الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية في البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة

(دراسة مقارنة)

د.علا عبد القوى محمد*

مقدمة:-

نتيجة لكثرة قضايا المرأة في وسائل الإعلام العربية، ومع تطور هذه الوسائل تطورت معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة، وصولاً إلى عصرنا الحاضر الذي بتنا نشهد فيه العديد من وسائل الإعلام الموجهة للمرأة ومعالجة قضاياها وبصفة خاصة البرامج الحوارية على القنوات الفضائية التى تساهم فى تشكيل اتجاهات الرأى العام وتكوين أراء وأفكار الأفراد نتيجة لطبيعتها التى فرضت عليها مناقشة الموضوعات والقضايا التى تحدث فى المجتمع فتلك النوعية من البرامج تقوم بدور كبير ومهم فى تعريف الأفراد بما يحدث فى المجتمع يومياً وتتناولها فى شكل لقاءات وحوارات مع المتخصصين فى نوعية القضايا والموضوعات وخاصة بعد ظهور الكثير من الرموز السياسية والدينية بعد أحداث ثورة 25 يناير و30 يونيو فقد أصبحت البرامج الحوارية بمثابة المنبر الرئيسى لتلك الاحزاب للتعبير عن أرائهم واتجاهاتهم والتنافس فيما بينهم لجذب المتلقى بهدف تحقيق المشاركة الجماهيرية معهم لتقديم أرائهم ومقترحاتهم، ومثلما أصبحت البرامج الحوارية تقوم بدوراً أساسياً فى حياة الأفراد أصبح الخطاب الإعلامى ليس بمنأى عن هذا الدور فأصبح الخطاب الإعلامى صناعة ثقافية فهو من الخطابات المهمة فى الحياة الإجتماعية يؤثر فيها ويتأثر بها.

* المدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية تكنولوجيا الإعلامر- جامعة سيناء

فمن خلال الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية فى البرامج الحوارية يمكن إرسال رسائل عن طريقها يتم تغيير اتجاهات الأفراد بل واتجاهات الرأي العام نحو قضية أو موضوع معين ولمختلف الاتجاهات السياسية والاجتماعية والدينية والاقتصادية.

وفي هذه الدراسة يتم التركيز على الخطاب الإعلامى للرموز الدينية والسياسية فى البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة من حيث محتوى هذا الخطاب ونوعيته وكيفية تقديمه وعيوبه ومميزاته وأياً من تلك الرموز إستطاع أن يوظف الخطاب الإعلامى لعرض القضايا والموضوعات التى تخص المرأة بطريقة موضوعية تفيد المتلقى وتساهم فى تشكيل اتجاهاته وأرائه نحو القضايا المتعلقة بالمرأة المصرية.

مشكلة الدراسة:-

نتيجة لتزايد البرامج الحوارية على القنوات الفضائية التى أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة المشاهد المصرى فمع كثرة القنوات الفضائية وكثرة البرامج الحوارية أصبحت تلك القنوات بمثابة ساحة لمناقشة جميع الموضوعات والقضايا وبصفة خاصة قضايا المرأة فتسارعت الرموز السياسية والدينية على البرامج الحوارية للتنافس فيما بينهم لإثبات صحة وجهات النظر المختلفة لكلاً منهم لذلك تأتى تلك الدراسة فى الإجابة على التساؤل التالى ما سمات وخصائص الخطاب الإعلامى للرموز الدينية والسياسية فى البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة ؟ وما أوجه المقارنة بينهم؟

أهمية الدراسة :-

تستمد هذه الدراسة أهميتها من:-

1- يعد تحليل الخطاب الإعلامي تطورًا مهمًا لمجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية وشروط إنتاجها وتداولها وتأثيرها في الجمهور ، فضلا عن تفاعلاتها مع الظروف التاريخية والمجتمعية .

2- أهمية الخطاب الإعلامى فى مجال الإعلام فهو من الأدوات المهمة المستخدمة من قبل الرموز السياسية والدينية للتعبير عن أرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم.

3- الأهمية المتزايدة للبرامج الحوارية وكثرتها على القنوات الفضائية فمن خلالها يتم تبادل وجهات النظر للرموز السياسية والدينية من خلال استضافتها لشخصيات برلمانية ودينية لتقديم رؤية تحليلية للقضايا التى تخص المرأة بهدف مناقشتها وتفسيرها والوقوف على كافة أبعاد القضية لإمداد الجمهور بالمعلومات التى تجعلهم يتخذون قراراتهم تجاه تلك القضايا.

أهداف الدراسة:-

1- رصد أبرز الموضوعات التي طرحتها البرامج الحوارية عينة الدراسة في تناول قضايا المرأة.

2- التعرف على اتجاه ومستويات معالجة الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية تجاه قضايا المرأة .

3- رصد الأطر المرجعية والقوى الفاعلة ومسارات البرهنة التى اعتمدت عليها الرموز السياسية والدينية فى خطابها الإعلامى المقدم فى البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة.

4- التعرف على أساليب الإقناع المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسة والدينية خلال تناولهم لقضايا المراة.

5- الكشف عن جوانب القوة والضعف فى مستوى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية فى البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة من خلال مقارنة الخطاب القولي بالخطاب الفعلى من خلال وثائقه ومبادئه المكتوبة.

