف تاع فارس وأم وليد... هذه البرامج علمتني الطياب وكيفية التصرف والاقتصاد وكيفاش الحطة تكون وطرق ترتيب طاولة الأكل... ودير لابيبليستي للماعن....التلي راه يوري كلش غير لي مابغاتش تتعلم"، إن هذا يدل على أهمية هذا النوع من البرامج بالنسبة للنساء وذلك نظرا لما تملكه من إمكانيات على جذب أكبر عدد مكن من الجمهور النسوي المشاهد وما تقدمه من معلومات ووصفات جديدة في عالم الطبخ والطهي والتي تشبع وتلبي مختلف احتياجاتهن المنزلية دون عناء البحث المضني الذي يستغرق تجارب عديدة وقراءات في المجال.

إن هذه البرامج قد ساعدت الكثير من النساء على طهي أصناف متعددة من نوع أو منتج واحد للطعام، فتمتلى بذلك المائدة بأنواع مختلفة من الأكل ولا تتكرر بفعل المشاهدة اليومية التي تعطيها أفكارا جديدة لأطباق جديدة تختلف عن أطباق اليوم السابق وبالتالي تمتلك المرأة نتيجة متابعتها لمثل هاته البرامج جرعات معلوماتية ومعرفية كثيرة عن وصفات وأصناف متعددة من الطعام، وفي ذات الوقت ونتيجة للمشاهدات المتكررة لطرق عرض الطعام ومختلف الأواني المعروضة للإشهار، فقد جعلت المرأة في حاجة ماسة لامتلاك مثل هاته الأواني، كما وأصبحت الأسواق تروج لأشكال وألوان جديدة ومتنوعة من الأواني التي تأسر قلوب النسوة وتجذبها نحو اقتنائها واستهلاكها، وهذا في حد ذاته يعبر عن صناعة ثقافية يساهم الخطاب التلفزيوني في ترسيخها لدى المرأة.

لابد أن نشير إلى أن مصطلح الصناعات الثقافية مبني على موضوعين متناقضين على الأقل ظاهريا: الصناعة من جهة والثقافة من جهة أخرى، فالصناعة كمفهوم يشير إلى معنى الانتاج الاستهلاكي النفعي كصناعة النسيج أو المواد الغذائية مثلا، أما مفهوم الثقافة فيشير إلى تدريب العقل وتصريف الذهن إلى التذوق الشخصي والمتعة الفردية وبناء الهوية الذاتية والاجتماعية في ذات الوقت، إنها مزاجية بين الثقافة والتقنية، وبين الذاتي والموضوعي إن صح القول، وهي نتاج التحويلات البنيوية التي

طرأت على بنية المجتمعات الحديثة والمعاصرة. وقد وضع كل من أدورنو وهوركهايمر مبدئين أساسيين تقوم عليهما الصناعة الثقافية وهما:

- "الوصول بالمنتج الثقافي إلى كل أفراد المجتمع.
- إتباع رغباتهم وحاجاتهم بالمنتجات الثقافية التي تخضع إلى آليات التصنيع التجاري" (طالة، ل. 2014: 116)

وفي حقيقة الأمر هذه الثقافات التي تروج لها التلفزيونات الفضائية والتي تستهدف المرأة على وجه الخصوص إنما تنتج حاجات زائفة، والتشبع بتلك الحاجات الزائفة هو لا محالة إفساد للحاجات الحقيقية، إنها ثقافة موجهة لهدف محدد وواحد ألا وهو "تخدير وعي الإنسان وإذابة الفرد في النسق العام وإحكام سيطرة النسق على شعور ووعي المجتمع" (عامر، م. 2005: 173-174).

### 3- الخطاب التلفزيوني وأنسنة وعي المرأة:

من الطبيعي أن يساهم الخطاب التلفزيوني في تكوين الوعي المجتمعي للمرأة سواء كان ذلك الوعي سلبيًا أو إيجابيًا مستعينا بذلك على الرسالة الإعلامية التي يؤديها التلفزيون، خاصة وأن التلفزيون يتمتع بتأثير ملحوظ، لاسيما إذا أخذنا بعين الاعتبار تعريف بورديو للفعل السياسي "التلاعب المشروع بالنظرة العالمية" (Bourdieu , 2000 : 22) من حيث أنه أصبح أداة إعلامية خطيرة، يتصل تأثيرها المتزايد بالأعمال الدرامية التي أصبحت تحتل مساحة متميزة من الخارطة الإعلامية، وتلقى التفافا واسعا من الجماهير لمتابعتها، " ويحدث التأثير السلبي للإعلام عن طريق صياغة وتثبيت وإشاعة الصورة السائدة عن المرأة التابعة سواء في أذهان الرجال الذين تربوا ثقافيا وإعلاميا على أنهم الأقوى والأقوم، أو في أذهان الأطفال الذين تربوا على تمثل الصورة السائدة للمرأة فتتابع أجيالهم المؤمنة بسلامة هذه الصورة وصحتها، ولا يخامرهم الشك في مصداقيتها، سواء أصبحوا رجالا يعيدون إنتاج إيديولوجيا التفوق الذكوري التي تبقى على وضعهن المتردي،

أو يمارسن العادات التي لا تخرجهن من منطقة الهامش الاجتماعي" (الشجيري، س. 2015: 860)

ولا يمكن الجزم والحكم على الخطاب التلفزيوني بدوره السلبي دوماً، بل إنه يمارس في ذات الوقت دوراً نقيضاً لدوره السلبي خاصة عندما نتحدث عن صياغة وإشاعة صورة جديدة للمرأة، هي صورة للمرأة العاملة التي توازي الرجل في قوة الحضور الاجتماعي وفاعلية تأثيرها في مجال انخراطها ونشاطها السياسي والاقتصادي والثقافي مساوية بذلك الرجل في الحظوظ والحضور، وهي أيضاً المرأة المتعلمة والمستقلة اقتصادياً والتي لها ما لها من مكانة اجتماعية ومسؤولية مجتمعية اتجاهاً نفسها واتجاه أفراد مجتمعها، ويتم ذلك من خلال التركيز على جملة من الرسائل التي تدعم صورة المرأة الجديدة عبر مختلف تجلياتها، هذه الصورة في حقيقة الأمر تعبر عن تحول تدريجي وسعي دؤوب نحو تحول الوعي المجتمعي من صورة المرأة التقليدية السالبة والتابعة، إلى صورة المرأة المستقلة والفاعلة اجتماعياً وثقافياً، فتتمثل بذلك صورتها ووضعيتها الجديدة ويتمثلها الرجال بصورة مختلفة عن تلك الصورة التي رُسمت ورُسخت في الأذهان عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية وما اكتسبه الأفراد من ثقافة المجتمع، ويتم التعود على هذه الصورة الجديدة نتيجة تكرار مشاهدتها ليتم بذلك قبولها وتصديقها بفعل التأثيرات السمعية البصرية المتضمنة في الرسائل والخطابات المتلفزة، فتتغير بذلك نظرة الرجل التقليدية عن المرأة، وتتعدل تصوراتهم الذهنية السلبية عن حضورها ليصبح بذلك قابلاً ومستعداً للتعامل المتكافئ مع المرأة وقضاياها من دون عقد الهيمنة والتفوق التي لطالما سادت وتسود ذهنية الرجل العربي وفي ذات الوقت ذهنيات النساء في المجتمع، إذ تتلاشى بذلك الصورة السلبية التي لطالما كانت سائدة وراسخة في لاشعورهن الجمعي بفعل عملية التكرار والتنشئة الإعلامي عموماً والتلفزي على وجه الخصوص بتبني خاصية الصوت والصورة والمؤثرات السمعية البصرية، ليصبح بذلك أكثر سعادة لتقليل لوازم الصورة الجديدة وتبعاتها الاجتماعية والثقافية والسياسية... وهو ما ينتج عنه تخفياً تدريجياً لفريق من النساء المعاديات للنساء، بمعنى الفريق النسوي الذي لا يزال يعيش ثباتاً في معتقداته

الجامدة والجامعة التي ترى وتعتقد في أفضلية الرجل على المرأة وأحقيته ولا يرى في المرأة إلا "كائنا خاضعا وتابعا وناقصا مذعنا لا قيمة له أو مكانة بعيدا عن الرجل" (الشجيري، س. 2015: 861) خاصة في مجتمعاتنا التي لا تزال فيها المرأة تؤمن بأن الرجل هو سندها وصورها الوحيد.

والحقيقة أن هذا النوع من النساء يشكل خطرا على وضع المرأة وصياغة صورتها المجتمعية من الرجال الذين يقفون معارضين ومعادين لقضية تحرير المرأة ومنحها حقها في المساواة والوضع الاجتماعي السياسي المكافئ لوضع الرجل، ومن ثم تزداد خطورة هذا الفريق عندما يتسرب إلى مؤسسة التلفزيون ويساهم في صياغة خطاباتها، ويضيف إلى قيم الهيمنة الذكورية قيم الخضوع النسائي التي هي قيم الاستسلام الكامل لسطوة وسيطرة الرسائل والخطابات التلفزيونية المعادية لحضور المرأة.

هذا وينبغي الإشارة في ذات السياق أن أجهزة الإعلام عموما والتلفزيون خصوصا بما تتضمنه من برامج وخطابات متنوعة لا يمكنها أن تثبت خطابات أو رسائل ودية عن المرأة إلا إذا أخذت شرعيتها من الدولة، أي أن تكون الدولة مؤمنة بقضية المرأة وتعتقد اعتقادا جازما أنها نصف المجتمع الذي لا يمكن ولا ينبغي تجميده أو المساهمة في تخلفه، خاصة إذا كانت هذه الأخيرة لا تعرف تمييزا أو تحيزا يمايز بين الرجل والمرأة، أو يضع المرأة في مرتبة أدنى من مرتبة الرجل، وشرعية المساواة هاته تنعكس في المضامين والرسائل الخطابية المتلفزة الإيجابية التي تسعى إلى تغيير الوعي المجتمعي الخاص بالمرأة وصورتها الجديدة وتصفية الأذهان من الرواسب الثقافية البالية لبقايا الصورة القديمة السلبية.

لكن هذا الوضع المثالي بعيد كل البعد عن الحدوث في العالم الواقعي الراهن، كون أن الدولة في المجتمعات العربية إجمالا لم تتخذ بعد موقفا مشتركا ومتحدا يتضمن إيجابيته من المرأة عموما ومن عوامل وطرق عرض وتناول صورتها الإعلامية على وجه الخصوص، وهو ما يظهر تباينا حادا في صورتها في مختلف أجهزة الإعلام العربية، سواء كان ذلك على مستوى ظهور المرأة من عدمه، أو أشكال ظهورها، من ملامح الصورة على مستوى

اللباس إلى مستوى السلوك الفاعل وغير الفاعل وكذا مستوى المشاركة مع الرجل في ا لقرار والمشاركة السياسية ومواجهة مختلف المواقف السلبية اتجاهها. هذا وينبغي الإشارة إلى أن الحركات النسوية المعاصرة ترى أن الإعلام التلفزيوني يمارس دورا استثنائيا ويعد مسؤولا عن استمرار الصورة النمطية التقليدية لأدوار النوع الأمر الذي ساعد على استمرار الصورة النمطية في الذهن الجمعي.

وبما أن التلفزة تعد وسيطا اجتماعيا بالغ الأهمية لمجمل الفئات العمرية والاجتماعية خاصة في ظل تعدد الوسائط الرقمية التي يشهدها العالم، فهو من جهة أكثر فعالية من حيث قوة التأثير وقوة الجذب - حتى بالنسبة للذين يتقنون القراءة والكتابة- مساهما بذلك في تشكيل الرأي العام ويزيد من تكييف أوقات فراغ المشاهدين كل حسب البرامج المفضلة، ومن جهة أخرى فهو أكثر الوسائل خطورة في ذات الوقت من حيث طبيعته المزدوجة التي تساهم في نشر وترويج الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد، إذ تقوم بتغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية، أي خلق أنماط وأشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت وترسيخ القيم التقليدية والمبادئ المتجذرة في المجتمع، وبالتالي تعمل هذه الاستراتيجية الإعلامية على تزييف وعي الأفراد وذواتهم وأدوارهم الحقيقية.

وبذلك يمكننا القول أن أهمية الخطاب التلفزيوني تكمن في إبراز قضايا المرأة ومختلف المفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم والمشاركة السياسية والاجتماعية وشغل المناصب العامة واختيار الزوج.... وغيرها من خلال تعدد وتباين الرسائل والخطابات التلفزيونية باعتبارها وسائط ثقافية، ترفيهية، تربوية وتوعوية لها تأثير كبير على اتجاهات الرأي العام.

## 4- حضور المرأة ومركزية الحوار في البرامج التلفزيونية:

سنعالج في هذا العنصر مسألة تمثيل المرأة (من خلال الحوار والحضور) وصورتها في البرامج التلفزيونية المحلية والعالمية، خاصة وأن التلفزة لا تزال تعتبر وسيطا اجتماعيا بالغ الأهمية في الوقت الذي تشهد فيه المجتمعات تطورا غير مسبوق في مجال التكنولوجيا والذي نتج عنه حالة من الانقسام الرقمي، لكن لا تزال التلفزة تمثل الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداما لدى أفراد المجتمع الجزائري، وهو ما خلف حاجة ملحة لدراسة مختلف مضامين البرامج التلفزيونية بمرجعياتها التقليدية والحداثية على السواء.

لاشك أن هناك العديد من المحاولات التي تقدمها القنوات التلفزيونية النسوية ومختلف البرامج المتلفزة لتحسين صورة المرأة، إلا أن الصورة الغالبة فيها لا تخرج عن نطاق الصورة التقليدية للمرأة (المرأة الزوجة، المرأة الأم، وربة البيت) وهي في مجملها صور ثابتة/ جامدة وثنائية في ذات الوقت، وهو ما يتطلب مراجعة جادة لمختلف مضامين البرامج والتمثيلات والأفلام التلفزيونية " التي تعمل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على ترسيخ صورة المرأة التقليدية ودورها في الحياة والمجتمع " (البدوي، م. 2006: 128) مما يعني أن القائمون على تنظيم هاته البرامج وهذه التمثيلات مقتنعون ويحاولون إقناع الجمهور المتلقي في محاولة تضليل وتلاعب بأن القضية الأولى للمرأة لا تتعدى أو لا تخرج عن نطاق تنمية أنوثتها وجمالها واهتمامها بزوجها وبناتئيب ونظافة بيتها، وبالتالي إغفال قدراتها الأخرى الإنسانية والمعرفية .... وهذا لا يعني في ذات الوقت أننا نقصي بعض البرامج التي اهتمت بإبراز المشكلات التي تعاني منها المرأة في محيط العمل وفي إطار التشريعات والتقاليد السائدة، إلا أن هذه البرامج التلفزيونية تولي اهتماما مبالغا فيه لبعض المهن مثل الاهتمام بالمهرجانات الثقافية والفنانات وسيدات الأعمال الناجحات على حساب المعلمات والباحثات والطبيبات والعاملات ...

هذا وتصور الدراما التلفزيونية نجاح المرأة في عملها خارج البيت في مقابل فشلها كزوجة وكأم، وفي ذات الوقت يتم تصويرها عاجزة وغير قادرة على تسيير أملاكها وإدارة مشاريعها الاقتصادية بعيدا عن وجود الرجل في حياتها، فهو سندها في تسيير وإدارة



أموالها، وبالتالي لا يمكن أن تستغني عن وجود الرجل في حياتها وإلى جانبها. ضف إلى ذلك وجود تغييب تام لحضور المرأة الريفية من جهة والمرأة الكبيرة في السن من جهة أخرى ( التركيز على مخاطبة الفئات العمرية الشابة التي تتراوح بين 20- 45 عاما) على اعتبار أن حوارها وحضورها في البرامج المتلفزة يعتبر غاية للقائمين على هذه البرامج فتكون فاتنة ومقصودة عندما تبدو رائعة، في حين يقل تقديرها ومركزها كلما تقدم بها العمر أو انطفت جاذبيتها، وما هذا إلا تأكيد على تنميطها بقوالب لا تخرج عن الصورة السائدة في المخيال الجمعي للمرأة التقليدية.

يسوغ لنا هذا أن نقول أن الخطاب البصري (الصوت والصورة) يؤدي دورا استيعابيا سريعا لجمهور المتلقين، يتميز بنسق أيقوني خاص يجعل من صورة المرأة الحاضرة في الإعلام التلفزي أقرب السبل وأسرعها للوصول إلى المعنى، مكثفة بذلك مهمتها التبليغية لتصل في نهاية المطاف إلى إيقاظ المرأة (الإنسان) التي تترقد في الأعماق، ومن ثم تصبح هذه الصورة على غرار اللغة (النسق اللغوي الخطابي) بمختلف مكوناتها ذات دلالات متجذرة في المجتمع والثقافة التي تنتمي إليها، باعتبار أن الصورة وسيلة تواصلية فعالة متعددة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي خاصة فيما تقتضيه الثقافة البصرية La culture visuelle في زماننا هذا.

إن واقع حضور المرأة في البرامج التلفزيونية أمام الإقناع المستخدم الذي لا يكتفي فقط بالوصف الاستعاري لمختلف الحاجات الحياتية السائلة حسب تعبير باومان Bauman، يقوم بتحديد بؤر الفعل خاصتها من خلال وجودها الإنساني ذاته، وذلك عن طريق الاستعانة بجسدها كله (ظلها وعينيها وأنفها ووجهها وطريقة وقوفها وجلوسها وحيويتها....)، على اعتبار أن مختلف تمثيلاتها الجسدية ماهي إلا تجسيد ومحاولة لرسم رساميل وصور دلالية بالغة الغنى والتنوع تتجاوز التحديد الوجودي لها.

ففي الوقت الذي تسعى فيه المرأة إلى تأسيس ميثاق أنثوي يحمي وجودها المؤنث من سلطة الثقافة الذكورية، فإن ميثاقا جسديا (آخر) يعيد رفع رأسه ليضع الجسد الأنثوي بين قوسين أو بين إيقاع ثقافتين: ثقافة الرجل عن الجسد الأنثوي وثقافة التلفزيون وتنميطه

لحضور المرأة ومعالجة مختلف قضاياها ضمن هيكل برامجه، إنها إذن "ثقافة متأصلة ومتجذرة في الوجدان وفي الفعل الذكوري، كما أنها ثقافة تعاود الآن الظهور وتجدد نفسها في الذاكرة وفي الحضور" (الغذامي، ع. 1998: 07) عبر مختلف الخطابات التلفزيونية التي لا يخلوا برنامج أو إشهار أو إعلان إلا وتكون المرأة حاضرة بجمالها وتفاصيل جسدها وتمتعها وإمتاعها في نفس الوقت للجمهور المتلقي، لتحدث بذلك عملية الاستلاب الذهني المدعومة من سلطة الموروث الشعبي ومن سلطة الخطاب التلفزيوني المقوض والمنمط لصورتها والمندد بدونيتها ونقصها وخضوعها للرجل وعدم استغنائها عنه في حياتها الشخصية، الاجتماعية والثقافية.

إنه بذلك يحقق سوقاً ثقافية يعرض فيها جسد المرأة وتُسوق صورتها التي لا تزال تنتج النمطية السورية لتغلق بذلك المجال أمام القياسات العلمية والنقدية لمواضيعها، أين يتم استقبال هذه الثقافة واستهلاكها "باعتبارها وسيلة ترويجية تعزز ثقافة معينة وتشجع ممارسة أنماط سلوكية تخدم أغراض معينة" (البدوي، م. 2006: 136)، وقد يبديوا الأمر على أنه مجرد استمتاع واستطلاع ولكن المسألة تتجاوز ذلك لتتحول متعة الحضور ومتعة المشاهدة والحوار إلى قناعة ثقافية تترسخ في الذات المفكرة، وتتحدد بموجبها صورة المرأة في ذهن الرجل والمرأة على السواء، ليظهر بذلك جسد المرأة مجرداً من العقل، وكائناً بريئاً تارة ومتهماً (كائن شيطاني خطير) تارة أخرى بالسذاجة والخضوع والإغراء للمراد منه (الجسد).

"إن هذا التصور الماهوي للجسد كما يتجلى في سوق الإغراء... يلقي الكثير من الأضواء على الطريقة التي يتعامل وفقها الاشهار مع الجسد الإنساني، والأنثوي منه على الخصوص. فهو يرى فيه إما موضوعاً يحمل غايته في ذاته وهو ما يفسر تنامي الاهتمام بالجسد وعوالمه (المواد التجميلية المتنوعة، أو المواد الاستهلاكية التي تحافظ على وزن الجسد ورشاقتها)، وإما أداة عبرها يروج لمنتجات تحيل على نمط في العيش ونمط في الحياة" (بنكراد، س. 2006: 20). هنا إذن يظهر جسد المرأة في البرامج التلفزيونية وفي الإعلانات مهما كان نوعها وطبيعتها "خالياً من العقل والبصيرة وبكونه كائناً محكوماً

بالشهوة وخاضعا لشروط الشبق ومتجردا تجردا تاما من أي قيمة أخرى، لا قيم الدين ولا قيم العائلة ولا قيم العقل" (الغذامي، ع. 1998: 18)، وهذا الظهور قائم في الأساس على أساليب لا تدركها العين المجردة ولا يكشف سرها الإدراك الواعي، فهي تختفي في ثوب إيحائي وضمني لتنتسلل في غفلة عن المستهلك إلى عالم اللاشعور حيث تعشش الصور النمطية التي تحدد لنا في غالب الأحيان ردود أفعالنا وسلوكياتنا التي تبدوا لنا ولغيرنا أنها على جانب كبير من العقلانية.

ثم إن تناول البرامج التلفزيونية لموضوع المرأة سواء كانت فاعلة فيها (كمقدمة) أو حضرت كموضوع للنقاش والتداول أو كمستهلكة لمختلف البرامج التي تتضمن سلعا استهلاكية ثقافية واجتماعية، ما هو في حقيقة الأمر إلا لغرض تحقيق المزيد من الإيرادات الإعلانية لمؤسسة التلفزيون، كما أن نسبة مشاركة المرأة في الإعلام عموما وفي البرامج التلفزيونية على وجه التحديد لا يعني تغيرا في صورة المرأة لدى المجتمع ولا تغيرا لمكانتها وأدوارها الاجتماعية " كما أنه لا يعني بالضرورة إحراز تقدم في الأجندة المتعلقة بالمرأة" (Naomi, S.2007 : 35) وما هذا إلا تعبير مؤكد آخر لفكرة التضليل الإعلامي التي يعيشها العالم العربي وسياسات الهيمنة التي تمارسها التلفزة باستمرار، بحيث أن تزايد أعداد ظهور المرأة على شاشات التلفزة ومناقشتها لمختلف المواضيع الاجتماعية والثقافية التي تخص المرأة، لا يوحي إلا بتضليل مكثف يوظف للتغطية الإعلامية على عدم إشراكها في العملية التنموية، في حين يمكن أن نوثق أو أن نعبر أن حضور المرأة في مختلف البرامج المتلفزة (مقدمة برامج، ضيفة....) يؤشر سوسيولوجيا إلى حاجتها للتعبير عن ذاتها، ليس فقط بين أوساط النساء فحسب، بل وأيضا بين الأفراد ممن لهم ميول متشددة اتجاهها واتجاه مختلف قضاياها (Debbagh, m. 2012 : 663).

رغم ذلك لا يزال موضوع حضور المرأة في وسائل الإعلام عموما وفي التلفزيون تحديدا من المواضيع التي لم تنل حظها الوافر من الدراسة والبحث والتحليل، فمن جهة نجد أن التلفزيون العربي ( وأقصد هنا التلفزيون المحلي - الجزائري- على وجه التحديد) لا يزال يقدم صورة سلبية للمرأة تتسم بنوع من حالات الإذلال والإهانة وممارسة شتى أنواع

العنف ضدها من طرف الرجال، وهو صورة نمطية تعطي طابعا طبيعيا يؤشر على ممارسة العنف ضد الجندر، في حين تقدم وسائل إعلامية أخرى كالمجلات النسوية والصحافة والسينما المعاصرة آمالا محتملة لتعزيز تمثيل المرأة وتحسين صورتها.

هذا وتشير دراسات حديثة إلى وجود آمال محتملة لتمثيل المرأة في البرامج التلفزيونية وفي الأفلام في ظل تصوير المرأة على أنها ضحية الظروف الاجتماعية الصعبة التي تمر بها، إضافة إلى اعتبارها قادرة على تجاوز الظلم والقهر الذي تتعرض له مع محاولة إيجاد مخرج من هذه الظروف (Dinia, S. 2016 : 42) وهو ما أشارت إليه أيضا الباحثة زاهية اسماعيل الصالحي، إذ أن من شأن الأفلام التلفزيونية كسر حاجز الصمت الذي تعيشه في حين يمكن جعل صوتها الغائب والمغيب صوتا حاضرا ومسموعا في نفس الوقت ( Naomi, 45 : 2007 ) بحيث يمكن القول أن ما تعرضه البرامج التلفزيونية من مضامين من شأنها أن تساهم في تمكين المرأة وفي نفس الوقت تساهم في تقويضها وهضم حقوقها.

## خلاصة:

تؤكد الشواهد المعاصرة أن تناول قضية المرأة في الخطاب التلفزيوني ليست مجرد قضية نظرية يمكن تناولها في إطار التوجهات الإيديولوجية والثقافية والاجتماعية والسياسية... فحسب، بل يلاحظ تميزها وخصوصيتها النوعية مقارنة بمختلف القضايا المجتمعية، إنها قضية تتشابه مع جملة من القضايا وتنفرد بسمات نوعية ذات جذور تاريخية تتعلق بالنسق الثقافي والقيمي وتقسيم العمل والأدوار الاجتماعية بين الرجل والمرأة واستمرارية ورسوخ الأعراف وتأثير الأديان والتقاليد التي تركز دونية المرأة اجتماعيا وقصورها عقليا، وجراء ذلك تعاضم الاهتمام بقضايا المرأة.

ثم إن الأعمال التلفزيونية بمختلف مرجعياتها قد صورت المرأة كلغز محير وشخص لا يمكن فهمه بسهولة، فهي ذكية أحيانا وبلهاء أحيانا أخرى، تتميز بصفات المراوغة وعدم الصراحة والانفعال، فضلا عن تركيز تصويرها وهي تمارس دورها البيولوجي في مقابل إغفال أدوارها الاجتماعية والثقافية داخل أسرتها وخارجها، كما بالغت في حصر اهتمامات المرأة في الطهي والموضة وتربية الأبناء وعروض الأزياء والماكياج.... فأصبحنا نرى وجودها وحضورها في حياة المرأة اليومية بديها في محاولة منها لتزييف وعي المرأة وحصر اهتماماتها بالأنوثة والجمال في محاولة لبث الإثارة من خلال الأجساد المتركمة والموزعة بالمجان هنا وهناك، ويمكن قياس كلامنا هذا في مختلف ما تعرضه الفيديو كليبات العربية المصورة التي لا تخلو من تمثيل المرأة فيها كحبيبة وكعشيقة.

إن صورة المرأة في الفيديو كليب تنظر للمرأة كجسد جميل وجذاب وعنصر إثارة وإغراء وتشجيع على مشاهدة الأغاني وهو في نفس الوقت عامل مساعد على نجاح الأغاني وتحقيق الأرباح من خلالها، وهو تأكيد لفكرة بودريار Baudrillard التي يعتبر فيها أن المرأة في الإعلام ما هي إلا سيناريو جنسي.

**الفصل الخامس**  
**الخطاب الديني المتلفز ومسألة الهوية**  
**نحو فهم توجهات الخطاب**

## تمهيد:

بعد الحديث عن الخطاب الإعلامي المتلفز وما يشهده المجتمع من حتميات تقديمية تكنولوجية تؤثر بطريقة أو بأخرى على مسار الجمهور المتلقي التنشئي والفكري والممارساتي ضمن عملية تلقي المضامين الخطابية، لا بد لنا من تركيز الحديث والنظر عن الخطاب الديني الإسلامي المتلفز الذي أصبح يشكل أحد التحديات الرئيسية التي تواجه المجتمعات العربية والإسلامية، خاصة بعد أن برزت تحولات وتغيرات جوهرية مست النظام الإقليمي والعالمي، وبالتحديد بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 التي شكلت نقطة التحول التاريخي في العلاقة بين الإسلام والغرب، حيث ترتب عن هذه العلاقة دعوات متتالية داخلية وأخرى خارجية من أجل إعادة النظر في الخطاب الديني الإسلامي على العموم.

إذ ظل المقدس يطرح نفسه المرة تلو الأخرى ويتشكل في التاريخ عبر صور متعددة ومختلفة، وفي كل الأحوال أصبح الدين في دائرة الضوء وصعد صعودا كبيرا على سلم المجال العام. وبذلك "تحول- الدين- إلى موضوع للنقاش السياسي والاجتماعي، وإلى تأمل قضية الخطاب الديني من أجل تجديده وبنائه على أسس عقلية" ( نصر حامد أبو زيد 2003)

ضمن هذا السياق فرضت الفضائيات التلفزيونية العربية خلال السنوات الأخيرة نفسها كإحدى المؤسسات الأساسية التي تقع على عاتقها عملية إنتاج أو إعادة إنتاج الخطاب الديني الإسلامي ومختلف الفتاوى الدينية، كما تسابقت فيما بينها على تقديم العديد من البرامج الدينية والتي تحمل أنماطا مختلفة للخطاب الديني الإسلامي، وساهمت في ذات الوقت في خلق حراك إعلامي وسياسي وديني حول الخطاب الديني الإسلامي.

ومن هذه الأهمية يتناول هذا الفصل تحليل محتوى الخطاب الديني المقدم في البرامج الدينية ضمن قناتي الجزيرة الإخبارية والشروق tv ومدى تناوله لمفاعيل بناء الهوية الدينية

لدى المرأة الجزائرية، وذلك من خلال رصد سوسولوجي لمضامين الخطاب – فئة التوجه على وجه التحديد- الخاص ببرنامجي " الشريعة والحياة في رمضان" في قناة الجزيرة وبرنامج " فاسألوا أهل الذكر" ضمن قناة الشروق tv.

### 1- الإعلام الديني وسوق الفتوى:

يشهد العالم العربي والإسلامي سرعة غير مسبوقة في مجال التحولات الاجتماعية والثقافية والقيمية خاصة في الحقل الديني، ثم إنهما شهدا "شبه قطيعة في مجال إنتاج وإعادة إنتاج القيم الدينية، وذلك مرده إلى نهاية احتكار السلطة الدينية لمجالاتها، وبروز فئات ونخب جديدة عملت على منافسة السلطات الدينية الرسمية" (جرموني، ر. 2018: 31) وربما يرجع ذلك إلى بروز الإعلام الديني، إذ شهدت الساحة الإعلامية العربية والإسلامية تدفقا غير مسبوق للقنوات الفضائية والمواقع الالكترونية الدينية والتي أثرت بطريقة أو بأخرى في صياغة وتصريف الخطاب الديني بمختلف أبعاده، وتجلياته وتمظهراته الطقوسية، باعتباره من أكثر الخطابات " نجاعة في سياقاته المجتمعية، لا بفضل بناه وأنظمتها الخطابية، بل بفضل استراتيجياته الفعالة في التبرير والإخضاع والإقناع، وهي استراتيجيات كامنة في طبيعة الخطاب في حد ذاته بوصفه كونيا يتسم بحقيقة متعالية، وهكذا ينمو نمط من التبريرات النظرية الخالصة التي تفسر وتبرر قطاعات معينة من النظام الاجتماعي بفضل كتل علم مختصة...ستكون لها أبنية نظرية راقية تبرر ناموس المجتمع كليا وتدمج كل التبريرات الجزئية في نظرة إلى الكون تشمل الكل"(سويلمي، م. 2016: 30)، بحيث يلاحظ المتابع وخاصة ذلك الذي ينقب بعين الباحث المتقصي بأن هذه الخطابات تتعدد عبر مختلف منابرها الإعلامية في مرجعياتها الدينية ومضامينها القيمية مشكلة بذلك سوقا دينية متعددة المشارب والمعارف الثقافية التي تتيح عديد الخيارات للفئات المستهلكة لتختار ما تراه مناسبا لاحتياجاتها المعرفية والإفتائية التي تبحث عنها وبأسهل الطرق.



## 1.1 الإعلام الديني: قراءة مشهد

يشير مفهوم الإعلام الديني إلى الإعلام الذي "يركز في برامجه ومنتوجه ومحمولاته على البرامج الدينية، سواء كانت دروساً أو مواظباً أو فتاوى أو أناشيد وأغاني، أو حوارات أو نصائح أو نقلاً للطقوس الدينية، أو بثاً للقرآن الكريم، وبصفة عامة كل ما يتعلق بالمنظومة الدينية، سواء عند المسلمين السنة أو المسلمين الشيعة، وكذلك الأمر بالنسبة للوجود الإعلامي المسيحي في المنطقة العربية الإسلامية" (جرموني، ر. 2018: 35-36). وبذلك أضحت هذا الأخير حقلاً بحثياً قائماً بذاته، شأنه في ذلك شأن الإعلام السياسي، والإعلام الاقتصادي، والإعلام الرياضي، والإعلام الطبي، والإعلام الثقافي.....، بل إن الإعلام الديني قد أضحت من ضمن مقررات مراكز تكوين الإعلاميين، باعتباره "وسيلة نضالية تبحث بها كبقية الوسائل النضالية الأخرى، من أجل تحقيق مقصود وجودها أولاً، وترفع الغبن الذي وقع عليها، والمعروف أن الإعلام الديني بالشكل الممارس والمؤثر اليوم إلى درجة تحوله إلى حدود الظاهرة المقلقة، هو نتاج الحركات الإسلامية بمختلف تنوعها مع اشتراك الكثير من الأطراف في استثمار المفعول القوي والمؤثر الذي يحدث هذا الإعلام" (بغداد، م. 2010: 23). وبذلك ينتقل الإعلام الديني من المهمة الإعلامية التثقيفية إلى المهمة النضالية، التي تقوم أساساً على محاولة الكشف عن الحق بشرط أن تكون هذه المهمة ذات طابع براغماتي وأسلوب فني وإغرائي، وفي نفس الوقت "تمارس المهمة المعكوسة باتجاه الباطل من خلال الكشف عن عيوبه وإثارة مزاج الرأي العام ضده، لأن الهدف في النهاية هو جمع الناس حول الحق وإبعادهم عن الباطل، وتكون المهمة الكبرى هي ممارسة التعبئة العامة والتحرير الجماهيري تجاه قيم معينة" (بغداد، م. 2010: 47).

فعلى الرغم من تشبث البعض بضرورة إبقاء الدين خارج التنازلات والمزايدات في بلاطوهات التلفزيونات، إلا أن هذا التشبث سرعان ما تقوض على ضوء ظاهرتين قويتين كان لهما وقع كبير على مستوى هذا التمثل، تمثل إبقاء الدين خارج المعالجة الإعلامية عموماً، والتلفزيونية على وجه التحديد: الأولى ذات طبيعة تكنولوجية والثانية متزامنة مع

ما يطلق عليه أو نسميه "عودة الأديان" وهو ربما ما يمكننا أن نعبر عنه بطغيان البعد الروحي لدى الأفراد والجماعات في سياق ما اصطلح بعضهم على نعتة بـ "انتقام الأديان"<sup>1</sup>

هذه العودة يمكن الاستدلال بها من خلال الكم الهائل من الكتب والدراسات وكذا المنشورات الدينية حولها، خاصة وان المراكز المتخصصة ظهرت وتزايدت لتهتم أكثر فأكثر بالدراسات والأبحاث الدينية في شؤون الإسلام والمسلمين، ويمكن الاستدلال عليها أيضا بدرجة إقبال الجماهير لاقتناء الأسطوانات ومختلف الحلقات المسجدية، بالإضافة إلى تزايد عدد الدعاة التقليديين والجدد على السواء، مستعملين أو منتهجين في ذلك "خطا خطايا متمحورا حول الوعظ والإرشاد الخالصين، أو اختطوا لأنفسهم ( كما في حال الدعاة الجدد) مسلكا جديدا لترويج ثقافة دينية تلتقي حولها كل الأطياف الاجتماعية، الميسورة منها، والمتواضعة الإمكانيات، كما الفقيرة على حد سواء....دونما وجود نعمة من نوع ما لتأجيج هذه الشريحة على تلك، أو استدراج عطف تلك على هاته: الكل متساوٍ أمام الخطاب المروّج، لا سيما خطاب دعاة الفضائيات" ( اليحياوي، ي. 2016: 11) بمعنى أن الجميع يبحث عن سبيل للتشبع الفردي، أي أنه خلاص روعي بالنسبة إلى الغني، وروحي ومادي بالنسبة للفقير.

وقد أكد كل من سابينو A. Sapino وإنزوباتشي Inzopatchi على أهمية التفاعل مع المستجدات التقنية الحديثة وتوظيف التكنولوجيات الإعلامية في طرح القضايا الثقافية والاجتماعية، مع ضرورة إقحام الحقل الديني في هذا المجال باعتبار أن مجمل الأديان اليوم باتت تطرح فكرة ولوجها واقتحامها لعالم الاتصالات من أجل اكتساب وسيلة عصرية لتواصل مختلف الفاعلين الاجتماعيين أينما ووقتما تواجدوا. حيث تطرح وسائل الإعلام كيفية الحديث عن الدين بحسب ما يمكن أن يشكله كمادة للخبر، وبالتالي كفرجة وكحدث

1- المقصود بعودة وانتقام الأديان حسب - جيل كيبيل - ظهور حركات تنتمي إلى الديانات السماوية الكبرى، التي تعد أن الحداثة هي السبب في النكسات التي تترتبت على الابتعاد عن الله

إعلامي، وما يثيره من انتباه وشغف، أو ما يحدثه من انبهار بين صفوف المتفرجين، ليصبح بذلك المجتمع الحديث " تكتلا يمكن إنتاج الإمتثالية والفردانية العالية فيه، ويمكن أن ينتج التقارب في الذوق فيه كذلك، ويمائل عند عملية الإنتاج في استهلاك البضائع، وكذلك في استيطان الرموز والعلامات، وإعادة الاستعمال لكل هذه المسائل بشكل فردي" (سابينو، أكوافيفا، إنزوباتشي. 2011: 174)، حيث يصبح بإمكان كل فرد بناء قناعاته ومبادئه وعقائده وحتى طقوسه من خلال المعارف الدينية والسلوكات التي يتلقاها ضمن سوق تنافسية متميزة ليتفاعل ضمنها مع " الفقيه الفضائي" حسب تعبير " عبد الله الغدامي" أكثر مما يتعامل مع "الفقيه الأرضي"، ليتضح لنا بذلك أن الفرد أصبح يتأرجح بين دفتين، الأولى تنادي بحريته في تدبير شأنه الديني، أما الثانية فتدعوا لعولمة طاغية تعرض مشروعا دينيا معولما مختلفا من حيث المعتقدات والممارسات والقيم والانتماءات وكل الهويات.

## 2.1 صناعة الفتوى: نحو فهم سوسيولوجي للظاهرة

تعتبر الفتوى إحدى أهم عناصر الخطابات الدينية التي يتلقاها الأفراد والتي تحاط بنوع من القداسة واليقين التي لا تقبل الجدل والمناقشة، وذلك باعتبارها "منتوجا فوق طاقة البشر يجري مجرى البدهة ويتم تقبله بنوع من القداسة" (سويلمي، م. 2016)، في حين يشير إليها الغدامي باعتبارها " ثقافة إنسانية يديرها بشر، لهم آراء ويشعرون بقدسية عملهم لأنهم يتعاملون مع خطاب مقدس له حصانة شرعية عليا" (الغدامي، ع. 2011: 103)، إنها بذلك خطابا صادرا عن فرد ويكون رجل دين، أو هيئة تنظيمية ممأسسة وهي تحظى بالقداسة والتبجيل والامتثال.