الإطار النظرى للدراسة:-

تنطلق هذه الدراسة فى إطارها النظرى من نظرية تحليل الإطار الإعلامى ، واستحوذت نظرية تحليل الإطار الإعلامي في السنوات الأخيرة على اهتمام متزايد من قبل الباحثين في دراسات الرأي العام، والاتصال السياسي والدراسات الخاصة بالمضمون الإخباري في وسائل الإعلام ويرجع ذلك لكونها تشتمل على إضافة نظرية للتراكم العلمي لبحوث الاتصال وفق مستويين أساسيين هما:-

المستوى الأول : تمثل النظرية الحل لإشكالية قياس المحتوى غير الصريح في وسائل الإعلام وذلك من خلال مراعاة السياق المحيط بالمضمون، إلى جانب المرجعية التي يستند إليها القائمون بالاتصال في تناولهم للأحداث والقضايا المختلفة.[1]

المستوى الثاني :تقدم النظرية إطاراً نظرياً حول كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها.

ويعد الإطار الإعلامي قاعدة ينطلق منها تحليل النصوص الإعلامية، ولا يتم دراسة محتواها بمعزل عن التأثيرات السياسية أو الاجتماعية أو النفسية، خاصة أن الإطار يمثل فكرة منظمة أساسية تعطي معنى لقصة، وتربط بين الأحداث ، ويحظى مفهوم الإطار بمغزى ودلالة إعلامية بما يسهم في التعرف على تأثير دور وسائل الإعلام في بناء وتشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا والموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام [2]

ظهرت هذه النظرية على يد إيرفنج جوفمان، الذي استخدم مصطلح الإطار للإشارة إلى مجموعة محددة من التوقعات التي تستخدم لإدراك الموقف الاجتماعي في وقت ما، وترجع أهمية نظرية الأطر الخبرية إلى أنها تقدم تفسيراً عملياً ومنتظماً لكيفية

حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور بمختلف فئاته وخصائصه الديموغرافية [3]

وتطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتمثيل الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، أي : تحديد أطر التغطية الخبرية للقضايا والأحداث المختلفة ومن أبرز هذه النماذج التي استخدمتها الدراسة نموذج روبرت إنتمان الذي وضع أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل في :-

- تعرف الأطر المشكلة أو القضية والأسباب الكامنة وراءها.
- تشخص الأطر الأسباب وتحدد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث.
- تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.
- تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية ومحاولة علاجها.

وتتيح نظرية تحليل الإطار الإعلامي للباحث قياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات نحو القضية البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا[4]

ويعد تحليل الإطار الإعلامي أحد الاتجاهات الحديثة في دراسات الاتصال، حيث يسمح

بتقديم تفسير منتظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والا تجاهات نحو القضايا المطروحة فالتعبير عن قضية محددة يعد من المحددات الرئيسة لمفهوم الخطاب ويتم باستخدام اللغة عبر تراتبية محددة للجمل والفقرات، وقد يستخدم البرهنة لإثبات صحة تلك القضايا، ويكون الشكل الأساسي وجود مقولة رئيسة أو طرح يتم تدعيمه وتأكيد صحته عبر عدة مقولات فرعية ترمي إلى إقناع القارئ بصحة الطرح[5]

ويتسم تشكيل الإطار الإعلامى للمحتوى بالتنظيم والانتقاء المتعمد لبعض جوانب الحدث وإبرازه أو إغفال جوانب أخرى، فيحدث الاتساق بينه وبين ما يدركه الجمهور من قيم وأفكار وعقائد اجتماعية ، يعتبر الإطار الإعلامي أداة مساعدة لتفسير الأحداث الإعلامية بطريقة تساعد المتلقي على فهمها(6).

ويتضح من العرض السابق أن نظرية تحليل الإ طار الإعلامي تقدم تفسيراً منتظماً للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات نحو القضايا المطروحة، وتحديد الجمهور من خلال التحكم في التدفق الإخباري للأحداث، إضافة إلى القدرة على تشخيص المشكلات

وأسبابها، وإصدار الأحكام بشأنها.

واستندت الدراسة إلى نظرية تحليل الأطر لدراسة الأطروحات التي طرحتها الرموز السياسية والدينية فى البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة وتحديد القوى الفاعلة في قضية الدراسة والتعرف على طبيعة الصفات والأدوار المنسوبة إليها ومسارات البرهنة التي ساقتها للتدليل على صحة

أطروحاتها، ورصد الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها.

تساؤلات الدراسة

1- ما أبرز قضايا المرأة التي طرحتها عينة الدراسة من البرامج الحوارية ؟

2- ما اتجاه ومستويات معالجة الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية تجاه قضايا المرأة وأبرز المصطلحات المستخدمة؟

3- ما الأطر المرجعية والقوى الفاعلة ومسارات البرهنة التى تستند عليها الرموز السياسية والدينية لعرض وتناول الموضوعات والمقارنة بينهم؟

4- ما أبرز إستمالات الإقناع المستخدمة من قبل الرموز الدينية والسياسية فى رسائلهم الإعلامية؟

5- ما نقاط القوة والضعف فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية وأوجه الشبه والإختلاف بين ما يقولونه وبين الواقع الفعلى لهم؟

أولاً:- التصميم المنهجى للدراسة

- منهج الدراسة

تستند الدراسة الحالية إلى تحليل المحتوى بشقيه الكمى والكيفى فى تحليل الخطاب الإعلامى بهدف رصد أوجه الشبه والإختلاف أو مدى التباين والإتساق فى أطر وملامح الخطاب الإعلامى لكلٍ من الرموز السياسية والدينية من خلال المقارنة بينهم.

- عينة الدراسة

قامت البحثة بإجراء دراسة استطلاعية أولية لمدة أسبوعين خلال الفترة من 2015/8/15 إلى 2015/8/30 لحصر البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية الخاصة للتعرف على أهم تلك البرامج التى تهتم بمناقشة قضايا المرأة من خلال استضافة شخصيات دينية وسياسية فى قالب المناظرة التليفزيونية الذى يوضح أوجه المقارنة فى الحوار مابين الإتجاهات المختلفة للضيوف وتم إختيار عينة البرامج الحوارية بناءً على المعايير التالية:-

1- أن يكون البرنامج حوارى يستضيف الأشخاص ذوى الخبرى فى القضية المثارة للنقاش.

2- أن يهتم البرنامج بطرح القضية فى شكل مناظرة تليفزيونية ومداخلات تليفونية حتى يتم تحديد سمات الخطاب الإعلامى لكلٍ منهما.

3- أن تكون تلك البرامج من أشهر البرامج الحوارية المذاعة على القنوات الفضائية.

وبناءً على الدراسة الإستطلاعية التى قامت بها الباحثة تم تحديد العينة التحليلية كالأتى:-

1- برنامج العاشرة مساءً ويذاع على قناة دريم 2 من السبت إلى الأربعاء الساعة العاشرة مساءً.

2- برنامج البيت بيتك ويذاع على قناة TEN +2 الساعة من السبت إلى الأربعاء التاسعة مساءً.

3- برنامج أسرار من تحت الكوبرى ويذاع على قناة القاهرة والناس يوم الأحد الساعة الثامنة مساءً.

4- برنامج هى مش فوضى ويذاع على قناة TEN +2 من السبت إلى الأثنين الحادية عشر مساءً.

المدة الزمنية للدراسة:-

تم تحديد المدة الزمنية فى الفترة من 1 سبتمبر 2015 حتى 28 فبراير 2016 وذلك لإمكان حصر أكبر كم من القضايا المتعلقة بالمرأة المصرية.

أداة التحليل:-

استخدمت الباحثة فى تلك الدراسة أداة تحليل الخطاب كأداة علمية لجمع المعلومات بهدف الكشف عن المعانى والدلالات الظاهرة والكامنة ورصد الأدلة والبراهين والأطر المرجعية ومسارات البرهنه والقوى الفاعلة داخل الخطاب الإعلامى وكذلك أساليب الإقناع ممثلة فى الأدلة والبراهين للرموز السياسية والدينية فى البرامج

الحوارية والتى يلجأ إليها ويستشهد بها منتجو هذا الخطاب فيما يتعلق بالموضوعات المطروحة للمناقشة فى البرامج الحوارية.

الصدق والثبات:-

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة تحليل الخطاب على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام (*)، وفى ضوء توجيهاتهم تم التعديل فى صياغة بعض الفئات الخاصة بالإستمارة وإضافة فئات أخرى وبالتالى تحقق الصدق الظاهرى للبيانات وللتأكد من ثبات البيانات قامت باحثة أخرى بإجراء التحليل على عينة من البرامج قوامها20% وجاءت نسبة الثبات عالية بينها وبين الأخر وبلغت 92.5% مما يؤكد ثبات التحليل.

ثانياً:- الدراسات السابقة

نظراً لتعدد الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة قامت الباحثة باستخلاص الدراسات التى تفيد فى موضوع البحث وتعرض الباحثة الدراسات السابقة من خلال محورين:-

المحور الأول:- الدراسات المتعلقة بالبرامج الحوارية التليفزيونية على القنوات الفضائية المصرية.

المحور الثانى:- الدراسات المتعلقة بتحليل الخطاب.

*- أسماء المحكمين:-

1- أ.د. بركات عبد العزيز وكيل الدراسات العليا بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
2- د. عادل فهمى الأستاذ المساعد الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
3- أ.د. عادل عبد الغفار عميد كلية الإعلام - جامعة بنى سويف
4- أ.د. شيماء ذو الفقار أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أولاً:- الدراسات المتعلقة بالبرامج الحوارية التليفزيونية على القنوات الفضائية :-

تناولت دراسة ميرا مصطفى (2014) تـاثير برامج الرأى التليفزيونية المصرية على إختيار مرشحى الرئاسة لدى الجمهور المصرى وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مبحوث من أفراد الجمهور المتابعين لبرامج الرأى وأوضحت نتائج الدراسة أن من أهم أسباب تفضيل المبحوثين لبرامج الرأى أنها تعرض أحدث الموضوعات بنسبة 36.4% ثم أنها تقدم تفاصيل وتحليل أكثر للقضايا بنسبة 30.6%، وأن الدوافع النفعية المتمثلة فى التعرف على أحدث الموضوعات وتكوين أراء تجاه القضايا المختلفة كانت هى الدوافع الرئيسية لمشاهدة برامج الرأى التليفزيونية، وأكدت النتائج النهائية للدراسة أهمية دور برامج الرأى التليفزيونية كمصدر للمعلومات بالنسبة للجمهور(7).