تعد الفتوى مرسوما دينيا يقوم بإصداره علماء في الشريعة الإسلامية، وهم يتصفون بصفات محددة. ويعتبر الشخص المفتي ذو مسؤولية كبيرة كونه "نصب نفسه للتوقيع عن الله في أمور جدلية مثل الأمر أو النهي أو إطلاق مسميات مثل الحلال والحرام ومستحب ومكروه وغيرها" (مغراني، س. 2015: 53)، وتتم عملية إصدار الفتوى في غالب

الأحيان في حالة غياب جواب صريح واضح ومقنع في أمر من أمور الفقه الإسلامي بأبعاده السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والدينية... خاصة أمام جملة التحولات الاجتماعية والثقافية والتكنولوجية التي يعرفها العالم العربي الإسلامي ورغبته في اكتساب رأسمال ثقافي يؤهله للتعايش مع مختلف مستجدات الحداثة والعصرنة المعلوماتية والسوق الاستهلاكية الكبيرة التي يعيش في كنفها الأفراد، بحيث تسعى مؤسسات الفتوى إلى الحفاظ على مكانة و قدسية الفتوى باعتبارها " رأيا قانونيا غير ملزم، كون أن المسلمون يختارون أية فتوى يطبقونها أو لا يطبقونها في حياتهم. وعلى هذا الاعتبار يشارك المسلمون في سوق حرة للفكر الديني" (أسبيزيتو، ج، ومجاهد، د. 2009: 98)، خاصة أمام التزايد غير المسبق والتنامي الرهيب لعدد المنابر والفضائيات والمواقع الالكترونية التي تروج للدين ولموسطته والتي تجعل منه فضاء مفتوحا لمرتابيه والذي ينتج عنه صعوبة في ضبط الوضع العام وفوضى الخطاب الديني (أو فوضى الفتوى) وما يصحبها من تشيخ معرفي وتيه سلوكي وتعدد قيمي لمتلقي هذه الفتاوى.

إننا عندما نتحدث عن صناعة الفتوى فإننا بذلك لا نقصي التراث الديني الكلاسيكي بمختلف مفاهيمه وخصوصياته وما تضمنه من مسائل الفقه والشريعة ومختلف الطقوس والمعاملات اليومية للأفراد، بل إن المتفحص لهاته الفتاوى يدرك أنها تتقاطع كثيرا معها إلا في حالات جديدة مستحدثة ولم يسبق وأن تم الخوض فيها وتحتاج اجتهادا وبحثا ونفسيرا، وبالتالي " عملت على تجديد صياغته وتقديمه في صورة معاصرة، يتلقاها المسلم اليوم من دون أي تحفظ" (جرموني، ر. 2018: 101)، هذه الصناعة استطاعت أن تدمج في خطابها عديد القضايا المستجدة من إعجاز علمي وطب وفلك وعلم نفس...إنها صناعة تعمل باستمرار على تغيير مستوى البراديجم القديم بآخر جديد ومسائر لمستجدات الحداثة والتحديث، ما يساهم فعلا في تشكيل الحقل الديني تارة وتعقيد المشهد العقائدي تارة أخرى.

وبالنظر لأهمية الفتوى في ظل ما تشهده المجتمعات العربية والإسلامية من تقدم وتطور ونمو في شتى مجالات الحياة، وبروز عديد التعقيدات التي أفرزتها عوامل التقدم

التكنولوجي والاقتصادي والثقافي... أصبح متلقوا البرامج الإفتائية أكثر التصاقا وميلا إلى معرفة الفتاوى من أجل استجلاء الأحكام الشرعية عن بعض القضايا المعاصرة التي تمر بها الأمة الإسلامية من محن وكوارث وأزمات سياسية واجتماعية وثقافية... بمختلف أنواعها واختلافاتها (الفتاوى)، وفي هذا الصدد أشار الشيخ محمد حسن ولد الددو<sup>1</sup> قائلا "لا بد أن يدرك المستمعون والمشاهدون أن الاختلاف في الفتاوى ليس اختلافا في الشرع ولا في الوحي المنزل، وإنما هو اختلاف في الفهم والواقع فقط، كاختلاف الأطباء في تشخيص الحالة..." وهذا ما يجعلنا نسلم القول أن الفتوى خطاب ثقافي يمسه ما يمسه أي خطاب من التحول والتغير حسب تحولات الحياة والمعارف والظروف، بحيث يمكن أن نوجزها في بنية الشخص سواء كان مفتيا أو مستفتيا، بالإضافة إلى المحيط الاجتماعي المتمثل بالعوائد (جملة عادات وتقليد المجتمع) وجملة الظروف النفسية والبيئية والمعيشية، ثم تغيرات الزمان والمكان، وبذلك تصبح التحولات وليدة الجوانب الذاتية والاجتماعية والكونية على السواء. وهذا بدون شك ذو معنى عميق لأنه يرفع عن الثقافة نسقيتها ويؤسس معاني بعيدة في تفتيح الأذهان وتفعيل دلالة المسؤولية الذاتية ويرفع من مستوى الأخلاقية والمعنوية في قرار الإنسان مع نفسه ومع محيطه ضمن شبكة التواصل والثقافة معا، "إنها لحظات امتحان عسيرة لحال الخطاب الفقهي في زمن ثقافة الصورة وثقافة الفضاء المستباح كليا ورؤيويا" (الغذامي، ع.2011: 119). فمثلا عندما نتحدث عن الشيخ المفتي يوسف القرضاوي، فإننا نقصد بذلك الشخصية التي نددت بالانفتاح على العالم، والفكر والثقافة، وعلى التغيير باعتباره حتمية لا مفر منها، وقد عبر عنها بمصطلح (فقه الأقليات) وهي مقولة فقهية متطورة وفي نفس الوقت فتحة معرفيا عصريا ضمن المدونة الفقهية التي تسعى لتجديد سمات الفكر حسب شروط تغيرات الفتوى التي رسمها فقهاء ومشايخ من

<sup>1</sup> الشيخ محمد الحسن ولد الددو: رئيس مركز تكوين العلماء بموريتانيا، وعضو الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين، ورئيس جامعة عبد الله بن ياسين. له مؤلفات عديدة من بينها: كتاب مخاطبات القضاة، كتاب فقه الخلاف وكتاب مقومات الأخوة الإسلامية، وكتاب التكفير... شروطه وضوابطه وأخطاره ومزالقه. وهو ضيف الحصة الأولى من برنامج الشريعة والحياة في رمضان 2020/04/24 ضمن قناة الجزيرة الإخبارية.

أمثال ابن القيم الجوزية، وقد جاء القرصاوي ليفعلها وليقوم بقيادة فريق من الفقهاء المعاصرين نحو تغيير وتحريك الفقه الإسلامي وفق متطلبات الحياة والبيئة التي يعيش فيها ووفق متطلبات الزمان والمكان على السواء.

ثم إن اتساع دروب ومصادر الفتوى الفضائية واتساع دائرتها عبر مختلف الفضائيات وشبكة الأنترنت في ظل تنامي عدد "الوسطاء الدينيين" أحدث " فوضى أوقعت الناس في حيرة لتضارب الآراء وافتقاد الضوابط التي يستدلون من خلالها على الحكم الصحيح الذي ينبغي الأخذ به" (حامد، ز. 2013: 221)

أمام هذا الوضع، يمكن القول أن عملية التحصن بالفتوى (من خلال إنتاجها وإعادة إنتاجها) تعتبر إحدى أهم الآليات الجوهرية التي يتخذها الحقل الديني في تسييج ذاته وتحصينه عبر مختلف المحطات الحياتية للمجتمعات الإسلامية، التي أصبحت تشهد اتساعا مستمرا لمسألة الفتوى، هذا الاتساع والاستمرارية مرهونان بمستجدات الحداثة التي طالت الشعوب العربية والإسلامية، الأمر الذي زاد من خوفها وقلقها وعجزها في ذات الوقت من سيطرة الحداثة وطرق التعايش معها، ونتيجة هذا القلق والخوف ظهر "هذا التعدد الهائل في مؤسسات إنتاج الفتوى وفي الأفراد التي ينتجونها" (زايد، أ. 2017: 103) إذ يمكن أن نلاحظ محليا اتساع مجال اشتغال اللجنة الوطنية للفتوى بعدما كانت مجمدة لفترة من الزمن نتيجة ظهور جائحة كورونا- كوفيد-19 بمختلف مستجداتها وتأثيراتها الثقافية والاجتماعية، ووزارة الأوقاف والشؤون الدينية، والمجلس الإسلامي الأعلى وغيرها من المؤسسات الدينية، ناهيك عن المؤسسات الإقليمية والدولية والعالمية مثل رابطة العلماء المسلمين ومؤسسة الأزهر والزيتونة...، إضافة إلى مختلف الدعاة التقليديين منهم والجدد الذين ظهروا على صفحات الجرائد والمجلات والأسطوانات وعلى بلاطوهات التلفزيون من أجل نشر أفكارهم ومختلف آرائهم.

يشغل هذا التعدد في الفتاوى على معالجة مختلف مناحي الحياة اليومية للفاعلين الاجتماعيين بشتى تفاصيلها من حيث الالتزام بالممارسات الدينية والعبادات وتبيان طرق

الاغتسال وارتداء الملابس المناسبة وطرق استثمار الأموال وغيرها من المواضيع المطروحة ( مثلما هو مشار إليه في الصفحات الموالية)، لتصبح بذلك هاته الفتاوى وكأنها أداة للضبط الاجتماعي ومراقبة الحياة اليومية لهؤلاء الفاعلين " فعندما تعلن الفتوى فإنها تنداح في الحياة وترحل في مسارات متعددة، ويتحول بعض متلقيها إلى إعادة تداولها في الحياة اليومية، بل إنهم أنفسهم يحولون أنفسهم إلى أصحاب فتوى، وهنا تظهر فئة أطلق عليها وسطاء الإفتاء" (زايد، أ. 2011: 16) ، هاته الفئة تأخذ من الفتوى ومن مختلف مضامين الخطاب الديني المكتسب وتعيد تقديمها في قالب جديد مدعين بذلك إمامتهم وإفتائهم. وهذا ما يؤكد على أن الفتوى ما هي إلا أداة ضبط ومراقبة من أجل بسط القوة وفرض السلطة ومحاولة التحكم في الفضاء العمومي، لكن هذا الوضع قد خلف حالة من "فوضى الفتوى...تؤدي إلى حالة من الشلل الاجتماعي، أو حالة من التوقف وعدم القدرة على المبادرة. فثمة خوف من القول، وخوف من الفعل، وهو خوف متضاعف، خوف من مراقبة الوسيط والفقير والإمام، وخوف من الوقوع في الإثم الديني"(زايد، أ. 2017: 103)، وهناك العديد من " الفتاوى والاجتهادات بملاعب التأويل الديني، والتأويل المضاد الذي يصادر الأمل في أن تكون وحدة الدين في جوانبه الاجتماعية، والأخلاقية، منطلقا لمشروع عالمي للخلاص والتغيير"(شحادة، أ. 2010: 126)، وبذلك فهي من جهة وسيلة أساسية لمراقبة سلوك الفرد في حياته الخاصة والعامة، ومن جهة أخرى وسيلة لإرساء نظام اجتماعي مؤطر بضوابط الشرع.

## 2- سوق الفضائيات الدينية.....تحليل واقع

ترتكز الحياة الاجتماعية للفاعلين في الواقع المعاصر بدرجة كبيرة على الفضائيات التلفزيونية الدينية، التي أثرت على تشكيل هويتهم الدينية من خلال تمثلاتهم وممارساتهم الطقوسية المرتبطة بالمقدس، والمعبرة عن التدين من خلال مستويات الممارسة المختلفة والمتمثلة في: الانتماء الديني والمعتقدات والطقوس والتأويلات وقراءة النصوص والعلاقة بالمؤسسة الدينية وغيرها.

مع ظهور الفضائيات الدينية وانتشارها ودرجة الإقبال الذي لاقته لدى الفاعلين الاجتماعيين، طفت إلى السطح مجموعة من الاختلافات و الرؤى المتعددة بالنظر إلى الإسلام والتدين، وهي تنوعات لم يكن المسلم البسيط على دراية وعلم بها، وبتطور الأحداث الاجتماعية المتنوعة المصاحبة للطفرة التكنولوجية المعاصرة وجد المسلم نفسه أمام سوق من الفضائيات الدينية، التي تعرض منتوجاتها وقراءاتها المتنوعة من خلال الاعتماد على مجموعة من الدعاة الجدد، المتميزين بشخصياتهم الإعلامية المؤثرة والكاريزمية، والتي نجحت إلى حد ملحوظ في التأثير على خارطة الهويات الدينية في العالم الإسلامي عامة، والمجتمع الجزائري بصفة خاصة بعد موجة التغيرات التي أحدثتها التوجه الديني والسياسي للحركات الإسلامية.

تتماشى وظائف هذه الفضائيات التلفزيونية الدينية مع النزعة الاستهلاكية التي يشهدها العالم المعاصر اليوم، والتي من تجلياتها فردنة التدين ضمن عملية نشر قيم الخلاص الفردي باسم الدين ووفق ترسيخ التقليد الديني التاريخي "الذي يلقي بالمتدين في عوالم لاهوتية تضفي على سلوكه الاجتماعي غربة وجودية، وتنزع عنه الإرادة وتشل حركته وترهن مصيره بيد السلطات الدنيوية التي تشجع على تدين أناني" (الغيلاني، م. 2013) بحيث يصبح الفاعلون الاجتماعيون لا يستمدون توجهاتهم القيمية من الدين المؤسساتي والتربية الدينية المحلية كما كان معمولاً به في السابق، فهم يستندون إذن على الاستقلالية الفردية المستمدة من هذه الفضائيات الدينية. حيث أن كل فرد أصبح ينظر بروية وفطنة تصورية ما بناء على هذه البرامج الدينية المنتقاة والمختارة من قبله ومن قبل المرشد الأخلاقي لذاته، وذلك وفق المعاني والدلالات الدينية التي قام باستهلاكها، وساهم كل ذلك في تراجع التوجيه الأخلاقي والديني الجماعي الاجتماعي المتمسم بصفات الجبرية والقهرية كما يذكر دوركايم لصالح الاستقلال الفردي المستوحى من نماذج الدعاة الجدد والبرامج الدينية التلفزيونية، والذي (الاستقلال الفردي) يملى على الأفراد اختياراتهم الخاصة في علاقتهم مع المقدس، وكيفية تفعيل هذه الاختيارات في واقعهم اليومي وحياتهم المعاشة.



إننا عند محاولة مساءلة المبحوثات بخصوص متابعتهم لقناة الشروق TV نجد أن المبحوثة رقم 08 صرحت قائلة بأن: "القنوات الجزائرية ناقصين بزاف، أنا نشوف قناة اقرأ والرحمة، خطرناش ندير قناة القرآن تاع السعودية" واستدراجا للكلام مع هذه المبحوثة، تبين لنا أن الدعاة الجزائريين حسب رأيها تنقصهم الكفاءة من جهة و مسألة أخلقة الخطاب الديني من جهة أخرى، فهي بذلك تقاوم ما هو محلي وتتكيف مع ما هو خارجي، فحسب رأيها الإسلام الصحيح هو الإسلام الوهابي ويمكن مرد ذلك الى ان هذا النوع الإعلامي فرض نفسه ظرفيا على الأقل، مع العلم أن هذه المبحوثة متعلمة ولديها نوع من الوعي النسبي بطرق التواصل وخصوصية الخطيب والمتلقي، لأن الخطيب الفضائي<sup>1</sup> وحتى الخطيب الأرضي<sup>2</sup> حسب رأيها تنقصه بعض التقنيات والثقافة للتأثير الإيجابي على المستمع بصفة عامة والمرأة المستمعة على وجه الخصوص. وفي ذات السياق أشارت المبحوثة رقم 03 قائلة " ما نتبعش البرامج الدينية المحلية، ما نميلش ليهم، رغم أنه يمثلني في اللغة، ورغم أنني أحترم مشايخنا لكني ما نتأثرش بيهم بزاف"، لذلك وفي ظل هذه المقاومة للخطباء المحليين والتكيف مع الآخر، فإننا نجد نوعا من تبرير الصراع على أساس براغماتي، فحين استرسالهما في الكلام نجدهما تذكران على سبيل المثال قناة اقرأ و حصة الخطيب عمرو خالد والشيخ النابلسي ودرجة تأثيرها مثلا على تحجب الفتيات، وترك التدخين والإدمان فيما يخص الذكور...، كما أن مكانة الخطباء الجزائريين عبر القناة الأرضية والفضائية نجدها لا تضاهي مكانة الخطباء الآخرين في الكثير من الأحيان بحسب ما تم التصريح به.

وبهذا يمكن ملاحظة التعامل مع الدين في الواقع انطلاقا من تزكية متحصل عليها من الفضائيات الدينية والتي فتحت المجال أمام طقوس استهلاكية منتشرة لدى المتلقين

1- الفقيه الفضائي نقصد به رجل الدين الذي يستخدم الخطاب الديني في شكله الإعلامي التواصل مع الجماهير، حيث يؤثر بشكل مباشر في تشكيل التصور العام والتأثير الذهني في رؤية الناس لأنفسهم وللعالم.

2- أما الفقيه الأرضي فهو رجل الدين الذي يستخدم الخطاب الديني في شكله التقليدي (في المساجد والزوايا والكنائس و....) والذي غالبا ما يكون بعيدا عن الأضواء الإعلامية.

لمحتويات برامجها وخاصة منها ما يتعلق بالدعاة الجدد والفتوى العامة التي تبثها. حيث "استطاعت القنوات الفضائية العربية أن تؤثر في المشاهد العربي من خلال ما تقدمه من برامج للفتاوى الدينية حول مختلف القضايا، ولوحظ من خلال متابعة هذه البرامج أنّ ما يقدم من فتاوى قد تختلف مع بعضها البعض، بل قد تختلف عند نفس المفتي من وقت لآخر، مما قد يسهم بشكل كبير في إمداد الجمهور بمعلومات، قد تحتل الخطأ والصواب، حول فتوى في مجال معين، ويلعب ذلك دورا كبيرا في تكوين معارف إما أن تكون متناقضة أو منقوصة تماما، وينعكس ذلك على أسلوب استخدام الجمهور لهذه المعارف عندما تترجم في شكل سلوك فعلي." (حامد حسن، ز. 2012: 02)

إن مراقبة هذه العلاقة الجديدة خاصة بين ما يجري بين التدين والواقع هو من الأمور التي أصبحت تتيح لنا متابعتها كعلاقة منتجة لهوية دينية مستمدة من سوق الفضائيات الدعوية بمفهومها الاستهلاكي الواضح المعالم، وهذا بغية طرح تساؤلات متعددة حول انحصار أهمية القوالب الدينية التقليدية التي كانت تقوم على جملة من المؤسسات الساعية لترسيخها على أساس كونها مسلمات فطرية وطبيعية. لتصبح بعد ذلك متعددة ومتراكبة تتجسد في مجموع التغييرات التي تعرفها الظاهرة الدينية في المجتمعات الإسلامية، والتي تم فيها من خلال هذه الفضائيات تحديث ما هو تقليدي، وتقليد ما هو حديث بطرق وميكانيزمات سمعية بصرية لها تأثيرات كبيرة على المؤمن المتلقي. حيث تحاول إنتاج معارف وهويات دينية حديثة للمقدس نتيجة للثقاف الكبير الحاصل في عالم اليوم، لكن ما يبدو لنا أنيا هو أن هناك علاقة من نوع خاص مع المقدس والدلالات الدينية بتعدد أنواعها، لذلك أصبح التفكير في الإسلام والهوية الإسلامية مشابهان في آليات التعامل معهما مع أي منتج اقتصادي كان خاصة إذا كان موجها إلى مستهلكين كما يذكر باتريك هايني في مؤلفه الشهير عن إسلام السوق، وكما أعلن عن ذلك "أحد المفكرين الإصلاحيين أمام جمع من شيوخ الأزهر الذين فوجئوا بفكرة أنه: لا يجب أن ننشد الفضائل المطلقة من منطلقات دينية، ولكن عبر بيعها من خلال فعاليتها الاجتماعية. لذلك فإن هذه الفلسفة الجديدة تلاحظ

مثلا في ازدياد الإقبال على متابعة دروس حول السوق والدعوة إلى عرض نتائج التجارب الخاصة مباشرة على شاشة التلفزيون كما هو الحال في البرامج الحوارية الأولى التي قدمها عمرو خالد" (هايني، ب. دت: 90)

ومن جهة أخرى نجد أن هذا التنوع الهائل في البرامج التي تبثها الفضائيات الدينية المختلفة مكن الفاعلين الاجتماعيين من التعامل بنوع من البراغماتية مع القضايا الدينية التي تواجههم في واقعهم اليومي، وبخاصة ما تعلق منها بالفتوى. حيث أنهم وجدوا أنفسهم أمام سوق مفتوح من الفتاوى المتميزة، والتي تتفاوت درجة صرامتها وليونتها أو تسامحها، وقد سمح لهم هذا التفاوت من اختيار المواقف والتوجهات الدينية التي تتماشى وجل الوضعيات الاجتماعية التي يعايشونها. وهو ما يوفر لهم نوعا من التوفيق أو الجمع والتركيب بين المصالح الدنيوية، والهوية الدينية دون شعور بالرهبة من مخالفة تعاليم المقدس، على اعتبار أن هذه البرامج والفضائيات تتيح لهم الشرعية الدينية اللازمة لاختيار مواقفهم وتجسيدها واقعا على مستوى ممارساتهم اليومية. وهذا ما يمكن اعتباره من المؤشرات ذات الدلالة الفعلية القابلة للملاحظة على التغيرات الحاصلة في الهوية والظاهرة الدينية بصفة عامة نتيجة للفضائيات والإعلام الديني.

### 3- الخطاب الديني المتلفز: نحو تحديد المفهوم وتشخيص الواقع

يشير الخطاب الديني الإسلامي إلى "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله (ص) بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية عامة يقوم عبرها أحد المختصين في هذا المجال ومن بين الذين تكون لديهم خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها لإيصال المعلومة أو الحقيقة الدينية المنشودة عبر الحصة المقدمة، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته" (بغداد، م. 2010: 45)، يجسد هذا نوعا من أنواع الخطاب الذي يطغى على مضامينه المحتوى الديني سواء تمثل ذلك في الإرشاد أو الدعوة أو التفسير أو حتى عن طريق الشرح المستفيض للعقيدة، ويكون ذلك اجتهادا من

قبل هؤلاء لتقديم فتاوى لمواضيع مختلفة قد يتساءل عنها الجمهور المتلقي أو يتصل لأجلها بصفة مباشرة مع الشيخ الذي يمارس فعله الخطابي هذا، إن ما يهدف إليه مبدئياً هذا المخاطب هو تزويد الجمهور بالحقائق الدينية التي من المفروض أن تكفل وتتجسد في الواقع الميداني بأفعال عاكسة لحقيقة التلقي، ويكون الغرض منها بذلك هو صناعة رأي عام وهوية توطر هذه الثقافة الدينية وتتحكم في السلوكيات والأفعال اليومية للفاعلين الاجتماعيين.

إننا قد لا نجد أنفسنا على هذا المستوى أمام الثقافة الدينية مستهلكين لصيغ الخطاب المتنوعة فحسب، بل قد يتأتى لنا تبني التصور الديني والوصول إلى المستوى الذي يحدد وجهة نظر ورؤية الفاعل الاجتماعي لأجل صياغة علاقة ما مع المحيط الاجتماعي الذي نعيش فيه، وأبعد من ذلك قد ينتقل المتتبع لهذه البرامج ( البرامج محل الدراسة على وجه الخصوص) إلى ربط علاقة بالكون والحياة بصفة معينة ضمن إطار التصور الفلسفي للثقافة والهوية الدينية.

وعليه فإن هذا البث التلفزي الذي يسعى الخطيب من وراء تقديمه إلى اشتراط أن يبني على فلسفة واضحة وإستراتيجية محددة المعالم وبأهداف دقيقة خاصة وأنه سيرتكز على العلم والمعرفة مع مراعاته لخاصية التجديد والتغيير التي ترتبط بالأحداث والمستجدات الطارئة على المجتمع، إننا أمام زخم الوسائل التكنولوجية الحديثة وحرصاً منا على ضمان الاستفادة من القدرات والإمكانات والأدوات الإعلامية التي أفرزتها ثورة المعلومات الحديثة في هذا المجال سنحاول تقصي إسهامات رفع مستوى الوعي الديني ومتابعة المتلقي وجس نبض إقباله على هذه البرامج التي تعتمد على الأساليب الإغرائية التي تؤثر في تكوين الرأي والمعرفة الدينية التي تنبني على المواقف وتجسيد السلوكيات المنسجمة مع المرجعية الدينية الأصلية.

أما فيما يتعلق بخصائص هذا الخطاب فإن مظاهره ومواصفاته تبدو وكأنها لا تختلف كثيراً عما نجده في صفحات الجرائد والمجلات وما تقدمه البرامج الإذاعية الرسمية. لذلك

فإنه يمكننا من هذا المنطلق أن نقدم قراءة نقدية نرصد من خلالها أهم هاته الخصائص التي سنوجزها في النقاط التالية:

- التركيز على آلية الترغيب والترهيب.

- انحصار الفتوى والأحكام في مسائل مرتبطة بالطلاق والزواج والميراث والقليل من أحكام المعاملات التجارية كالبيع وأحكام العبادات في شكلها المتعدد، وهذا طبعاً دون نسيان بعض المسائل والقضايا المتعلقة بالنظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمن والصحة والتعليم وغيرها....دون بذل لأدنى جهد في محاولة مسايرة وتوجيه الرسالة بحسب مقتضيات المتبعين أو متطلباتهم، فالخطاب إذن يكون موجهاً لكل الجمهور دون تمييز ودون أدنى اعتبار لمواصفاته وخصائصه، وحتى درجة وعيه وإدراكه لقضايا أمته. كما أن أغلبية القضايا الذي يتحدث عنها الخطيب إنما هي محصلة الاتصالات والاستفسارات المباشرة التي يطرحها المشاهد، دون تجاوز لهذه القضايا. ويمكننا القول هنا أن هذا الخطاب بقي على حالته كما في القنوات الأرضية دون أدنى اعتبار لمدى توسع دائرة المشاهدة وبالتالي اتساع الجمهور إلى متلقين عالميين، مما يستوجب منا التفطن لهذا الانتشار الذي يؤدي إلى إعادة صياغة الرسالة الموجهة إلى المشاهدين بما يتلاءم والمعايير والمضامين الكونية.

- إن شدة التركيز على مسألة العبادات والمسائل الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها المشاهد أو المتلقي لهذا الخطاب ما يضمن له استهلاكه الإيجابي لهذه القواعد، ورغم كل ذلك يمكننا القول أنه ولحد الساعة لم يواكب الخطاب الديني موجات التجديد، خاصة على مستوى مضمون الرسالة التي تتكرر موضوعاتها المتناولة دائماً دون أن تتماشى مع متطلبات الجمهور المتلقي لكل ذلك ورغم ما يشهده العالم من تغيرات تستدعي التكيف معها، إلا أنه لا يمكننا بأي حال من الأحوال التعاطي مع مجال العبادات بطريقة نقدية بحتة، لذلك سنسعى هنا وفي هذا الشأن إلى عرض الرسالة وتبيان تجليات الفعل كمارسة للناس لإثارة عواطفهم. لأن هذا النوع من الخطاب لا يختلف عن بقية الخطابات التقليدية

الأخرى سواء التي تبثها القنوات الأرضية أو التي تتناولها وسائل الإعلام خاصة الفضائية منها اللهم إلا من ناحية العرض والتقديم.

- إن ما يقدمه الخطيب من تشكيلات دعوية تبدو غير متناسقة سواء عند التقديم أو القراءة في غالب الأحيان، إذ يمكننا إرجاع أسبابه بالدرجة الأولى إلى عدم وجود وحدة أو مدرسة إخراجية متميزة للخطاب الديني (الإثارة والمتعة في نفس الوقت)، كما أن العمل في صيغته النهائية ما هو إلا مجهودا فنيا أولا وقبل كل شيء، وبالتالي فالرسالة كيفما كانت قوتها ودرجة مصداقيتها لا يمكن أن تلج إلى النفوس وتستلهم قلوب المتابعين، اللهم إلا إذا قدمت في قالب يزاوج بين الفائدة والمتعة والتشويق، ولا يقتصر ذلك على تقديم هذه المادة الدينية أو تلك، وحتى وإن كان يبدو وكأنه في قالب من الوعظ والإرشاد الذي ينفر أكثر مما يرغب خاصة عندما يتميز الخطيب بالأبوية والتعالي واعتقاد العالمية على شرائح اجتماعية قد تكون مدركة أشد الإدراك لدينها وقيمها، والأخلاق المترتبة عليها (اليحياوي، ي. 2016: 105).

- وقوف الداعية أو الخطيب على تمجيد التاريخ الإسلامي أكثر من تركيزه على الحاضر ومستجدات الأحداث اليومية للفاعلين الاجتماعيين من مشكلات، وعدم البحث عن طرق التعايش مع آثارها، هيمنة المسائل المحرجة التي تُلقى على عاتق صناع القرار الإعلامي، وحتى وإن توجه البرنامج إلى عرض هذه المواضيع الدينية، فإن جلها يبدو جافا ومتواضعا وبعيدا كل البعد عن التشويق والإثارة، وكذا الإمتاع والمؤانسة والجاذبية إزاء القول والعمل، رغم أهميتها ودسامة مواضيعها في بعض الأحيان.

إننا عندما نتحدث عن مرجعية الخطاب الديني المتلفز يمكننا القول أنه يكون أكثر احتكاما إلى القيم والمبادئ الدينية المستنبطة من صميم الدين إذا راعى المتحدث كل الجوانب المحيطة بالموضوع، حيث تسهل بهذه الطريقة المتبعة على المشاهد عملية الانتقال من خطاب عن الدين إلى الخطاب في الدين، وعندها فقط ينتقل الخطيب ومعه المشاهد فيما بعد إثر ما لقيه من خلال البرامج الدينية المتلفزة المحلية والعالمية على السواء والتي تعتمد

في جلها على منطوق النص الديني الذي يعتبر مكن اجتهد ومصدرا لقيم ومبادئ تتجاوز الإطار الزمكاني إلى حدود الفهم الحقيقي للدين، عندما نقول بأن الخطيب يفتقد للحدث في تجربته، أو كأنه يعاني من قصور مهني عند إعداد خطبته وصناعته لها، فإننا نكون قد قضينا على فحوى الخطبة وتشرينا بإيديولوجية نص ديني أو سياسي ما. أما فيما يتعلق بآليات العمل الأخرى فيمكن مطابقتها بسلوكيات العرض التلفزيوني وفق ما تضمنته أساليب الخطاب الديني بصفة عامة، خاصة وأن الطريقة التقديمية تتشابه في توصيل مضامينها سواء كان ذلك في مؤسسة المسجد أو الزوايا أو التلفزيون أو غيرها كالجرائد والأنترنت.....

#### 4- توجهات الخطاب الديني المتلفز في قناتي الشروق والجزيرة:

سنحاول في هذا العنصر تقديم قراءة لموضوعات الخطاب الديني المتضمنة في برنامجي "الشريعة والحياة في رمضان" ضمن قناة الجزيرة الإخبارية وبرنامج "فاسألوا أهل الذكر" ضمن قناة الشروق TV المحلية. ينبغي أن نشير أن أول ما لفت انتباهنا أثناء مشاهدة الخطاب الديني في البرنامجين الميل الكبير نحو التوجه الأخروي والماضوي للخطاب. كيف ذلك؟ في الحقيقة هي موضوعات لم تركز على واقع الحياة الدنيا للناس وما يعانونه من هموم ونضالات فكرية معرفية وسلوكية (ممارساتية) يومية دون التعرض لمناقشة سبل تجاوز هذه الهموم والمشاكل -من أجل فهم أعمق للمشكل- وطرق تحسين هذه الحياة. في مقابل ذلك استخلصنا أنه تم تضمين وحشد الخطاب بعدد كبير من نصوص القرآن والسنة، خاصة ما تعلق منها بالعبادات والعلاقة مع الله، ونزول القرآن وفضل قراءته وقصص الأنبياء والاستشهادات التاريخية التي تؤسس لفكرة أن الماضي أحسن وأفضل تاريخ للإسلام والمسلمين، وهو ما يكسبه هالة من التقديس على حساب الواقع المعاش الذي يؤسس هو الآخر عن نظرة تشاؤمية (نظرة سخط وازدراء) لحال الإسلام والمسلمين وما تبعه من فساد وتقهر في الأوضاع الحياتية بمختلف تجلياتها، إنه نوع من "التجافي مع الواقع وهجره، والارتقاء في أحضان الماضي لاستعادته في عملية تشكيل

المستقبل" (زايد، أ. 2017: 122) وهو ما يجسد نوعاً من الهروب من الحاضر نحو استعادة الماضي والتفوق في كنفه كروية مستقبلية وجب التحلي به ( وهو ما سنراه في الصفحات التحليلية الموالية).

وعليه، عند معاينتنا لموضوعات الخطاب الديني عينة الدراسة، لاحظنا أنها تأخذ منحنيين، يتناول المنحى الأول التوجه الأخرى والماضي للخطاب، في حين يندرج المنحى الثاني في التوجه الدنيوي للخطاب، وهذين التوجهين نرى أنهما كفيلاً بمعرفة مدى مساهمته في جذب انتباه ومشاهدة المرأة محل الدراسة بغية تكوينها تكويناً معرفياً (ثقافياً) وقيماً وسلوكياً وهو ما يطلق عليه بالهوية الدينية.

#### 1.4 التوجه الأخرى لخطاب " الشريعة والحياة في رمضان " و " فاسألوا أهل الذكر ":

في البداية لا بد أن نشير أن الدين الإسلامي هو دين الحياة الدنيا والآخرة، كونه يحقق للمؤمنين مكاسب دينية دنيوية وأخرى أخروية، إنه "يمنح الحياة معنى لدى ممارسيه، ويجعل البشر على يقين بأن ثمة هدفاً ما وراء هذه الحياة، وأن الحياة يجب أن تُعاش من أجل هذا الهدف" (زايد، أ. 2017: 35) وبالتالي فهو يساهم في بناء حياتهم الدنيا - وفق رؤية نفسية واجتماعية - التي تهدف إلى استقرارهم النفسي والاجتماعي، ويمنحهم ثواباً ومفازة بالجنة في حياتهم الأخرى. هي معادلة تجمع بين الحياة الدنيا والحياة الآخرة لقول الرسول (صلى الله عليه وسلم): " اَعْمَلْ لِدُنْيَاكَ كَأَنَّكَ تَعِيشُ أَبَدًا وَاَعْمَلْ لِآخِرَتِكَ كَأَنَّكَ تَمُوتُ غَدًا".

ينبغي أن نذكر مرة أخرى أن الخطاب الديني الذي نقصده في دراستنا هاته يمثل أولاً: الخطاب التي تتضمن الأمور الدينية التي تتعلق بعلاقة الإنسان مع الله، والحديث عن القصص القرآني، وذكر صفات النبي (صلى الله عليه وسلم) والصحابة، والحديث عن رحلة الدار الآخرة وعن الفتاوى والقرآن وتفسيره وإعجازه، إضافة إلى فقه العبادات والفروض بمختلف أنواعها. وثانياً: الخطاب التي تتضمن الأمور الدنيوية فيلجأ بذلك لمناقشة مواضيع



سياسية واجتماعية وعلمية... والعلاقة بالنفس وبالآخرين ونقد بعض السلوكيات التي يمارسها الفاعلون الدينيون...

**جدول رقم 04: يبين موضوعات الخطاب ذات التوجه الديني الأخرى**

المجموع		برنامج "الشريعة والحياة في رمضان"		برنامج "فاسألوا أهل الذكر"		الموضوعات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	% النسبة	التكرار	
11.44 %	104	20.85 %	44	8.59 %	60	العلاقة مع الله
0.77 %	07	3.31 %	07	00	00	الدار الآخرة
7.26 %	66	00	00	9.45 %	66	الأحكام والفتاوى
66.11 %	601	31.27 %	66	76.64 %	535	العبادات
14.41 %	131	44.54 %	94	5.30 %	37	قراءة القرآن
100 %	909	100 %	211	100 %	698	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن العبادات جاءت في صدارة الترتيب ثم بعدها فضل القرآن وقراءته ثم العلاقة مع الله، باعتبار أن العبادات وقراءة القرآن من شأنهما أن يوصلا المؤمن إلى برّ الله وإلى الجنة في الحياة الآخرة، لتليها بعد ذلك الأحكام والفتاوى وعرض قصص الأنبياء والصحابة والدار الآخرة، وبذلك يمكن القول أن الخطاب الديني يروم لجهد الإنسان المؤمن الحثيث وفعله في سبيل الارتقاء نحو الخلاص الأخرى في محاولة التقرب إلى الله بالعبادات والالتزامات الدينية. وسنحاول التفصيل في بعض مضامين الخطاب كل على حدة كالتالي:

**1.1.4 العبادات:**

يتركز الخطاب الذي يتناول العبادات والفروض حول عدد من الموضوعات الفرعية التي يوضحها الجدول الموالي والتي جاء في مقدمتها الصلاة بمختلف أركانها وشروطها

وأنواعها مع الإشارة إلى بعض الأخطاء التي يقع فيها العبد، والوضوء وشروطه... على اعتبار أنها "إحدى الظواهر المحورية في الحياة الدينية، بل هي قمتها" (موس، م. 2017: 10). ويسعى هذا الخطاب إلى تبيان فضل هذه العبادات وطرق ممارستها والحرص على ثباتها، وفي ذلك إشارة لتقوية الإيمان بالنفوس وزيادة التقوى، كما يبين الخطاب الذي بين أيدينا إلى فضل شهور على أخرى كشهر رمضان الذي يعرض فيه برنامج " الشريعة والحياة في رمضان" وفضله وعوائده، إضافة إلى فضل شهر محرم وشهر شعبان .

#### جدول رقم 05: يبين الموضوعات الفرعية للعبادات

المجموع	خطاب برنامج " فاسألوا أهل الذكر"		خطاب برنامج " الشريعة والحياة في رمضان"		العبادات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
39.10%	235	51.51%	34	37.57%	201	الصلاة
34.94%	210	18.18%	12	37.00%	198	الصوم
10.48%	63	03.03%	02	11.40%	61	الزكاة
11.64%	70	16.66%	11	11.02%	59	الدعاء
02.82%	17	01.51%	01	2.99%	16	العدة
0.99%	06	09.09%	06	00%	00	الحج والعمرة
100%	601	100%	66	100%	535	المجموع

يميل الخطاب هنا إلى التركيز عن طقسين جوهريين في تحديد هوية الخطاب في حد ذاته من جهة وهوية المخاطب ( المؤمن، المسلم، الفاعل الاجتماعي....) من جهة أخرى، فالصلاة هي التي يتقابل فيها العبد مع ربه.. وهي أولى مراتب العبادات، وهي مفروضة على كل مسلم، وتستند الصلاة حسب تعريف موس إلى أربعة عناصر فهي " في المقام الأول فعل... تنطوي دائما على جهد، وعلى صرف طاقة جسدية ومعنوية في سبيل إحداث مفاعيل معينة.... أضف إلى ذلك أنها فعل تقليدي بوصفها جزءا من طقس... كما أنها تتسم أيضا بفعالية كامنة فيها... لأنها هي التي تحث الإله على التدخل في اتجاه معين... وأخيرا، فإن فعاليتها هي نفسها فعالية الطقوس الدينية، لأنها تتوجه إلى قوى دينية" (موس، م. 2017: 8)، وبهذا المعنى فهي ذات بعدين أساسيين هما: الفعل والعقيدة، فعل كلامي وفعل

جسدي للتقرب من الله عزوجل والدعاء له تحقيقا لأغراض شخصية دنيوية وأخرى أخروية، " فالأمر لا يتعلق بفعاليتها المادية بل بتعابيرها الرمزية" (الزاهي، ن. 2011: 55)، وهي بذلك القاعدة التي تنطبق على جميع الطقوس التعبدية وبقية الطقوس الدينية.