واستهدفت دراسة حسناء سعد (2014) رصد وتحليل مصداقية البرامج الحوارية الفضائية لدى مشاهديها من المغتربين المصريين وانعكاس ذلك على درجة اعتمادهم عليها لاشباع حاجتهم المعرفية وقامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها 250 مبحوث من المصرين المغتربين بالسعودية وتوصلت نتائج الدراسة إلى اعتماد العينة بدرجة كبيرة على البرامج الحوارية لمعرفة موضوع الدستور، كما أظهرت النتائج أن مصداقية المذيع تحتل المركز الأول بين معايير مصداقية البرامج الحوارية كذلك وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين مؤيدى التيارات السياسية المختلفة فى درجة شعورهم بعدائية البرامج الحوارية(8).

وتناولت دراسة Piiranen-Mars (2012) التوترات التى تحدث فى البرامج الحوارية وذلك من خلال إجراء استبيان حول الحوارات التليفزيونية السياسية ومناقشة الحقوق والتعبير عن الرأى وخلصت الدراسة إلى أن الإفتراضات التى يسأل

عنها المحاور أحياناً قد تكون غير موثوقة بهدف تكوين موقف معادى تجاه أفعال ضيف الحلقة أو أفكاره.

وأكدت نتائج الدراسة الحاجة الماسة لتقديم معلومات قيمة للجمهور وتوصيل أفكار الضيوف مع الإلتزام بمعايير المهنية ومعايير الحيادية [9].

وتوصلت نتائج دراسة شيرين عوض (2011) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التأثيرات بقضايا المرأة ودرجة الإعتماد على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات حيث أجريت الدراسة على 400 مبحوث من الجمهور العربى متمثل فى (مصر- لبيا- المغرب- الجزائر) وأشارت نتائج الدراسة إلى إعتماد البرامج الحوارية على الحلول الجاهزة لقضايا المرأة والتى لاتتناسب مع عادات وتقاليد المجتمع العربى بالإضافة إلى أن الجمهور المصرى ينتظر معالجة البرامج الحوارية لقضايا المرأة بشكل واقعى وحيادى مع تقديم حلول أكثر واقعية وعدم تسليط الضوء على قضايا غير جوهرية للمرأة مثل قضايا الفنانين كذلك إستضافة متخصصين وذوى الخبرة فى المواضيع التى تطرحها للنقاش [10].

وأجرى الباحثان Elisha Babad & Eyal Peer (2010) دراسة تجريبية لإكتشاف تأثير تماثل السلوك على تحيز الإعلام من خلال تجربة عملية طلب فيها من العينة مشاهدة بعض البرامج الحوارية السياسية مح محاور ثم اقتباس انطباعات المشاهدين عن ضيوف الحلقة وخلصت نتائج التجربة إلى أن عند عدم ذكر رأى المحاور فى اللقاء فإن هذا يقلل من تحزب الإعلام ووجود ضيف هادئ قلل الشعور بتحزب الإعلام وأن تقديم المحاور للضيف على أنه واحد منهم أو أنه فى نفس صفه أيضاً يقلل الشعور بتحزب المحاور[11].

وتناولت دراسة نهى العبد (2009) العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقاضايا الإصلاح السياسى وقد

طبقت الدراسة على عينة قوامها 420 مبحوث من الجمهور المصرى سحبت من أحياء مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة وخلصت نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض العينة للبرامج الحوارية العربية ودرجة اعتمادهم عليها فى الحصول على معلومات حول الإصلاح السياسى[12].

وبحثت دراسة ريهام سامى (2008) أجندة القضايا المجتمعية فى البرامج الحوارية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة ومقارنتها بأجندة القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى واعتمدت الباحثة على عينة من البرنامج الحوارى الحكومى (البيت بيتك) وبرنامج على قناة دريم الفضائية (العاشرة مساءً) وخلصت نتائجها إلى اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية لمتابعة قضايا المجتمع بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية بين أجندة البرامج الحوارية لدى الجمهور المصرى والقضايا التى تعرضها تلك البرامج حيث نجحت البرامج الحوارية فى ترتيب أولويات القضايا التعليمية والدينية وقضايا المرافق والخدمات بينما لم تنجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئية[13].

ورصدت دراسة Gerda, Lauer Bach (2007) الجدل المقدم فى البرامج الحوارية السياسية حيث تم تحليل لغة الخطاب واستخدام الجدل من قبل الضيوف والمتحدثين فى البرامج الحوارية السياسية وأوضحت نتائج الدراسة مراعاة هؤلاء الضيوف فى الحلقات التى تم تحليلها لمستوى فهم الرأى العام وثقافتة فى تناولهم للقضايا السياسية وجدلهم حولها لتوضيح الرأى والرأى الأخر مع التركيز على الأجندة الحكومية الرسمية للسياسة الداخلية والخارجية[14].