وقد أكد الشيخ سليم محمدي (حصة 02 من برنامج "فاسألوا أهل الذكر"، جمعة الأسبوع الثاني من شهر فيفري 2018) على قيمة الصلاة مخاطبا إحدى المتصلات التي تستفتي عن صلاة الفجر قائلا " هي فرصة عظيمة جدا فيها البركات، فيها الرحمات، فيها الدعاء مستجاب، عليك قبل الأذان الأول وأثناءه وبعده أيضا، أن تستثمري وقتك في الدعاء وفي الذكر وكذا في قراءة القرآن أو في الصلاة: صلاة النافلة"، ونلاحظ من قول الخطيب الديني أنه يحبب ويعلي من قيمة صلاة الفجر وباقي الصلوات لدى المرأة وبضرورة الثبات عليها كونها جالبة للبركات والرحمات، أما بخصوص وقتها فهي تأتي في أكثر الأوقات التي يستجاب فيها الدعاء والتقرب من الله جلّ جلاله.

أما بخصوص عبادة الصوم فقد استدلت الداعية طارق السويدان<sup>1</sup> عن أهمية وفضل شهر رمضان قائلا: "رمضان فرصة غير عادية لتغيير العادات، فمثلا اذا قصر احد الأشخاص في عدم قراءته للقرآن، فهي اذن فرصته لأن يتعود على الرجوع للتلاوة، ومن كان مقصرا في صلاة النافلة أو الوتر فهي فرصة له لاستعادة هذه الطبيعة الايمانية القوية، ومن كان له عادات سيئة فليغيرها بعادات حسنة ممتازة جدا"

<sup>1</sup> يحمل درجة الدكتوراه في هندسة البترول من جامعة تلسا في أوكلاهوما، اشتغل بالدعوة الإسلامية وله عشرات الكتب المطبوعة في العديد من المجالات من بينها: مختصر العقيدة الإسلامية وأربعة كتب عن الأئمة الأربعة. من كتبه في مجال الإدارة: إدارة الوقت وصناعة القائد والنجاح في الحياة، له إسهامات واسعة في مجال الإنتاج المرئي والمسموع، من أشهر برامجه التلفزيونية سلسلة علمتني الحياة. وهو ضيف الحصة الرابعة من برنامج الشريعة والحياة في رمضان 05/18/2020 ضمن قناة الجزيرة الإخبارية.

ونظرا لأهمية الصوم وقيام الليل في هذا الشهر وفي غيره من الشهور وانعكاس ذلك على حياة المؤمن الدينية فقد شبههما الشيخ عبد الرشيد الصوفي<sup>1</sup> بالجنحين اللذين يطير بهما المؤمن إلى ربه أي "جناح الصيام وجناح القيام. وقد جعل الأول فرضا والثاني ندبه إلى الأمة ولم يفرضه"، واستشهد في ذلك بقول رسول الله (ص) "من قام رمضان إيماناً واحتساباً غفر له ما تقدم من ذنبه" صدق رسول الله. وقد أشاد أيضا الداعية طارق السويدان بفضله فقال فيه " أن الإنسان يقبل على الله في شهر رمضان ويتوب إليه ويستغفره...وتكون هذه هي البوابة التي يدخل بها إلى الله ولربما لو أخلص المؤمن في هذا الشهر وأقبل على الله تبارك وتعالى فإنه يفتح له في باقي شهور السنة بالبركات لأن ما يأخذه من رمضان هو ما تمشيه بقية الشهور فيما بعد، وعلمتنا التجارب الدينية بأن الله تعالى غير أحوال الكثيرين ببركة شهر رمضان وبفضل إقبالهم فيه على الله، وانقلبت بذلك أحوالهم إلى أحسن حال بفضل منه وكرمه سبحانه وتعالى".

ومع تزامن الشهر الفضيل مع الأزمة الصحية العالمية كوفيد 19 أشار الشيخ ولد الددو في خطابه قائلا " الصوم قوة ويزيد المناعة وهو علاج للأمراض وهو عبارة عن عبادة تشبه عبادات الملائكة الكرام من ناحية الدوام والاستمرار، فلذلك لا يمكن ان يدخل في هذا النطاق او أن يفتي عالم بإباحته بمجرد الخوف من نقص المناعة" وقد جاء خطابه هذا إثر سلسلة التساؤلات والاستفتاءات التي يطرحها جمهور المسلمين المتلقين لخطب الفضائيات الدينية والتي كثرت وتباينت بشأن صوم الشهر الفضيل في ظل الأزمة الصحية، وبذلك فقد دحض كل الفتاوى والخطابات الدينية التي أجازت إفطار رمضان مخافة نقص

1. حصل على الشهادة العالية في القراءات العشر من معهد القراءات في مصر 1981، حصل على إجازتين في القراءات العشر من طرف الشاطبية والدرة والطيبة. أتم حفظ القرآن وهو في العاشرة من عمره، وأتقن علم التجويد على يد والده، شارك في محاضرات دعوية واشتهر بأدعيته وإمامته لصلاة التراويح في دول عدة، له تسجيلات من القرآن المرتل بروايات مختلفة، وتخرج على يديه كثير من القراء وأنشأ عدة مدارس ومراكز لتعليم القرآن. وهو ضيف الحصة الخامسة من برنامج الشريعة والحياة في رمضان 2021/04/14 ضمن قناة الجزيرة الإخبارية.

مناعة الجسم كما زعم هؤلاء، ولا يفوتنا القول أن جميع هذه العبادات توحى إلى أهمية التمسك بالدين وبالعقيدة.

#### 2.1.4 القرآن الكريم:

تناول هذا البعد الحديث عن فضل قراءة القرآن الكريم وفضل تلاوته والإعجاز المبين في هذا الكتاب المنزل، ويجسد الخطاب الديني المتلفز أهميته في تأكيد بعض القيم والعبادات والسلوكيات التي يجب أن يتحلى بها المؤمن للتقرب من الله عز وجل من أجل الحصول على الثواب والمغفرة، بالإضافة إلى توظيف بعض القصص القرآني في مهمة التنويه والإشادة ببعض المعاني والعظات المرتبطة بهذه القصص. فكتاب الله عز وجل حسب ما أقره الشيخ عبد الرشيد الصوفي " تكفل المولى عز وجل بحفظه في اللوح المحفوظ، وفي السطور، وفي الصدور. لذلك نجد أن ملايين المسلمين كبارا وصغارا يحفظونه خاصة وأنا بكل كلمة وبكل حرف وبكل صوت له نجده بأحكام وميزان لا يختل، فهو معجزة الله الباقية إلى أن يأذن الله بزوال هذه الدنيا"، ليتجلى بذلك الهدف النهائي من استخدام آيات القرآن في الخطاب باستخلاص العبر والعظات منها، بحيث لا تكون العظة هي نقطة البداية هنا وإنما الآية أو النص القرآني هو المدخل إلى العظة. ومن أمثلة ذلك استشهاد الشيخ سليم محمدي بسورة الضحى موظفا إياها للحديث عن رعاية اليتيم والسائلين وشكر الله على جملة النعم التي أنعم بها على عباده، مؤكدا بذلك على ضرورة ارتباط المسلم بالقرآن والذي يعتبر مؤشرا حيويا على إيمان العبد وإخلاصه لله تعالى، بالإضافة إلى تركيزه على ما يتمتع به القرآن من استمرارية، حيث يحفظه الله بأمره لقوله تعالى " إنا نحن نزلنا الذكر وإنا له لحافظون" (الآية 9 من سورة الحجر). ويبين الخطاب القرآني الهدف الموجه إليه بحيث نوه الشيخ المفكر أبو زيد المقرئ الإدريسي<sup>1</sup> قائلا "

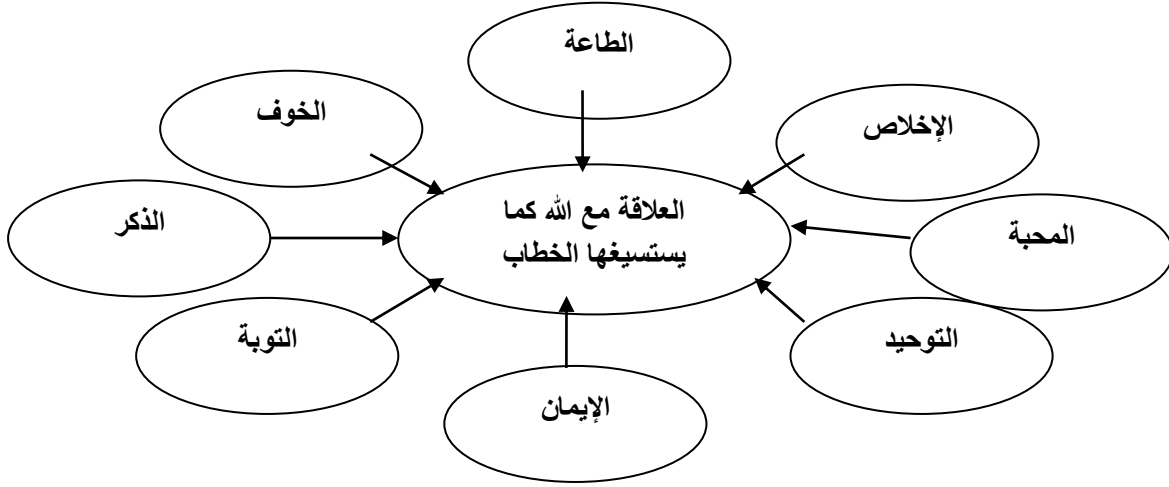
1- حاصل على شهادة الدراسات العليا في تخصص اللسانيات، عمل أستاذا لتعليم اللغة العربية والدراسات الإسلامية بجامعة الحسن الثاني، وعضو الاتحاد العالمي للعلماء المسلمين، إنه أكاديمي وسياسي ونائب برلماني عن حزب العدالة والتنمية المغربي، له العديد من المؤلفات منها: معظلة العنف: رؤية إسلامية، والقرآن والعقل. شارك في عدة مؤتمرات دعوية وندوات محلية وعربية ودولية وقد ناقش بإسهاب فكرة مفهوم عالمية الرسالة. وهو ضيف الحصة السادسة لبرنامج " الشريعة والحياة في رمضان" بتاريخ 2021/04/22.

سوف نجد أن أول جملة في أول سورة قرآنية (الحمد لله رب العالمين) مميزة بكلمة العالمين، وإذا نظرنا إلى أول جملة في آخر سورة سنجد ( قل أعوذ برب الناس)، فما بين العالمين في أول عبارة والناس في آخر عبارة يتكرر الخطاب إلى الناس بصفة العموم 241 مرة في معرض التوجيه والتنبيه قبل معرض التكليف الذي يخص به المؤمنون كفتة جزئية داخل فئة الناس" وفي ذلك دليل على تبيان الطريقة التي يتبعها القرآن الكريم في مخاطبة المؤمنين، وكيف يختلف الخطاب باختلاف الموقف وكيف يجري محاورات تتم عن عظات ووصايا مهمة.

ولا يمر الحديث عن القرآن دون الحديث عن إعجازه، ويبدأ هذا الإعجاز بالإعجاز اللغوي وفي ذلك أشاد الشيخ الإدريسي قائلاً " تضمن القرآن اختياريًا مئتا (200) كلمة من تسع (09) لغات تتبعها الجواليقي والسيوطي: الحبشية، الفارسية، اللاتينية، الإغريقية، العبرية، السريانية... مئتا (200) كلمة إشارة إلى انفتاحه وعالميته وملامسته ولو رمزيا للغات أقوام سوف يكلفون وسوف يقبلون وسوف يخاطبون عبر الترجمة فيجدون شيئًا من نواتهم وهويتهم وحميمهم ولغتهم فيه"، إنه بذلك تأكيد عن كونه كلام غير قابل للتشكيك وكلام جامع لحقب تاريخية لشعوب وثقافات قد سبقت مجيء الإسلام ليكون بذلك آية لهم فيتقونه ويعبدونه، وإلى جانب الإعجاز اللغوي نجد الإعجاز العلمي فتحدث بذلك الخطاب القرآني عن الكون وعن مراحل خلق الإنسان... إضافة إلى الإعجاز الطبي كالرقية الشرعية التي يتم التداوي فيها بالقرآن بغية الشفاء من العلل والأسقام وبالتداوي بعسل النحل.

#### 3.1.4 العلاقة مع الله:

إن تناول علاقة العبد بربه ما هو إلا تأكيد وحرص دائم للتقرب لله عزّوجلّ وذكره باستمرار وطاعته والخشوع له، فلا يمكن الحديث عن علاقة العبد الضعيف بربه إلا عن طريق الإيمان والتوحيد والدعاء والإخلاص في العمل وفي العبادات لوجهه الكريم، وفي ذلك دلائل للخوف منه واللجوء إليه في كل صغيرة وكبيرة ومراقبة خلق الله باستمرار.



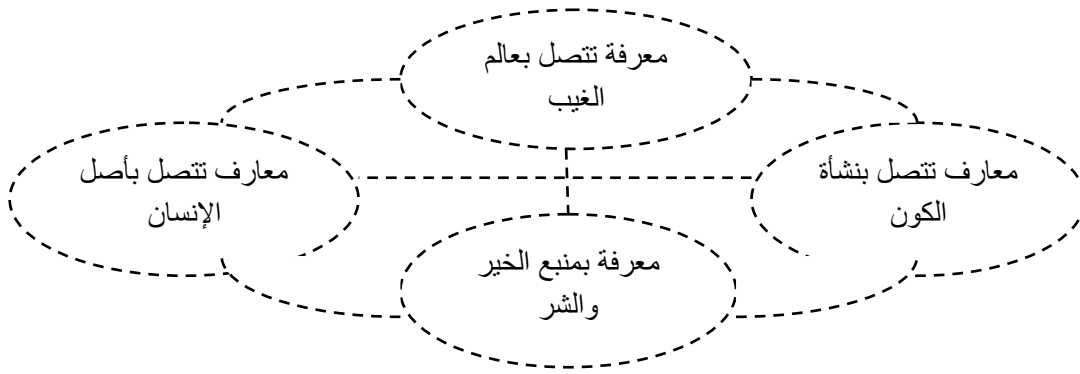
الشكل رقم 05: مخطط يبين مؤشرات العلاقة مع الله

يصور الخطاب العلاقة بالله في مسألة الطاعة والخضوع الكلي لمشيئته وتوحيده من خلال ما ورد في خطاب الشيخ محمد سماعي لجمهوره المتلقي قائلًا (حصة 11 من برنامج "فاسألوا أهل الذكر"، جمعة الأسبوع الثاني من شهر نوفمبر 2018) "يا عباد الله، يجب أن لا ننسى الجانب الخيري والجانب الرباني من طاعة الله والإيمان به وتوحيده في عبادتنا ومعاملتنا وتصرفاتنا وأحوالنا وما ننشغلوش بالأمر الدنيوية على الأمور الثوابية عند الله رب العالمين"، فالمطلوب من الإنسان طاعة الله بدون قيد وبدون أن يعرف مصير هذه الطاعة إن كانت مقبولة أو غير مقبولة، لأن علمها عند الله وحده، وفي الاعتصام والطاعة استدل الشيخ محمد غورماز<sup>1</sup> بقول الله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم "واعتصموا بحبل الله جميعا ولا تفرقوا" (الآية 103 من سورة آل عمران). وتأكيدا على أهمية علاقة الإنسان بالله ورد في خطابه ( الشيخ محمد غورماز) "...أسست علاقة الإنسان بالله تعالى على التوحيد وأسست علاقة الإنسان مع الكون ومع الطبيعة على

1- يحمل درجة الدكتوراه في فهم وتفسير السنة والحديث، تولى سابقا رئاسة هيئة الشؤون الدينية التركية، أشرف على مشروعات علمية وعملية لتطوير رئاسة الشؤون الدينية. لع عدد من المؤلفات منها: المرشد في فهم الحديث والسنة...، عمل أستاذا في كلية إلهيات بجامعة أنقرة، وله نشاط دعوي وعلمي واسع من خلال المحاضرات والمؤتمرات التي ينشطها. وهو ضيف الحصة السابعة من برنامج الشريعة والحياة في رمضان 2021 /04/30 ضمن قناة الجزيرة الإخبارية.

المرحمة..."، فالإيمان والتوحيد بالله يكون بالعقل واليقين، وما ذاك إلا تأكيد على ضرورة العمل بالإيمان ( في العبادات وفي المعاملات)، وعندما نقول الإيمان لا نقصد المعنى الضيق للكلمة كما تردد على الألسن، بل أبعد من ذلك نذهب لمعناها الضمني الذي يحدد علاقتنا بالله وبالكون بصفته عز وعلا خالقه ومصرفه ويكتبه السماوية وبالملائكة من خلال تعظيمهم واحترامهم وباليوم الآخر يوم يحشر الناس إضافة إلى الإيمان بعالم الجن وعالم الغيب، ومنه أيضا الإيمان بالقدر خيره وشره، فالدنيا دار ابتلاء وعلى العباد تقبل هذه الابتلاءات بالدعاء لله والرجاء منه والتضرع والتوسل إليه برفع هذه الابتلاءات، وفي ذلك يستدل الشيخ محمد سماعي بقول الله تعالى " يا أيها الناس أنتم الفقراء إلى الله والله هو الغني الحميد" (الآية 15 من سورة فاطر).

ولعل ما سبق التطرق إليه يمثل نسقا للمعرفة الدينية ولمضامين المنظومة العقديّة من خلال:



الشكل رقم 06: مخطط يمثل التحديد الأمثل لمضامين المنظومة العقديّة (أكوافيفا، سابينو، إنزوباتشي، 1996: 116).

ويمكن القول هنا أن المعرفة الدينية أدت دورا حيويا في ترسيخ الممارسات الدينية والاجتماعية مع إضفاء الشرعية عليها، كون أن "هذه الخطابات تمثل أدوات قوية للحد من وسائل التفكير أو الحديث البديلة، وتصبح المعرفة واحدة من قوى السيطرة والضبط" (غدنز، أ. 2005: 722)



وفيما يتعلق بمؤشر الخوف من الله، يمكننا القول أن الخوف في حد ذاته ما هو إلا حجةً ودليلاً لإخلاص المؤمن لله تعالى ولطاعته، فعبادة الله والالتزام بها إنما تكون خوفاً وحياءً منه، ويشير الشيخ سليم محمد (حصة 04 من برنامج فاسألوا أهل الذكر ) جمعة الأسبوع الرابع من شهر أبريل 2018) في ذلك إلى قول الإمام النووي بخصوص مراتب الإخلاص "إحداها أن يعبد العبد ربه خوفاً منه وهذه عبادة العبيد، والثانية أن يعبد الله طلباً للثواب والمفازة بالجنة وهي عبادة التجار، والثالثة أن يعبد المؤمن ربه خشية وحياءً منه سبحانه وتعالى لتحقق عبوديته ويرى نفسه مقصراً وقلبه خائف وهو لا يعلم إذا قبل عمله أو لم يقبل وهي عبادة الأحرار"، و من ثم فإن أصدق عبادة لله تعالى تلك التي ترتبط بالخوف منه. فالعبد مطالب بالتفكر في نعم الله عزوجل عليه وبذكر الله والدعاء له، كون أن ذكر الله له قيمة كبيرة لا تعد ولا تحصى ولا يمكن استبدالها بقناطر الذهب والفضة، و قد لمسنا جملة من العبارات في البرنامجين من أمثلة الذكر كالتسبيح والاستغفار لله بقول " سبحان الله وبحمده" وتكرار قول عبارة "لا إله إلا الله" وعبارة "لا حول ولا قوة إلا بالله" وبالصلاة على رسول الله(ص)، وفي ذلك تأكيد مباشر وغير مباشر على أهمية الذكر في حياة المسلم لقول الله تعالى " اللذين آمنوا وتطمئن قلوبهم بذكر الله ألا بذكر الله تطمئن القلوب" ( الآية 28 من سورة الرعد)،

وفي ضرورة شكر الله استدل الشيخ رمضان خميس<sup>1</sup> بما ورد عن ابن عطاء السكندري فقال فيه " له كلمات لطيفة وكل كلماته لطيفة يقول: من لم يقدم على الله عزوجل بمنن الامتتان، قد قاده الله إليه بسلاسل الامتحان، وهذا من لطف الله وتعالى، يعني الذي لا يعود إلى الله عزوجل بالعطايا والمنح والنعمة يعيده الله إليه بسلاسل الامتحان لا كرها فيه ولا غضبا عليه بل حبا فيه سبحانه وتعالى" فالمؤمن مطالب بشكر نعم الله عليه

1- أستاذ التفسير وعلوم القرآن بكلية الشريعة بجامعة قطر، حاصل على درجة الدكتوراه في تفسير القرآن الكريم من جامعة الأزهر، عمل في عدد من الجامعات بمصر والسعودية وقطر، لديه مشروع علمي تحت عنوان: "نحو تفسير سنني للقرآن الكريم"، وله عديد الدراسات في التمكين والتفسير الموضوعي وقواعد فهم القرآن. يحمل عددا من الإجازات في القرآن وفي كتب الأحاديث الستة. وهو ضيف الحصة الثانية من برنامج الشريعة والحياة في رمضان 2020/05/02 ضمن قناة الجزيرة الإخبارية.

والتوكل عليه وإكثار العبادة لله مسخرا بذلك كل الأفعال لله سبحانه وتعالى، فالإنسان لم يخلق إلا ليطيع الله وليعبده وليشكره على جميع النعم التي خصها لعباده ومخلوقاته على الأرض. إن في ذلك تأكيدا على ترسيخ الهوية الدينية لدى الجمهور المتلق لهذا الخطاب، من حيث توفير الثقافة الدينية اللازمة للأمة من جهة وممارسة هويتهم الدينية التي تعكس مكانتهم الدينية في الحقلين الديني والاجتماعي على السواء.

#### 4.1.4 الأحكام والفتاوى:

احتل موضوع الأحكام والفتاوى المرتبة الرابعة من اهتمام الخطاب الديني الأخرى، إذ يتضمن الجدول الموالي تكرارات الموضوعات الفرعية التي تدرج ضمن هذا الموضوع، كما ونشير أن مضمون خطاب برنامج " الشريعة والحياة في رمضان " قد انعدم فيه وجود مواضيع تتعلق بالمؤشرات الموضوعية سلفا وقد تعذر إيجاد مؤشرات أخرى تتعلق بالفتاوى والتي لها علاقة مباشرة بالمرأة وما يخصها من مواضيع وقضايا.

#### جدول رقم 06: يبين الموضوعات الفرعية للأحكام والفتاوى

المجموع	خطاب برنامج " الشريعة والحياة في رمضان "		خطاب برنامج " فاسألوا أهل الذكر "		الأحكام والفتاوى
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%30.30	20	/	/	%30.30	أداء اليمين
%28.78	19	/	/	%28.78	سفور المرأة
%22.72	15	/	/	%22.72	الميراث
%18.18	12	/	/	%18.18	العقيدة
%100	66	/	/	%100	المجموع

يميل الخطاب بخصوص هذه المواضيع بتناول بعض الحدود والأحكام الدينية المتعلقة بالمرأة، خاصة وأن هناك العديد من المواضيع الفرعية لدرجة أننا لم نوردتها في الجدول والتي تكررت مرة واحدة فقط، وسنحاول إدراجها بصفة عامة في عرض تحليل هذه المضامين:

- النهي القطعي والجازم لكل أداء يمين لا تلتزم به المرأة، أو أن تحلف وتخلف بدون قضاء الصيام.
  - التحذير من سفر المرأة لوحدها بدون ولي.
  - قدم الخطباء في البرنامج مجموعة من النصائح للنساء على ألا تخضع للقول وللإغراء.
  - تحريم صوت المرأة العالي وعدم الجهر في الأسواق والأماكن العمومية.
  - تشجيع المرأة للزوج وللابن تقديم العقيقة كهدية للمولود الجديد، حيث أن من شأنها أن تتيح للمولود الشفاعة لوالديه، وفي ذلك أهمية كبرى لفعل التصدق بها على الأهل والأقارب والمحتاجين.
  - الدعوة للابتعاد عن المعاصي كالتستر باللباس الشرعي والابتعاد عن الملهيات وعدم الاستماع للأغاني كونها تبعد العباد عن الطاعات والعبادات.
  - الدعوة إلى الإكثار من شكر الله على نعمه التي أنعم بها على عباده وخص بها نساء مؤمنات على أخرى كالإنجاب والأخلاق، والإكثار من الاستغفار والأذكار.
  - البعد عن التفاخر والتباهي خاصة في الحفلات والأعراس.
  - الدعوة إلى تجنب السحر واللبس إلى الكهانة والسحرة، الذي قد يوقع صاحبه في الشك والشرك والكفر.
  - تحريم الاختلاط بين النساء والرجال.
- ويؤكد الخطيب من وراء هذه الأحكام والتحذيرات على أهمية طاعة الله وتنفيذ كل الأوامر والنواهي التي شرعت في القرآن الكريم والسنة النبوية لتجنب العقاب الدنيوي والأخروي بالعباد.

#### 5.1.4 الدار الآخرة:

إن الحديث عن الآخرة وعن يوم القيامة والحشر وما يصاحبها من استعداد وعقاب، هو في حقيقة الأمر حديث وتذكير للمؤمنين على مزيد من الإقبال على العبادات والطاعات والإكثار من العمل الصالح، وفي نفس الوقت حديث عما ينتظر الإنسان في قبره من عذاب،

وعن علامات الساعة (للتفكر في الموت ولما بعد الموت) لتكون بذلك حياة المؤمن خالصة لله تعالى، ويشير الشيخ الددو في هذا الصدد قائلاً "والواقع أن تدبير الله شامل للجميع وأن العقاب الحقيقي إنما أخروي، فالدنيا دار عمل ولا جزاء، والآخرة دار جزاء ولا عمل، وما يصيب المؤمنين في هذه الدار من الخير ليس من ثواب عملهم"، ليؤكد الخطاب باستمرار على أن الحياة الدنيا فانية والحياة الآخرة (التي هي أولى مراحل الحياة الآخرة) هي الحياة الأفضل والأحسن والأكثر استدامة .

ويبث الخطاب الخوف في نفوس المؤمنين خاصة عندما يتم الحديث عن عذاب القبر ( إذ يصور القبر بالبيت المظلم، وبيت الضيق عندما تكون أعمال الإنسان سيئة وبالبيت الرحيم للإنسان الصالح) وأهوال يوم القيامة، وبالترهيب والترغيب بالحديث عن سكرات الموت.

#### 2.4 التوجه الدنيوي لخطاب " فاسألوا أهل الذكر" و"الشريعة والحياة في رمضان":

يقول الله عزوجل بعد بسم الله الرحمن الرحيم " إنما الحياة الدنيا لعب ولهو وإن تؤمنوا وتتقوا يؤتكم أجوركم ولا يسألكم أموالكم" (الآية 36 من سورة محمد)، ويقول أيضا " اللذين اتخذوا دينهم لهوا ولعبا وغرتهم الحياة الدنيا فاليوم ننسأهم كما نسأ لقاء يومهم هذا وما كانوا بآياتنا يجحدون " (الآية 51 من سورة الأعراف). هي آيات بينات تكررت لدى كل من الشيخ سليم محمدي والشيخ محمد سماعي طيلة البرامج عينة الدراسة والذين استشهدا بها وذكرا وحثرا التعلق بالدنيا والاهتمام بها، داعين بذلك المؤمنين والمؤمنات الإكثار من طاعة الله وذكره على نحو دائم، والابتعاد قدر الإمكان عن الغفلة(الغفلة ليست غفلة عن أمور الدنيا وأحوالها بقدر ما هي غفلة عن ذكر الله وطاعته).

ولذلك يمكن التنبؤ مسبقا أن تكون المواضيع التي تتعلق بالحياة الدنيا قليلة إذا ما قارناها بالموضوعات الأخروية، والجدول الموالي سيعرفنا على الموضوعات المتنوعة لهذا التوجه:

جدول رقم 07: يبين موضوعات الخطاب الديني

المجموع	برنامج "الشريعة والحياة في رمضان"		برنامج "فاسألوا أهل الذكر"		الموضوعات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%52.78	265	%67.44	58	%49.75	207	القيم والمثل العليا
%37.73	160	%25.00	10	%39.06	150	مواضيع سياسية واجتماعية
%06.36	27	%00.00	00	%07.03	27	نقد بعض السلوكات
%05.42	23	%20.00	08	%03.90	15	العلاقة بالانفس وبالآخرين
%04.00	17	%17.50	07	%02.60	10	قضايا علمية
%02.35	10	%07.50	03	%01.82	07	الحقوق
%100	502	%100	86	%100	416	المجموع

إن ثمة ملاحظة أولية يمكن الإشارة إليها من خلال تفريغنا لمعطيات الخطاب الديني للبرنامجين محل الدراسة، حيث أن برنامج " فاسألوا أهل الذكر" ضمن قناة الشروق TV قد حصد أعلى النسب بخصوص الموضوعات الدنيوية مقارنة ببرنامج " الشريعة والحياة في رمضان" في قناة الجزيرة الإخبارية، وقد لمسنا من خلال التوزيع أن أكبر نسبتين تتركزان في موضوعات القيم والمثل العليا والموضوعات الاجتماعية والسياسية، لتحل بعدها بقية المواضيع، وسوف نتناول فيما يلي هذه الموضوعات للتعرف على مؤثراتها وشواغلها.

#### 1.2.4 القيم والمثل العليا:

احتل هذا الموضوع المرتبة الأولى ضمن المواضيع التي يتضمنها الخطاب الديني، وفيما يلي التوزيع التكراري للقيم والمثل العليا التي تضمنها الخطاب:

جدول رقم 08: يبين القيم والمثل العليا التي وردت في الخطاب

القيم والمثل العليا	برنامج "فاسألوا أهل الذكر"		برنامج "الشريعة والحياة في رمضان"		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصدقة	55	%26.57	01	%01.72	56	%21.13
العمل	46	%22.22	21	%36.20	67	%25.28
الإحسان	32	%15.45	06	%10.34	38	%14.33
التسامح	28	%13.52	02	%03.44	30	%11.32
الصبر	21	%10.14	01	%01.72	22	%08.30
فعل الخير	13	%06.28	04	%06.89	17	%06.41
الصدق	06	%02.89	04	%06.89	10	%03.77
الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	04	%01.93	09	%15.51	13	%04.90
الوفاء	02	%0.96	00	%00.00	02	%0.75
العدل	00	%00.00	10	%17.24	10	%03.77
المجموع	207	%100	58	%100	265	%100

نلاحظ من خلال الجدول أنه توجد ثلاث قيم حصلت على الصدارة من حيث تكراراتها ومن ثم نسبها، وهي قيم العمل (25.28%) والصدقة (21.13%) والإحسان (14.33%)، وتليها بقية القيم اتباعا، وما يمكن استنتاجه من خلال المعطيات القيمية، أن الخطباء الدينيين في خطبهم يفضلون تناول قيما دون أخرى، فهي في مجملها ذات طابع ديني، وهي تجمع بشكل واضح بين الدين والدنيا كالصبر والصدق والتسامح والإحسان... وبالتالي ف"الحديث عن القيم يتدرج من قيم تحظى بأهمية أكبر إلى قيم تحظى بأهمية أقل، وأن مفتاح الأهمية يرتبط بقرب القيمة من التعاليم الإسلامية الصريحة وتوافر نصوص للحديث عنها" (زايد، أ. 2017: 153)

ويمكن القول أن تضمين جملة هاته القيم في الخطاب الديني إنما جاء لترسيخ الإيمان في النفوس، فعند الحديث عن العمل يستدل هاشم المشهداني في قول الله عزوجل "وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون" صدق الله العظيم، ويندد ويخاطب المؤمنون قائلا "فالعمل، العمل، العمل يا عباد الله، فلا فلاح في الدنيا بغير عمل، ولا نجاة في الآخرة من دون عمل" ويدعوا الله

في ختام الحصة قائلا " فاللهم اجعل أعمالنا خالصة لوجهك الكريم واقبلها منا إنك أنت العزيز الرحيم". هذا ويشير الشيخ الخطيب محمد سماعي أن " العمل كرامة وواجب وعبادة يرتقي بها العبد نحو خالقه" بذلك يدعو الخطاب الديني إلى التحلي بروح المسؤولية في العمل والسعي نحو العمل الذي يرضاه الله والذي يكون فيه منفعة لله وللعباد، فهو نوع من الاجتهاد الدنيوي الذي يجب احترامه والجد فيه لقول الله تعالى «فمن يعمل مثقال ذرة خيرا يره، ومن يعمل مثقال ذرة شرا يره» ( الأيتان 07-08 من سورة الزلزلة). إن الإشارة والتأكيد على قيمة العمل في الخطاب لم تأتي من فراغ، بل هي نتيجة الظواهر الاجتماعية والثقافية المنتشرة في محيطنا الاجتماعي... كالمسؤولية في العمل، سرقة أوقات العمل وعدم الاجتهاد والإخلاص فيه - كون أن الإخلاص في العمل هو إخلاص لله تعالى بلغة الخطاب الديني - والذي هو في حقيقة الأمر مسؤولية تربوية بالدرجة الأولى.

وعند الحديث عن قيمة الصدقة، فالمتصدق بعد تسليمه الفقراء والمحتاجين الصدقات (المادية والمعنوية منها) تشعر الإنسان بالراحة النفسية وبالاطمئنان وبتقربه من الله عزوجل بها بغض النظر عن مستلم الصدقات، وهو ما أكدته لنا المبحوثة رقم (03) في تصريحها "ديما كي نصدق نحس بوحد الارتياح النفسي c'est pour ça في الآية القرآنية (خذ من أموالهم صدقة تطهرهم بها وتزكهم) ماهدرش على راحة المتلقي، هدر على المعطي، تزكهم وتطهرهم، تطهرهم من ماذا؟ من أمراض نفسية، من أمراض بدنية، من أمراض عقلية، وتزكهم بمعنى ترفع المستوى تاعهم، والتزكية تعني النماء والارتفاع... وغيره"، إن خطاب المبحوثة هذا يدل على أن المشاهدات المتكررة لبعض المواضيع ولبعض القيم يعطي ثقافة دينية للمتلقي، وكأننا نلمس فيه نوعا خطابيا مشابه لخطاب المشايخة والخطباء الدينيين، وبالتالي فالرسالة وصلت لدى هاته المتلقية بنجاح.

وبخصوص قيمة الصبر يشير الشيخ سليم محمدي أن "الصبر من الأخلاق الحميدة والعظيمة جدا والتي يجب في أخلاق المسلم أن لا تطلب، نسأل الله أن يرزقنا الصبر وكذا، باش يتعافى ، قال ربي ارزقني الصبر..."، فالصبر يذكر دوما مقترنا بالعبادات وبالطاعات

من خلال تحمل مشقاتها، والصبر على البلاء والمحن، والصبر على تحمل مشاق طلب العلم...

وعن الإحسان والتسامح والوفاء وفعل الخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر...، فهي من أفضل وأحسن الأخلاق التي يجب التحلي والالتزام بها، وهي من صفات المخلصين الصادقين. كما قد تم تضمين قيمة العدل- بمعدل عشر تكرارات في قناة الجزيرة وانعدامه في قناة الشروق وهو تكرار ضعيف بالنظر إلى أهميته في حياة المسلمين والمسلمات - باعتبارها أساس من أسس الحياة، إذ استعان فيه هاشم المشهداني بأحد القصص قائلا "سُرقت امرأة من بني مخزوم، توسطت قبيلتها حبا للنبي(ص)أسامة بن زيد أن يشفع لها عند رسول الله (ص)، غضب النبي (ص) فقال له: أتشفع في حدّ من حدود الله؟ ثم قام إلى المنبر فقال: أيها الناس إن من كان قبلكم أي في مناهج البشر، إذا سرق فيهم الشريف ابن العشيرة ابن العائلة تركوه، وإذا سرق فيهم الضعيف من لا عزوة له، أقاموا عليه الحد. والله أي في منهج الله لو أن فاطمة بنت محمد سرقت، لقطع محمد يدها. فالكل سواء أمام شرع الله عزوجل" ففي ذلك تطبيق للعدل بين الناس من خلال تحكيم دين الله، وللعدل عدة مظاهر في مناحي الحياة اليومية، منها ما هو داخل الأسرة، ومنها ما هو بين الذكور والإناث، ليتحول بذلك العدل من المعنى السياسي إلى المعنى الثقافي الرمزي.

#### 2.2.4 الموضوعات الاجتماعية والسياسية:

حظيت الموضوعات الاجتماعية والسياسية بالمرتبة الثانية من إجمالي الموضوعات الدنيوية التي تناولها الخطاب، وبذلك يمكن القول أن الخطاب في حد ذاته يتفاعل مع القضايا الاجتماعية المتنوعة، وهو ما ظهر جليا في هذا الجدول:



جدول رقم 09: يبين تكرارات الخطاب الديني المتصلة بالموضوعات الاجتماعية والسياسية

المجموع	برنامج "الشرعية والحياة في رمضان"		برنامج "فاسألوا أهل الذكر"		الموضوعات الاجتماعية والسياسية	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
الطلاق	37.50%	60	20.00%	02	38.66%	58
الزواج	27.50%	44	40.00%	04	26.66%	40
البيع بالمراوحة	21.25%	34	0.00%	00	22.66%	34
الانتخابات	8.75%	14	40.00%	04	6.66%	10
الوكالة القانونية	3.12%	05	0.00%	00	3.33%	05
التبني	1.87%	03	0.00%	00	2.00%	03
المجموع	100%	160	100%	10	100%	150

نلاحظ من خلال هذا التوزيع أن الخطيب يحاكي الواقع الاجتماعي وينبه إلى الأمراض والمشاكل الاجتماعية الناجمة عن استفحال ظاهرة الطلاق في المجتمع الجزائري وتزايد عدد حالاته في الآونة الأخيرة، وهو ما أظهرته عديد الدراسات في الحقل الاجتماعي والنفسي والقانوني، وما ينجم عنه من ضرر يصيب المجتمع ككل باعتباره "أبغض الحلال عند الله"

كما اتجه الخطاب للتأكيد على أهمية الزواج باعتباره مؤسسة اجتماعية ضرورية لاستمرارية المجتمع، وهو ما أكدته كبار علماء الأنثروبولوجيا أمثال: مورغان Morgan، وإنجلز Engels، وليفي ستروس Levi-Strauss، وجرمان تيون G. Tillon وغيرهم بمسألة القرابة وبمؤسسة الزواج، إذ بدون هذه المؤسسة لن يتأسس المجتمع، فهي التي تعيد إنتاج الملكية كما أورد ذلك إنجلز، وهي التي تقسم الأدوار والمهام وترسم الفضاءات لكلا الجنسين.

في الجنس الثاني أوردت سيمون دي بوفوار Simon de Bouvoir أن الزواج كمؤسسة اجتماعية قائمة، تعمل على التقسيم اللامتكافي للعمل بين الجنسين، وذلك من خلال إسناد كل ما هو طبيعي للمرأة، وكل ما هو ثقافي للرجل. وكأنه من الطبيعي اهتمام الرجل

بالسياسة وقضايا الشأن العام، أما المرأة فينصب جل اهتمامها على التربية والطبخ والأبناء، وهو ما أكده الشيخ سليم محمدي في خطابه مع إحدى المتصلات التي خرجت من بيتها وتطلب الطلاق قائلاً " ...عودي إلى بيتك، عودي إلى زوجك وحاولي تبدي معاه صفحة جديدة وأحسني معاملته وشوفي في الأخطاء لي درتيها في نفسك ربما كان فيك أخطاء كسوء المعاملة، السب والشتم، الأذية بالكلام أو بالفعل أو تقصيرك في بيتك وفي أبناءك، فالمرأة مهما كان زوجها في ظلمه وفساده فالمطلوب منها أن تحسن معاملته لأنه من أعظم الناس عليها كما جاء في الحديث الصحيح. عودي إلى بيتك وحاولي إصلاح أوضاعك واستعيني بأقاربك العقلاء باش ينصحوه ويردوه إلى رشده وصوابه، وحاولي تصبري فالصبر مفتاح الفرج.....حاولي أن تصبري لأن الطلاق أمر سهل ولكن بناء العائلة أمر صعب" نلاحظ من كلام الخطيب أنه استعمل اللغة الدارجة كفعل مقصود لضمان وصول الفكرة وضمان للفهم الجيد للسيدة المتصلة لباقي النساء ممن يعشن نفس الوضعية، وفي نفس الوقت خطابه يوحى إلى النظرة التقليدية والضيقة حول دور المرأة في البيت وفي علاقتها مع زوجها، دون التطرق إلى عتاب الزوج ونقد عنفه الممارس ضد الزوجة وتوجيه النصح والإرشاد بضرورة حسن معاملة الزوجة واحترام دورها ومكانتها داخل وخارج الأسرة ورد الاعتبار لها. وهو ما ذهب إليه بورديو في تركيزه على عملية التطبيع، إنها " استراتيجيات الهيمنة التي تهدف إلى الربط أو التكيل أو الإخضاع أو التحقير أو التسخير" (بورديو، ب. 2009: 162) بمعنى آخر على أهمية تحويل الثقافي والتاريخي إلى طبيعي بالنسبة لمسألة الهيمنة الذكورية وممارسة العنف الرمزي، وذلك لا ليطمئن المهيمن ويرتاح باله فحسب، وإنما أيضا لتتم عملية استساغة الأمر إلى الشخص المهيمن عليه (المرأة)، ليبدوا الأمر وكأنه قدر محتوم لا محالة.

هذا فيما يخص المواضيع الموجهة إلى المرأة، أما باقي المواضيع المتعلقة بالبيع بالمرابحة وبالانتخابات والوكالة القانونية والتبني فهي مواضيع نوقشت ولكن المرأة الجزائرية غير معنية بهاته المواضيع كونها موجهة لجمهور ذكوري.

## 3.2.4 نقد السلوكيات:

يتوجه الخطاب الديني المتلفز المعروف على قناتا الشروق والجزيرة إلى نقد بعض السلوكيات والتحذير منها، وقد شملت موضوعات عديدة في الربا من خلال المعاملات البنكية وقروض ENSEJ والمراهنة والقمار وقد تكررت 27 مرة ضمن قناة الشروق في حين انعدمت في قناة الجزيرة. ويمكن القول أنه عندما يتعلق الأمر بنقد سلوكيات معينة والتحذير من الانقياد خلفها، يلجأ الخطاب إلى الماضي في عملية مقارنة الماضي بالحاضر، مع أهمية توظيف وتفعيل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، إذ أصبح أفراد المجتمع يعيشون حياتهم في فوضى ويشهدون تعطلا أخلاقيا وقيميا، نتيجة الفراغ الديني الرهيب الذي يعيشه هؤلاء، والذي انعكس عن عدم ذهابهم للمساجد والاستماع إلى الخطابات الدينية والتثقف الديني وانعكافهم على اللهو.

أما ما يتعلق بموضوع المرأة فقد أشار خطاب قناة الشروق TV إلى ضرورة التحذير من الجهل بعد العلم، ومن الانقياد وراء السحر والشعوذة الذي سببه الفراغ الروحي والابتعاد عن الدين، إضافة إلى نقد الاختلاط المحرم بين الشباب والفتيات ودوره في تفشي الفساد والرذيلة.

### العلاقة بالنفس وبالآخرين:

أشاد الخطاب إلى ضرورة التحلي بجملة من الصفات والخصال وطرق التعامل والعلاقات الاجتماعية التي تؤطر الفاعلين الاجتماعيين، ويولي الخطاب أهمية كبرى لمخاطبة المرأة من حيث أنها هي التي تقع على عاتقها مهمة تربية وتنشئة وتعليم النشء من خلال:

- تعليم الأبناء أداء التحية وإلقاء السلام على الآخرين مع ضرورة ممارستها لدى الكبار لتكون بذلك قدوة لديهم وهو ما يعزز لديهم المحبة والمودة والتراحم والترابط، وفي ذلك أشار الداعية طارق السويدان قائلاً " .... إذا كان الأب أو الأم فعلاً متميزين اجعلوهم قدوات لأنكم تحتكوا معهم باستمرار.... يقول الشيخ العظيم أبو الحسن الندوي لم ينفعي شيء في حياتي كما نفعتني دروس السيرة التي كانت جدتي ترويها لي وعمري عشر سنوات" وما هذا إلا تأكيد على أهمية الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية.

- غرس بعض الصفات الحميدة في نفوس من هم حولنا والتأثير فيهم بالكلمة الطيبة كالإحسان والبر بالوالدين والرفق بهما (والذي الزوج على وجه التحديد) وحسن معايشة أهل الزوج والجار الطيب وتقديم النصيحة.

- قضاء حوائج المسلمين وإدخال السرور على قلوبهم وبيوتهم وحسن مصابحتهم.

- الابتعاد عن بعض الصفات التي نهانا الشرع والرسول (ص) عليها كالسب والنميمة والكذب وقول الزور والسخرية والاستهزاء وستر العورات....

- التأثير في الآخرين بإلقاء السلام وردّه وبمقابلة الآخر بالابتسامه وحسن الاستماع، وحسن المظهر واللباس وقضاء الحوائج وإبداء المحبة والمودة...

### 5.2.4 القضايا العلمية والطبية:

قضايا العلم ضئيلة ونادرة في الخطاب الديني المتصل بالحياة الدنيا، وقد حظيت قضية التلقيح الاصطناعي ببعض الاهتمام من جانب المشايخ الخطباء في قناة الشروق،

حيث تم إباحة العملية في حالة ما إذا كان التلقيح الجزئي والذي يشترط فيه أن يكون بماء الرجل. في حين أشار الداعية رمضان خميس ضمن برنامج " الشريعة والحياة في رمضان " إلى ابتلاء الله العباد بفيروس كورونا (كوفيد 19) وأنه نتيجة لانتشار الفساد وارتكاب المعاصي، كون أن انتشار المرض عقوبة إلهية لمن تمرد على شرع الله وعصاه، كما أن هذا المرض هو حلقة متسلسلة من العقوبات الربانية التي تتميز بأمراض مختلفة تظهر من حين لآخر.

#### 6.2.4 الحقوق:

لم يتناول الخطاب مسألة الحقوق إلا نادراً، خاصة عندما يتعلق بحقوق المرأة، وهذا في حد ذاته عنف رمزي يمارسه الخطاب اتجاه المرأة وقضاياها، وقضية المهر هنا التي وردت في الخطاب الديني كانت موجزة ولم تخرج عن نطاق عدم المغالاة في المهور، حيث أشار الشيخ أبو زيد المقرئ الإدريسي عن محاولة سيدنا عمر بن الخطاب تقييد وتفتين المهر، عندما رأى الناس يغالون في المهور. وكأن المرأة سلعة تباع وتشتري، وفي ذلك معنى لتسليع جسد المرأة مقابل أن يكون جسدا مسخرا لإرضاء الطلبات الجنسية للرجل ولضرورة طاعة المرأة في الفراش باعتبارها شيئاً مملوكاً للزوج ولا تتصرف في نفسها وتقدم حقه على حقها، إنها هيمنة الثقافة الذكورية واستمرارية النسق المهيمن في العلاقات القائمة على الطاعة والخضوع.

#### 5- نحو قراءة المشهد الخطابي سوسولوجيا:

نحاول في هذا العنصر الأخير من الفصل أن نضع أيدينا على بعض النقاط وبعض المعاني والدلالات التي يؤشر عليها خطاب برنامجي "فاسألوا أهل الذكر" و" الشريعة والحياة في رمضان"، خاصة وأن الساحة الإعلامية اليوم تشهد تعدداً في القنوات الدينية وتزايداً ملحوظاً في البرامج الفقهية التي فسحت أمامها المجال لتتنوع وتعدد مزايا هذا الخطاب سواء في شكله أو أسلوبه أو في مضمونه وجوهره، حيث أصبح أقوى الخطابات

الإعلامية من حيث استثماره للرموز وفعاليته في التفاعل باعتباره مسعًا استثماريا لمختلف الحاجات الإنسانية.

إن ما تعيشه دول العالم العربي والإسلامي من سقوط للإيديولوجيات ومختلف أنماط الحكم الدكتاتورية خلق تبعات أدت إلى "تصاعد الطلب على الدين باعتباره مصدرا رئيسيا للمعاني والرموز والطقوس التي يحتاج إليها الفضاء العام ومجالاته المختلفة، ولم يكن ذلك حاضرا بشكل واضح فيما سبق ولا حتى في بعض الفترات المميزة للعصر الحالي، ومع تصاعد الطلب على الدين تجلت مظاهر السياسة والاقتصاد، وبدت وسائل الإعلام أكثر حساسية وتأثرا بهذا التحول، وأبانت على قدرتها على تلبية هذا الطلب الإيديولوجي المتعاظم في ظل احترام الجدل الدائر حول الممارسات وسؤال الهوية، وموقع التدين فيها" (اليحيوي، ي. 2016: 111).

فالعودة الدوغمائية الكبيرة أو كما يسميها البعض "عودة المقدس" قد تحمل في ثناياها عدة التباسات ممكنة كأن تكون عبارة عن صحوة دينية تستخدم فيها مختلف وسائل الاتصال أو أن تكون كتجليات لهذه العولمة الإعلامية التي تجعل الناس يتعاملون مع الدين مثلما يتصرفون إزاء مختلف المنتجات الاستهلاكية الرائجة اليوم، وبذلك تصبح "الأديان والمذاهب والملل مخزنا تجاريا كبيرا يدخله المرء ويختار منه السلع التي تناسبه، والتي قد يعدل عنها في كل مرة كلما استهوته سلعة أخرى" (شحادة، ا. 2010: 125).

والحقيقة أن مجمل مضامين الخطاب الديني المتلفز قد تصاغ وفق خلفية تزايد الحاجة للدين ولبعض مسائل التدين، وذلك في ظل مشهد هو أقرب ما يكون إلى مسرح بائس فقد ممثليه شخصياتهم التمثيلية وفقدوا في نفس الوقت السيناريو المسرحي المؤطر لفعل التمثيل، وهذا هو الحال بالنسبة للواقع الذي فقد مرجعيته الدينية، واختلت وتشابكت فيه المفردات المهيمنة التي كان يبني بها وعليها المتتبع الذي كان يسعى لتتبع خطابه الديني.

إن اتساع حيز هذا الخطاب ورواجه الكبير في ظل مشهد منقطع النظير لم يكن ليأتي هكذا عبثاً، وإنما جاء مقصوداً بتبنيه إستراتيجية ومنهجاً محكماً في مجال الإعلام الديني، بحيث يمكن أن نركزي تركيزه في البداية على البعد الإنساني (الفردى) في مسألة التدين ضمن عملية نشر قيم الخلاص الفردى باسم الدين، أي أننا نكون هنا فاعلين إزاء ترسيخ تقليد دينى تاريخى "يلقى بالمتدين فى عوالم لاهوتية تضيفى على سلوكه الاجتماعى غربة وجودية وتنزع عنه الإرادة وتشل حركته وترهن مصيره بيد السلطات الدنيوية التى تشجع على تدين أنانى" (الغيلانى، م. 2013)، هذا المعطى المستجد فرضته مقاصد العولمة وسياسة الانفتاح على الآخر، أين أصبح الإنسان بحاجة للدين كمدخل فردي للبحث عن مجال أو فضاء لممارسة معتقداته وعباداته بالطريقة التى يراها مناسبة فى ظل تعدد الخطابات وتعدد المرجعيات المؤطرة للفعل الدينى عنده.

يكون التركيز ثانياً على مستوى الخلافات الطائفية والمذهبية وأيضاً العرقية الحاصلة فى الساحة العربية الإسلامية، إذ يعمد الإعلاميون والمنشطون الدينيون على تقديم مجموعة من الأقوال والتصريحات التى تمجد شخصية تاريخية دون أخرى، لا لغاية سوى للرد على ما هو مروج من طرف المذهب المخالف لجملة المواقف والممارسات التى يعتقد الطرف الآخر أنها أدت أدواراً تأمرية على مسيرة الإسلام التاريخى من أجل تبرئة الذات وإعطاء نموذج تاريخى من أجل ذم الخصوم قصد غلق باب الانفتاح وسد مسار التسامح مع الآخر.

لقد تحول الخطاب الدينى فى بعض المحطات التلفزيونية إلى خطاب حرب بين الشيعة والسنة، وبين الصوفية والسلفية، إن ما تداولته مثلاً قنوات «الكوثر» و«أهل البيت» و«الأنوار» الشيعية فى مهاجمتها لأهل السنة والتشكيك فى الثوابت الدينية من انتقاد للمصاحبة ولأم المؤمنين السيدة عائشة (رضى الله عنها)

هو خير دليل على ما نقول. إذ أن تزعم هذه الخطابات الحربية كان على لسان كل من: على الكوراني<sup>1</sup>

وكمال الحيدري<sup>2</sup>... والعديد من الشيوخ، لدرجة أن السعودي وليد الرشودي قد حرّم مشاهدة خطاب الفضائيات الدينية الأخرى متهما إياها بالترويج للبدع مثل قناة «اقرأ» وقناة «الرسالة» التي أثارت ضجة إعلامية شديدة (نظير ما يقدمه برنامج الداعية عمرو خالد) وقد وصلت فتوَاهم إلى حد تكفيره من طرف بعض دعاة السلفية في برامجهم الدينية المتلفزة ونعته بـ "الجاهل المتفلسف" (سليمان، م، وآخرون. 2010: 26).

لا شك أن الخطيب يسعى عبر الفضائيات إجمالاً إلى ترسيخ فكرة امتلاكه الحقيقة المطلقة سواء في الأمر الديني إجمالاً، أو في الأمر الدنيوي. باعتبار أن العقيدة الصحيحة هي واحدة، والفرقة الناجية هي كذلك واحدة، لذلك وجدنا أن الخطاب السلفي والشيعي أو الصوفي يكون في اشتباك دائم عبر فضائيات ومنابر ومنتديات ترسخ وتعمق الفرقة والكرهية المتبادلتين، وهنا يمكن القول أيضاً أن قناة الجزيرة تشتغل ضمن هذا السياق من خلال برنامج الشريعة والحياة الذي كان يقدمه سابقاً الشيخ القرضاوي وتواصل بثه لعدة سنوات، ثم تم توقيفه نظراً لم آل إليه الوضع جراء ما أصبح يسمى بالربيع العربي وما انجر عنه من انتفاضات عاشتها عدة بلدان من الوطن العربي، حيث تحول الخطاب الديني من خطاب يدعو إلى التسامح والتمسك بشعائر وقيم الدين السمحة إلى خطاب دعوي سياسي، يزكي طرفاً ويتحامل على الطرف الثاني، فهو إذن يؤجج ويهيج الجماهير لاعتماده هذا الموقف دون ذاك، ولتبنيه فكراً وممارسة دون غيرها، لذلك أصبح هذا الخطاب عامل فتن مذهبية وسياسية أساءت وأضرت بالدين وأسالت الدماء باسمه، في حين يلجأ البرنامج

1- على الكوراني هو رجل دين مسلم شيعي اثنا عشري (لبناني) اشتهر بظهوره إعلامياً في النقاشات والحوارات بين الشيعة والسنة. كما اشتهر في أوساط الشيعة ببحوثه حول الإمام المهدي، له عديد البرامج التلفزيونية مثل برنامج المهدي منا الذي بث على قناة أهل البيت، وتبث برامجه ومحاضراته على قنوات فضائية شيعية أخرى مثل قناة الأنوار والكوثر والمعارف.

2- كمال الحيدري رجل دين شيعي عراقي من المراجع الدينية المعاصرة، من أعلام حركة إصلاح التراث الإسلامي بإيران، له عديد المناظرات العقائدية مع المذاهب والفرق الأخرى عبر برامجه التلفزيونية كبرنامجي مطارحات في العقيدة والأطروحة المهدوية اللذين يبثان من قناة الكوثر



الجديد " الشريعة والحياة في رمضان " إلى تدارك بعض الأخطاء والانتقادات التي وجهت للبرنامج الأول، إلا أنه بقي خطابا نخبويا- يبدو الخطاب نخبويا كونه لا يلتفت إلى الجمهور المتلقي عموما والمرأة خصوصا، بل ينظر إليه(ا) باعتباره متلقيا سلبيا عليه السمع والطاعة فقط، إنه بذلك خطاب يجافي المتلقين ويمنعهم من التفكير ومن كل محاولة فهم ذاتي للدين- بغض النظر عن توجهه الأخرى، خاصة وأنه يستضيف شخصيات دينية معروفة عالميا والتي ذاع صيتها في الساحة الإعلامية الدينية والسياسية، حيث يشترط فيها التميز بعدة خصائص من أهمها معرفة وإتقان اللغة وعلوم الفقه وعلوم المنطق واللسانيات والدعوة والإعلام، هذا بالإضافة إلى الإلمام بالتاريخ. وهو ما يؤشر إلى تعدد المرجعيات الدينية في البرنامج الواحد، ولربما يرجع السبب في ذلك إلى دفع شبهات الاتهام بالانحياز لأيديولوجية دون أخرى، ولمذهب دون آخر، ولمرجعية دون أخرى. إنهم بذلك صفوة منحها الله العلم والتقوى، وهم أكثر الناس خشية لله وخوفا منه لقول الله تعالى: "إنما يخشى الله من عباده العلماء إن الله عزيز غفور" (الآية 08 من سورة فاطر)

في هذه الحالة يمكن القول أن الخطاب الديني المروج له في ظل هاته التصادمات والاختلافات الطائفية والمذهبية إنما يتخذ لنفسه مجالا خطابيا استراتيجيا يهدف لصياغة نمط تدين يخدم مصالح المروجين له المستقبلية، مركزا في ذلك على القضية الفردية صانعا لهم أفقا روحيا يدعوا للتسامح والتأقلم والانفتاح تارة ، ويدعوا للانغلاق والقطيعة ورفض الآخر تارة أخرى. فهو "خطاب يدين الحداثة ويتسامح مع مكتسباتها ويدين الأعداء ويطالب بالحوار معهم ويتشدد مع المخالفين مذهبيا ويدعوا إلى التسامح الديني" (الغيلاني، م.2013)

يمكننا القول بناء على ذلك أن مضامين الخطاب الديني المتلفز لا تؤشر سوسيولوجيا إلى تحول عميق في القيم الدينية أو في سلوكيات وأنماط التدين لدى الأفراد، بقدر ما تمثل محاولة للتحكم في الشروط الاجتماعية للتدين، والإمساك بعوامل إنتاجه، وإعادة تسويقه وترتيب القيم والمعايير وفق سياسات الحفاظ على البنى الاجتماعية، ومحددات الانتماء

الاجتماعي واللعب بالتوازنات الدينية التقليدية داخل هذه البنى، باعتبار أن نمط تدين المؤمن (ة) سواء بطريقة فردية كما سبق وأن أشرنا إليها أو جماعية فهو يرتكز في ذات الحين على منظومة اجتماعية جامعة) يعتبر مؤشرا أساسيا لفهم جملة التحولات الاجتماعية، وفي نفس الوقت معلما حيويا يركز على أهمية القيم في بناء الروابط الاجتماعية داخل المجتمع، بالإضافة إلى تحكمها في سيرورة التحول الاجتماعي، وتشكيل شرائح مجتمعية متضامنة على أساس تلك القيم الروحية.

إن هذا التحول الاجتماعي الحاصل على مستوى القيم والتدين لم يأت عبثا بل جاء كنتيجة حتمية للحصار الإلزامي للفضاء الديني العام، خاصة وأن قيم المجتمع الجديدة جعلت من الفرد مستهلكا لمختلف أنواع الثقافات التي رمت به نحو زاوية التهميش، الذي أصبح حقيقة لا مفر من مواجهتها، إن هذه الوضعية رسخت لأفراد هذا المجتمع الجديد الشعور بالوحدة والعجز، الأمر الذي عزز لديهم نزعة الخلاص الفردي والأناني.

لا يمكننا بأي حال من الأحوال فهم أهداف ومآلات الخطاب الديني المروج له، إلا إذا رجعنا وفهمنا السياسات الدينية المؤطرة من طرف الدولة سواء الرسمية منها أو الخفية، حيث أنه ومن ناحية الشكل يمكننا القول بأنه خطاب بمرجعية أخلاقية ورمزية، موجه إلى جمهور متدين مختلف ومتباين في حاجاته التي يبحث عنها، وفي درجة الإيمان التي يسعى لها، لكنه يتشابه من حين لآخر مع من هم في حالة احتياج نفسي إلى ملأ الفراغ الروحي العميق الذي أفرزته السوق الاستهلاكية وقيم الحداثة المجردة، إضافة إلى جملة الاعتبارات العقلانية الجافة. أما من حيث المضمون فيمكن تلمس الطابع الإيديولوجي فيه والذي يراهن على تقديم خطاب يعيد إنتاج القيم وأنماط السلوك الديني السائد، ويسعى مقابل ذلك إلى تقليص الفضاء الديني العام إلى فضاءات خاصة موزعة ومشتتة، حيث "ينبغي ألا نفترض بأن الناس على وعي بالأبعاد الإيديولوجية لممارساتهم، فالإيديولوجيات التي تتحول إلى جزء لا يتجزأ من الأعراف قد تصبح إلى حد ما مطبوعة وذات صبغة تلقائية، وقد يصعب على الناس أن يدركوا أن ممارساتهم المعتادة قد تتخذ لها صورا إيديولوجية محددة"

(فيركلف، ن.2015: 116)، ولذلك يمكن القول أن الخطاب الديني المتلفز يقوم باستمرار بإعادة هيكلة لمختلف الممارسات والأبنية التي تحدد المواقع الاجتماعية للفاعلين عموماً وللمرأة خصوصاً خاصة عندما يتعلق الأمر ببرنامج " فاسألوا أهل الذكر " في قناة الشروق المحلية.

كما أن السياسات الدينية التي تنتهجها الدول لا توضع بغرض خدمة الدين وترسيخ التدين فحسب، بقدر ما توضع لأجل إعادة إنتاج منظومة فكرية في الدين أو تمثل في التدين، وعليه، فالخطاب الديني الذي يعرض على التلفزيون الحكومي أو الخاص ما هو إلا نسخة طبق الأصل لخطاب المؤسسة الدينية الرسمية، أي كمحصلة لطبيعة النظام السياسي القائم. ثم إن القول بتراجع نفوذ مؤسسة المسجد وترهلها يبقى نسبياً إن لم نقل حكماً معيارياً لوظيفتها الدينية وواقعها الاتصالي التواصلي مع جمهور المؤمنين، كون أن البرامج التي تُبث على التلفزيون ما هي إلا محاولة حثيثة وجادة في الكثير من الأحيان وحديثة، تعمل على تعويض جزء من التراجع الذي عاشته المؤسسة ذاتها خلال السنوات الماضية، حتى وإن لم تستطع ملاً فراغ مؤسسة التلفزيون شكلاً ومضموناً.

## خلاصة:

يكشف الخطاب الديني المتلفز بمختلف مضامينه وتوجهاته الأخروية والدينيوية شقاً حقيقياً للوعي الديني وللبناء الهوياتي للمرأة باعتبارها فاعلة ومنفعلة في نفس الوقت، كون أن هذا الوعي يعد مشتتاً بين الماضي والحاضر، وبين التاريخ والواقع المعاصر، وبين ما هو أصيل وما هو معاصر، وكذلك بين التراث والحداثة بما فيه الآخر المختلف والمهيمن. ليتنازع بذلك الوعي بين ثلاث حتميات (الواقع المتردي، الآخر المهيمن، والتاريخ الضائع)، ليتحول في الأخير إلى وعي شقي وهوية قلقة تبحث عن الأمن والأمان، وينتج شكلاً من الاغتراب والتشتت ليتبلور كذات قلقة وهواجس مستمرة توجه إلى الجمهور المتلقي، فينتشر ويعم القلق في المجتمع بأسره. حيث أن الخطاب يعكس ذاتاً قلقة لا تجد طمأنينتها وسعادتها وخلصها إلا في الإيمان، فهو مبعث للأمان والراحة النفسية. لأن البعد عن الدين هو الذي يخلق حالات القلق هاته، وبالرجوع إليه تسود السكينة النفسية ويعاد الاطمئنان إلى محله الصحيح، ولعلنا لمسنا بعمق بأن التاريخ الإسلامي مليء بالأمثلة حول ذلك مثل الفتوحات الإسلامية التي أشعت بنورها وأدخلت البهجة والسرور النفسي في قلوب الشعوب الأخرى.

إن محاولتنا التحليلية هاته ما هي إلا نشاط بحثي بسيط يسعى لاستخراج جملة من المعاني والدلالات الهوياتية التي ينتجها الخطاب الديني المتلفز في القنواتين بقصد أو بدون قصد، خاصة وأنا أدركنا بأن هذا الخطاب كمدلول علني أو خفي أصبح لا يملك استراتيجيات محددة ومبنية مسبقاً من أجل تأطير الشأن الديني في البلد ولا يسعى لخلق استجابات لهوية دينية تخص المرأة الجزائرية. لتبقى هذه النصوص وهذه الخطابات خزاناً معرفياً تتطلب مزيداً من الفهم ومزيداً من التفسير خاصة عندما يتعلق الأمر بتشكيل استجابات هوياتية لمتلق هاته الخطابات.

## الفصل السادس

الخطاب الديني المتلفز وسياق الإنتاج  
الهوياتي لدى المرأة: من التمثل إلى  
الفعل.

## تمهيد:

كثيرة هي الكتابات التي تؤشر اليوم إلى مرحلة جديدة من التعاطي العلمي مع قضايا واهتمامات الخطاب الديني الإعلامي في المجتمعات العربية، وعديدة هي القراءات والمقاربات التي وظفها الباحثون في ميادين وحقول معرفية متنوعة خاصة، وهي تبدو متباعدة بالرغم من اشتغالها على الخطاب الديني المتلفز وقضايا التغيير الاجتماعي، الذي يهم بدرجات متفاوتة المرأة الجزائرية عموما والمعسكرية على وجه الخصوص. وهذا ما يجعلنا نفكر بشكل جدي في رصد بعض جوانب التحول الاجتماعي الذي غير بشكل أو بآخر موقعها ومسارات تشكل الهوية الدينية لديها، مما انعكس على تمثالاتها وممارساتها وكذا تغير منظومة القيم الدينية المألوفة التي ورثها جيل الأبناء عن جيل الآباء.

إن الخطاب الديني المتلفز أو ما أصبح يصطلح على تسميته في بعض الدراسات الإعلامية موسطة<sup>1</sup> الدين بواسطة التلفزيون والتي تعد ظاهرة اجتماعية بامتياز، بحيث يمكننا بناءها وإعادة تنظيمها ك مجال خصب للدراسة والبحث والتفكيك السوسيولوجي الذي يتعلق بمختلف أبعاد هذه الظاهرة ومؤشراتها، خاصة إذا ما صاحب هذه الموسطة استجابات وردات فعل تعبر عن واقع متمايز للفاعلين الاجتماعيين، لذلك ينبغي علينا مساءلة عدة تخصصات علمية ك(علم الاجتماع وعلم الإعلام وعلم النفس....) وذلك لمقاربة حيثيات بناء الهوية التي تتخذ من الدين محورا أساسيا لها، ومعرفة خلفياتها ومآلات توظيفها في الفعل لدى جمهور النسوة المتابعين للخطاب الديني المتلفز. الأمر الذي يستدعي منا الوقوف أولا عند ماهية الهوية، لنقف بعد ذلك عند مختلف تجليات وتمظهرات هذا الخطاب ضمن الإيقاع اليومي لحياة هؤلاء النسوة بصفتهم فاعلات سواء من حيث تصوراتهن وتمثلاتهن له، أو من حيث مستوى وعيهم العام وسلوكهن الذي يخلق نوعا من الانتماء الهوياتي الديني لديهن.

## 1- الهوية: مفهوم واحد ومتعدد

1- الموسطة التلفزيونية للدين La médiatisation de la religion يمكننا أن نقول عنها وبعيدا عن مفهومي الوسيط والوساطة اللذين يشترطان طرفين في عملية الاتصال، بأنها مفهوم شائع في علوم الإعلام والاتصال وتعني جعل التلفزيون قناة تربط الفقيه الفضائي بالجمهور المتلقي لأجل فهم واستيعاب مضامين وأبعاد الخطاب الديني الذي يفرز واقعا اجتماعيا متمايزا للفاعلين.

يعتبر مفهوم الهوية من الناحية الايبستمولوجيا مجالاً فكرياً حيويًا يحيلنا إلى أهم الإشكالات والمواضيع التي كثرت الاجتهادات حوله خاصة في حقل العلوم الإنسانية والاجتماعية، بحيث اختلفت وتباينت التعريفات من حقل لآخر تبعاً لاختلاف تخصصات الباحثين، إذ يتحدد هذا المفهوم وفق عملية مزدوجة تسعى إلى تبيان أوجه الاختلاف والتمايز، التعارض والتعدد، المفاضلة والتعميم، بعبارة أخرى "عمل مقارنات بين الناس كي تؤسس أوجه التشابه والاختلاف بينهم، فأولئك الذين يعتقدون بوجود التشابه بينهم وبين الآخرين، يشتركون في هوية تتميز عن هوية الناس الذين يعتقدون أنهم مختلفون ولا يشتركون بذات الهوية" ( وهولبون، ه.2010: 93) انطلاقاً من هذا التعريف تتضح مختلف التمايزات الاجتماعية بين الجماعات من جهة، والتقاطعات أو القواسم المشتركة التي تحملها هاته الجماعات من جهة ثانية.

إن هذا المفهوم من حيث التحديد المنهجي الصحيح له نجده غالباً ما يتضمن درجة عالية من الصعوبة والتعقيد والمشاكلة لأنه بالغ التنوع في دلالاته واصطلاحاته، فهو على حد تعبير كلود ديبار Claude Dubar مفهوم يتميز بالشرامة *La boulimique* وهو متعدد الأشكال والموضوعات (07 : 2000, Dubar) إذ تعددت الكتابات فيه من مختلف التخصصات والسياقات، وهذا ما ينفي الطرح التبسيطي والاختزالي الذي يتم تداوله للمفهوم في الخطاب العربي المعاصر. ف" مصطلح الهوية هو مصطلح معاصر وترجمة لكلمة *Identity* الانجليزية أو *Identité* الفرنسية والتي تعني خاصية المطابقة، أو مماثلة الشيء لنفسه، أو مشابهة مثيله، "وتعرفها المعاجم الحديثة بأنها حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية التي تميزه عن غيره" (زيادة، رضوان، 2004: 54)، وهكذا نجد أن مفهوم الهوية يفتح على حقول معرفية مختلفة مما يعقد عمليات تجريده وتحويله إلى مفهوم مكوّن، ذلك أن الهوية وكما رأينا تشكل بتداخلاتها الأنتروبولوجية والسوسيلوجية والسياسية والثقافية والنفسية مفهوماً مكوناً من التداخلات المعرفية للحقول السابقة جميعها بحكم كونها رهينة بالمتن الاجتماعي وبالصيرورة التاريخية.

وغالبا ما تحدد الهوية على أنها مجموعة الخصائص التي تسمح بتعريف شيء معين تعريفا واضحا وصريحا، وهذا ما يجعلنا نعتقد دائما بأن مفهومها بسيط وواضح إن لم يكن بديهيا، وقد سبق وأن أشار ديكرت إلى أن أول حقيقة يمكننا التثبت بها هي حقيقة وجودنا الذاتي أي حقيقة هويتنا، لذلك فإننا إذا ما تعمقنا في البحث عن معناها، فسوف نجده عبارة حقل متعدد الأبعاد، ذو طبيعة جدلية تتميز بتناقضات واختلافات تتحرك ضمن سيرورة مستمرة، ولا يخفى عنا أن هوية الشخص هي اسمه وجنسه وانتماؤه الوطني والديني... الخ، وتعتبر هذه المعلومات مجرد معطيات قانونية تساعدنا للتعرف على الشخص، لذلك تبقى غير كافية لكي نطلعنا على حقيقة هويته، الشيء الذي يدفعنا إلى طرح التساؤل التالي:

- لم التساؤل عن الهوية؟ وعن ماذا نبحت بالضبط إزاءها؟

ويكون الأمر طبيعيا عند إيجاد الصعوبة في الإجابة عن هذا السؤال خاصة وأنا أمام تحد إعلامي كبير يجعل من المشاهد أسيرا لمضامينه دون سابق معرفة لاتجاهات وتمفصلات المشهد الإعلامي، حيث نلمس تعقد مفهوم الهوية لما يتضمنه من جملة التباينات التي قد تجعله متناقضا. ويمثل الحقل الدلالي أول مؤشر على ذلك، فبقدر ما يفيد لفظ «الهوية» لكل ما هو متشابه نجده من جهة أخرى يحيلنا على خاصية ما هو مختلف ومتفرد، وهذا ما يجعلنا نستنتج بأن «الهوية» كلفظة تحمل تناقضها في تعريفها لكونها تعني في آن واحد ما يجعل الأمور بينها متشابهة ومختلفة ومتفردة ومتماثلة في نفس الوقت.

فبقدر ما تحيل إليه "الهوية" من غيرية راديكالية، نجدها كذلك تحيل إلى التماثل التام، إنها على حد تعبير بعض الباحثين أمثال كلود ديبار<sup>1</sup> C.Dubar وبيير طاب<sup>2</sup> P. Tap تمثل " الصفات المميزة لكل شخص باعتباره كائنا متميزا ومنفردا بذاته من جهة وعضوا يمثل نموذجا يرتكز على الاشتراك في الخاصيات المتقاسمة مع باقي أفراد النوع من جهة أخرى" (السباعي،

1- كلود ديبار Claude Dubar أحد رواد السوسيولوجيا المعرفية المعاصرة في فرنسا، له عديد المؤلفات أبرزها: Socialisation et construction identitaire (1998), La crise des identités : l'interprétation d'une mutation (2000).

2 بيير طاب Pierre Tap أحد الأسماء اللامعة في علم النفس اهتم كثيرا بمسألة الهوية الفردية والتنشئة الاجتماعية، من أهم مؤلفاته: Les dynamiques identitaires : questions pour la recherche et la formation, Identités collectives et changements sociaux (1980), Masculin et Feminin chez l'enfant (1985), ...



خلود، 2007 : 255)، وبالتالي فهي "نظام من تصورات الذات... ونظام مشاعر إزاء الذات" (Tap, P. 1988 : 17) فهوية الشخص إذا تمثل اجتماع الخصائص الجسدية، والنفسية، والأخلاقية والقانونية الاجتماعية، والثقافية التي يعبر بها الفرد عن ذاته ويصور ذاته لغيره والتي بموجبها يتم تحديد موقعه من الآخر، بمعنى آخر إنها هوية خطابية *Identité discursive*.

كما وينبغي القول أن دراسات الأنثروبولوجيا قد أظهرت الطابع الديناميكي والتفاعلي للهوية، وهو ما جعل منها أحد أبرز المواضيع التي استقطبت اهتمام الباحثين السوسولوجيين الذين ينظرون إلى الهوية باعتبارها "حصيلة مجموعة من الأنساق والعلاقات والدلالات التي يستقي منها الفرد تقييمه لذاته، ويضع على ضوءها نظاما لتشكيل هويته وتحديد لماهيته داخل الوسط السوسيو- ثقافي" (خلود، ا. 2007 : 258). إنها بهذا المعنى كيان اجتماعي ديناميكي يتشكل بفعل التفاعلات اليومية التي تتم بين الأفراد في مجالات اجتماعية متعددة، كما أن هوية الفرد لا تتشكل دفعة واحدة بل هي سيرورة اجتماعية تبنى منذ ميلاد الطفل، وهي في نفس الوقت بنية معرفية ترتبط ارتباطا كلياً بالجانب الفكري التمثلي، من خلال تجسد رؤى الأفراد لذواتهم من جهة، وتصوراتهم لجماعات الانتماء من جهة أخرى.

ويطلق مفهوم الهوية على نسق المعايير التي يعرف بها الفرد، ويسحب ذلك إلى هوية الجماعة أو المجتمع أو الثقافة، فالهوية ليست كيانا يعطى دفعة واحدة إلى الأبد، إنها حقيقة تولد وتتكون وتتغير وتشيع وتعاني من الأزمات الوجودية والاستلاب، فهي محصلة لمجموعة من العلاقات والدلالات التي يضع فيها الفرد لنفسه نطاقا يشكل في إطاره هويته، بحيث تتوفر له من جراء ذلك إمكانية تحديد ذاته داخل الوسط الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه باعتباره نظاما مرجعيا على مستوى السلوك.

وتتمثل الهوية في "مجموع الأساليب التي يتميز بها المجتمع، وتشمل العادات والمعتقدات واللغة والتراث المسجل والشفوي والإنتاج الفكري والأدبي والفني، ويجد فيها وسائله للتعبير عن الذات" (Hogan, J. 1999 : 744)، وقد أوضح إريكسون Erikson أن هناك عدة شروط ذات صلة عميقة بالهوية وضرورية لقيامها، ومن هذه الشروط الشعور بوحدة الشخصية وتكاملها، والشعور بالوحدة والاستمرارية الزمنية، والشعور بالمشاركة العاطفية، والشعور بالثقة

والاستقلال والمراقبة الذاتية ( Erikson, 1968 :07 ). في حين يشير كينستون Kinston إلى أن هناك حالات تمرد وعصيان وخروج عن الأعراف والقيم تعبر عن أساليب الرفض لثقافة المجتمع والشعور بالإغتراب، وحدد كينستون صور رفض الهوية الثقافية في بعض السلوكيات منها : إظهار سلوكيات غير مألوفة في ثقافة المجتمع ورفض النظام لقيم المجتمع وعدم الاندماج بالمجتمع، ومن الآثار المترتبة عن فقدان الهوية الشخصية أو الثقافية ظهور العديد من السلوكيات غير المقبولة مثل الانسحاب والبعد عن التعامل مع الجماعة، وعدم المشاركة في المسؤولية الاجتماعية والتمركز حول الذات والانغلاق في دائرة الأهداف والمصالح الشخصية ( Mead, G, H. 1983 : 27 ). وهي ما يعرف بـ"أزمة الهوية" *crise identitaire* والتي تعبر عن فشل الفرد في تحديد هوية معينة أو عدم القدرة على اختيار المستقبل، كما تنطوي على الإحساس بالإغتراب وانعدام الهدف واضطراب الشخصية ما يؤدي إلى عزلتها وانعزالها عن المجتمع، وهو ما ينعكس على صحة الفرد النفسية والفيزيولوجية التي ينتج عنها خلل في الشخصية وسوء التوافق النفسي بالإضافة إلى صراع القيم لديه.