وأجرى الباحث Glynn, Carroll (2007) دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج أوبرا وينفرى الشهير لمعرفة تأثير أجندة البرامج الحوارية اليومية فى تكوين الرأى العام وخلصت نتائج التحليل إلى أن التعرض للبرامج الحوارية والثقافية تقوم بدور معتدلاً فى العلاقة بين المذاهب السياسية ومشاركات الحكومة فى القضايا التى تهم

الأسرة ، كما أثبتت النتائج أن البرامج الحوارية النهارية تقوم بدوراً مهم فى تشكيل الرأى العام[15]

ثانياً:- الدراسات التى تناولت تحليل الخطاب الإعلامى :-

وناقشت دراسة رباب جلال (2014) معالجة الخطاب الديني لقضايا المرأة في ظل التغيرات المتلاحقة التي يمر بها المجتمع المصري وقامت الباحث يتحليل عينة من البرامج المقدمة على القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة وأشارت النتائج إلى إنشغال الخطاب الديني عموماً بالبعث والآخرة أكثر من إنشغاله بالدنيا، وخلا من الحديث عن القضايا المستقبلية بل كان تركيزه الدائم على الغفلة عن الموت والحساب والآخرة متجاهلاً الغفلة عن العلم والتقدم والغفلة عن ملاحقة المستقبل بالإضافة إلى أن أكثر الموضوعات تكراراً في الخطاب الديني هي الموضوعات الاجتماعية ثم الأحكام الدينية، وكانت أقل الموضوعات تكراراً هي التعليم ثم المشاركة السياسية ثم العمل وكانت الإشارة المباشرة لهذه القضايا قليلة جداً وجاء تناول الخطاب الديني لقضايا المرأة (التي حددتها الباحثة) تناول ضعيف جداً وغير مباشر، حيث كانت نسبتها 4% فقط من جملة القضايا المطروحة، مما يدل على عجز الخطاب الديني عن تناول القضايا الواقعية للمرأة [16].

وأجرت سهام عبد الخالق (2014) دراسة لتحليل الخطاب الإعلامى للقوى السياسية فى البرامج الحوارية وقامت برصد ومتابعة مفردات الخطاب الإعلامى للقوى السياسية المختلفة خلال فترة الإنتخابات البرلمانية 2011 وأشارت نتائجها إلى عدم اعتماد خطاب الضيوف من القوى السياسية الإسلامية على الأدلة والبراهين الكافية للتدليل على ما يقولونه بالإضافة إلى أن الخطاب الخاص بضيوف القوى السياسية الإسلامية لم يتضمن اتجاهات ايجابية واضحة نحو القوى الفاعلة[17].

واستهدفت دراسة هبة عبد المعز أحمد (2007) التعرف على نوعية قضايا المرأة المصرية التي تناولتها عينة الدراسة وذلك من خلال تحليل الخطاب لمواد الرأي التي تتمثل في مقالات الكتاب من داخل الصحيفة وخارجها وذلك باستخدام العينة العمدية لقضايا المرأة المصرية خلال عام 2007 وخلصت الدراسة إلى أن من أهم القضايا التي تناولتها الصحف خلال فترة الدراسة التعديلات الدستورية والحجاب والختان وتولى المرأة منصب القضاء والعنف ضد المرأة [18].

وكشفت دراسة نقدية للباحث أحمد محمد عبدالله (2007) بعنوان الخطاب الإعلامى بين المصالح الوطنية والأهواء السياسية أن من الأسباب التي أسهمت وتسهم في وجود الكثير من السلبيات للخطاب الإعلامي المعارض النزعة الحزبية الأيديولوجية والرؤى الحزبية الضيقة والأفق الضيق الذي لا يستوعب المجتمع والواجب الوطني وضرورة التفريق بين العواطف الحزبية وقدسية أخلاقيات المهنية الإعلامية بالإضافة إلى غياب نهج وحدة الخطاب الإعلامي نحو الوطن وتقدمة ومعالجة مشاكله وحمايته والدفاع عنه[19].

ثالثاً:- التعريفات الإجرائية لفئات تحليل الخطاب

1- **فئة القضايا:-** يقصد بها القضايا التى تخص المرأة واشتملت تلك الفئة على قضايا (العنف- التحرش- الإغتصاب- الزواج- قضايا الأسرة- التعليم- العمل- المشاركة السياسية)

2- **القوى الفاعلة:-** يقصد بها مجموعة الفاعلين والأطراف المؤثرة سواء كان لها صفات أو أدوار يقومون بها حيث يقصد بالصفات الكلمات الوصفية أو النعتية التي تصف الحالة التي تكون عليها هذه القوى، أما الأدوار فتعنى الأفعال والأعمال التي تؤديها تلك القوى واشتملت تلك الفئة على (المؤسسات الحكومية- المؤسسات الدينية وتشمل:- الأزهر- وزارة الأوقاف- المجلس الأعلى للشؤون

الإسلامية- دار الإفتاء- هيئة كبار علماء الدين- منظمات المجتمع المدنى- المنظمات الدولية- الوزارات- الأحزاب السياسية- الدول العربية- الدول الإسلامية- الدول الأجنبية)

3- **فئة مسارات البرهنة**:- يقصد بها الدلائل التى استخدمتها الرموز السياسية والدينية فى تناول قضايا المرأة وتشمل (أدلة وبراهين سياسية- أدلة وبراهين دينية- أدلة وبراهين اجتماعية- أدلة وبراهين قانونية- أدلة وبراهين ثقافية- أدلة وبراهين حقوقية- الاستشهاد بأدلة ووقائع وشواهد- الإعتماد على الأرقام والبيانات والإحصائيات)

4- **فئة الأطر المرجعية**:- يقصد بها الحقل المرجعى للمفاهيم المتعلقة بقضايا المرأة وتشمل (المرجعية الدينية- المرجعية السياسية- المرجعية القانونية- المرجعية التاريخية- المرجعية الحقوقية- المرجعية الاجتماعية) ومن خلال تحليل الأطر المرجعية يمكن رصد الإحالات المرجعية التي استند إليها الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية في عرضه للأطروحات تجاه قضايا المرأة فى البرامج الحوارية.