نظرا لحجم التعقيد الذي عرفه مفهوم الهوية ونظرا للتعدد المعرفي والمفاهيمي الذي شهده في جميع أحواله، وهو ما جعل بعض العلماء يتجهون إلى ربطه بمفاهيم أخرى، قصد تحليله وتبسيطه من خلال تقسيمه إلى عدة تصنيفات نذكر منها: الهوية الفردية، الهوية الجماعية، الهوية الثقافية، الهوية الوطنية، الهوية السياسية، الهوية الدينية... الخ، غير أننا سنقف عند هذا المفهوم الأخير أي الهوية الدينية نظرا للمكانة التي يحتلها الدين في حياة الأمم والشعوب. إذ يمثل الدين أحد أهم مصادر بناء الهوية التي يبحث عنها الفاعلون الاجتماعيون باستمرار ويسعون لتجسيد هذا الانتماء وتجديده والتعبير عنه تمثلا وفعلا، كون "الدين في الأصل واحد لكن التدين، أي طريقة تبني ذلك الدين وإتباعه وتأويل نصوصه وتطبيقه يختلف، وقد اختلف بالفعل عبر التاريخ وعبر الجغرافيا" (الشرفي، ع. 2014: 87)، فمسألة النقاش حول الهوية تتركز على نقطة مهمة وأساسية ألا وهي الدين كونه "رابطة روحية قوية تؤطر وجود الجماعة مزودة بمعان روحية للحياة وللعالم وللتاريخ" (سبيلا، م. 2010: 63) إنها (أي الهوية) تعد بمثابة المنارة التي يلجأ إليها الجميع للاحتماء بها في ظل ظلام العولمة الدامس، وتعد حصنا

حصينا لإثبات الذات لأنها منبرا للوعي بالكينونة وأداة فعالة للمقاومة ضد الذوبان. ويرى درسلر وكورنز (Dressler et Corns) في هذا الصدد "بأن إشباع الحاجات الدينية يعطي للفرد عموما توجهها وإطارا عاما للحياة، ومجموعة من الموضوعات والميادين التي يكرس من أجلها حياته ويعتبر العامل الديني بذلك وجها من أوجه البنية الشخصية للإنسان، حتى تتحد هويته بما يكرس له نفسه من أجلها" (حضري، ف. 2013: 194) وبهذا المعنى تصبح الهوية الدينية في سيرورة مستمرة يعمل الفرد دوما على بنائها ليصل بها إلى التميز والاختلاف، وهي تتجلى دائما من خلال ذلك التعديل والتطوير المتواصل ومن خلال التبادلات الاجتماعية والعلاقات التي يكونها الفرد مع المجتمع كذلك، وتتجلى عبر عمليات التطبيع الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية بمختلف وسائطها كالأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام وغيرها، وبالتالي نجد أن الاهتمام بدراسة الهوية هو مواكبة لكل ما يقع من تغيرات اجتماعية ومسايرة لجملة هذه التحولات حسب ما لاحظته نور الدين طوالي (Toualbi, N. 1986: 19)

## 2- اتجاهات المرأة نحو مشاهدة البرامج الدينية:

يرتبط حديث المرأة عن الدين والتدين في غالب الأحيان بثنائيات: المقدس/المدنس، الحلال/الحرام.... وغيرهما، هذا وقد تزامن ظهور الفضائيات واختلاف برامجها مع بروز فعل التدين كظاهرة اجتماعية بامتياز لما لها من انعكاسات على المستوى الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي.... باعتبار أن الوسطة التلفزيونية للدين تعتبر موجهة هاما لأنماط وأشكال التدين الحديثة.

لا يأتي الاهتمام بالبرامج الدينية وبالخطاب الديني المتلفز من العدم، بل على العكس من ذلك، فالمرأة لديها استعدادات مسبقة، وهذه الاستعدادات نلمسها في تصريحاتها حول أهمية الدين وأهمية المسائل الدينية في الحياة اليومية المعاشية، إذ تصرح المبحوثة رقم 02 قائلة "الحرص الدينية لي نتفرجهم متأثرة بينهم بزاف، علاش، لأجدد إيماني في قلبي.... لأن المشايخة يعطونا رسالات رب العالمين، وراهم يوصلونا فيها بطريقة مبسطة" وفي ذلك تعبير على أن الخطاب الديني المتلفز إنما يضيف رصيذا معرفيا خالصا تسعى من خلاله المرأة بصفتها متلقية للخطاب لبناء علاقة مع الله في إطار تجديد الاعتقاد والإيمان بالله عزوجل، وفي

ذلك تأكيد على أن " الدين قائم بمعنى عقلاني، والإيمان وسيلة للإنجاز وتحقيق الذات الفردية، وهو يظفي على الحياة المعقدة قيمة ومعنى" (زايد، أ. 2017: 43) وبالتالي فالتوجهات والاستعدادات نحو الدين ضمن السياق الثقافي والاجتماعي الذي يحيط بالمتلقين هو الذي يشكل الوسط الديني الذي يعيشون فيه، وهو ما يتم التفاعل من خلاله مع ما يتم تلقيه من الخطاب في حد ذاته.

انطلاقاً من مركزية وحضور المرأة في الخطاب الديني الخاص ببرنامج " فاسألوا أهل الذكر" ضمن قناة الشروق tv (أنظر الملحق رقم 03 المتضمن اتصالات المشاهدين والمشاهدات على أساس النوع ( أنثى/ ذكر) حيث تم رصد أكبر نسبة لاتصالات النسوة بمختلف فئاتهم العمرية بالمشايخة ضيوف البرنامج مستفتين في ذلك بمختلف القضايا الشعائرية والمعاملاتية التي تخصهم كنسوة) تصرح المبحوثة رقم 01 في هذا الشأن قائلة "حنا النساء نتفرجوا حاجة تاع الدين، parce que عندنا تقريبا بزاف أمور تاع الفقه مارانش متمكين منهم donc automatiquement tu aime bien كي شغل نتعرفوا على الدين تاعنا، كيفاش نتعاملوا، شاهما المناسك لي نديروهم، العبادات كيفاش يكونوا، إذا كاين نقائص نحوسوا نصحوهم...". هذا القول إنما يحيلنا إلى أن الفضائيات الدينية عموماً والخطاب الديني المتلفز خصوصاً إنما يساهم في عمليات التأطير والتوجيه الديني، من خلال إنتاج أنماط وأشكال من المعلومات الدينية التكنولوجية التي تتماشى ومتطلبات السوق الاستهلاكية التي تمكن المرأة من إشباع معارفها الدينية. وهو ما أكدته عديد الدراسات من حيث أن مصادر المعلومات الدينية ومختلف المرجعيات التثقيفية للمرأة يعود الفضل فيها وبدرجة كبيرة إلى الإقبال الكبير على متابعة البرامج الدينية خاصة إذا كان المستوى التعليمي للمرأة ضعيف ومحدود.

وفي ذات السياق تعود الحالتين رقم 02 و 08 مرة أخرى لتؤكدنا على أن توجهاتهما لمشاهدة البرامج الدينية وما تتضمنه من خطابات إنما أتت كنتيجة حتمية لظهور بعض الأمراض الاجتماعية التي نتجت جراء البعد عن الدين، إذ تشير المبحوثة رقم 02 قائلة "الحاجة لي خلاتي نرجع للدين ونتابع البرامج الدينية ولي شكلي وازع ديني قوي كثرة الفتن... كي تشوفي السحر لي هو مرض العصر... كارثة، يأذي بأبخس ثمن، راه واقع بزاف

بزاف" إن هذا التوجه نابع من الرغبة في تكريس العقيدة وتعميق الفهم للدين في زمن ظهور الفتن والفساد الأخلاقي وانتشار السحر والشعوذة في الأوساط الاجتماعية، وبذلك يظهر لنا الدور الكبير الذي يوليه الوازع الديني من أجل مشاهدة البرامج الدينية وبالتالي فهو محدد لمشاهدة البرامج والخطب الدينية المتلفزة.

إن الفئات الأكثر مشاهدة للبرامج أو الأكثر تدبنا هن من يستخدمن مصطلحات (الحلال/الحرام، يجوز/ لا يجوز، ..... ) وتظهر هنا هوية هؤلاء الدينية بمجرد الاسترسال في الحديث معهن وفي مختلف المواضيع، أما الفئات الأقل مشاهدة أو الأقل تدبنا فيستخدمن مصطلحات تعبر عن بعض القيم مثل (غير لائق/ جميل/ قبيح/ حشمة/ عيب....) وتشير مثل هاته المسائل إلى نسق قيمي اجتماعي يعبر من خلاله هؤلاء عن ارتباطهن بالمحيط الاجتماعي ومقاسمتهن للقيم وللمعايير الاجتماعية.

لذلك يمكننا القول بأن حديث النسوة عن مشاهدة الخطاب الديني المتلفز يخضع إلى مستويين اثنين:

يتمثل المستوى الأول في "الأنا الأعلى" الذي يرغبهن على تبني المواقف التي ترضي المجتمع، ويتمثل المستوى الثاني في "الأنا الفردي" الذي تمارسنه من خلال طرق لا يراد لها أن تتكشف وتتجلى للعيان أمام نظيرتهن ضمن العائلة وفي الحي الذي تسكن فيه، فتتجلى ممارساتهن هاته في استخدام مقولات حول السحر والتماس الأيدي البيضاء وفي زيارة الأضرحة والتبرك.

لا تعني هاته الجمل بالضرورة أن إحداهن ترتكبن الكبائر وأخريات هن بعيدات كل البعد عن ذلك، أو أن إحداهن مؤمنة ببركة الأولياء والباقيات لا ينطبق عليهن ذلك، إنهن تعبرن عن تناقض وصراع هوياتي فيما بينهن، حيث تقول المبحوثة رقم 06 "أنا مانرووحش عند القرانات" وكأن هذه المقولة تضي نوعا من الهيبة والوقار التي تجلب لها الاحترام من طرف بيئتها الاجتماعية ونوعا من الالتزام الديني اتجاه الله، أما قولها "هي تحل الطالع وتضرب الخفيف...."

وتقلع العين" فهذا التصريح يسمح لها بموقعة نفسها لخلق التمايز ضمن جدلية المقدس والمدنس.

تقوم المرأة إذن باكتساب الثقافة الدينية من خلال ما يعرض عليها في البرامج الدينية المحلية وحتى العالمية التي تدفعها باستمرار لتنزيه ممارساتها اليومية دون غيرها وهذا ما يؤكد لنا نصير بوعلي (1993) في أن ميول المرأة نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية والدينية يعود لكونها ميالة بطبعها النفسي إلى المواضيع التي تعالج الأسرة والمجتمع، ويقع هذا تحت وطأة التقسيم الاجتماعي للأدوار المنوطة بها كإنسان في مراحل التنشئة الأولى، بحيث يراد لها دائما أن تكون أكثر عاطفية وأكثر حساسية.

فالمرأة تثبت شخصيتها من خلال اكتساب الخبرة والمعرفة الدينية التي تستمدتها عند مشاهدة البرامج الدينية، وهي في نفس الوقت فرصة لتبدي تجربتها من خلال ما يجمعها من حوارات ونقاشات مباشرة مع قريناتها، لأن الحديث عن هيمنة المعنى لدى المرأة المتدينة يرتبط بشكل كبير بالبرامج والخطابات الدينية عموما وبمختلف الاستعدادات الذاتية على وجه التحديد، بحيث عبرت النسوة المستجوبات عن انجذابهن نحو البرامج الدينية، كما أن استعداداتهن المسبقة هي من يتحكم في الأسلوب الذي سيتعاملون به مع الخطاب، "إننا نجدهم يضعون أنفسهم بالتالي طواعية تحت سلطة المقال أو المرسل بفضل الثقة التي يعلقونها على هذا النص" (مجاهدي، م. 2011 : 155)

فالممتنع أو المشاهد لخطاب البرامج الدينية المحلية يجد لنفسه مكانا له داخل هذا الإطار أيا كانت مضامينه وأيا كانت الآراء والمواقف التي يحملها، وكأنه بشكل من الأشكال يخاطبه ويحاوره، لأن الشخصيات المقدمة للخطاب (الفقيه الفضائي) تمثل من جهة تباين الرؤى والمواقف التي نجدها في الواقع، وتتيح بذلك لكل واحد الفرصة من جهة أخرى لكي يجد لنفسه مكانا ضمن الخطاب الديني أو الفتاوى المقدمة على الهواء مباشرة، فيستفيد منها ويدركها.

يمكننا القول أن الخطاب الديني المتلفز ومن ورائه التلفزيون بصفة عامة لا يزال يفرض نفسه على المشاهدين ويفرض هيمنته وعنفه الرمزي في مجال خلق الاستعدادات والتوجهات

من جهة وفي مجال البناء المعرفي من جهة ثانية (وهو ما سنتطرق له في العنصر الموالي) بحيث يصوغ معلومات دينية تتلاءم وسوق العرض الاستهلاكي وتعيد إنتاج أنماط معينة من طرق التمثل والتفكير .

### 3- الخطاب الديني المتلفز وبناء الهوية الدينية للمرأة:

بما أننا في محاولة للبحث والتقصص عن تأثيرات الخطاب الديني المتلفز على الهوية، فإننا ننوه إلى أننا سنركز الحديث على شخصية المرأة كفاعلة متلقية لهذا الخطاب، باعتبار أن هذه (الهوية الدينية) تعني الدافع الإيماني الذاتي والمنبه الداخلي الذي يوجه المؤمنين بمختلف فئاتهم إلى اكتساب معارف أو ثقافة دينية وجملة من القيم وترجمتها إلى سلوكيات دينية ضمن تفاعلاتها اليومية.

تعتبر العلاقة الجدلية المعقدة بين البنيات الموضوعية للعالم الخارجي والبنيات الذاتية للفاعلين، من بين بنيات الأشياء وبنيات الذوات الفاعلة، وهي إذن العلاقة التي عبر عنها بورديو Bourdieu مستشهداً بمقولة لباسكال حيث يقول فيها بأن "العالم يحتويني ويبلغني كنقطة، بيد أنني أحتويه" وذلك من خلال فهمه وإدراكه وتمثله وبنائه رمزيا وثقافيا واجتماعيا وتاريخيا.

فالاستعداد على حد تعبير بورديو أو الميل و القدرة الذاتية على تمثيل الخطاب الديني المتلفز واستبطان بنياته، تمثلا ذهنيا - جسديا في نفس الوقت، ليس مجرد قدرة فطرية لدى المرأة، بل هو قدرة تنشأ وتبنى وتزرع اجتماعيا وثقافيا فيهم، تبنى في أجسادهن عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية بواسطة التربية والتعليم والتلقين والعنف الرمزي في ظل الصراع الذي تعيشه المجتمعات التقليدية الحاملة لرأس مال ثقافي ديني نوعي متميز، يكون رهانه سعيهن الدائم إلى المحافظة على مواقعهن ومكاناتهن الاجتماعية.

هذه الاستعدادات الذاتية والاجتماعية هي التي تجعل المرأة لا تتحرك إلا بتوجيه الوعي لها، وبالخضوع التام للتصورات التي تكونها عن الأدوار التي عليها أن تؤديها على مسرح الحياة أمام الآخرين وفي تفاعل خصب معهم، على أساس أن "مسألة الوعي هي مسألة معاناة ومسألة معرفة ومسألة ضمير" (سبيلا، م. 2010: 87)، وقد بين على ضوء هذا غوفمان أيضا



على أن ما يحكم التفاعلات الاجتماعية هو أداء الفاعلين لأدوارهم وفق نماذج أعدت سلفا في الثقافة السائدة في مجتمعهم، ويكون ذلك الأداء جيدا أو سيئا في الحالة الشعورية أو اللاشعورية.

نلاحظ إذن أمام هذه الخصائص، أن المرأة بصفتها متلقية للخطاب الديني عبر التلفزيون تبحث بصفة دائمة ومستمرة عن ملاذها الثقافي الديني وجملة المعارف الدينية الجديدة التي تعمل على تأطير مختلف سلوكياتها الدينية من خلال «تعايش أنماط متعددة من المعتقدات داخل نسق واحد متميز» (Berque, J. 1955)، حيث تتصور (المرأة المتلقية للخطاب) أن ذاتها هي أكثر معرفة بالدين الرسمي (الدين العارف) منها لأشياء أخرى، بمعنى أنها تنظر إلى الدين كما ينبغي أن يكون وليس كما هو كائن ( الدين المعاش الشعبي).

وبمجرد تلقي هذا الخطاب يصبح جمعيا واجتماعيا في ذات الوقت، بحيث يترسخ في النظام الثقافي الاجتماعي، ويصبح بذلك من أهم العوامل البانية للهوية الثقافية عموما والهوية الدينية باعتبارها موضعا للدراسة على وجه الخصوص، نظرا لما يمثله من قوة وسلطة معرفية دينامية ويتخذ مسارا معينا في الفعل الاجتماعي وفي جملة الرموز والمعاني والدلالات التي تتمثلها وتضيفها المؤمنات على حياتهن ومعاشهن فضلا عن ممارساتهن اليومية وعلاقاتهن الاجتماعية.

ويذهب ستيفن فروش Stephen Frosh إلى اعتبار الهوية إفراز من الثقافات أو محصلة لها، ولكنها لا تتكون منها بتلك البساطة، فهو يؤكد على أن هوية الفرد هي في الحقيقة متعددة وربما سائلة على حد تعبير باومان، " حيث أنها تتكون عبر التجربة وتترسخ برموز لغوية، والأفراد حين يطورون هوياتهم إنما ينجذبون إلى المعطيات الثقافية الموجودة على الشبكة الاجتماعية المباشرة لهم وتلك الموجودة في المجتمع ككل" (هرلمبس، ه. 2010: 15)، وتبعا لذلك تصبح عملية بناء الهوية عملية معقدة ومتباينة من حيث أنها تعبر عن نوع من الأمزجة والتكوين بين ما هو شخصي وما هو ثقافي واجتماعي.

وعليه، سنحاول البحث عن مسألة بناء وتشكل الهوية الدينية لدى المرأة الجزائرية (المعسكرة على وجه التحديد) من خلال رصد تمثالاتها لما تتعرض له من مضامين خطابية



وطرق انعكاس هذه المضامين على ثقافتها الدينية وأنساق القيم المتبناة ومدى انعكاسها على ممارساتها وسلوكياتها الدينية.

### 1.3- الثقافة الدينية كأساس للبناء الهوياتي :

بعيدا عن التعريفات التعدادية *les définitions énumératives* لمفهوم الثقافة (تعريف تايلور، ور. لينتون، وميد....) يمكن أن ينظر إليها على أساس أنها "مجموعة من المعاني والقيم والمعايير لدى الشخصيات المتفاعلة، والمقبولة اجتماعيا، من طرف المشاركين في النسق الاجتماعي" (المجاهيد، ح.2012: 142). ويعرفها في نفس السياق جاك بيرك J. Berque فيقول بأن "الثقافة من منظورنا، هي حركة مجتمع في بحثه الذاتي عن دلالات وعن معنى" (Berque, J. 1984: 103) وبذلك يكون قد تجاوز تلك التعريفات البنيوية لمفهوم الثقافة ليركز على المعاني والدلالات الوظيفية التي يؤديها هذا المفهوم ضمن النسق الذي ينتمي إليه.

وتعبر الثقافة الدينية عن نسق المعتقدات الدينية التي تعتبر حاجة ملحة وركيزة أساسية في ثقافة الأفراد والمجتمع، وهي بذلك جملة الأفكار التي تنشأ إثر حيثيات وأوضاع معينة تساهم بطريقة أو بأخرى في تفاعلات المجتمع وفي ترسيخ البيئة التربوية، وتعمل هذه الثقافة بمعينة الدين في إنتاجها عبر صيرورة زمنية معينة على تحويل مجال الممارسة فيما بعد إلى حقيقة مطلقة لا جدال ولا نقاش فيها، كما أن المساس بها يعتبر انتهاكا لحرمة من يؤمن بمسلماتها خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمجال الديني، فهي تعطي بذلك "للخبرة الدينية شكلها المعقول الذي يعمل على ضبط وتقنين أقوالها" (السواح، ف. 2002: 49).

أما استعمالنا لمفهوم المعتقدات الدينية كجزء ضمن الكل المتمثل في الثقافة الدينية العامة فهو للتعبير بالضرورة عن كونه شكلا من أشكال الوعي الديني والثقافة الدينية التي يعاد إنتاجها وفق خبرات أجيال متلاحقة، ويعبر هذا الشكل عن واقع الثقافة الدينية للمرأة المتجسد في إقبالها أولا على مشاهدة ومتابعة هذا الخطاب الذي يبث ضمن برنامج "فاسألوا أهل الذكر" في قناة الشروق TV وبرنامج "الشريعة والحياة في رمضان" التي تبثه قناة الجزيرة الإخبارية، ومدى الامتثال لتجلياته على أرض الواقع عن طريق ممارساتها الدينية اليومية.

بمعنى أن الثقافة الدينية في آخر الأمر ما هي إلا تلك التصورات الذهنية (التمثلات) التي ترسمها المرأة بصفقتها فاعلا اجتماعيا حول الدين، أي أنها ترجمة وانعكاس لما تقوم به، ويؤكد ذلك لنا درجة استيعابها ومعرفتها لتعاليم الدين والشريعة الإسلامية.

أما فيما يتعلق بفكرة الهوية فيمكننا أن نقول بأنها ترتبط بإحكام إلى فكرة الثقافة، ولا يمكن للهويات أن تتشكل إلا بوجود الثقافات (بمختلف أشكالها وتفرعاتها) التي ينتمي إليها الأفراد والتي يشاركون فيها بصفقتهم فاعلين ومنفعلين داخل بيئتهم الاجتماعية. فالمرأة الجزائرية (بصفقتها فاعلة اجتماعية) فإن لها مكانة هامة في الأسرة والمجتمع، وهي أيضا كائن معرفي وثقافي، وفي نفس الوقت تدرك، تعرف، تتفاعل، تفعل...والفعل ذروة الإفصاح المادي عن الإرادة الإنسانية العارفة فلا يمكن بأي حال من الأحوال إدراك طبيعة المعرفة وديناميكيته دون التلازم الجدلي بين التصور الذهني والفعل العملي.

بينما الثقافة فإنها أصبحت اليوم تمثل قوة وسلطة تتنوع وتتشكل باستمرار مشكلة بذلك عالما من معاني الحياة، إنها "حولنا في كل مكان، بل إنها فينا، تعيد تشكيل هويتنا أو على الأقل تساهم بشكل رئيسي في إضفاء المعنى على الأشياء المحيطة بنا" (دلة، ن. 2018: 312)، لتشير بذلك إلى كونها أسلوبا كاملا في الحياة على حد تعبير رالف لينتون R. Linton ، حيث تشتمل على الوعي والممارسة التي تنبني أساسا على النسق أقيمي التقليدي وكذا النسق الحدائي الذي بمقتضاه يتكيف الفاعلون مع مستجدات المعرفة والثقافة الدينية، وفي ذلك أشارت المبحوثة رقم 02 إلى أن " الوعي الديني كي يغيب في الأسرة ما تقارعش حاجة زينة من الأسرة وما تقارعش من المجتمع، عندما تنعدم الثقافة الدينية في الأسرة لا ننظر أي شيء"، إن هذه الثقافة وجملة المعارف الدينية التي تتلقاها المرأة من السجل الإيماني القداسي التقليدي (المنبني والمترسخ وفق عملية التنشئة الاجتماعية الأسرية) والسجل الإيماني القداسي الحدائي (المستنبط والمستوحى من الخطاب الديني المتلفز) تتكون ذاتيا، وتعتبر حسب تمثلاتهم متجانسة وتعكس مباشرة حياة وتجارب الأفراد....، وبالتالي لا يمكن التنازل عن السجل الديني التقليدي الذي يمثل القاعدة الأساسية والمركزية التي تبنى عليها الثقافة الدينية نتيجة عملية التنشئة الاجتماعية والتربية ضمن عملية تعاقب المؤسسات التنشئية التي توظف جل إمكاناتها

وطاقتها في عمليتي التلقين والتعليم، وتبنى أيضا بين طيات السجل الديني الحدائث الذي يعتبر أحد أهم المرجعيات الحديثة التي تتسم بها مجتمعاتنا المعاصرة والتي تتميز بالتعقيد والديناميكية في نفس الوقت، لتجد بذلك المرأة نفسها في عملية ذهاب وإياب ضمن عمليات تفاوضية تسعى من خلالها لخلق نوع من التجانس بين السجلين من خلال المحافظة على الإرث الديني الذي ورثته من جيل الآباء وترسخ عن طريق عملية التنشئة في مختلف المحطات الحياتية ( الدين الشعبي) وتبرز أيضا في عدم التفريط في المكتسبات الدينية المستحدثة التي تعرضها السوق الدينية والفتاوى القضائية، إنها بذلك تنتج هوية متميزة تنتمي لكلا السجلين.

وهنا ينبغي الإشارة إلى نقطة مهمة في هذا السياق، وهي أن الثقافة الدينية للمرأة التي تنتمي إلى السجل التقليدي تُقبل وتُحترم وتُمارَس كثقافة دينية أصيلة في مقابل الثقافة الدينية المفتعلة التي تنتمي للسجل الحدائث، إلا أن ما يميز الأولى عن الثانية أنها انتشرت بكونها نتاج التنشئة الاجتماعية والتجارب الحياتية والعرف الاجتماعي، وبالتالي فهي ثقافة يصنعها الناس العاديون، في حين الثقافة المفتعلة ( المستوحاة من الخطاب الديني المتلفز والتي تصدر عن النخب الدينية وكهنة التلفزيون على حد تعبير بورديو) إنما تعبر عن حالة استهلاك من طرف النسوة وفق ما ورد على لسان الباحثة رقم 09 " ...نعمر قفتي بلا ما نشقى... " هذا وتقول الباحثة رقم 02 " كي نتبع الدكتور النابلسي نعرف روعي بلي راني في درجة رقي ثقافي ديني...ولكن أنا أحب معالجة موضوع ما من خلال ثلاث آراء، ثلاث مشايخة ونجمع آراءهم ونستخلص الشيء اللّي نبحث عليه"، بناء على هذه النظرة تصبح المرأة المتلقية والمستهلكة للخطاب الديني لا تستطيع التفكير من تلقاء نفسها لأنها اعتادت عليها جاهزة دون عناء البحث، والتقيب، والتنقل والتجريب.

طبقا لهذا الوضع، يمكن القول أن المرأة المحلية تنشط في خلق هوياتها الخاصة، حيث لم تعد الهوية تختزل فقط في السجل القداسي الحدائث ولا في السجل القداسي التقليدي الذي تنتسب له، فالمرأة بهذا الشكل أصبح لديها العديد من الاختيارات بشأن التوجه الذي ستسلكه والثقافة الدينية التي تقننها وفق ما يخدم مصالحها والسلوك الذي ستخذه معيارا يعبر عن انتمائها، فهي من خلال عمليات التسوق بين القنوات والبرامج بمختلف مرجعياتها وإيديولوجياتها وأشكال

الاستهلاك التي تتعرض لها يمكنها أن تقرر هويتها الدينية وأن تعطي معنى تفاوضيا لخلق استراتيجيات هوية تمكنها من التمايز والتميز في محيطها الاجتماعي، وما ذلك إلا تأكيد على أن " أغلبية الأفراد في المجتمعات المعاصرة لم يعد لهم أبدا معنى ثابتا ومستقرا للهوية، فهوياتهم تميل إلى التشظي والتجزئة على الدوام" (هرلمبس، ه. 2010: 14)

وما دام الفرد محدد بتنشئته الاجتماعية ضمن مجموعته الثقافية "فالسيرورات الأولية لعملية إدماج الفرد في الثقافة تؤدي إلى استبطان النماذج الثقافية التي تفرض عليه بصورة كاملة بما يؤدي إلى تكيفه الاجتماعي الضامن لاكتسابه هوية ثقافية موروثة هي بدورها تضمن الحفاظ على الثقافة ونقلها إلى الأجيال اللاحقة بحيث تتحول الهوية بسهولة إلى مماثلة تعمل بنمط سكوني محدد مسبقا" (كوش، د. 2007: 149-150) في ظل هذا المشهد تصرح الباحثة رقم 02 أيضا قائلة " الدين في عائلاتنا التقليدية المحافظة يمشي روحه، الدين نورثوه بالفطرة من أمهاتنا وأجدادنا، ولكن اليوم كإين مستجدات في حياتنا ما عاشوهمش والدينا وما عندناش عليهم معرفة، على هاذيك نتبعوا المشايخة الكبار باش نسدوا الفراغ الثقافي والمعرفي لي عندنا" يمكن القول أن هؤلاء النسوة يعشن حالة تناقض وتعدد الأنساق القيمية الحداثية المستنبطة من أبجديات الخطاب الديني المتلفز ومعانيه مع أنساق القيم التقليدية، فلاهي ملتزمة بما اقتبسته وتعلمته جراء متابعتها المتكررة للخطاب الديني ولا هي تستطيع التخلي عن ماضيها الديني والاجتماعي وأفكارها وأسلوب حياتها، إنها بذلك تعيش تعددا في المرجعيات (الدينية، العرفية، الثقافية، الاجتماعية...).

وبالحديث عن المرجعيات الدينية، فإننا نلاحظ بان معرفة الانتماء المذهبي المالكي (نسبة إلى مالك بن أنس) تمثل بالنسبة للنسوة المستجوبات إحدى أهم المؤشرات الخاصة بالثقافة الدينية لديها، من حيث أننا لمسنا ضعفا وهشاشة بهذه المعرفة، إذ أن غالبية المستجوبات (ما عدا المبحوثات 01، و02، و03 و07) لم يستطعن التعرف على المذهب الفقهي المتبع في الجزائر ولا بقية المذاهب المتعارف عليها لتكتفي فقط بذكر المرجعية الدينية الإسلامية كما حصل مع المبحوثة رقم 02، وهو ما يجعلنا نقول أن المرأة تعيش نوعا من الضعف والفقر في المعرفة الدينية بخصوص مسألة الانتماء للمذهب المالكي حتى وإن كانت ذات مستوى ثقافي

عالي (جامعي)، لكن في مقابل ذلك تؤكد المبحوثة رقم 03 في إشارتها لأحد أهم أقطاب الفكر الديني المالكي المعاصرين محليا قائلة " أتابع موسى إسماعيل عنده عدة مؤلفات في الفقه المالكي، وهو خبير في الفقه المالكي، ويدير دراسات مقارنة...وهو مفتي القناة الخامسة مع الدكتور بوزيدي" إن المستوى التعليمي العالي للمرأة وكذا حلقات تحفيظ القرآن في المساجد تلعب دورا مهما في معرفة المرجعية الدينية الفقهية التي تنتمي إليها، في حين نجد أن الخطاب الديني المتلفز في برامج عينة الدراسة لا يولي إهتماما كبيرا للتعريف بالمذهب المالكي وبأهم العلماء، بل أننا لاحظنا من خلال رصدنا لخطاب برنامج الشريعة والحياة في رمضان أن مقدم البرنامج محمود اسماعيل والخطباء ضيوف البرنامج لا يولون اهتماما لتضمين المرجعيات الدينية المالكية أو غيرها، بل على عكس من ذلك فالبرنامج يشير إلى تعدد المرجعيات الدينية الفقهية بتعدد وتنوع وتعاقب المشايخ والدعاة الضيوف الذين ينتمون لمجالات جغرافية وثقافية واجتماعية متعددة ومتباينة، وهو بذلك دعوة حديثة مباشرة وحثيثة للانفتاح على مختلف المرجعيات الدينية وعدم التعصب وممارسة العنف الرمزي الذي تمارسه الخطابات الدينية مثل الخطاب الديني السلفي أو الخطاب الديني الصوفي...الخ

يمكننا القول إذن أن المرأة من خلال متابعتها للخطاب الديني المتلفز تكون أكثر حرية واطلاعا على مختلف الفتاوى والمسائل الدينية التي تؤسس لتشكيل ثقافتها الدينية، حتى وإن كانت هذه المادة بعيدة وخارجة عن المذهب المالكي المعتمد في الجزائر، هذه الحرية في متابعة البرامج والخطابات الدينية المتلفزة المتعددة المرجعيات إنما تنتج تعنيما وضبابية لدى المرأة، حيث " تخلق ارتباكا أثناء الولوج إلى وجهات نظر متميزة بين رجال الدين، حول قضايا يعيشونها في واقعهم اليومي، والتي (وجهات النظر)تنسم كلها بالقداسة حسبهم" (خيتير، س 2018: 385)، ليتم بذلك انتقاء المرجعيات الدينية بما يتلاءم ويتمشى مع مختلف وضعيات التعامل مع المقدس، وهو ما يمثل غذاء على السريع يُمكن المرأة بصفتها متلقية من بناء نموذج ثقافي متنوع ومتعدد في آن واحد. إن الخطاب الديني المتلفز بهذا الشكل إنما يفرض هيمنته على البناء الثقافي للمرأة من خلال عملية صياغة المعلومات والمعارف الدينية وإعادة إنتاج أنماط معينة من التفكير، وهو ما أكدته المبحوثة رقم 03 في قولها " نتفرج البرامج الدينية

والخطابات في مختلف القنوات من أجل أن أستفيد وتتكون عندي ثقافة دينية نقدر نفكر فيها ونتناقش فيها مع عائلتي ومع أقربائي ومحيطي"، وهذا ما يدفعنا للقول أن تمثل المرأة للخطاب الديني المتلفز الذي يمثل حقلا يشمل مواقع وأدوار محددة يحتلها الفاعلون (مؤسسات أو فئات) يحدد كيفية توزيع رأس المال الذي يأخذ أشكالا متنوعة (رأسمال ديني، ثقافي، اجتماعي، رمزي...) والذي يمثل سلطة تؤدي وظيفة إضفاء معنى ما، لتصبح العلاقات المنتجة بين الخطاب الديني والمرأة بصفقتها متلقية لهذا الخطاب، وبين المرأة المتلقية ومحيطها الاجتماعي بصفقتها وسيطا بين الخطاب والجمهور غير المتابع له، وأيضا بين الخطاب والسياق الثقافي الذي تعيش في كنفه هاته الأخيرة كلعبة تنظمها قواعد وانتظامات وتجاذبات (المنافسة، الصراع....) بين الفاعلين، وذلك في إطار المحافظة على وضع الموقع ووضع الحقل أو خلق تغيير فيه، لذا فالخطاب الديني المتلفز باعتباره فاعلا في الحقل الديني الإعلامي لا يمكنه انتزاع المشروعية والإنتاج بشكل فعال إلا من خلال منظومة الإدراك والاستعدادات

والتصورات المكتسبة والتي يطلق عليها بورديو P.Bourdieu بـ "الهابيتوس" "Habitus"<sup>1</sup> والتي تكتسبها المرأة ليصبح بذلك كـ "القواعد المولدة للممارسات" والتي تتمثل في رأسمالها الخاص من المعتقدات والخبرات والمهارات التي تمكنها من التعايش والاندرج في الحقل، مولدة بذلك استراتيجيات للتماهي توجه سلوكياتها أو تجعلها تتخذ مواقف متميزة دون غيرها، أو استثمار الثقافة الدينية المكتسبة ضمن رهانات وجودية تحددتها مسبقا.

باستراتيجية التماهي هاته تتمكن المرأة من معرفة نظام الحقل الذي تعيش في كنفه وتتنمي إليه، وغذاءها الثقافي الذي تحتاجه ومعايير الممارسة فيه، ليكون بذلك "الهابيتوس" أشبه بالعلاقة الفارقة التي تتشكل منها هويتها وثقافتها في ظل الممارسة الخطابية المتلقاة.

وبخصوص مناقشة مختلف مضامين الخطاب مع العائلة ومع المحيط الاجتماعي، يؤكد تومسون Thompson في هذا الصدد أن "الأفراد يناقشون رسائل وسائل الإعلام عند استقبالهم

1 - عرفه في كتابه ( Le sens pratique ) قائلا "إن الاشتراطات المشتركة لطبقة معينة من خلال ظروف حياتية تنتج سموت ( Les habitus ) كأنسقة من الاستعدادات الدائمة والقابلة للتحويل وكنبيات منتظمة ( Les structures structurées ) قابلة لكي تعمل كبنيات ناظمة ( Structures structurantes )" ( Bourdieu, P.1980 : 88 ) أي كمبادئ مولدة ومنظمة للممارسات والتمثلات، قادرة على التكيف موضوعيا بأهدافها دون وعي مفترض مسبقا ودون التحكم في العمليات الضرورية لتحقيق تلك الأهداف. كل هذا ينتظم موضوعيا وبطريقة منتظمة بعيدا على أن يكون ذلك نتيجة الخضوع لقواعد ما، أو لفعل ما منتظم ناتج عن مصدر ما.

لها خلال سردهم وإعادة سردهم لها وتفسيرها وإعادة تفسيرها والتعقيب عليها والسخرية منها وانتقادها. إن امتلاكنا هذه الرسائل وإدماجها في حياتنا يجعلنا قادرين على تنمية مهارتنا ومخزوننا المعرفي وإعادة تشكيله، ثم اختيار مشاعرنا وأدواقنا وتوسيع آفاق تجربتنا الحياتية" (Thompson, 1995: 42). إن هذه المشاركة في عرض، ونقل وتبليغ هذه المعارف ومناقشها كفيل بأن يحدد دور ومكانة المرأة المتلقية للخطاب، فهو يعطيها نوعا من راحة العقل ويبسط لها المقومات والممكنات الثقافية التي من خلالها ينشأ التمايز الفكري ويتعمق الوعي الديني وتترسخ التصورات الدينية التي تعالج مختلف القضايا والفلسفات الحياتية اليومية التي تعيشها وتتفاعل في كنفها.

أما بخصوص مؤشر حفظ النصوص الدينية ( القرآن الكريم ) وقراءة أذكار الصباح والمساء، نشير إلى أن المرأة تختار بل وتفضل قراءة وحفظ سور قرآنية دون غيرها يوميا خاصة قبل النوم وخلال يوم الجمعة، حيث تشير المبحوثة رقم 10 قائلة "ما كنتش نعرف نقرا ونكتب، بصح الجامع والتلفزيون خلاوني تعلمت أهم حاجة لي هي نرفد المصحف ونقراه، الحمد لله، الحمد لله لي ربي وفقني وحفظت سورة البقرة والكهف والرحمن، وكل ليلة قبل ما نرفد نقراها...". إن في هذا القول لمعاني دلالية قوية تشير إلى أن المرأة اليوم أصبحت تدرك أهمية وقيمة اكتساب الثقافة الدينية التي تتجسد من خلال قراءة وحفظ القرآن الكريم كونه الوحيد الذي يشفع للمؤمن يوم القيامة ويوم الحساب، هذا وينبغي الإشارة إلى أن المرأة الجزائرية كلما تقدمت في السن كلما كانت حريصة على الاكتساب المكثف لجملة المعارف الدينية التي تقربها من الله عز وجل وتزيد من فرصها للدخول للجنة، ولهذا فهي دائما تلجأ إلى متابعة الخطاب الديني وتحرص على استيعاب المادة الدينية سواء كان ذلك في المسجد من خلال دروس محو الأمية وحلقات تحفيظ القرآن، وأيضا متابعة الحصص والبرامج الدينية وبرامج الفتوى في التلفزيون الجزائري وعبر مختلف البرامج الخطابية في الفضائيات العربية. وعلى عكس ذلك تماما تشير المبحوثة رقم 11 قائلة "صراحة بلا ما نكذب عليك أنا ما نتفرجش البرامج الدينية عن قصد، بمعنى نتفرجها مع والديا هوما لي يديرو القناة والحصص لي فيها مسائل الدين....وبخصوص قراءة وحفظ القرآن ألتزم بما حفظته سابقا في المدرسة وأقرأ القرآن من



المصحف خلال شهر رمضان فقط وبصفة متقطعة" إن هذا التصريح يحيلنا إلى القول أن هذه الحالة التمثيلية تشبه إلى حد كبير حالات مماثلة في سنها، فهي لا تحفظ السور القرآنية من المصحف إلا ما تعلمته من المؤسسات التنشئية التي مرت عبرها خاصة المدرسة، وبالتالي فهي لا تولي اهتماما لاكتساب الثقافة الدينية من الخطاب الديني المتلفز، أما ما يتعلق بقراءة القرآن خلال شهر رمضان، فإن هذه الممارسة مرتبطة بتوجيه الفكر والسلوك نحو الأفضل مخافة انتهاك حرمة الشهر الفضيل وعدم استغلال أيامه في الطاعات والعبادات.

إن المرأة الشابة لا تهتم برفع ثقافتها الدينية ولا تسعى من تلقاء نفسها إلى متابعة البرامج والخطابات الدينية وخصص الفتوى من أجل التشبع بالتعاليم الدينية، في مقابل الاكتفاء بما تقدمه المؤسسات التنشئية في المراحل العمرية الأولى (الأسرة، المدرسة، المسجد...) والتي تجسدت في دروس التربية الخلقية والتربية الإسلامية، وبذلك فهي أكثر عرضة لمظاهر العلمنة في ثقافتها وسلوكياتها ( حفظ الأغاني، الاتصال بالإنترنت طيلة الوقت ومتابعة آخر صحبات الموضة والجمال ومشاهدة الأفلام والدراما التركية والسورية...). فإما ترى لم لا نلمس هذا الجهد في مسألة تكثيف المرأة الشابة لاكتساب ثقافة دينية تمكنها من تعلم أمور دينها ودنياها رغم ارتفاع المستوى التعليمي للمرأة المعاصرة؟ ألهذا العزوف ارتباط بالخطاب الديني المتلفز في حد ذاته؟ أم هنالك مبررات أخرى؟

### 2.3 القيم الدينية للمرأة: نحو استراتيجية التفاوض

عندما نتحدث عن انعكاسات وتحولات التحديث الذي ينعكس في صورة الخطاب الديني المتلفز على مجال القيم، فإن ذلك يكون انطلاقا من وجهة نظر تركز على أن القيم ليست بالدرجة الأولى اختيارات فردية وجماعية بقدر ما هي توجهات تفرضها البنيات الاجتماعية والثقافية السائدة كنوع من الحتمية الاجتماعية. لذلك وجب علينا تناول إشكالية القيم من زاوية محدداتها السوسيولوجية الكبرى، بمعنى النظر إلى القيم كونها قيم عضوية ذات وظائف خاضعة للتحديد الاجتماعي حتى وإن كانت تتمظهر تارة في وعي الأفراد وتارة أخرى تنقلت من وعيهم .



بداية يمكننا أن نوجز التحولات الاجتماعية الكبرى التي تدهام المجتمعات التقليدية في أربع تحولات كبرى تلازمها بطبيعة الحال تحولات في القيم والمعايير:

- 1- أولا تحولات تقنية
- 2- تحولات اقتصادية
- 3- تحولات سياسية
- 4- تحولات اجتماعية وثقافية

يشكل الخطاب الديني الإسلامي ببعده المفاهيمي والقيمي والتربوي أحد أهم الأسس العقائدية التي يتم عبرها نقل المعارف والقيم والسلوكات المتصلة بالخطأ والصواب، الحلال والحرام، ما يجوز وما لا يجوز، بين المقدس والمدنس إلى المرأة، وقد اتسم التعامل مع الخطاب الديني في غالبية إجابات المبحوثات بطابع القدسية، كونه يدعو إلى طاعة كاملة للدين الإسلامي ولفروضة وروحانياته. ليصبح بذلك التحدي الكبير للثقافة الدينية لدى المرأة الجزائرية هو تصادم تيارين قيميين: تيار القيم القديمة مع تيار القيم الوافدة الحديثة التي ينتجها الخطاب التلفزيوني إما عن طريق الصور أو عن طريق مختلف البرامج الثقافية والاجتماعية أين تتم عملية التأثير بصفة تدريجية وبطيئة، وفي هذا الصدد يشير عبد الرحمن عزي إلى أن في عملية الإيصال المرئي، يمثل فيها التلفزيون عصب هذا النمط الاتصالي بحيث أصبح بالإمكان مشاهدة و ملاحظة التشوه الذي يصاحب الاتصال المرئي، من خلال ابتعاد الاتصال عن الأصول الفلسفية والأخلاقية للمجتمع، إذ يتمثل هذا التشوه في اعتماد الاتصال المرئي على إقصاء القيمة مع اعتماد قوي للحاسة البصرية على حساب الحواس الأخرى، وتراجع العمليات الذهنية العليا من مقارنة وتحليل واستنباط، ومن ثم تقلص دور العقل المرتبط بالمعتقد وهو ما خلق المجتمع القائم على القيم ذات الأبعاد الإنسانية والاجتماعية ( نصير، ب وآخرون. 2009: 33).

ويؤكد إريكسون Erikson أن إحساس الفرد بالهوية ينطوي بالضرورة على تبنيه تصورا ما عن ذاته بوصفه كائنا أخلاقيا وخاصة مع تنامي قدرته على التفكير التجريدي الذي يتسم بالمرونة والموضوعية إضافة إلى تغير التوقعات والمطالب الاجتماعية. والقيم كما يرى ماكس فيبر Max weber تعبر عن أسلوب في الحياة لدى الفرد أو الجماعة لها طابع مثالي تعطي

للموجودات وطرائق الحياة صفة المرغوب فيه والمستحسن، وهي بذلك جزء تجريدي يدعوا الأفراد للانخراط فيه واحترامه وجزء مادي مجسد يظهر في الأشياء وطرائق الحياة التي تعبر عنها (Rocher, G. 1982 : 56) ، ما يجعلها "مشاعر قوية مؤسسة للمشروعية، فهي أعراض وانفعالات تصدر عن مجال مختلف تماما عن الحسابات العقلانية التي تعطي مشروعية للسلوكيات على اعتبار أن ما نقوم به حسن " (Kuty, O.2005 : 12-13) أما زيور zyor (1980) فيرى أنها ترفع من اعتبار الذات وتمنح الاطمئنان والشعور بالرضا عن الذات، وبذلك يمكن القول أن القيم بهذا الشكل إنما تشتغل لتكون بمثابة المنظم الداخلي في حياة الأفراد.

وتشكيل المثل الأعلى والقيم الخلقية متغير حاسم فيما يتعلق بمعرفة الذات وتعريفها، إذ من خلال هذه العملية يبني الفرد معايير وقواعد لنفسه، ويدرك معنى الواجب ..وفي ذلك توضيح وتوكيد لأهمية القيم والقناعات الخلقية المشكلة كعنصر رئيسي من عناصر الهوية.

إننا عندما نتحدث عن إشكالية القيم فإننا لا نقف عند حدود المصطلح الأكاديمي الضيق للقيمة، بل نشير أيضا إلى الاتجاهات والمواقف والمفاهيم والسلوك، وكلها مصطلحات لها تعريفها الخاص إلا أنها ترتبط بطريقة أو بأخرى بإشكالية القيم، وما دام أن الأنساق القيمية والخلقية تعبر عن هوية المجتمع وتؤسس لصور الاتفاق العام بين الأفراد في اتجاهاتهم نحو مختلف القضايا فإنها تقوم بدور الرابط بين وحدات المجتمع بمختلف مستوياته.

أمام موجة العولمة أشارت عديد الدراسات السوسولوجية العربية إلى تراجع القيم بشكل ملفت للنظر وتفش سريع لمنظومة القيم الغربية، ما نتج عنه بنية هلامية مليئة بالتميعات والتناقضات أكثر ما تتسم بالتماسك والتناغم، والتي تحيل بطبيعة الحال إلى الشعور بنوع من الضياع والتشتت والهشاشة وسيادة حالة الفوضى الأخلاقية، إنه نوع من الوهن الذي أصاب منظومتنا القيمية، ولعلنا لا نغالي ولا نصدح حكما في قولنا هذا عن الميوعة والتناقض الأخلاقي الذي يعيشه أفراد مجتمعنا، فهو ليس رأيا شخصيا بقدر ما هو حقيقة تدعمها نتائج الدراسات النظرية والإمبريقية التي أجريت في هذا الميدان.

وتتجلى أهمية القيم الدينية في تنظيم الأفراد من حيث تنسيق سلوكياتهم اليومية باعتبارها مؤشرا حيويا يخدم النظام الاجتماعي ويساعد على استقرار الحياة الاجتماعية. وبالتالي فإنها تعمل على ضبط السلوك الديني للأفراد وتوجيه أفعالهم في الحياة اليومية، معبرة بذلك عن الغايات والأهداف التي يطمح الأفراد التحلي بها وممارستها (الدافع للفعل) للحصول على الأجر والثواب والمفازة بالجنة.

ترتبط القيم الدينية ارتباطا وثيقا بالمعايير الوجدانية والفكرية والاعتقادية التي يتبناها الأفراد، خاصة وأنهم يعبرون بذلك عن تصرفاتهم وأقوالهم وحتى سلوكياتهم المستمدة أساسا من القرآن والسنة، لتكون من أقوى الضوابط الاجتماعية التي تلزمهم بالتحلي بالقيم والأخلاق كمرجعية أساسية لأفعالهم وممارساتهم.

يؤكد الخطاب الديني على مسألة القيم بمختلف تصنيفاتها -الشخصية، الدينية، الاجتماعية والثقافية- ( أنظر الملحق رقم 04 الذي يتضمن فئة القيم المستخرجة من البرنامجين عينة الدراسة) إذ يشير الشيخ محمد غورماز قائلا "المعلومات الدينية وظيفتها أنها تجمعنا وتوحدنا"، وهو ما تؤكدته المبحوثة رقم 03 قائلة " الخطاب الديني يدعم القيم، إذ يركز الخطيب دوما على الوحدة وعلى التعاون بدليل نجاح حصص التعاون والتضامن التي دائما يجيبوا ويحضروا رجل الدين فيها" يبدوا أن الخطاب الديني يأخذ على عاتقه مسؤولية الالتزام العميق بمنظومة القيم الضرورية التي تتيح عيشا سلسا وسعادة وطمأنينة لدى الجمهور المتلقي لهذا الخطاب، باعتبار أن القيم الدينية تمثل محورا مركزيا في حياة المؤمنين، إذ كثيرا ما تندمج الرموز الدينية والطقسية لتتغلغل في تفاصيل الحياة المادية والروحية والثقافية للمجتمعات. وفي ذات السياق شدد دوركايم على أهمية القيم الدينية وما يرتبط بها من شعائر احتفالية في تعزيز التضامن والتماسك بين أفراد الجماعات البشرية، كما سلط الضوء على أهمية الأفكار والتصورات النظرية في دور الممارسات الشعائرية في حشد مشاعر الناس في جوانب الحياة النفسية، الاجتماعية، الدينية، والسياسية. وبذلك يمكن النظر إلى القيم الدينية بوصفها نظاما للتعاون والتماسك الاجتماعي، ومجموعة من المواقف والمعتقدات، ومنظومة فكرية تتضمن قواعد وممارسات أخلاقية.

لذلك ومن خلال البحث عن أهمية القيم الدينية الإسلامية لدى المرأة من خلال تلقيها للخطاب الديني المتلفز الذي يحرص على تلقيها جرعات متفاوتة من أمور الدين والدنيا المتعلقة بالعبادات والمعاملات، سنحاول وذلك انطلاقاً من عدة مؤشرات فرضتها الحالات التمثيلية عينة الدراسة معرفة أقصى حد ممكن لهذه الأبعاد التي سوف نوجزها في قيم: الصدق، الأمانة، الاحترام، قيم العمل .

### 1.2.3 الصدق:

لا بد أن نشير إلى أن الصدق يعبر عن "قول الحق ومطابقة الكلام للواقع وهو سمة دينية وخلقية" (بن باهي، ص. 2017: 82)، إذ يتضمن الخطاب في تناوله لقيمة الصدق الحديث عن الكذب كونه سمة مكروهة وممقوتة، تشير المبحوثة رقم 12 في هذا الصدد قائلة "أنا صادقة مع نفسي ومع ربي... والباقي ما يهمني...". لتصرح لاحقاً "الواحد يكذب يكذب، من ذاك كذبة بيضاء، قاع الناس تكذب وتتوقف إلا من رحم ربك، الكذب راه عادي في وقتنا" إن هذا القول يؤشر على اضمحلال قيمة الصدق في أيامنا هاته وانتشار الكذب بدلا عنه، والصدق مراتب، فهناك الصدق مع الله ثم الصدق مع الذات (النفس) ويليه الصدق مع الناس. وليس الصدق قيمة دينية محضة، بل قيمة أخلاقية واجتماعية في نفس الوقت كونها تعبر عن حالة من التربية والآداب التي تتحلى بها المرأة المؤمنة، وأحد أهم معايير السلوك بحيث تعتبر محمداً، وناظماً، وضابطاً لسلوكها الديني والاجتماعي ضمن تفاعلاتها مع الآخرين.

ينبغي الإشارة إلى أن هذه الحالة التمثيلية بالرغم من محاولاتها الحثيثة في إظهار درجة صدقها للظهور بصورة حسنة أمام الآخر التي تنفي اهتمامها به، إلا أنها لم تتوانى في السقوط أمام الأسئلة التي أعيدت صياغتها لتتناول بذلك مسألة الكذب في الحياة اليومية. وغالبا ما تقع المرأة أسيرة موقف يجعلها تتملص من قول الحقيقة، خاصة إذا كان الموقف مرتبط بمسألة الثقة، أو تفاديا لحصول مشكل عائلي ينجر عنه فك رابطة الزواج، أو مخافة فقدان شخص عزيز... وغيرها من المواقف التي تتحجج بها المرأة لتشرعن بذلك كذبتها وعدم صدقها، تقول المبحوثة رقم 04 "كذبت على زوجي سابقا، بصح الله غالب..... الظروف لي كانت خللاتي كذبت..... ربي أدري بما في القلوب" يحيل بنا ذلك إلى القول أن المرأة في هاته الحالات إنما

تتخذ لنفسها إستراتيجية دفاعية تارة وتفاوضية تارة أخرى للتعبير عن قيمة الصدق لديها، لتكون هاته الإستراتيجية مرهونة بالموقف الذي تمر به وبطبيعة الفاعلين حولها.

### 2.2.3 الأمانة:

الأمانة قيمة دينية إسلامية وهي تعبير عن المحبة والسعادة والخير، وهي من بين "أخص الفضائل التي يترتب عليها صيانة الأموال والأعراض وحفظ المجتمع من غوائل الفوضى والفساد... والإنسان مطالب بالأمانة في كل لحظة أو لفظة، وفي كل إشارة أو عبارة، وفي كل حركة أو سكون" (زايد، أ. 2017: 213)، وكل إنسان يؤتمن على رزقه وعمله وعلاقاته، وقد نجد أن الملك أو الرئيس يؤتمن على شعبه، كما ويعتبر الدين أمانة لدى العلماء والخطباء بحيث يسعى دوما هؤلاء العلماء والخطباء والمشايخ على تلقين الناس الالتزام بالطاعات والتخلي بالأخلاق الحسنة والنهي عن ارتكاب الفواحش والمعاصي... ويتحسر الخطاب الديني المتلفز من انتشار ظاهرة الغش التي أصبحت أمرا عاديا في الممارسات اليومية للفاعلين الاجتماعيين، بحيث تكررت في الخطاب عينة الدراسة ثلاث عشرة مرة (13 مرة)، وقد شملت الغش في الامتحانات والغش في الميزان والغش في البناء والغش في التعليم وغيرها من القضايا الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على وضع أخلاقي متأزم غابت فيه المسؤولية والحفاظ على الأمانة والالتزام باتقان العمل... وغيرها من القيم المرتبطة بقيمتي الأمانة والغش، ويشير في ذلك الداعية طارق السويدان قائلا "الغش جرم عظيم وذنوب كبير وصفة قبيحة وخصلة شنيعة وصفة من صفات النفاق الديني والاجتماعي وأسلوب من أساليب الخيانة التي تعبر عن موت الضمير والوجدان، إنه يحق البركة ويسوء السمعة وينزع الثقة من القلوب..." نلاحظ أن الخطاب الديني عينة الدراسة يولي اهتماما كبيرا لتلقين قيمة الأمانة لدرجة أنه قد ربطها بمجموعة من القيم كالغش والخيانة والنفاق وموت الضمير... هذه القيم السلبية تتجلى في عصيان الأوامر الإلهية والسنن النبوية التي أوتمن عليها المؤمنين. وفي مسألة الحفاظ على الأمانات صرحت المبحوثة رقم 03 قائلة "يلزم نكون قدوة في الصدق وفي حفظ الأمانة والمحافظة على ديني وأصلي وشرفي" إن هذه المبحوثة تدرك مسبقا أهمية الالتزام بجملة المعايير الدينية والمبادئ التي تنظم وتضبط ممارساتها اليومية كونها قد تلقت تنشئة دينية تولي

اهتماما كبيرا للمبادئ والثوابت التي غرست في شخصيتها وتترجم في أفكارها وتصوراتها وسلوكياتها الدينية، وتصريحها يوحى إلى درجة كبيرة من الوعي الديني، خاصة وأنها أولت أهمية كبرى لمسألة الحفاظ على الأمانة من خلال الحفاظ على دينها وأصلها وشرفها، وهذا يحيلنا إلى القول بأن قيمة الأمانة لا ترتبط بأمانة الودائع فحسب، وإنما تشمل جميع الأمانات بدءا بأمانة الصدق وحمل الدين ونشره، وأمانة التعامل مع الآخر من خلال حفظ حقوقهم، وأمانة الحفاظ على الشرف (حفظ الفرج)، وأمانة نصح المسلمين، وأمانة تربية الأبناء تربية صالحة بالإضافة إلى الحفاظ على حرمت الجماعة....

إن الأمانة بهذه المعاني وهذه الإحالات توحى إلى كونها قيمة اجتماعية وسلوك رمزي يتمظهر في عديد من الاتجاهات والمواقف والوضعيات، إنها "قيمة أخلاقية تنبثق من قوة الضمير والالتزام بالقول والفعل كسمة جوهرية في التعامل مع الناس" (بن باهي، ص.2017: 86) وهذه القيم المكتسبة من البيئة الاجتماعية التي تربت في كنفها هاته الحالة قد تمنح المرأة المؤمنة مكانة دينية واجتماعية متميزة في عائلتها وضمن محيطها الاجتماعي والمهني . إن هذه الوضعية توضح عمليتي الذهاب والإياب بين جملة القيم الدينية والأخلاقية المكتسبة عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية وبين القيم الدينية المستنبطة من الخطاب الديني المتلفز، لتوفق وتنموق بين العمليتين ضمن استراتيجيات تفاوضية تختار منها ما يسد النقص القيمي الذي تتبناه في بناء شخصيتها (ذاتها) وما تتفاعل به مع محيطها. 3.2.3 الاحترام والتواصل مع الآخرين:

يصور الخطاب الديني قيمة احترام الآخر والتواصل معه على أنه واجب ديني، باعتبار أن من يحترم الآخر أيا كان هذا الآخر ( الوالدين، الأهل والأحباب، الجار، رفقاء العمل...) فهو يخاف الله ويتقيه. وتتجلى مظاهر الاحترام في القول الحسن والكلمة الطيبة والتبسم في وجوه الآخرين والتراحم فيما بين الناس وحسن التعامل مع الآخرين ومساعدتهم ومساندتهم في أوقات شدائهم، وإلقاء السلام والتحية بين الناس والمصالحة بينهم باعتبار الصلح والتصالح من القيم الاجتماعية التي تذهب الغل من القلوب، وتبادل الهدايا باعتبار أن الهدية تجلب المحبة ( تهادوا وتحابوا)، والعمل على قضاء حوائج الناس، وتفادي النميمة والغتبة... وغيرها من المظاهر.

ويعدد الخطاب في ذات الوقت مظاهر التواصل مع الآخرين ضمن أولويات تبدأ بالوالدين، فالزوج/ الزوجة، الأقارب، الجيران... ويحتل الوالدان صدارة الخطاب نظرا للمكانة الرفيعة التي يحتلانها، خاصة وأن الاحترام والتراحم وحسن المعاملة ذكرت على الوالدين، وقد تضمن القرآن الكريم آيات كثيرة وتضمنت السنة أحاديثا صحيحة خصصت لاحترام الوالدين ورعايتهما. كما يؤكد الخطيب في بعض المواضع الخطابية على أهمية تربية الأبناء تربية سليمة تتأسس على القيم الأخلاقية السامية خاصة عندما يتعلق الأمر بقيم احترام الوالدان ورعايتهما.

من جهة المستجوبات تتمظهر قيمة الاحترام في علاقة المرأة بوالديها فتقول في ذلك المبحوثة رقم 08 " تربينا على الخوف والطاعة والاحترام، الحمد لله الوالدين ربي يطول في عمرهم مقدرتهم ومحترمتهم وقيمتهم عالية عالية وحتى ولادنا رانا نربوا فيهم على هذا الطريق، وكاش ما قصرنا ربي يغفرنا من الوالدين، مهما نديروا ما نعوضوش واش دارونا " معنى ذلك أن جيل الأباء قد ربوا أبناءهم تربية صارمة تنبني على الخوف والطاعة وفرض قيمة الاحترام في ممارسات أبنائهم سواء كان ذلك في البيت أو خارجه في التعامل مع الجيران ومع المعلمين... وهو ما نتج عنه جيل يدرك أهمية الاحترام كقيمة جوهرية في تصوراتهم وممارساتهم، كما أن هذا الجيل يحاول إعادة إنتاج نفس النمط القيمي لجيل الأبناء للسير على نفس خطى أباؤهم ضمنا لاستمرار الرأسمال القيمي الذي أصبح اليوم يعيش حالة تلاشي وحالة ذوبان خاصة مع سياسة الانفتاح على ثقافات الشعوب التي فرضتها الوسائل التكنولوجية الحديثة والتي على رأسها التلفزيون والانترنت. أما المبحوثة رقم 05 فقد صرحت قائلة "عندما أحترم جاري، وعندما لا أوذيه، وعندما أقدر جاري... راني نعبد في ربي" يبدو أن هذه المبحوثة بالرغم من مستواها الثقافي المحدود إلا أنها استطاعت أن تتخذ من الخطاب التلفزيوني الذي تتلقاه بشكل دوري ومستمر ركيزة أساسية تنبني عليها جملة معتقداتها وأفكارها القيمية التي تحدد أن مسألة الاحترام وحسن التواصل ما هي إلا طريقة من طرق عبادة الله.

### 4.2.3 قيم العمل:



يؤكد الخطاب أن العمل كرامة وواجب وعبادة لقول الله عز وجل " وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون " (الآية 105 من سورة التوبة). ولقيم العمل (حسب ما ورد في الخطاب الديني المتلفز في قناتي الشروق والجزيرة ) عدة مظاهر منها ما يتعلق بالجد بالعمل، ومنها ما يخص إتقانه والإخلاص فيه، ومنها ما هو مرتبط بالعلم في حد ذاته باعتباره قيمة عامة تؤسس لنهوض المجتمع وتطوره ومنه أيضا ما يتناول مسألة النجاح وتحقيق الأهداف المسطرة والإبداع في العمل.

أصبحت مسألة الجد في العمل ظاهرة مفقودة في حياتنا خاصة مع مظاهر الهزل وعدم الجد في الحياة انطلاقا من قول الباحثة رقم 04 " خدمتنا مافيهاش التعب، ...عندي بيرويا وميكرويا مرات نكوناكتي (الفيسبوك) ومرات نلعب، باش نكتل le vide ، ومع الأزمة هاذي (كوفيد 19) نروح خطرة ولازوج في السمانة، ....المدير معاونا بزاف " تشبه هاته الحالة التمثيلية العديد من النسوة العاملات ( خاصة ممن لهن مهام ثانوية أو مختصات في الإعلام الآلي ويمتلكن أجهزة مزودة بشبكة الأنترنت) التي تفضلن الأعمال الهينة والبسيطة والغير المتعبة والجالبة للسعادة والراحة بعدم محاسبة مسؤول العمل لهن ولمردودهن، ولعل هذا الحال يشبه إلى حد كبير رغبات الشباب اليوم في امتهانهم مهن مريحة ومربحة في نفس الوقت، وهي وضعية تعبر عن مظاهر اللامسؤولية الأخلاقية اتجاه العمل والمهن واتجاه طلب العلم أيضا، حتى في وقت الأزمات التي يصاحبها نوع من الخوف والارتباك الذي يخلق نوع من الصحو الذاتية بضرورة التكفير عن الذنوب والاسترزاق بالمال الحلال ويوجه جملة التمثلات والتصورات القيمية نحو ممارسات واعية وهادفة.

أما ما يتعلق بأهمية إتقان العمل، فإننا نلاحظ باستمرار في حياتنا المهنية اليومية ومن خلال تعاملاتنا مع مختلف الإدارات أننا نعيش نوعا من النفاق والرياء المهني، ربما يرى القارئ أننا نتعامل على العاملات والمهنيات، ولكن ملاحظتنا السوسولوجية اليومية وواقع معيشنا المهني اليومي يثبت ذلك لأن الكثير منهن يتقن العمل أثناء وقوف مسؤول العمل على رؤوسهن أو أمام أعين الناس، لتتساهلن فيه أثناء غياب المسؤول وحيث لا يراهن الناس الأمر الذي ينبئ بغياب أو موت الضمير المهني.



كما يأتي الحديث عن إتقان العمل عند الحديث عن التوكل، تصرح الباحثة رقم 10 في هذا الصدد " دائما نطلب من ولدي يتوكل على ربي ويروح يسعى ويستزرق،.... نعلمه ديمًا يتكل على ربي وعلى روحه مايتكلش على الناس" والتوكل بهذا المعنى يشير إلى بذل الإنسان قصارى جهده في العمل الذي يوكل إليه أو يكلف به، ليفوض النتيجة إلى الله. لتؤكد أيضا الباحثة رقم 03 " عملي أولى، ما نسرقش من عملي لأنني مدفوعة الأجر" وهو دليل على وعي ديني بأهمية قيم العمل، ودليل على الرغبة الجامحة في كسب المال الحلال وعدم الوقوع في ملذات الدنيا بتبني القيم السلبية التي تعود بالمضرة على المؤمنين.

بالرغم من تأكيد الخطاب لعينة الدراسة على قيم العمل إلا أننا لم نلتمس من خلال تصريح الباحثات ما يؤكد على تأثير الخطاب على قيم العمل لدى المرأة المعسكرة عينة البحث، بل إنها تكتفي في حالات إعادة إنتاج نمط التربية الذي استقته من منظومتها الثقافية والاجتماعية ومما تعلمنه من مسار تعليمهن في الأسرة والمدرسة.

### 3.3 مظاهر السلوك الديني لدى المرأة:

يتشكل السلوك الديني لدى المرأة عبر منظومات قيمية متعددة تنبني ذهنيات دينية (تمثلات) وأعراف اجتماعية عبر مسارات تنشؤية وفضاءات اجتماعية متباينة أبرزها وسائل الإعلام (التلفزيون على وجه التحديد) لما له من "قوة والتي من النادر أن توازيها قوة إعلامية أخرى، حيث يسهم بشكل فعال في رفع مستوى الجمهور المتلقي عقليا وذهنيا وفنيا بصورة تلقائية" (الدليمي، م. 2005: 20) لتتفاعل المرأة مع المنتجات التلفزيونية الدينية كمتلقية وفي نفس الوقت تضيف عدة معان على المضامين التي تقترحها عليها، ولا تتحرك إلا بتوجيه الوعي لها، وبالخضوع التام للتصورات التي يكونها هذا الوعي للأدوار الواجب تأديتها على مسرح الحياة أمام الآخرين وفي تفاعل خصب معهم.

ثم إن ما يحكم التفاعلات الاجتماعية هو أداء الفاعلين لأدوارهم وفق نماذج أعدت سلفا في الثقافة السائدة في مجتمعهم، وقد يكون ذلك الأداء جيدا أو سيئا، شعوريا أو لا شعوريا، وبذلك تصبح عملية بناء المعنى مسألة تفاوضية للمرأة باعتبارها متلقية لهذا الخطاب، أين تضع

المعاني التي تنتجها الثقافة التلفزيونية على محك الثقافة المحلية، لـ "يقوى البعد الديني بالممارسة ويصبح رجال الدين هم الناطقون باسم الجماعة، أو يتعزز البعد الثقافي وينتقد على الديني، حتى إذا ما تعولمت المجتمعات فإنها تحمل على الدوام الأثر الثقافي للدين المؤسس" (روا، أ. 2013: 117).

في محاولة فهمنا وتحليلنا للسلوك الديني الذي تتمثله وتمارسه المرأة الجزائرية جراء متابعتها للخطاب الديني المتلفز، لا بد لنا أن نكون أكثر حذرا وأشد حيطه في التعاطي معه، خاصة وأن المستجوبات لا تعبرن عن حقيقة مشاعرهن وسلوكياتهن – خاصة إذا كانت تخالف مبادئ الشريعة الإسلامية والحس العام المشترك- وهو ما يؤدي إلى إضفاء طابع "المرغوبية الاجتماعية" على مجموعة من المواقف والسلوكيات واتجاهات القيم. هذا يحيلنا بطبيعة الحال إلى القول أن حالة "التفاوض الاستراتيجي" التي تتخذها المرأة وتتنهاها في سلوكها الديني ليست وليدة البناء الشخصي (الشخصية الفردية) فحسب، بل هي وليدة النسق الاجتماعي (المجتمع) الذي يتأرجح على وقع التوتر الحاصل بين المعايير المرجعية (خاصة الدينية منها) وبقية الأنساق الاجتماعية، لـ "يقوم بتبرير مجموعة من السلوكيات، ويضفي عليها قبولا اجتماعيا، وإن كانت غير مقبولة منطقيا كما شرح ذلك "إكلمان" (جرموني، ر. 2016: 40)، خاصة وأن بعض سلوكياتها تتحكم فيها الأعراف والمعتقدات السائدة في المجتمع والتي تؤثر بقصد أو بدون قصد في وعيها، ومن ثم يتم تفسير استراتيجيات التفاوض هاته من خلال طبيعة ونوعية الثقافة السائدة في المجتمع.

لا بد أن نشير هنا إلى أن مظاهر السلوك الديني التي نقصدها ترتبط ارتباطا وثيقا بالطريقة التي تفهم بها المرأة المحلية الخطاب الديني المتلفز من خلال نظام المعتقدات والممارسات المتلقاة التي تتمثلها وتمارسها، خاصة وأن السلوك الديني حسب غيرتز Geertz يعبر عن "نسق من الرموز، يعمل على ترسيخ - داخل الإنسان- أشكال وتحفيزات قوية ومستديمة من خلال بناء تصورات لنظام الوجود" (بن باهي، ص. 2017: 92) فتتجسد في جملة الطقوس والممارسات الدينية للمؤمنين بها لتساهم في تشكيل الهوية الدينية والثقافية.

قصد توضيح ذلك، سنتناول بعض الطقوس الدينية التي تمارسها المرأة الجزائرية والتي تأثرت بالخطاب التلفزيوني باعتبارها ممارسات طقسية ذات أهمية بالغة في تحيين المعتقدات القداسية والمحافظة عليها، إنها على حد تعبير غيرتز Geertz ذات "أهمية كبرى داخل النسق الديني، فهي التي تجسد بالأساس عملية الدمج التي تقوم بها الرموز المقدسة بين النظرة إلى الكون ونظام القيم" (منديب، ع. 2006: 56)، حيث أن هاته الطقوس تعمل على إعادة صياغة الإيمان بشكل مستمر حسب طبيعتها ووضعياتها سواء كانت يومية كالصلاة، البسمة والحمدلة....، ظرفية والتي تتجسد في طقسية صلاة الجنائز، صلاة الاستسقاء ( وهي ممارسات دينية ذكورية بامتياز).... أو موسمية مثل الصيام والحج...).

### 1.3.3 البسمة والحمدلة:

يعتبر فعلي النطق بالبسمة والحمدلة عنوان الهوية الدينية للمرأة المسلمة، حيث تستهل وتختتم معظم سلوكياتها وأنشطتها اليومية والموسمية والظرفية بذكر الله، فالبسمة قول تستبق إليه عند النهوض والنوم، والنهوض والجلوس، والخروج والدخول، والأكل والشرب وكذا القيام بكل عمل، وهو سلوك ديني حرص الخطاب الديني على تأكيده لا لغاية سوى التوكل على الله وطلب المعونة منه في سائر الأعمال. ونشير إلى أننا أثناء مباشرتنا لإجراء المقابلات الميدانية مع النسوة عينة الدراسة، فقد لاحظنا أن أغلبية المستجوبات تلفظن بالبسمة في بداية كل مقابلة، كما تخللت مضامين المقابلات عبارات الحمدلة والحوقة التي أدرجت في أكثر من موضع في دراستنا هاته، وعند مساءلتنا لهن بخصوص ترديد هاته العبارات بشكل متكرر ومواقع قولها أجابت المبحوثة رقم 03 قائلة " في الأغلب نبدا أموري ببسم الله والسلام على رسول الله..نفتتح أموري كلها ببسم الله والسلام...والحمد لله" لتشير أيضا المبحوثة رقم 10 " كلمة بسم الله ديما في فمي، نوض بيها ونستفتح بيها نهاري، ونقولها كي نطيب باه الماكلة تجي فيها البركة، وكي نتوضى ونصلي...وكي نخرج باه ربي يسهل لنا أمورنا ويفتح لنا أبواب الرزق... والحمد لله ثاني كيما بسم الله، نقولها كي نكمل أي حاجة....كبرت عليها وتربيت عليها ورائي نأكد عليها مع بناتي وكنائني ( زوجات الأبناء)"، إن تصريح هاته المبحوثة يتضمن العديد من المعاني التي يجب الوقوف عليها، خاصة وأن كلمة واحدة لها من

المعاني والدلالات ما يجعل الحياة تسير وتتغير نحو الأفضل، فهي تنير الدرب وتمنح البركة للمؤمنين بها كما سبق الذكر، باعتبار هذه الأخيرة (البركة الناجمة عن البسمة) حسب غيرتز بمثابة "الكهرباء الروحية" Spiritual electricity " (Geertz 1971) التي تنير درب المؤمنين وتجسد القدرة الإلهية التي تتدخل باستمرار في تنسيق الأفعال والسلوكيات اليومية التي تكشف طبيعتها الدينية بشكل واضح. كما تعبر أيضا عن طلب قبول العبادات كالصلاة والعمل باعتباره عبادة كما صرحت كل من المبحوثة رقم 02 و03 في موضع سابق. ويعود الفضل في ذلك إلى نمط التنشئة الاجتماعية الأسرية وباقي المؤسسات التنشئية التي تؤكد على ضرورة الالتزام ببعض المبادئ والسلوكيات والسعي لتثبيتها كثقافة دينية متأصلة.

إن التلطف بعبارة " الحمد لله" توحى في دلالتها إلى " الاعتراف وعدم الاعتراض على المشيئة الإلهية.....فالحمد لله ترمز إلى ذلك الحضور الكلي والدائم للقدرة الإلهية داخل الحياة الاجتماعية " (منديب، ع. 2006: 124-125)، فالالتزام بقولها لدى المرأة المسلمة دليل على إيمانها وتمسكها بدينها والصبر على المواجه والآلام، ودليل أيضا على شكر الله على العطايا والمنن التي أحلها الله عز وجل على عباده المؤمنين، فهي غالبا ما ترافق كل مظاهر الفرح كالزواج والإنجاب والشفاء من الأمراض، كما تحضر في كل مظاهر الحزن من موت ومرض

...

### 2.3.3 الصلاة:

يعتبر طقس الصلاة أحد أهم مظاهر السلوك الديني الإلزامي اليومي الذي أُصِّل فيه في الخطاب القرآني وخطاب صحيحي بخاري ومسلم، إضافة إلى كونه ثاني أركان الإسلام، إلا أننا لمسنا تباينا في ممارسة هذا الطقس لدى المبحوثات عينة الدراسة، حيث تشير المبحوثة رقم 05 " ما كنتش نعرف نقرا وما كنتش حافظة القرآن...كنت نصلي بالحمد ( الفاتحة)- ونبطل، الشيطان غواني... يجعل ربي يسمحلي، بصح هاذي عوام راني ثابتة على صلاتي وحفظت السور الصغيرة وتعلمت من حصص الدين تاينا اللي نشوفها كل جمعة....وراني نَقْلُ باش نعوض الصلاة لي فانتني في صغري"، إن الصلاة وفق هذا التمثل نموذج إلهي في السلوك وفريضة لازمة على المسلمين، كما أن عدم الالتزام بها يعتبر تقصيرا في العلاقة مع الله

وعبادته واستسلاما لغواية الشيطان. وقصد فهم الأسباب التي تحول دون ممارسة طقس الصلاة والالتزام بممارستها دون تردد أو انقطاع، يمكن تفسير ذلك بعدم حفظ السور القرآنية التي يتم قراءتها أثناء الصلاة وبعدم معرفة ما يقال في التشهد...، وكذا نظام النظافة المقترن بممارسة الصلاة خاصة بالنسبة للمرأة، إضافة إلى وضعيات الجسد التي تحددها " من قيام وعود، وركوع وسجود، وتستخدم فيه أعضاء الجسم من رأس ويدين وعينين.. الخ" (موس، م. 2017: 12) لتصبح بذلك فعل وعقيدة تمارسها المرأة وتسعى لتثبيتها والمحافظة على أدائها في أوقاتها كلما تقدمت في السن، وهو ما جرى تأكيده من طرف لامبير Y.Lambert حيث أفاد أن الفئات الشابة " تعتبر الأقل ممارسة للصلاة والأقل انتظاما فيها، ليزداد التمسك والممارسة مع التقدم في السن" ( Lambert, y.2000 ) ، لتؤكد أيضا النتيجة لدى فريق بحث الإسلام اليومي ( محمد العيادي، حسن رشيق، محمد طوزي) بحيث توصلوا إلى أنه " كلما اقترب الموت، كلما أصبحنا أكثر ممارسة" ( Elayadi , M. Rachik,H. Tozy,M. 2006 : 109 ) للطقوس والشعائر الدينية، وهي نتيجة تدعمها دراسات سوسولوجية عربية وغربية مثل دراسات رشيد جرموني و بورقية رحمة وغيرترز وغلنر وغيرهم من الباحثين في الحقل الديني.