قامت الباحثة بتحديد قضايا الدراسة عن طريق مسح البرامج الحوارية عينة الدراسة والتركيز على أهم القضايا التي تناولتها خلال فترة التحليل وبناء على النسب التى ظهرت تم تحديد أهم القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية خلال فترة الدراسة فيما يلي:-

1- قضايا الزواج وتم تقسيمها إلى (زواج الأجنبى من المصرية- الزواج غير المتكافئ- الطلاق المبكر)
2- النقاب والحجاب (دعوة إلغاء الحجاب بالمدارس وأنه عادة وليس عبادة- قرار الفضاء الإدارى بمنع المنتقبات من التدريس داخل الجامعة)
3- تحريم الشات بين الرجل والمرأة
4- المشاركة السياسية للمرأة المصرية
5- العنف

رابعاً:- النتائج العامة للدراسة

أولاً:- القضايا التى تناولها الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية فى البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (1)

القضايا التى تناولها الخطاب الإعلامى عينة الدراسة

قضايا الخطاب	التكرار	النسبة
زواج المصرية من أجنبى	5	29.4
دعوة إلغاء الحجاب بالمدارس وأن الحجاب فرض وعبادة وليس عادة	5	29.4
المشاركة السياسية	3	17.6
تحريم الشات بين الرجل والمرأة	2	11.8
قرار منع القضاء الإدارى التدريس بالنقاب داخل الجامعة	1	5.9
التحرش	1	5.9
الإجمالى	17	100

أثارت البرامج الحوارية خلال فترة الدراسة ستة أطروحات رئيسية جاء ترتيبها كالتالى:-

جاءت (دعوة إلغاء الحجاب بالمدارس وأن الحجاب فرض وعبادة وليس عادة) و(الزواج من أجنبى) في مقدمة أهم قضايا الخطاب بنسب متساوية 29.4% ويرجع السبب فى ظهورهما بنسبة كبيرة الدعوات التى أطلقها بعض الصحفين لإلغاء الحجاب فى المدارس وأنه عادة وليس عبادة وفيما يتعلق بأطروحة الزواج من أجنبى جاءت نتيجة لقرار وزير العدل السابق أحمد الزند بزواج المصرية من أجنبى مقابل مبلغ مالى 50000 مما أدى إلى تركيز البرامج الحوارية على مناقشة تلك الأطروحات، ثم (المشاركة السياسية) في المرتبة الثانية بنسبة 17.6%، وقد ظهرت نتيجة لتزامن الفترة الزمنية التى أجريت فيها الدراسة التحليلية مع إجراء الإنتخابات البرلمانية 2015 ثم (الشات بين الرجل والمرأة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 11.8% ظهرت نتيجة لفتوى بعض رجال الدين بتحريم الشات بين الرجل والمرأة ، وأخيراً

جاء (قرار منع القضاء الإدارى التدريس بالنقاب داخل الجامعة) و(التحرش) بنسبة بلغت 5.9% حيث ظهرت كموضوعات عابرة لم ترتبط بأحداث جديدة.

ثانياً:-اتجاه ومستويات معالجة الخطاب للرموز السياسية والدينية تجاه قضايا المرأة وأبرز المصطلحات المستخدمة:

جدول رقم (2)

اتجاه معالجة الخطاب للرموز السياسية والدينية تجاه قضايا المرأة

اتجاه معالجة الخطاب للموضوعات			التكرار	النسبة
الرموز السياسية	هجومى	الأشخاص	7	21.2
		طبيعة الموضوع	7	21.2
	موضوعى	طبيعة الموضوع	4	12.1
		المهن	1	3.0
الرموز الدينية	هجومى	طبيعة الموضوع	4	12.1
		الأشخاص	1	3.0
	موضوعى	طبيعة الموضوع	7	21.2
		المهن	1	3.0
		الأشخاص	1	3.0
الإجمالى			33	100

جدول رقم (3)

مستويات معالجة الخطاب الإعلامى للرموز السياسية تجاه قضايا المرأة

مستويات معالجة الخطاب الإعلامى	التكرار	النسبة
توصيات	6	26.1
تعريفى	4	17.4
تحذيرى	4	17.4
مقترحات	3	13.0
إبراز المزايا	2	8.7
مختلط	2	8.7
إرشادى	1	4.3
دفاعى	1	4.3
الإجمالى	23	100

جدول رقم (4)

مستويات معالجة الخطاب الإعلامى للرموز الدينية تجاه قضايا المرأة

مستويات معالجة الخطاب الإعلامى	التكرار	النسبة
تحذيرى	10	31.3
تعريفى	7	21.9
إرشادى	5	15.6
توصيات	4	12.5
مختلط	3	9.4
إبداء الرأى	1	3.1
إبراز المزايا	1	3.1
مقترحات	1	3.1
الإجمالى	32	100

جدول رقم (5)

- **أبرز المصطلحات المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية:**

المصطلحات المستخدمة فى الخطاب الإعلامى		التكرار	النسبة
الرموز السياسية	اجتماعية	59	21.5
	اقتصادية	19	6.9
	علمية	14	5.1
	سياسية	12	4.4
	دينية	12	4.4
الرموز الدينية	دينية	109	39.8
	اجتماعية	28	10.2
	علمية	15	5.5
	سياسية	5	1.8

- **بالنظر إلى الجداول رقم (2،3،4،5) يتضح النتائج التالية:-**

- توضح النتائج الجدول رقم (2) أن الضيوف من الرموز السياسية إعتمدوا فى تناولهم لقضايا المرأة على الهجوم على طبيعة الأشخاص وطبيعة الموضوع بنسبة 21.2% وفيما يتعلق بالرموز الدينية فقد كان الإتجاه السائد للخطاب هو الإتجاه الموضوعى على طبيعة الموضوع وظهر بنسبة 12.1% وجاءت المستويات الأخرى من مستويات معالجة الخطاب بنسب ضئيلة وتدل تلك النتائج

على أن الإتجاه السائد فى الخطاب الإعلامى للرمز السياسية هو الإتجاه الهجومى على طبيعة الأشخاص بينما الإتجاه السائد للرموز الدينية هو الإتجاه الموضوعى على طبيعة الموضوع.