تتيح عملية المحافظة على أداء الصلاة علاقة وطيدة بين المرأة المؤمنة والله عز وجل، حيث تقوى محبة الله والتوجه إليه يوميا بالطاعات والدعاء، وهو ما يدعوا إليه ويؤكدده ويهدف إليه الخطاب الديني المتلفز الذي اعتمده كعينة الدراسة ( أنظر الفصل الخامس)، حيث يترك هذا الفعل أثرا على الحياة العملية والمهنية وفق ما أشارت إليه المبحوثة رقم 03 في قولها " صلاتي في وقتها إلا للضرورة، حتى في العمل.....مادام الواحد يحافظ على صلاته في العمل، خلاص راح تبقى مميز في العمل"، وبالتالي كلما كان التقرب إلى الله بالصلاة كلما تميز الأفراد في باقي ممارساتهم الدنيوية، حيث تزداد الراحة النفسية وتزيد البركة في الوقت والمال...لتضيف قائلة " حياتي كلها مبنية على الدين، الحمد لله في هاذي وهذا بتوفيق من الله عز وجل، وربي يغفرنا إذا قصرنا" فالبرغم من المكانة التي تعطيها هذه المبحوثة لذاتها وللهوية الدينية التي تتمثلها وتفعلها في سلوكها الديني إلا أنها تخاف من التقصير في العبادات

والتعاملات، وهو دليل على ضعف الإنسان أمام ربه. فما دام هذا طلب المرأة المتدينة، فما بال النسوة غير المتدينات اللاتي لا تمارسن تدينهن واللاتي يرتكبن المعصيات؟؟.

وتشير المبحوثة رقم 11 في ذات السياق قائلة "تبغي الصبح، أنا نصلي في الوقت ما عدا كي نكون نقرا (نجمع الظهر مع العصر) ونصلي الضحى في Week end، ..... إلا أنني مازال ماتحجبتش لحد الآن" توحى لنا هذه المبحوثة الشابة أنها تولي فعل الصلاة أهمية كبيرة في سلوكها الديني اليومي- باعتبارها عماد الدين، بالرغم من ظروف الحياة الجامعية التي تلزمها في غالب الأحيان إلى البقاء وقتنا أطول خارج البيت....فهي تسعى لتأديتها في أوقاتها المخصصة وتعطي لصلاة الضحى مجالا ووقتا في حياتها، كما أنها على وعي بأهمية ارتداء الحجاب، ولكن الوقت لم يحن بعد لذلك، فأثناء استرسالها في الكلام تبين لنا أن من بين أهم الدوافع التي لا تحفزها إلى ارتدائها للحجاب هو تخصصها الدراسي في الجامعة ( اللغة الفرنسية)، فهي ترى على غرار زميلاتها أنه بمجرد دراستها لهذا التخصص فإنه يتوجب عليها الالتزام ببعض السلوكيات لتعبر بشكل حضاري وعلماني في نفس الوقت عن تخصصها وليس عن هويتها الاجتماعية والدينية (هوية معلمة)، وتعيش هذه الحالة التمثيلية اتجاه ذلك نوعا من التناقض من حيث الالتزام بأداء الصلاة في أوقاتها المحددة وزيادة على ذلك فهي تكفر عن سيئاتها بالتعويض توبة ودعاء في صلاتها للضحى، أمّا ما يخص الخطاب الديني في القناة الجزائرية فهي تقول: "Sincèrement ما نتفرجش قاع البرامج الدينية الخاصة بالفتاوى الجزائرية"، إننا إذا ما نظرنا إلى سن هذه المبحوثة (22 سنة) فإننا نرى أنها ليست بحاجة اليوم إلى متابعة مثل هذه البرامج وليست مستعدة لسماع المسائل الدينية المتعلقة بالعبادات وبعض الأجوبة الأنطولوجية اللهم إلا ما تمت معرفته مسبقا في المقررات الدراسية والقيم التنشئية، وعليه فإن هذه الحالة هي أكثر عرضة لمظاهر العلمنة على حساب التدين نظرا لسياسات التحديث والنزعة البرغماتية التي تحكمها.

وعليه يمكننا القول أنه "لا يمكن في هذه الحالة أن يتحقق "الفعل" البشري إلا من خلال القدر الهائل مما نمتلكه من معرفة مبنية اجتماعيا" (غيدنز، أ. 2005: 703) وبالتالي فإن عملية تمثل الخطاب الديني المتلفز واستبطان بنياته، تمثلا ذهنيا جسديا في نفس الوقت، هي ليست

مجرد قدرة فطرية لدى الأفراد، بل هي قدرة تنشأ وتبنى وتزرع اجتماعيا وثقافيا فيهم، حيث تستدخل في تكوينهم الشخصي عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية بواسطة التربية والتعليم والتلقين والعنف الرمزي في ظل الصراع الذي تعيشه المجتمعات التقليدية الحاملة لرأس المال الثقافية الدينية، وهذا الأمر نوعي ومتمايز رهانه سعيهم الدائم إلى المحافظة على مواقعهم ومكاناتهم الاجتماعية.

### 3.3.3 الصوم:

يعتبر الصوم طقس ديني وممارسة للتعاليم الدينية، وهو الركن الرابع من أركان الإسلام، وتحضى ممارسة هذا الطقس بأهمية خاصة في النظام الثقافي الإسلامي بشكل عام، حيث نجد من المسلمين من لا يؤدون الصلاة ولكنهم يصومون شهر رمضان، ما يعني أن شعيرة الصيام ذات منزلة تتغذى من الديني والثقافي الأنثروبولوجي والاقتصادي معا، بحيث يصبح شهر الدين والتدين وممارسة العادات والتقاليد بغض النظر عن تصريحات رجال وعلماء الدين الذين ينزعجون وينتقدون هيمنة العادات الاحتفالية التي تؤثر على البعد الروحي للصيام.

يرمز الصوم "إلى قدرة الإنسان على التحكم في طبيعته وحياته وضبطها وفقا لقواعد السلوك التي فرضها الله على عباده، إذ أن قدرة الإنسان في السير على النهج الإلهي تؤكد أنه غير متعلق بشهواته ليعيش في هذا العالم المندس الذي تطبعه الفوضى العامة" (منديب، ع. 2006: 138)، بهذا المعنى يصبح شهر رمضان مخربا لقياس الحس الديني لدى المسلمين سواء كانوا مؤمنين أو غير مؤمنين. كما ينبغي الإشارة في هذا الصدد أن شهر رمضان يعمل من جهة كمحفز على ممارسة الصلوات اليومية والالتزام بأدائها في أوقاتها المحددة وصلاة التراويح سواء كان ذلك بالنسبة للأشخاص الذين يمارسون صلاة متقطعة أو أولئك الذين لم يسبق لهم الصلاة، ومن جهة أخرى يلزمهم القيام بقراءة القرآن والالتزام بلباس معين طيلة الشهر، إنه بذلك يخلق نوعا من الحماس الديني لدى المسلمين.

ويتناول الخطاب عينة الدراسة الصوم باعتباره " قوة ويزيد المناعة وهو علاج للأمراض وهو عبارة عن عبادة تشبه عبادات الملائكة الكرام من ناحية الدوام والاستمرارية" كما وصفه



أيضا بالجناح الذي يطير به المؤمن إلى ربه تقريبا منه للحصول على الثواب والمغفرة والمفازة بالجنة. ويعتبر الصيام بالنسبة لمبجوتاتنا الشعيرة الأكثر كثافة بالمقارنة مع باقي الفرائض الدينية الأخرى، حيث أشارت المبحوثة رقم 09 قائلة "راني مريضة بكل علة، بصح عمري ما فرطت في صيام رمضان،..... والطبيب قالي ماتصوميش" يبدو أن هذه الحالة بالرغم من مرضها وكبر سنها، وبالرغم من الترخيص الشرعي الواضح والصريح الذي يعفيها من أداء هذه الفريضة الدينية إلا أنها لا تتوانى في صيام الشهر الفضيل، ذلك أن القيام بهذه الشعيرة يعتبر وسيلة تتميز بها أمام نظيراتها -من نفس سنها- اللواتي يتحججن بمنع الطبيب صومهن وعدم قدرتهن على صيامه، كما أنها تظهر لمحيطها الاجتماعي قدرتها على التحكم في نفسها مبعدة بذلك نظرة الشفقة عليها. في حين تشير المبحوثة رقم 10 قائلة " سمعت المفتي يقول كلما ذاقت بيك الدنيا بمشاكلها وهمومها، توجه إلى الله بالصلاة والذكر والصيام باش تكون قريب ليه يسمعك ويعينك باش تتجاوز المحنة"، يبدو أن هذه الحالة المقاربة هذه قد تمثلت خطاب الشيخ المفتي التي شاهدهته وجسدته خير تجسيد في سلوكها الديني بحيث أصبحت تلجأ إلى التقرب من الله والتضرع إليه والإكثار من الدعاء كلما تعرضت لضيق نفسي ومشاكل اجتماعية في محيطها عن طريق صومها شهري رجب وشعبان ورمضان على التوالي ليفصل بين شهري شعبان ورمضان أسبوع فقط تفره، لتتجلى بذلك صورة المناجاة والبحث عن الخلاص من المشاكل التي تعيشها، كما أنها لا تستغني عن صيام يومي الاثنين والخميس من كل أسبوع إضافة إلى صيام "الأيام البيض" بالمفهوم العامي والتي يعنى بها صوم أيام 13، 14، 15 من كل شهر هجري.

ما يمكن قوله في هذا السياق هو أن المرأة لا تكتفي بصيام شهر رمضان فقط كونها تلقتة عن طريق التنشئة الاجتماعية ليصبح بذلك عادة تمارسها كل سنة، بل تلجأ أيضا لصيام أيام وشهور لتناجي الله عز وجل طمعا في إيجاد مخرج لمعضلاتها ومشاكلها من جهة والحصول على الثواب والتقرب من الله عز وجل من جهة أخرى، والتي تمثلتها واستوعبتها من خلال تلقيها للخطاب الديني المتلفز المحلي والكوني على السواء

#### 4- الهوية الدينية للمرأة : بين التعدد والتناقض



يعدّ قياس الفهم الديني والمعتقد قياساً دقيقاً من بين أهم الصعوبات التي يواجهها الباحث في سوسولوجيا الدين، لأن هذا القياس يرتبط بمجموعة التصورات والتمثيلات الذهنية حول المقدّس وطريقة التعاطي معها أو طريقة إدارة ما يتعلق بها على حدّ تعبير Hubert، لأن "المعتقدات بحاجة إلى البشر حاجة البشر إليها" (السواح، ف. 2002: 49) وذلك لهدف جوهرى يتمثل في تحيينها والمحافظة على تواجدها باعتبارها أساس التفاعل البشرى مع الله على حدّ تعبير Piette.

وانطلاقاً من الحياة اليومية التي تعيشها المرأة الجزائرية والتي تتسم بدرجة كبيرة من التعقيد والتعظيم وعدم القدرة على العيش وفق سجل واحد، نجدها تتعدد في السجلات والمرجعيات في ضل عالم مشبع بالإعلام والاتصال كما يذكر Kumar، لذلك يمكننا أن نطرح تساؤلاً ضمنياً في هذا المجال مفاده: هل يمكن القول أن المرأة اليوم مجبرة على اتباع ما ورثته من الأجيال السابقة؟ تقول المبحوثة رقم 09 " أنا نتبع حصة فاسألو أهل الذكر وين يسقسو الكثرة نسا الشيخ على أمور الحياة من طلاق، وإرث وزواج.....و نروح نرور ثاني، و قبل ما نروح عند أي والي يليق نروح عند جدي الأول و من بعد نروح عند إبي نبغي " هكذا إذن تبدو ازدواجية الفعل وتناقضه في نفس الوقت، فمن جهة تصرح على متابعتها للحصص الدينية بمختلف ما تحتويه من فتاوى وفي مختلف المجالات الاجتماعية والتي تساعد على فهم أفضل لمعالم الإسلام الرسمي من خلال النص المقدس الذي يتكلم فيه خطباء الدين، إلا أنها لازالت تعتقد وتمارس طقوسا ورثتها بفعل التنشئة الاجتماعية وبفعل الإسلام التقليدي الشعبي من مجتمعها المحلي، وهي تؤكد على زيارة جدّها الولي، لأن ذهابها هذا يعتبر استئذاناً و مشورةً للسماح لها بزيارة الأولياء والأضرحة الأخرى من أجل قضاء حوائجها، وهي تعتقد أن جدّها الولي سوف يسبب لها المرض والألم في حالة عدم زيارته له، وتصرح أيضاً "الزيارة على حساب نية الواحد، أنا نروح نكتب لراسي وباش نريح" فزيارة الولي حسب اعتقادها ستكون تخفيفاً لما تعانيه من أمراض والتماساً لحلول البركة عليها.

وزيارة الضريح لا تقتصر فقط على طلب الشفاء فقط، بل تتعدد وظائفها إلى طلب فك رباط الزواج والحمل، إذ تستعين بعض المبحوثات ببركة الولي في تحقيق مطلب الزواج فنقول المبحوثة رقم 07 "أنا شفت راجل جاني في المنام سموه قادة وقالي خفي نوضي نفضي

روحك.... وزرت سيدي قادة وبعد ثلاث سيمانات نخطبت لواحد معسكري وسموه قادة" حسب هذه المبحوثة في سياق كلامها أنها لم تكن تؤمن بهذه الكرامات إلى أن تعرضت بشكل شخصي لهاته التجربة، أين انقلبت أفكارها رأسا على عقب في درجة اعتقادها بهذه الكرامات، فهي بالإضافة إلى إسلامها الرسمي من خلال تبنيها متابعة مختلف الحصص التلفزيونية التي مجالها الدين والالتزام ببعض الطقوس مثل الصوم شهريا ثلاث أيام (الأيام البيض أيام 13-14-15 من كل شهر)، وصوم عرفة وارتداء الحجاب والصلاة في أوقاتها، فإنها تولي أهمية كبيرة للإسلام الشعبي وخاصة لكرامات الأولياء لذلك هي تسمح لنفسها بممارسة بعض الطقوس من أجل الخروج من عنوستها مثلا، وهناك من تفلن بأنها مارست فك الرباط في هذا الولي فتقول المبحوثة رقم 07 "كنت مربوطة،... وسنسله سيدي قادة هي إلي تحل الرباط" إذ ينبغي الإشارة إلى أهمية بعض الطقوس الدينية التي تمارس على مستوى الضريح مع بعض الكلمات لتتجرى الولي - سيدي قادة- ويتوسط لها عند الله لفك الرباط ومن ثمة تهيئتها لدخول مجال آخر عبر طقوس المرور التي ستمثل في الخطبة والزواج، مع العلم أن هذه المبحوثة لا تنتمي لثقافة المجتمع المحلي المعسكري، بل تنتمي لإحدى الولايات المجاورة الأخرى، وهنا سنلمس أهمية الاندماج والتكيف ومن ثم الحراك الذهني والفكري التي تأثرت وانفعلت به هذه المستجوبة، فقد تزوجت في مدينة معسكر لأنها تؤمن بفكرة "المكتوب" ف" المكتوب هو اللي جابني لقادة و لمعسكر" كما تصرح بالحرف الواحد.

يتضمن الخطاب الديني ضمن برنامج "فاسألوا أهل الذكر" الذي يبيث في القناة الجزائرية محل الدراسة العديد من الفتاوى الخاصة بأنماط هذا التدين الشعبي، تحرم هذه الفتاوى طقوس الزيارة والتبرك بالأولياء جملة وتفصيلا كونه شرك بالله ، حيث نجد أن المرأة بحد ذاتها متيقنة ومتأكدة كل التأكد من تحريم التبرك بالأولياء إلا أن عاداتها وتقاليدها والعرف السائد في مجتمعها يجبرها على حدّ تعبيرها على الالتزام والخضوع للثقافة الاجتماعية، إذ ستذهب إحدى المبحوثات إلى فعل مدّس في وقت مقدس لتظهر لنا "جدلية التخفي والتجلي" حسب الزمان والوقت الفعلي وتصرح المبحوثة رقم 09 "الكتبة (السحر) في ليلة سبع وعشرين تصدق 100 بالمية" إنه لتناقض جسيم يعبر عن التقاء مجالين مختلفين: مجال المقدّس (قدسية شهر رمضان

وقدسية ليلة القدر المتزامنة مع ليلة السابع والعشرين أين يتم التعبد والتقرب من الله عزّ وجلّ بالذكر والصلاة)، ومجال المدنس (اختيار هذا اليوم بالذات لإنجاح فعل السحر) لتضيف قائلة " في ليلة سبعة وعشرين لجنون ينطلقو" أين تصبح هذه الطلاس وهذه الممارسات شائعة في هذا اليوم عند اللذين لا يمتلكون إيمانا قويا بدينهم وبقدسية هذه الشعيرة وملاذا لتدنيس أفعالهم في هذا الشهر الفضيل، ولكن الملفت للانتباه أن هذه المبحوثة بالذات عبّرت عن كونها متلقية جيدة وزبونة دائمة للبرامج الدينية وعلى رأسها البرنامجين " فاسألوا أهل الذكر، و"انصحوني" لشمس الدين الجزائري، فالى أي مدى ستساعد هذه البرامج الدينية المرأة في التكفير عن ذنوبها؟...

إن تمثل واستيعاب المرأة لجملة المعارف الدينية المستنبطة من الخطاب الديني لا يعني بالضرورة ممارستها، ذلك أن الدين لم يستطع بالرغم من كونه نسق ثقافي بامتياز من تغطية مختلف الممارسات المجتمعية وهذا ما يحيلنا إلى فكرة أخرى مفادها مسألة الذهاب والإياب حيث تتصرف المرأة مع الفتاوى والتصورات بطريقة براغماتية تدعم ما ينفعها وتعمل على تطبيقه وتنفي وفق استراتيجيات دفاعية ما يناقض منفعتها الشخصية" (نعيمي، م.2016/ 2017: 203)، ليصبح بذلك تحليل الممارسة الدينية للمرأة في ظل الخطاب الديني المتلفز ليس بالضرورة تطبيقا لكل مجريات الأحاديث المنطوقة من طرف الفقيه أو الخطيب الفضائي، بل تتعداها لتبيح المرأة لنفسها الولوج لعالم المندسات كون المجال الزمني كفيل لتصحيح أخطائها كلما تقدمت في السن بالذهاب إلى المسجد والقيام بمناسك الحج تكفيرا عن ذنوبها، فكما تقول كل المبحوثات " شوية لقلبي و شوية لربي" فهن تركزن بذلك على أهمية الفضاءين: الديني والدينيوي، فالفضاء الديني يعد ناقصا لوحده، بل يجب تعبئته بما هو اجتماعي ومصلحي خدمة للأغراض الشخصية، وتعبيرا على هذا الأسلوب من الخطاب الديني فإن بعض المبحوثات يلجأن إلى هذه القناة لتغطية النقص المعرفي للإسلام، و يبقى العمل بها شيئا نسبيا اللهم إلا ما كان منها مصلحيا.

## 5- خطاب الفضائيات الدينية والهوية : قراءة في آليات الهيمنة

لقد خصص الداعية المصري عمرو خالد بصفته شخصية دينية إعلامية بارزة العديد من البرامج التلفزيونية عبر قنوات مختلفة كبرنامج صنّاع الحياة، وعلى خطى الحبيب في قناة اقرأ، وصدق رسول الله ضمن قناة الرسالة، ولمحات إنسانية، والإيمان والعصر ضمن قناة المحور، والسيرة حياة في قناة الرأي... وغيرها من البرامج الدعوية الدينية التي كان لها تأثيرا كبيرا على المتلقين خاصة على فئة الشباب التي يحاول معها وبكل ما أوتي من تجربة ومعارف أن يوليها اهتماما كبيرا ويخاطبها عبر مشاركاته المتلفزة من أجل العمل على تنمية سلوكياتهم وتلبية احتياجاتهم، أما من حيث مواضيع برامجه المختلفة فهي تحمل تسميات مختلفة عن باقي البرامج الدينية المشابهة لها والتي تبث في مختلف القنوات الفضائية علما أنها تتميز بالراهنية وبمدلولاتها العملية البارزة، وكمثال على ذلك نشير إلى برنامج صنّاع الحياة الذي لاقى نجاحا كبيرا في الساحة الإعلامية حيث يدل - من حيث اختيار تسميته - على صناعة الفرد وتهيئة نفسه لربه، بمعنى أن التأسيس لفتح الأذهان وتفعيل دلالة المسؤولية ورفع مستوى الأخلاق الذاتية والاجتماعية ضمن شبكة التواصل والمثاقفة معا هي من الأفعال المحورية التي تؤدي إلى التغيير.

إن هذا الوجه من الحرية واتساع رقعة الاطلاع على المعارف الدينية عبر القنوات أمام تعدد المرجعيات الدينية قد ينتج عنه تعتيما وضبابية للمتلقي، وإن ذلك يبدو وكأنه نوعا من الإرباك الذاتي لبعض القضايا اليومية المعاشة المتسمة بهالة من التقديس، وقد يجد هؤلاء الذين يكونون في موقع انتقائي لمختلف المرجعيات المتعددة بما يتماشى ومصالحهم (البرغماتية في التعامل مع المقدس) أنفسهم في وضعية تستدعي التعامل معها برجاحة عقل متزنة.

خاصة وأن تغلغل المضامين الخطابية الدينية في الحياة الاجتماعية اليومية للفاعلين، قد خلقت وفق رؤية بودريار عالما متكونا من اختلاط أنماط السلوك الديني من جهة وكذا أشكال الصورة الإعلامية من جهة أخرى، كما حاول فيبير أن يوضح "كيف يمكن للسلوك الديني أن يوجه بقية النشاطات الإنسانية والاقتصادية والسياسية والقانونية وفق تعاليم وتشريعات معينة وكيف يمكن لهذا التوجه أن يحدد سلوكا أخلاقيا يطبق بدوره في الشؤون الدنيوية" (عماد، ع. 2017: 88) وهو ما يؤكد عليه أيضا هيجل باعتبار "أن الأفكار والمعتقدات السائدة كبنية

فوقية هي التي تحدد السلوك الإنساني" (عماد، ع.2017: 81) وهي القاعدة العملية التي تقوم بتسيخ مضامين دينية معينة غالبا ما نجدها داخل الرسائل المتوجهة إلى المتلقين والتي تساهم في إعادة تشكيل هويتهم الدينية، والتأثير فيها بشكل قابل للملاحظة وبدرجة كبيرة للغاية، وذلك من خلال قيم متعددة المرجعيات، مما يتيح أمامهم كمؤمنين إمكانية الاختيار والانتقاء الطوعي لبعض المبادئ البارزة من بين هذه النماذج الدينية المتعددة، وهو ما لم يكن مقبولا ولا معمولا به في مراحل سابقة من تاريخ المجتمعات الإسلامية.

يجب علينا أن لا نغفل أن عملية استخدام أو توظيف الخطاب الديني المتلفز والتي تتم بشكل مكثف خلال الأزمات وتشكل لنا دائما ذلك الدور المحوري الذي يعمل في انسجام مستمر مع الأحداث على تسيير هاته الأزمات، كما أن ذلك يعد نوعا من الاستدعاء للتنفيذ من أجل الاحتماء بنماذجه في التحديات التي تخلق وتحدد نوعا من التوازن للذات الفاعلة والذات الاجتماعية، ويمثل لنا ذلك كباحثين ما تعنيه لنا تلك الطاقة الهائلة التي تقوم بشحن الحقل الثقافي الديني، وتتخذ منها القوى أو الأنظمة السياسية السائدة (مؤسسات الدولة) شرعيتها بطريقة راشدة خاصة وأنها تتبناها تحقيقا وإثباتا لهيمنتها، كما يمكن لجهات أخرى من النظام استعمال هذه الطاقة للتحريض وإثارة السخط على النظام القائم (المعارض).

إن جملة التحولات الجديدة التي شهدتها العالم خلال السنوات القليلة الماضية ما هي إلا تعبير ودلالة ضمنية كامنة عن انفراد ما يسمى بـ«الإيديولوجيا الناعمة»<sup>1</sup> التي تراهن الفضائيات الدينية ومن ورائها السلطة السياسية والاقتصادية التي تقف على كل ذلك من خلال ممارستها للعنف الرمزي ضمن أطر التعبئة الجماهيرية وفق جرعات متفاوتة "تتغلغل وتنساب إلى عقول المشاهدين.... بهدوء وبلا ضجيج على عكس ما كان يتم في السابق" (بورديو، ب. 2004: 24) وفق تقنيات وآليات خفية متميزة تقوم في غالب الأحيان بعملية استعراض حب الذات من جهة وبالحفاظ على النظام الرمزي المؤطر لوجودها من جهة أخرى (ويمكننا أن نذكر هنا على سبيل المثال بعض القنوات الشيعية كقناة الأنوار والكوثر، والسلفية كقنوات

1- الإيديولوجيا الناعمة Soft ideology إنها تلك الجرعات اليومية بل اللحظية التي تبثها وسائل الإعلام الحديثة وكذلك مختلف الوسائط المتعددة عبر شبكة الأنترنت.

المجد والناس والأثر التي تحاول جاهدة من خلال رأسمالها الديني على استقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين وذلك من خلال استخدام آلية العنف الرمزي وأساليب الهيمنة) لأجل أن يصبح الخطاب الديني المتلفز عملية توجيه توطر وترسخ الانخراط وتؤسس الولوج في الحياة الإعلامية التي تصنع الثقافة الدينية والتي يمكن أن تدرج كذلك في الوجود الاجتماعي والسياسي للتلاعب بالعقول.

إن سبل إنتاج الثقافة الدينية التي يكتسبها الأفراد سواء من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، أو من خلال ما تم تجديده وإعادة تمثله وممارسته عبر التلق المجحف للخطاب الديني المتلفز الذي يعمل في نفس السياق على إعادة هيكلة واستصاغة الموروث الديني بشقيه المحلي والعالمى للجمهور المتلقي وبشتى طرق التأثير كاعتماده إثارة العنف الرمزي الذي تمارسه القنوات عبر مختلف برامجها، نظرا لأنه خطاب يمكنه أن يسمع ويشاهد عبر الإلقاء والمتابعة الحية فإنه وكيفما كان نوعه خصوصا أو شموليا فإنه يشهد تجانسا وتشابها في الموضوعات التي يقترحها للنقاش والمحاورة والإفتاء، مع احتمال أن يتميز إيديولوجيا في أحيان أخرى ومن خلال المرجعيات الدينية المتنبة وأيضا من خلال استراتيجيات التقديم والأداء وعصرنة الوسائل المستعملة والبث التلفزيوني، لا لشيء إلا لتسجل التميز ولأجل أن تحافظ هذه القناة على سمعتها وصدارتها في عرض المشهد الديني مقارنة بالقنوات الأخرى (كقناة الرسالة أو قناة اقرأ حسب الأوديمات<sup>1</sup> المسجلة) "إن هذا النوع من لعبة المرايا العاكسة التي تمارس من كل جانب يحدث تأثيرا هائلا من الانعزال والانغلاق العقلي" (بورديو، ب. 2004: 58) الناتج عن آلية الانتشار الدائري للمعلومات والمعارف الدينية التي تؤثر على درجة قبول أو رفض المتلقي لنمط هذا الخطاب ما دام أن السوق الاستهلاكية لهذا النوع من الفكر هي دائما متشابهة، ويكون هنا المرجع هو كيفية اختيار مختلف التوجهات التوحيدية على المستوى العالمي أو الإقليمي حسب تقنيات ومهارة العرض المقدمة التي يجب إيلاءها ثقة منقطعة النظير لإنتاجها الفكري أو الدوغمائي المتلفز على حساب السوق الدينية المحلية إن وجدت، لتشكل بذلك غذاء ثقافيا وروحيا على أكبر قدر من السرعة الممكنة والتي من شأنها أن تمس التكوين العقلي للأفراد

1- الأوديمات Audimat تعني قياس نسبة الإقبال على مشاهدة برنامج معين.

وتغير من طرق رؤيتهم وتفكيرهم للموضوعات والقضايا الاجتماعية العامة التي تحيط بهم، وهذا ضمن تنوع ثقافي مشرعن يسعى إلى تدجين العقول وتعبئتها وقولبتها وفق المقاس الذي حبك مسبقا في سيناريوهات البرامج والخطابات الدينية. وربما تهدف هذه المساعي في محاولاتها الحثيثة إلى إنتاج التتميط الفكري والتأثير السياسي لأجل الوصول إلى صناعات ثقافية دنيئة وإلى ترسيخ العنف الرمزي الذي يتجول وينتقل من قناة إلى قناة عبر البرامج التي تدسّ الإيديولوجيات وتحولها إلى عنف مادي.

يمكننا القول إجمالاً أن الخطاب الديني المتلفز يمثل نسقا كاملا يعمل على مد المؤمنين بثقافة دينية متكاملة وأيا كان نوعها وتوجهها فإنها تتعلق بالفكر العقدي والطقوسي وبجملة القيم الضرورية التي يحتاجونها لتسيير شؤون حياتهم، وفي نفس الوقت يمثل عنصرا فاعلا وقدرة ديناميكية داخل نسق شامل يتمثل في الاجتماع المدني للدولة بمختلف أبعاده السياسية والوطنية والقومية والإنسانية.

إن محاولة ربط هاتين الفكرتين بطرق اشتغال الخطاب الديني المتلفز تمكننا ربما من فهم " المجال الحقلي" لكل منهما في إطار عملية إدراك حركة الثقافة الدينية وديناميتها. بمعنى أن الفكرة الأولى تحيلنا إلى فهم واستيعاب الخطاب الديني المتلفز وفق دلالات معرفية دينية، في حين تتجه الفكرة الثانية إلى أن اعتماد وتبني هذا الخطاب وفهمه سيكون وفق تحليل سوسيو - ثقافي لمختلف تجلياته وتمظهراته في البنية الاجتماعية السائدة. إن جل المساعي الإعلامية المشار إليها أنفا تهدف إلى الاستثمار الإيديولوجي في الخطاب المتلفز الذي يعمل على بناء الثقافة الدينية وحركيتها، ومن ثم فإن الأفعال والسلوكيات الناتجة عنها ترنو نحو الاستجابة الحتمية لكل ذلك، وكمحصلة عامة يحيلنا هذا الأمر إلى تشكيل وبناء هوية دينية أو إعادة بنائها وتجديدها وفق أفق حدائي يؤكد على الانفتاح على الآخر ويدفعنا خاصة إلى المحافظة على الإرث الثقافي والتحلي بخصوصياته في نفس الوقت.

إن جملة الآليات الموظفة تعمل باستمرار على تعرية التوجه الاجتماعي العام للدين ويرنو بشكل تدريجي نحو الهيمنة على المجتمعات والأفراد باسم الإله، كما أنه يتجه إلى حمايتنا من اللاهوتية الدينية القادمة من كل صوب، ولأنه في حمايته هاته لنا يقوم بعملية التصدي لكبار

كهنة التواصل الشامل والتي تسعى المؤسسات الإعلامية وعلى رأسها التلفزيون إلى استغلالها بم يخدم أغراض ومنافع الجماعات السياسية أو الدينية الضاغطة، لذلك نرى أن الإعلام في توجهاته الديماغوجية أصبح يعري بالتعبير عن كل ذلك وعن الواقع الذي يسهم في خلقه عن طريق البرامج التي يسطرها لبلوغ أهدافه، حيث يبيثها كيفما حتم عليه المنطق ذلك وبالطريقة التي يراها مناسبة، ويتأرجح الفرد المتابع لهذه الخطب مع كل هذه الخلفيات بين دفتين إعلاميتين أو إيديولوجيتين مختلفتين، حيث تنادي الأولى بحريته في تدبير شأنه الديني، وتدعوه الثانية لعولمة طاغية تعرض عليه مشروعاً دينياً شاملاً ومختلفاً في نفس الوقت من حيث المعتقدات والممارسات والقيم والانتماءات والهويات.



## خلاصة :

يشكل التلفزيون ملقياً إيديولوجيات دينية لقوى اجتماعية تروج لخطابها المعبر عن تطلعاتها العقدية والسياسية التي تراهن على الخطاب الديني المتلفز بوصفه أداة ووسيلة تنشئية مهمة تضفي المشروعية على طموحاتها في التغيير وتحقيق المشروع الاجتماعي الحداثي البديل، في إطار ترسيخ مكانة مركزية له ضمن خطة هيكلية الحقل الديني، من حيث السعي إلى خلق نمط حداثي من التدين (شكلاً ومضموناً) وقطع الطريق على كل الخطابات والنماذج التي تنشذ عن الإطار المذهبي والعقدي المرسوم للبلاد، والذي يضمن استمرارية النظام السياسي والاجتماعي من خلال الأمن الروحي والديني للفاعلين الاجتماعيين الذي يعني تحصين المواطنين والمواطنات ضد أنماط التدين والإفتاء المناوئة للنظام أو كما يسميه الآخرون بـ"الخوارج الجدد".

إننا وبأي حال من الأحوال لا يمكننا حصر وظيفة التلفزيون بصفة عامة والخطاب الديني المتلفز على وجه الخصوص في الإعلام والإخبار لأن هذا الخطاب هو بقدر ما أصبح يؤثر في التمثلات والممارسات الدينية اليومية للأفراد ومختلف علاقاتهم الاجتماعية، فهو عموماً والموسطة التلفزيونية للدين على وجه التحديد التي نجد أنها لم تساهم فقط في تغيير العلاقة بالديني فحسب بل تنجم عنها جملة من التغيرات الإستراتيجية في حياة الإنسان عموماً. وباعتبار الدين تشريعاً وإيماناً وعبادة فهو يساهم كذلك وفي جميع الأحوال إلى إعادة بعث أو إعادة ولادة هذا كمال أو كفضاء اجتماعي بامتياز (ضمن ما يسمى بالفضاء الديني العام)، وفي نفس الوقت فإن هذه الموسطة خلقت معالم جديدة في التدين تنادي وتندد بالفردانية وبالشخصنة إن جاز لنا تبني هذا المصطلح (خاصة وأتينا نجده أكثر تحديداً) وهنا يجب أن نميز أنه إذا لم يعد للدين ذلك الملمح الجماعي جراء الميولات البراغماتية القاتلة، فإنه أصبح شأناً فردياً بامتياز وبتمثلاته وممارساته لذلك إذا كان يتجلى كتميز فكري فهو يحتاج للتفسير والتوضيح أكثر فأكثر)، ضف إلى ذلك أنه أصبح غذاء ثقافياً سريعاً تمت سلعنته بقياس مستوى الأوديمات، من حيث ترويجه وحساب نسب ربحه في ظل سوق دينية استهلاكية منافسة.

خاتمة عامة

خاتمة عامة:

يعتبر الإعلام التلفزيوني إحدى أهم وأبرز المؤسسات التنشيطية التي يسعى من خلال تأثيث شبكته البرمجية إلى إنتاج أو إعادة إنتاج أو حتى تغيير البنيات الثقافية والقيمية ومختلف المنظومات المعيارية داخل النسق الثقافي والاجتماعي للمجتمع، حيث شهدت السنوات الأخيرة تدفقا منقطع النظير للقنوات والخطابات التلفزيونية حاملة معها توجهات فكرية وإيديولوجية مختلفة لتتصدر الخطابات والبرامج الدينية في الساحة الإعلامية، حيث أن هذه الصدارة ما هي إلا انعكاس لجملة التحولات الدينية والاجتماعية التي تعرفها المجتمعات العربية، خاصة وأنها تعرف حضورا منقطع النظير للدين في الفضاء العام.

لقد كان من نتائج هذه التحولات وغيرها أن تحول الدين إلى موضوع للنقاش السياسي والاجتماعي، وإلى تأمل قضية خطاب البرامج الدينية المتلفزة، حيث شهد هذا الأخير (الخطاب الديني المتلفز) تداخلا شديدا مع الثقافة الاستهلاكية بما فيها من تركيز على عالم التجسيد المتمسرح وعالم الصورة وتدفق العبارات وسيولتها وتداخله أيضا مع رأس المال وعالم التبادل التجاري بما فيه من اعتبارات الربح والخسارة وارتباطه الوثيق أيضا بمنظومة الحكم (اقترابا أو ابتعادا أو نقدا) (زيد أحمد 2007).

لقد تناولت دراستنا مجموعة من الأبعاد السوسولوجية، خاصة وأن موضوعنا موضوع معقد ومتشعب في آن واحد، فهو يهتم بالظاهرة الاجتماعية في ارتباطها بالتلفزيون كمؤسسة إعلامية وبالبعد الديني حيث رصدنا وحللنا بنية ومضامين الخطاب الديني المتلفز في عملية بنائه وإنتاجه للهوية الدينية الخاصة بالمرأة الجزائرية عموما والمعسكرة على وجه التحديد، موظفا جملة من الآليات والاستراتيجيات الخطابية البرغماتية والعاطفية التي تستثير العقول والقلوب للتماهي مع مضامينه في محاولة لخلق وتشكيل تصورات وتمثلات تيولوجية وبناء نسق قيمي متميز وفق استراتيجيات تفاوضية يتم توظيفها ضمن نسق الممارسات الدينية اليومية.

ما يمكن استخلاصه بخصوص دراستنا البحثية المتواضعة أننا لمسنا تباينا في اهتمام الخطاب الديني الإسلامي المتلفز في قضايا هذا العصر، فبينما كان هناك اهتماما واضحا بالقضايا الماضوية أو الأخروية، لم يحظ الجانب الدنيوي والقضايا السياسية والاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية بنفس درجة الاهتمام، وهذا يعد إحدى نقاط ضعف خطاب البرامج الدينية المتلفزة.

كما وأعطى خطاب الفضائيات اهتماما كبيرا لتراث السلف الصالح والذي يعتبر تراثا إسلاميا مقارنة مع مختلف القضايا الأخرى، حيث استند في ذلك على قصص وأحداث وأخبار السلف الصالح، وهو بهذا قد قدم خطابا روائيا مستندا على هذا الإرث، فإذا كنا نتفق مع هذا التوجه للإستفادة منه وأخذ الدروس والعبر إلا أننا نتمنى لو أن الخطاب يرتبط بالواقع الحاضر بمختلف مستجداته الثقافية والاجتماعية والدينية والاقتصادية... وأن يتحدث بلغة العصر ليكون تأثيره بشكل أفضل على الجمهور المتلقي بمختلف شرائحه وفئاته الاجتماعية، ولعل التوجه الماضوي يعتبر أحد الأسباب التي تحد من مشاهدة البرامج والخطابات الدينية محليا وعالميا على السواء.

شكل موضوع المرأة في الخطاب الديني أحد المواضيع الرئيسية التي تناولتها مضامين الخطاب الديني المتلفز خاصة المحلية منها، إلا أنه لا يزال يشكل حالة خلافية بين المفكرين والعلماء، بحيث أن بعض القضايا ذات العلاقة بالمرأة مثل لباس المرأة وعملها وسفورها... لازالت موضع نقاش وحوار.

أيضا يمكن القول أنه يوجد تباين في خطاب القناتين محل الدراسة بخصوص القضايا المعاصرة، فبينما نجد قناة الجزيرة تقدم خطابا سياسيا يتوافق مع توجهاتها باعتبارها قناة إخبارية سياسية خاصة، ولا ترتبط بنظام سياسي معين، وترفع شعار الرأي والرأي الآخر، وبالتالي لديها المرونة في التعاطي مع كافة القضايا ، أما في قناة الشروق TV فخطابها خطاب ثقافي اجتماعي وهذا يعكس طبيعة القناة وتوجهاتها باعتبارها قناة خاصة، لكنها في

ذات الوقت تعبر عن سياسة الدولة وعن توجهاتها السياسية (ولا تخرج عن هذا الإطار) وبالتالي ليس لديها المساحات من الحرية المتوفرة في قنوات أخرى خاصة.