- كما يتضح من بيانات الجدول رقم (2و3) ظهور (التوصيات) في مقدمة مستويات معالجة الخطاب الإعلامى للرموز السياسية تجاه قضايا المرأة بنسبة 26.1% ثم (التعريفي) و(التحذيري) في المرتبة الثانية بنسب متساوية 17.4%، ثم (المقترحات) وأخيراً جاء (الإرشادى) و (الدفاعي) بنسبة بلغت 4.3%.
- كما جاء مستوى (تحذيرى) في مقدمة مستويات معالجة الخطاب الإعلامى للرموز الدينية تجاه قضايا المرأة بنسبة 31.3%، ثم (تعريفى) في المرتبة الثانية بنسبة 21.9 وأخيراً جاء (ابداء الرأي) و(إبراز المزايا) و(مقترحات) بنسبة بلغت 3.1%.
- وأظهرت نتائج الجدول رقم (5) ظهور المصطلحات (اجتماعية) في مقدمة المصطلحات المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية بنسبة 21.5% وفى المرتبة الأخيرة (سياسية) و(دينية) بنسب متساوية بلغت 4.4%.

وجاءت المصطلحات (الدينية) في مقدمة المصطلحات المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية بنسبة 39.8%، ثم (اجتماعية) 10.2%، ثم (سياسية) فى المرتبة الأخيرة بنسبة 1.8%، وأخيراً جاء (اقتصادية) بنسبة بلغت 0.4%.

- وقد برزت النتائج السابقة من اتجاه ومستويات معالجة الخطاب الإعلامى فى (قضية الحجاب والنقاب وتحريم الشات بين الرجل والمرأة) بينما التزم الضيوف من الرموز الدينية فى خطابهم الإعلامى بالموضوعية فى تناولهم لقضية(الحجاب والنقاب وتحريم الشات بين الرجل والمرأة و زواج المصرية من الأجنبى) ويمكن ارجاع النتائج السابقة إلى طبيعة القضايا التى ارتفعت فيها نسبة الإختلاف فى الأراء والإتجاهات حيث غلبت طبيعة الضيوف من الرموز السياسية والدينية على

اتجاه ومستويات معالجة الخطاب ونتيجة لتلك الإختلافات فقد ارتفعت نسبة المصطلحات الدينية فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية على العكس من المصطلحات التى اعتمد عليها خطاب الرموز السياسية وهى (الإجتماعية والسياسية) ويمكن تفسير النتائج إلى حرص الضيوف من الرموز السياسية والدينية على تناول القضايا بناء على تخصصاتهم واتجاهاتهم وأهدافهم فكان التركيز من جانب الرموز الدينية فى تناول قضايا المرأة على الإتجاه الموضوعى والمستوى التحذيرى للمخاطر التى قد تتعرض لها المرأة فى الموضوعات المتعلقة بها وجاء ذلك نظراً لتناول القضايا بمنظور دينى لذلك غلبت المصطلحات الدينية على الخطاب وابتعدت عن المصطلحات السياسية على العكس تماماً الرموز السياسية التى غلب الإتجاه الهجومى على طبيعة الأشخاص من الرموز الدينية وعدم الإتفاق على تفسيرهم للأيات والأحاديث التى استندوا إليها فى خطابهم الإعلامى واعتمدوا على التوصيات بنسبة كبيرة فى معالجتهم للموضوعات وقد جاءت التوصيات بضرورة عدم التشدد الدينى من جانب الرموز الدينية لأن هذا التشدد من وجهة نظرهم قد يأخذ المرأة بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة إلى الكثير من المخاطر التى فى غنى عنها المجتمع ونتيجة لذلك غلبت المصطلحات الإجتماعية فى خطابهم الإعلامى.

ثالثاً:-القوى الفاعلة والأطر المرجعية ومسارات البرهنة داخل الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية:

1- القوى الفاعلة داخل الخطاب للرموز الدينية والسياسية والأدوار المنسوبة إليها:

جدول رقم (6)

القوى الفاعلة داخل الخطاب للرموز الدينية والأدوار المنسوبة إليها

الأدوار المنسوبة / القوى الفاعلة	الدور الإيجابى		الدور السلبى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مواطنون	4	25	-	-
الأزهر	3	18.75	1	100
وزارة الأوقاق	2	12.5	-	-
دار الإفتاء	2	12.5	-	-
منظمة المؤتمر الإسلامى	2	12.5	-	-
دول أجنبية	2	12.5	-	-
مراكز بحثية	1	16.25	-	-
الإجمالى	16	100	1	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور (المواطنون) في مقدمة دور القوى الفاعلة الإيجابي داخل الخطاب للرموز الدينية بنسبة 25%، ثم (الأزهر) في المرتبة الثانية بنسبة 18.75% وفى المقابل جاء الأزهر بنسبة 100% فى الدور السلبي وتشير تلك النتائج إلى عدم قيام المؤسسات الدينية بدورها الإيجابى تجاه القضايا التى تواجه المرأة المصرية فنتيجة ظهور الأزهر وهو من أهم المؤسسات الدينية فى الدولة بدور سلبى يشير إلى ضرورة توجيه وسائل الإعلام بأهمية الدور الذى ينبغى أن تقوم به مؤسسة الأزهر.