لقد حاولنا في دراستنا المتواضعة هاته تقديم إمامة خطابية عامة بأهم الخرائط الخطابية الدينية لدى المرأة المحلية، إلا أن محاولتنا هاته لا تخلوا من صعوبات ومخاطر، حيث تتمثل هذه الإشكالات في:

صعوبة قياس الهوية الدينية للمرأة رغم الاحتياطات المنهجية والتقنية التي يمكن أن يتسلح بها الباحث، فهذه العملية تطرح العديد من الصعوبات، ذلك أن طبيعة القيم والممارسات والاتجاهات الدينية في قدرتها على التخفي والظهور تجعلها غير شفافة، ولذلك وجب أخذ هذه الإشكالات بعين الاعتبار كي لا نعطي تأويلات خاطئة، فنحن في عملنا هذا إنما نقيس ما تصرح به المرأة عينة الدراسة من اتجاهات وقيم لا تمارسها حقا في حياتها اليومية، وبالتالي مهما كانت درجة موافقة المرأة على قيمة معينة أو على سلوك ما أو اهتمامها بها، فإنها لا تعني بالضرورة إمتلاك القيمة والتصرف وفقها.

صعوبة رصد كل المبادرات الخطابية الدينية المتلفزة التي يقوم بها الفاعلون الدينيون، وصعوبة تتبع آثارها على واقع المرأة الجزائرية، لذلك نحن نعتزف أن ما توصلنا إليه في بحثنا هذا لا يعد سوى مدخل أولي يمكنه مساعدة الباحثين على تملك أوجهه الشاملة سواء الظاهرة منها أو الخفية.

إن قضية التفاوض الاستراتيجي التي تميز المجتمع الجزائري عموما والمرأة على وجه التحديد والتي حاولنا تقديم جملة من المعطيات والتحليلات بخصوصها إلا أنها تبقى ناقصة وتحتاج إلى مقاربات سوسيو تاريخية وأخرى أنتروبولوجية لفهم أعمق لمختلف تعقيداتها وفك شفراتها الملغزة.

إن تحليلنا للظاهرة الخطابية الدينية المتلفزة والنسوية لا يعني بالضرورة أننا أحطنا شموليا بالظاهرة الدينية الاتصالية (ضمن مجهودنا الفردي)، إنما هذا العمل يتطلب /

يستدعي تظافر عدة جهود وتخصصات علمية في شتى الحقول للإحاطة بالموضوع وفق مقاربات منهجية وعلمية.

في الأخير لابد لنا من الوقوف والاعتراف مرة أخرى بأن التعامل والبحث والتفكير في مسألة الدين وارتباطه بمسألة الحداثة والعولمة بمفاهيمها المتقاربة والمتداخلة هو مجازفة علمية مليئة بالعوائق والمخاطر ولكنها تبقى ضرورية وأساسية، وإذا كان هناك من يعتقد أن مفهوم " الهوية الدينية" وكذا مفهوم "التدين" إنما جاء ليخلص الباحثين من هلامية " الدين" في حد ذاته ويساعدهم في ذات الوقت على فك طلاسمه وتحديد ملامحه، فإنه في الواقع ينقلهم من مغامرة إلى مغامرة ويزج بهم ثانية في غياهب فوضى المفاهيم وانزلاقاتها.

# المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1- المصادر:

القرآن الكريم

ابن منظور، جمال الدين الأفرقي ابن مكرم (1955). لسان العرب، ج1، ط1. بيروت: دار صادر للنشر.

2- المراجع:

1.2 المراجع العربية:

- 1- اليحياوي، يحيى (2016). الخطاب الديني في الفضاءات العربية: مقاربة من منظور الموسطة، ط1، المغرب: مؤمنون بلا حدود.
- 2- الإبراهيمي، خولة طالب (2000). مبادئ في اللسانيات العامة، الجزائر: دار هومة.
- 3- أسبيزيتو جون، ومجاهد داليا (2009). من يتحدث باسم الإسلام؟ كيف يفكر حقا مليار مسلم؟ ترجمة: شعبان عزت. القاهرة: دار الشروق.
- 4- أشرف، حافظ (2014). توظيف الدين عند الحركات الإسلامية: المسارات والتحويلات، ط1، كنوز المعرفة للنشر.
- 5- أنجرس، موريس (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية – تدريبات عملية، ترجمة: صحراوي، بوزيد وآخرون. الجزائر: دار القصبية للنشر.
- 6- بال فرنسيس (1996). مدخل إلى وسائل الاعلام، ترجمة: بوراوي عادل. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم-إدارة الثقافة.
- 7- الباهلي، محمد عبد العزيز (1990). التليفزيون والمجتمع، ط1. الإمارات العربية المتحدة: مكتبة المسار.



- 8- بدوي أحمد موسى ( 2009). الأبعاد الاجتماعية والإبستمولوجية لإنتاج واكتساب المعرفة العلمية: مقاربة منهجية، مجلة المستقبل العربي العدد 365 لشهر تموز/ يوليو. ص 85-101.
- 9- بدوي، أحمد موسى (2009). الأبعاد الاجتماعية لإنتاج واكتساب المعرفة: حالة علم الاجتماع في الجامعات المصرية، ط1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 10- البدوي، محمد علي (2006). دراسات سوسيو إعلامية، الطبعة 01. بيروت: دار النهضة العربية.
- 11- بغداد، محمد (2010). الإعلام الديني في الجزائر: الخطاب والهوية، الجزائر: دار الحكمة للنشر
- 12- بن باهي، صارة(2017). الهوية الدينية والهوية الثقافية: دراسة سوسيولوجية للعلاقة بين التدين الإسلامي والممارسات الثقافية لدى الشباب الجزائري – طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية نموذجا. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع غير منشورة ، جامعة معسكر.
- 13- بنكراد، سعيد (2006). سيميائيات الصورة الإشهارية: الإشهار والتمثلات الثقافية. المغرب: أفريقيا الشرق.
- 14- بورديو، بيار (2004). عن التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة وتقديم: الحلوجي، درويش، ط1. دمشق: دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الاعلامية.
- 15- بورديو، بيار (2009). الهيمنة الذكورية، ترجمة : سليمان قعفراني. بيروت: المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية.
- 16- تار، زولتان (2004). النظرية الاجتماعية ونقد المجتمع ( الآراء الفلسفية والاجتماعية للمدرسة النقدية)، ترجمة وتعليق: علي ليلة. مصر: المكتبة المصرية.
- 17- تمار، يوسف (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر: طاكسيج للدراسات والنشر والتوزيع.

- 18- ثابت أحمد وآخرون(2004). العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، ط2. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 19- الجابري، محمد عابد( 1994). المسألة الثقافية، سلسلة الثقافة القومية، ط1. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 20- جالوسمان، أندري(2000). عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ترجمة: سمعان عبد المسيح وجيه، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
- 21- جرموني، رشيد (2016). مقترح منهجي لدراسة الظاهرة الدينية: حالة الشباب المغربي نموذجاً. مجلة إضافات، العدد 35 . بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. ص- ص 24-47.
- 22- جرموني، رشيد (2018). الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية. الرياض: دار الفيصل الثقافية.
- 23- جمعة، علي (2000). نقد الخطاب الديني في رمضان، مجلة العربي، العدد 505، الكويت ص ص 36-39.
- 24- حامد حسن، زينب (2012) تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 25- حامد، خالد (2008). المدخل إلى علم الاجتماع. الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
- 26- حامد، زينب محمد (2013). تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية في معارف وسلوكيات الجمهور المصري، ضمن مؤلف جماعي: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم. تحرير وتقديم: بلقزيز عبد الإله، الطبعة 01. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. ص ص 219-269.
- 27- حسن، محمود شمال(2013). سايكولوجية خطاب الفضائيات( جاذبية الصورة والثقافة الوافدة)، بيروت: دار الكتب العلمية.

- 28- حضري، فضيل (2013). ملامح أزمة الهوية الدينية ومصادرها، مجلة الإنسان والمجتمع، جامعة أبي بكر بالقائد، تلمسان، العدد الثالث، ص ص189-196.
- 29- حميلي، فاتح (2012). سلطة خطاب الصورة التلفزيونية على المتلقي مقارنة سيميائية- مباراة كرة القدم أنموذجا-، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة1، المجلد 13 العدد 27 ، ص ص 237-258.
- 30- حوات، محمد علي (2005). قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر. مصر: مكتبة مدبولي.
- 31- حيمر، عبد السلام، (2008)، في سوسيولوجيا الخطاب: من سوسيولوجيا التمثلات إلى سوسيولوجيا الفعل للدراسات والنشر والاتصال.
- 32- الخريجي، عبد الله (1985). التغيير الاجتماعي والثقافي. جدة: رامتان.
- 33- خريسان، باسم علي(2001). العولمة والتحدي الثقافي، ط1. لبنان: دار الفكر العربي.
- 34- خيتر، سعدية (2018). الهوية الدينية للشباب الجزائري بين المحلي والكوني: قراءة سوسيولوجية في التحولات الدينية، ضمن مؤلف جماعي : التحولات الاجتماعية والثقافية في الجزائر من منظور العلوم الاجتماعية، تنسيق: طيبي غماري، بركات عمر. سيدي بلعباس- الجزائر: مكتبة الرشاد للطباعة والنشر.
- 35- دلة، نورهان (2018). عبد الغني عماد: الهوية والمعرفة، المجتمع والدين: علم اجتماع المعرفة: الاتجاهات الجديدة والمقاربات العربية: مجلة إضافات، العددان 41-42 بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. ص- ص 311-318.
- 36- الدليمي، محمد عبد الرزاق. (2005). عولمة التلفزيون. ط 1، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- 37- رواء، أوليفيه (2013). الجهل المقدس: زمن دين بلا ثقافة، ترجمة: الأشمر صالح. بيروت: دار الساقي.

- 38- روزنبلات، روجر(2011). ثقافة الاستهلاك والحضارة، والسعي وراء السعادة، ترجمة: عبد الرازق ليلي، ط1، القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- 39- ريكور، بول (2003). نظرية التأويل، ترجمة: الغانمي سعيد، ط1، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- 40- الزاهر عبد الرازق(2011). الخطاب التلفزيوني: دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار. المغرب: منشورات سينما وتلفزيون.
- 41- الزاهي، نورالدين (2011). المدخل لعلم الاجتماع المغربي، الطبعة 01.الرباط: دفاتر وجهة نظر.
- 42- زايد، أحمد (2011). صور من الخطاب الديني، الطبعة 01. القاهرة: دار العين للنشر.
- 43- زايد، أحمد (2017). صوت الإمام: الخطاب الديني من السياق إلى التلقي، الطبعة 01. القاهرة: دار العين للنشر.
- 44- زرواتي، رشيد (2007). مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، عين ميله- الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- 45- زرواتي، رشيد(2002). تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، الجزائر: دار هومة.
- 46- الزعير، سعيد مبارك(2008). التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية، بيروت: دار ومكتبة الهلال.
- 47- سابينو أكوايفا، إنزوباتشي (1996). علم الاجتماع الديني: الإشكالات والسياقات، ترجمة: عناية، عز الدين. الإمارات العربية المتحدة: هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث.
- 48- سابينو أكوايفا، إنزوباتشي (2011). علم الاجتماع الديني: الإشكالات والسياقات، ترجمة: عناية، عز الدين. الإمارات العربية المتحدة: هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث.
- 49- السباعي، خلود (2007). الجسد الأنثوي وهوية الجندر، ط1، الرباط: دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع.

- 50- سبيلا، محمد (2010). في تحولات المجتمع المغربي. ط1، المغرب: دار توبقال للنشر.
- 51- سلمان، عبد الباسط(2005). عولمة القنوات الفضائية، ط1. مصر: الدار الثقافية للنشر.
- 52- سليمان، محمد ناجاتي، وآخرون (2010). عمرو خالد بين ناقديه ومادحيه: دراسة منهجية في كيفية تصحيح الأخطاء والرد على الشبهات. مصر: دار البشير.
- 53- السواح، فراس (2002). دين الإنسان: بحث في ماهية الدين ومنشأ الدافع الديني. ط04. سوريا: دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة.
- 54- السواح، فراس. (2002). دين الإنسان: بحث في ماهية الدين ومنشأ الدافع الديني. ط04. سوريا: دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة.
- 55- سويلمي، محمد (2016). الإفتاء الإلكتروني: الخطاب الديني وإعادة المؤسسة، مساهمة في مؤلف جماعي تحت عنوان: صناعة الفتوى، إشراف: الجمل، بسام. المغرب: مؤسسة مؤمنون بلا حدود.
- 56- الشجيري، سهام حسن(2015). أنسنة الإعلام: جدلية التأثير والتغيير، ط1. الجزائر: ألفا للوثائق.
- 57- شحادة، الشيخ حسين أحمد (2010). اجتماعيات الدين والتدين: دراسات في النظرية الاجتماعية الإسلامية، ط1، بيروت: مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي.
- 58- الشرفي، عبد المجيد (2014). مرجعيات الإسلام السياسي، ط1. تونس: التنوير للطباعة والنشر والتوزيع.
- 59- الشهري، عبد الهادي بن ظافر (2003). استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية. لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة
- 60- شومان، محمد (2007). تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- 61- طالعة، لمياء(2014). الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 62- الطويرقي، عبد الله(1997). صحافة المجتمع الجماهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، مصر: العبيكان للنشر.
- 63- طيب عيساني، رحيمة(2010). العولمة الإعلامية وأثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية. الأردن: عالم الكتب الحديث.
- 64- عامر، مصباح (2005). علم الاجتماع: الرواد والنظريات، ط1. الجزائر: دار الأمة.
- 65- العبد الله، مي(2006). التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، الطبعة 1. بيروت: دار النهضة العربية.
- 66- عبد المؤمن، علي معمر(2008). البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، طرابلس: منشورات جامعة 07 أكتوبر.
- 67- عزي، عبد الرحمان (1997). الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، مجلة التجديد، الجامعة الإسلامية العالمية، ماليزيا، السنة الأولى، العدد 01.
- 68- عزي، عبد الرحمن(2000). قراءة إبستمولوجية في تكنولوجيا الاتصال، المستقبل العربي، العدد 08. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 69- عطوان، فارس (2009). الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 70- عماد، عبد الغني (2017). سوسيولوجيا الهوية: جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء، ط1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 71- عمارة، محمد فتحي (2013). الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، ط1، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية
- 72- عيساوي، أحمد وآخرون (2004). الثقافة الوطنية وتحديات العولمة. الجزائر: شركة مزوار للطباعة والنشر.

- 73- عيسوي، عبد الرحمن(1984). الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي. لبنان: دار النهضة العربية.
- 74- غدنز، أنطوني (2005). علم الاجتماع، ترجمة: الصياغ فايز، ط1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- 75- الغدامي عبد الله (2004). الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي. بيروت: المركز الثقافي العربي.
- 76- الغدامي، عبد الله (2005). النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية، ط 03 . المغرب: المركز الثقافي العربي
- 77- الغدامي، عبد الله (2011). الفقيه الفضائي: تحول الخطاب الديني من المنبر إلى الشاشة، ط02، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- 78- الغدامي، عبد الله محمد (1998). ثقافة الوهم: مقاربات حول المرأة والجسد واللغة، ط1. بيروت: المركز الثقافي العربي.
- 79- الغيلاني، محمد. (2013). الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة وتحليل للمضمون، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، في الموقع [www.mouminoun.com](http://www.mouminoun.com) الزيارة في: 2017 /03/10.
- 80- فوكو، ميشال (2007). نظام الخطاب، ترجمة سبيلا محمد، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع: بيروت
- 81- فيركلاف، نورمان(2009). تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي ترجمة: وهبة طلال، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 82- فيركلف، نورمان (2015). الخطاب والتغير الاجتماعي، ترجمة: عناني، محمد، ط1، القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- 83- فيركلف، نورمان(2016). اللغة والسلطة، ترجمة: عناني، محمد. القاهرة: المركز القومي للترجمة.

- 84- الكريطي، حيدر شلال متعب(2018). وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي: دراسة في دور التلفزيون. مصر: المنهل للنشر.
- 85- كوش، دنيس(2007). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة: منير سعيداني، مراجعة: الطاهر لبيب، سلسلة علوم انسانية واجتماعية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 86- كفي، ريمون، كمبنهود، لوك فان(1997). دليل الباحث في العلوم الاجتماعية، ترجمة الجباعي، يوسف، ط1. بيروت: المكتبة العصرية للطباعة والنشر.
- 87- ماجد، حسين(2006). الإعلام الجديد وعملية التغيير الاجتماعي والسياسي في العالم العربي، الطبعة 01. بيروت: المركز اللبناني للدراسات.
- 88- مجاهدي، مصطفى. (2011). برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور: شباب مدينة وهران نموذجا. ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 89- المجاهيد، حسن. (2012). سوسيولوجيا العالم العربي لدى جاك بيرك. ط1، مراكش: مؤسسة آفاق للدراسات والنشر والتوزيع.
- 90- محمد، معوض(دون تاريخ نشر). المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 91- مشاقبة، بسام(2010). مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 92- مغراني، سليم (2015). سوسيولوجية الفتوى الفضائية في المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية لمتلقي برامج الإفتاء الفضائية من طرف أئمة المساجد. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الديني. جامعة الجزائر 02.
- 93- منديب، عبد الغني (2006). الدين والمجتمع، دراسة سوسيولوجية للتدين بالمغرب. المغرب: إفريقيا الشرق.
- 94- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم(1991). إدارة الثقافة "الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية" ، تونس.



- 95- موس، مارسيل(2017). الصلاة " بحث في سوسولوجيا الصلاة"، ترجمة وتحقيق وتعليق: سالم محمد الحاج، الطبعة 02. ليبيا: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- 96- ميغري إريك(2018). سوسولوجيا الاتصال والميديا، ترجمة: لعياضي نصر الدين، ط1، المنامة: هيئة البحرين للثقافة والآثار.
- 97- ميلز، سارة (2004). الخطاب، ترجمة: بغول، يوسف، منشورات مخبر الترجمة في الأدب واللسانيات، جامعة منتوري: قسنطينة.
- 98- نجم، طه عبد العاطي(2005). الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- 99- نصير، بوعلي وآخرون (2009). قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1. مكتبة إقرأ للنشر والتوزيع.
- 100- نعيمة، مليكة (2017/2016). الإعلام السلفي والمرأة المعاصرة "دراسة تحليلية للخطاب السلفي في القنوات الفضائية، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علم الاجتماع الديني، جامعة معسكر.
- 101- النيرب، باسل يوسف(2020). جمهورية التلفزيون: وجهة نظر نقدية. مصر: العبيكان للنشر.
- 102- هايني، باتريك (د.ب): إسلام السوق، ترجمة: سلطاني، عومرية، د.ب.ن: مدارات للأبحاث والنشر.
- 103- وهولبورن، هارلمبس،(2010)، سوثولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دمشق: دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع.

## 2.2 المراجع الأجنبية:

- 1) Allan G. Johnson (1997). The Blackwell Dictionary of Sociology, A user Guid to Sociology Language, Blackwell puplisher INC Blackwell.
- 2) Andrew Tolson (1996). Mediations text and discourse in media, studies. London : Edward Arnold.
- 3) Benghabrit, Ramaoun Nouria (octobre 2006). Enquette nationale en Algerie : Femmes et integration socio-economique », Initiée par le ministere délégué à la famille, la femme et la promotion de l'enfance, réalisée par le centre Naionale de Recherche en entropologie Sociale et Culturelle, CRASC, Oran.
- 4) Benveniste, Emile(1966). Problème de linguistique générale, Paris : édition Gallimard.
- 5) Berque, Jacques (1984). L'Islam au temps du monde. Paris : Sindibad.
- 6) Berque, Jacques(1955).structures sociales du Haut Atlas. Paris: PUF.
- 7) Bourdeloie Hélène(2001). La conjonction de la technique et la culture des medias de masse. <http://composite.org/vl/2001./articles/vl/2001./articles/bourde.html.25/04/2015>.
- 8) Bourdieu, Pierre (1971). Genèse et structure du champ religieux, Revue Française de Sociologie ; Vol xii .
- 9) Bourdieu, Pierre (2000). Equisse d'une théorie de la pratique, précédé de trois études d'ethnologie Kabyle. Paris : Edition du Seuil.
- 10) Bourdieu, Pierre(2000). Propos sur le champ politique, Lyon, Presses universitaires de Lyon.
- 11) Debbagh mohammed (2012 ). Discours Analysis of the representation of woman in Moroccan Broadcast News, The Journal of North African Studies.17 (04). P P : 653-670.
- 12) Dinia Saadia, Oumlil Kenza (2016). Woman in contemporary Moreccan cinema, Journal of Middle East Media 12. P P 40-59.
- 13) Dubar, Claude(2000). La crise des identités, L'interprétation d'une mutation- le lien social, presse universitaire de France- Paris, 1ere edition.

- 14) Elayadi Mohamed, Rachik Hassan, Tozy Mohaled (2006). L'Islam Au Quotidien : enquete sur les valeurs et les pratiques religieuses au Maroc. Casablanca : Editions prologues.
- 15) Erikson, Erik (1968). Identity : Youth and Crisis , Newyork : North.
- 16) Fairclough Norman (1992). Discourse and Social Change. Cambridge , MA, : Polity Press.
- 17) Fairclough Norman (1995). Critical Discourse Analysis : The Critical Study of Language, Language in Social Life Series. London ; New York : Longman.
- 18) Fairclough Norman (2018) . CDA as dialectical Reasoning, in Flowerdew and Richardson (Eds). The Routledge Handbook of critical Discourse Studies, (Eds) New York and London : Routledge.
- 19) Grawitz, Madleine (1981). Méthodes en Sciences Sociales, Edition Dalloz, Paris.
- 20) Hogan,J (1999). The construction of général National identities in television advertisement of Japan and Australia. Media culture and society, vol 21(06).
- 21) Jorgensen, M.and L.Phillips(2002). Discourse Analysis as Theory and Method. London : SAGE.
- 22) Kuty Olgierd (2005). La négociation des Valeurs : Introduction a la sociologie. Bruxelles : Edition de Boeck.
- 23) Lambert, Yves (2000). Religion, Modernité, Ultramodernité. Archives de sciences sociales des religions, n- 109, Janvier/ Mars.
- 24) Mead, G, H (1983). Ego Identity status and self Actualisation of college Student, Dissertation Abstract International, vol 14.
- 25) Naomi, Sakr (2007). Arab television today. London.I.B/ Tauris.
- 26) Raymond Quivy, Luc Van Campenhoudt (1995). Manuel de recherche en sciences sociales, 1ere edition. Paris : Dunod
- 27) Rocher Guy (1982). Introduction a la Sociologie Générale, L' Action Social. Canada : Edition HMH.
- 28) Tap, pierre ,Pi-Sunyer(1988). Crise d'identité et trouble d'altérité à l'adolescence, in Annales de Vaucresson, 1, N28.
- 29) Thompson, John (1995). The Media and Modernity : A Social theory of the Media, Cambridge. U K : Polity press.
- 30) Toualbi Noureddine (1984). Religion, rites et mutations : psychosociologie du sacré en Algerie. Alger : ENAL.

الملاحق

الملحق رقم 01:

دليل المقابلة

- 1- السن
- 2- المستوى التعليمي
- 3- الحالة الاجتماعية
- 4- المهنة
- 5- المستوى المعيشي
- 6- هل تشاهدين التلفزيون؟
- 7- ما أهم البرامج التي تشاهدينها؟
- 8- كيف تفسرين اهتمام البرامج التلفزيونية الزائد بالمرأة من حيث حضورها، قضاياها ومختلف اهتماماتها؟
- 9- برأيك، ماهي الأسباب والدوافع التي جعلت الإعلام التلفزيوني يولي اهتماما كبيرا لحضور المرأة والحوار حول مختلف المواضيع الخاصة بها؟
- 10- هل مناقشة المواضيع والقضايا المتعلقة بالمرأة تخلق لديك الرغبة في مشاهدة البرامج الدينية المتلفزة؟
- 11- ما هي هاته البرامج؟
- 12- ما سبب مشاهدتك لها؟
- 13- هل تتابعينها باستمرار؟
- 14- ما طبيعة الخطاب المقدم؟
- 15- ما هي أهم المواضيع التي يتضمنها الخطاب الديني التلفزيوني والمتعلقة بالمرأة التي تهتمك؟
- 16- ما درجة استفادتك من الخطاب الديني في حياتك اليومية؟

- 17- هل حدث وأن كنت بأمس الحاجة لحكم ديني أو فتوى وأجريت اتصالا بأحد البرامج الدينية؟ أهى محلية أم عالمية؟
- 18- من من الخطباء الدينيين والمشايخه اللذين أنت على علم بوجودهم في الساحة الإعلامية؟ وهل تثقين في شيخ أو خطيب دون آخر؟ لماذا؟
- 19- هل تقتنعين بما يقدمه الخطيب الفضائي المفضل لديك من أدلة وبراهين دينية بخصوص المواضيع التي تبحثين معرفتها؟
- 20- ما توجهات الخطاب الديني الذي تتابعينه، من حيث ملامسته لأمورك الدينية الدنيوية والأخروية؟
- 21- هل يؤثر هذا الخطاب على جملة معارفك وقيمك وسلوكاتك اليومية؟
- 22- ماهي الأمور التي كنت تجهلينها والخطاب الديني المتلفز أكسبك ثقافة بخصوصها؟
- 23- ما أهم المرجعيات الدينية التي أنت على علم بها؟
- 24- هل يناقش الخطاب المرجعية الدينية المعتمدة في الجزائر؟ وهل تولين اهتماما لمرجعية الخطيب؟
- 25- بعد مشاهدتك للبرامج والخطابات الدينية، هل تناقشين ما تعرضت له من معارف مع عائلتك وأقربائك؟
- 26- هل تحفظين نصوصا محددة من القرآن الكريم؟
- 27- ما مدى تأثيره على النسق القيمي والاجتماعي؟
- 28- كيف ينظر الخطاب لكل من مسألة الصدق، الأمانة، العمل، احترام الآخر والتواصل معه؟ وهل تتحلين بها في حياتك اليومية؟
- 29- ما هي أهم السلوكات الدينية التي يؤصلها الخطاب في نفوس المشاهدين؟ وهل تلتزمين بسلوكات دون أخرى؟
- 30- في اعتقادك، هل يساهم الخطاب الديني التلفزيوني في بناء وتشكيل الهوية الدينية للمرأة عموما والجزائرية على وجه التحديد؟

جدول المعطيات السوسيو مهنية الخاص بالمبحوثات

رقم المبحوثة	السن	الحالة الاجتماعية	المستوى التعليمي	المهنة	المستوى المعيشي
01	48	متزوجة وأم ل 03 أطفال	جامعي	موظفة	متوسط
02	41	متزوجة وأم ل 03 أطفال	جامعي	موظفة	متوسط
03	50	مطلقة وأم ل 03 أطفال	جامعي	أستاذة	جيد
04	32	مطلقة وأم ل 03 أطفال	متوسط	موظفة	متوسط
05	67	متزوجة وأم لولدين	أمية	ماكثة في البيت	متوسط
06	23	عزباء	جامعي	طالبة	جيد
07	73	أم ل 09 أبناء	متوسط	ماكثة في البيت	متوسط
08	39	متزوجة وليس لديها أبناء	جامعي	ماكثة بالبيت	متوسط
09	64	متزوجة وأم لثلاثة أبناء	أمية	ماكثة بالبيت	متوسط
10	71	متزوجة وأم ل 04 أبناء	جامعي	متقاعدة	جيد
11	22	عزباء	جامعية	طالبة	جيد
12	25	عزباء	ابتدائي	ماكثة بالبيت	متوسط

## الملاحق

الملحق رقم 03:

الحجم الساعي لكل حصة وعدد المتصلين

المجموع	عدد المتصلين		الحجم الساعي	الحصص		
	إناث	ذكور				
12	07	05	54:47 دقيقة	الحصة 01	برنامج "فاسألوا أهل الذكر" قناة الشروق tv	
17	13	04	55:53 دقيقة	الحصة 02		
13	05	08	56:32 دقيقة	الحصة 03		
10	06	04	58:07 دقيقة	الحصة 04		
07	04	03	19:27 دقيقة	الحصة 05		
05	04	01	19:02 دقيقة	الحصة 06		
10	06	04	52:05 دقيقة	الحصة 07		
06	05	01	33:14 دقيقة	الحصة 11		
10	06	04	50:53 دقيقة	الحصة 12		
90	56	34	/	/		المجموع



الملحق رقم 04:

1- مصفوفة القيم المتضمنة في الخطاب الديني ضمن برنامجي " فاسألوا أهل الذكر " في قناة الشروق و" الشريعة والحياة في رمضان " في قناة الجزيرة.

قيم شخصية	قيم اجتماعية	قيم دينية	قيم العمل
الاطمئنان	الظلم	الثواب	الربح
الصدقة	النصح	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	العمل
الإحساس بالذنب	الصلح	التوكل على الله وشكره وطاعته	العلم
الاجتهاد	التشجيع	فعل الخير	الغش
الطهارة	الاحسان	قراءة القرآن	طلب العلم
الأمانة	التسامح	الدعوة إلى الله	الاستقلالية
الصدق	البر بالوالدين	الحصول على الأجر	المسؤولية في العمل
التوبة		الجهاد في سبيل الله	
العبادة		الترهيب والتخويف	
العفو			
الصبر			
النجاح			
المحبة			
الوفاء			
الأمان			

## الملاحق

### تكرار القيم الشخصية المتضمنة في خطاب قناة الشروق TV

المجموع	التكرار									القيم الشخصية
	الحصة 12	الحصة 11	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
06	/	/	/	/	/	01	01	04	/	الإطمئنان
55	01	05	06	03	01	17	06	07	09	الصدقة
10	/	/	/	/	/	01	/	05	04	الإحساس بالذنب
03	/	/	/	/	/	/	/	03	/	الاجتهاد
14	/	/	02	05	02	/	/	05	/	الطهارة
16	04	/	04	06	/	01	/	01	/	الأمانة
06	03	01	/	/	/	/	/	01	01	الصدق
06	02	01	01	/	/	/	/	02	/	التوبة
13	01	01	01	01	02	05	02	/	/	العبادة
10	/	/	03	/	/	07	/	/	/	العفو
21	07	/	/	/	/	14	/	/	/	الصبر
02	/	/	01	/	/	01	/	/	/	النجاح
03	01	/	/	/	/	/	01	01	/	المحبة
02	01	/	/	/	/	/	/	/	01	الوفاء
04	/	/	/	/	/	/	/	/	04	الأمان
171	20	08	18	15	05	47	10	29	19	المجموع

## الملاحق

### تكرار قيم العمل المتضمنة في خطاب قناة الشروق TV

المجموع ع	التكرار									قيم العمل
	الحصة 12	الحصة 11	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
19	03	/	/	06	/	/	/	05	05	الربح
46	13	11	03	/	/	/	19	/	/	العمل
03	/	/	/	/	/	/	03	/	/	العلم
13	02	/	/	/	/	/	11	/	/	العش
04	/	/	/	/	04	/	/	/	/	الاستقلال ية
01	/	/	/	/	/	01	/	/	/	طلب العلم
01	/	/	/	/	/	/	/	/	01	المسؤول ية في العمل
87	18	11	03	06	04	01	33	05	06	المجموع

### تكرار القيم الاجتماعية المتضمنة في خطاب قناة الشروق TV

المجموع	التكرار									القيم الاجتماعية
	الحصة 12	الحصة 11	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
16	03	/	02	03	/	/	/	08	/	الظلم
29	13	08	02	/	01	/	02	03	/	النصح
14	02	06	01	/	/	01	/	02	02	الصلح
02	/	/	/	/	/	/	/	02	/	التشجيع/ التحفيز
32	02	09	10	/	01	03	07	/	/	الإحسان
28	/	01	11	/	/	11	05	/	/	التسامح
07	/	03	02	/	01	01	/	/	/	البر بالوالدين
128	20	27	28	03	03	16	14	15	02	المجموع

## الملاحق

### تكرار القيم الدينية المتضمنة في خطاب قناة الشروق TV

المجموع	التكرار									القيم الدينية
	الحصة 12	الحصة 11	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
04	/	01	/	/	/	/	/	02	01	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر
16	/	05	03	01	/	/	05	/	02	التوكل على الله وشكره وطاعته
39	02	/	13	08	01	/	03	08	04	قراءة القرآن
22	/	03	13	/	/	04	02	/	/	الحصول على الأجر
04	/	/	/	/	/	/	04	/	/	الجهاد في سبيل الله
08	01	02	/	01	03	/	/	/	01	الترهيب والتخويف
06	/	/	04	/	02	/	/	/	/	الدعوة إلى الله
17	/	01	/	/	/	05	02	06	03	الثواب
13	/	02	03	/	/	/	02	05	01	فعل الخير
11	/	/	/	01	01	/	06	01	02	الذكر
140	03	14	36	11	07	09	24	22	14	المجموع

## الملاحق

2- مصفوفة القيم المتضمنة في الخطاب الديني ضمن برنامج " الشريعة والحياة في

رمضان" في قناة الجزيرة

1.2 تكرار القيم الشخصية المتضمنة في برنامج " الشريعة والحياة في رمضان"

في قناة الجزيرة

المجموع	التكرار							القيم الشخصية
	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
/	/	/	/	/	/	/	/	الاطمئنان
/	/	/	/	/	/	/	/	الصدقة
/	/	/	/	/	/	/	/	الإحساس بالذنب
/	/	/	/	/	/	/	/	الاجتهاد
/	/	/	/	/	/	/	/	الطهارة
06	/	/	/	/	06	/	/	الأمانة
04	/	01	/	/	03	/	/	الصدق
/	/	/	/	/	/	/	/	التوبة
05	02	/	/	/	03	/	/	العبادة
/	/	/	/	/	/	/	/	العفو
01	/	/	/	/	/	/	01	الصبر
04	/	/	/	02	/	02	/	النجاح
09	/	01	/	04	04	/	/	المحبة
/	/	/	/	/	/	/	/	الوفاء
02	01	01	/	/	/	/	/	الأمان
31	03	03	/	06	16	02	01	المجموع

## الملاحق

### 2.2 تكرار قيم العمل المتضمنة في برنامج " الشريعة والحياة في رمضان " في

#### قناة الجزيرة

المجموع	التكرار							قيم العمل
	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
/	/	/	/	/	/	/	/	الربح
21	/	04	/	/	08	01	08	العمل
52	02	15	04	10	02	07	12	العلم
/	/	/	/	/	/	/	/	العش
05	/	/	/	05	/	/	/	الاستقلالية
25	03	06	/	/	01	05	10	طلب العلم
05	/	/	/	02	/	/	03	المسؤولية في العمل
07	/	/	03	02	/	/	02	استغلال الوقت
115	05	25	07	19	11	13	35	المجموع

### 3.2 تكرار القيم الاجتماعية المتضمنة في برنامج " الشريعة والحياة في رمضان " في

#### قناة الجزيرة

المجموع	التكرار							القيم الاجتماعية
	الحصة 7	الحصة 6	الحصة 5	الحصة 4	الحصة 3	الحصة 2	الحصة 1	
10	/	02	/	/	08	/	/	الظلم
06	/	/	/	03	02	/	01	النصح
07	02	/	/	03	01	01	/	الصلح
13	/	/	/	11	/	02	/	التشجيع/ التحفيز
06	/	01	/	01	02	01	01	الإحسان
02	/	02	/	/	/	/	/	التسامح
/	/	/	/	/	/	/	/	البر بالوالدين
10	07	03	/	/	/	/	/	العدل
54	09	08	/	18	13	04	02	المجموع

## الملاحق

### 4.2 تكرار القيم الدينية المتضمنة في برنامج " الشريعة والحياة في رمضان " في قناة

#### الجزيرة

المجموع	التكرار							القيم الدينية
	الحصة 7	الحصة6	الحصة5	الحصة4	الحصة3	الحصة2	الحصة1	
09	/	/	/	04		01	04	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر
03	/	/	/	/	01	/	02	التوكل على الله وشكره وطاعته
90	/	21	28	03	08	29	01	قراءة القرآن
06	/	/	01	03	/	02	/	الحصول على الأجر
07	/	03	/	/	04	/	/	الجهاد في سبيل الله
02	/	/	/	/	/	/	02	الترهيب والتخويف
09	/	02	/	/	03	03	01	الدعوة إلى الله
03	/	/	/	02	/	01	/	الثواب
04	/	/	/	02	01	/	01	فعل الخير
12	/	/	01	/	01	07	03	الذكر
16	02	05	/	05	04	/	/	الهداية
161	02	31	30	19	22	43	14	المجموع

## ملخص:

شكلت العودة القوية للمقدس منعرجا فلسفيا مهما طغى بنقاشاته الحادة على الساحة الفكرية، وأصبح من حيث تواجد المكنث على مستوى المخيال الديني في كنف الثورة التكنولوجية (المعلوماتية) الحديثة من بين أكبر القضايا وأهمها، وقد استقطب انشغال العديد من الباحثين في بحوثهم الإعلامية والسوسيولوجية خاصة، وعرفت هذه المكاشفة بروز الذروة القصوى لتنامي الاهتمام بالإعلام الديني، وأصبحت بالتالي ظاهرة الخطاب المثقف حول جملة هاته المسائل التي اكتسحت مجالات هذه الساحة أمرا واقعا لتجعلنا بعد ذلك، كباحثين، أمام تحديات التنقيب المعرفي الذي يكشف لنا عن بعض الحقائق وعليه فإننا سنسعى من خلال هذه الدراسة إلى إبراز مدى قدرة التلفزيون الفضائي على احتواء الخطاب الديني بما يحمله من إمكانات معرفية ومصوغات سلوكية، بحيث يسهم كتوجه في صوغ ملامح الهوية الدينية باعتبارها مرجعية فقهية وتاريخية ممتدة عبر الزمان والمكان تؤدي وظيفة تفاعلية على مستوى النص والفكر والممارسة.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام الديني؛ الخطاب الديني؛ الخطاب التلفزيوني؛ الهوية؛ المرأة.

## Résumé

Le fort retour du discours sacré constitue un tournant philosophique significatif qui a été éclipsé par d'intenses débats sur la sphère intellectuelle et est devenu l'un des sujets les plus importants à présent dans l'imaginaire religieux à la suite de la révolution technologique (de l'information) moderne. Par conséquent, ce changement a attiré l'attention de nombreux chercheurs dans le domaine des médias et de la sociologie en particulier. L'exposition a révélé un intérêt croissant aux médias religieux, et le phénomène du discours télévisé abordant ces questions est devenu une réalité indéniable, ce qui a poussé les chercheurs à mener des enquêtes cognitives afin de comprendre la nature de ces faits clés. Par conséquent, cette étude étudie l'étendue de la capacité de la télévision à contenir le discours religieux avec toutes ses aptitudes cognitives et ses formules comportementales, de sorte qu'elle contribue à former les caractéristiques de l'identité religieuse et la présente comme une référence jurisprudentielle et historique qui s'étend à travers le temps et l'espace et joue un rôle interactif au niveau du texte, de la pensée et des actes

**Mots clés :** Médias religieux; Discours religieux; Discours Télévisé; Identité; Femme.

## Abstract

The strong return to the sacred discourse constitutes a significant philosophical turning point that has been overshadowed by intense debates on the intellectual sphere and became one of the most important issues present in the religious imagination as a result of the modern technological (information) revolution. Therefore, this change has attracted the attention of many researchers in the field of media and sociology in particular. The exposure revealed an unprecedented and increasing interest in religious media, and the phenomenon of televised speech tackling these issues became an undeniable reality, which drove researchers to lead cognitive investigations in order to understand the nature of these key-facts. Hence, this study highlights the extent of the television's capability in containing religious discourse with its cognitive aptitudes and behavioral formulas, so that it contributes in shaping the features of religious identity and portrays it as a jurisprudential and historical reference that extends across time and space and plays an interactive role at the level of text, thought and acts.

**Keywords:** Religious media; Religious discourse; Televised discourse; Identity; Woman.