جدول رقم (7)

القوى الفاعلة داخل الخطاب للرموز السياسية والأدوار المنسوبة إليها

الأدوار المنسوبة / القوى الفاعلة	الدور الإيجابى		الدور السلبى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مؤسسات المجتمع المدنى	2	12.5	-	-
منظمات دولية	2	12.5	1	100
دول أجنبية	2	12.5	-	-
دول عربية	2	12.5	-	-
دول إسلامية	2	12.5	2	33.3
جمعيات أهلية	2	12.5	1	16.7
مواطنون	2	12.5	1	16.7
حركات سياسية	1	6.3	1	16.7
مؤسسات حكومية	1	6.3	1	16.7
الإجمالى	16	100	6	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور (مؤسسات المجتمع المدنى) و(منظمات دولية) و(دول أجنبية) و(دول عربية) و(دول إسلامية) و(جمعيات أهلية) و(مواطنون) في مقدمة دور القوى الفاعلة الإيجابي داخل الخطاب للرموز السياسية بنسب متساوية بلغت 12.5%، وأخيراً جاء (حركات سياسية) و(مؤسسات حكومية) بنسبة بلغت 6.3%. وفى المقابل جاءت (دول إسلامية) بنسبة 33.3% فى الدور السلبي ثم(جمعيات أهلية) و(مواطنون) و(حركات سياسية) و(مؤسسات حكومية) بنسبة بلغت 16.7% وتؤكد نتائج الجدول السابق نتائج الجدول رقم (6) وهو ظهور المؤسسات الدينية والدول الإسلامية بادوارها السلبية تجاه قضايا المرأة بصفة عامة والمرأة المصرية بصفة خاصة.

2- الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز السياسية والدينية:

جدول رقم (8)

الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز السياسية

الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز السياسية	التكرار	النسبة
المرجعية الحقوقية	46	26.3
المرجعية القانونية	35	20.0
الإستشهاد بتجارب الأخرين	31	17.7
المرجعية الثقافية	22	12.6
المرجعية التاريخية	18	10.3
خبراء ومتخصصون	14	8.0
المرجعية السياسية	6	3.4
المرجعية الدينية	3	1.7
مقترحات	1	3.1
الإجمالى	175	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور (المرجعية الحقوقية) في مقدمة الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز السياسية بنسبة 26.3%، ثم (المرجعية القانونية) في المرتبة الثانية بنسبة 20%، ثم (الإستشهاد بتجارب الأخرين) فى المرتبة الثالثة بنسبة 17.7 وأخيراً ظهرت(المرجعية الدينية) بنسبة بلغت 1.7% وتفسر الباحثة تلك النتيجة بربط ضيوف البرامج الحوارية من الرموز السياسية المرجعية الحقوقية والقانونية بالجانب السياسى وقد ظهرت بنسبة كبيرة فى قضية زواج المصرية من الأجنبى والمشاركة السياسية للمرأة).

جدول رقم (9)

الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز الدينية

الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز الدينية	التكرار	النسبة
المرجعية الدينية	116	64.1
المرجعية التاريخية	25	13.8
الإستشهاد بتجارب الأخرين	14	7.7
المرجعية القانونية	8	4.4
المرجعية الثقافية	8	4.4
خبراء ومتخصصون	6	3.3
المرجعية الحقوقية	4	2.2
الإجمالى	181	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (المرجعية الدينية) في مقدمة الأطر المرجعية داخل الخطاب للرموز الدينية بنسبة 64.1%، ثم (المرجعية التاريخية) في المرتبة الثانية بنسبة 13.8%، ثم (الإستشهاد بتجارب الأخرين وفى الترتيب الأخير ظهرت (المرجعية الحقوقية) بنسبة بلغت 2.2% وقد ظهرت (المرجعية الدينية) بنسبة كبيرة فى قضية (تحريم الشات بين الرجل والمرأة ودعوة إلغاء الحجاب بالمدارس لأنه عادة وليس عبادة).

3-مسارات البرهنة المستخدمة داخل الخطاب للرموز السياسية والدينية

جدول رقم (10)

مسارات البرهنة المستخدمة داخل الخطاب للرموز السياسية

مسارات البرهنة	التكرار	النسبة
أدلة من واقع الحياة	44	30.8
أدلة وبراهين اجتماعية	43	30.1
أدلة وبراهين قانونية	29	20.3
أدلة وبراهين تاريخية	11	7.7
أدلة وبراهين ثقافية	11	7.7
أدلة وبراهين سياسية	3	2.1
أدلة وبراهين دينية	2	1.4
الإجمالى	143	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور(أدلة من واقع الحياة) في مقدمة مسارات البرهنة المستخدمة فى الموضوعات للرموز السياسية بنسبة 30.8%، ثم (أدلة وبراهين اجتماعية) في المرتبة الثانية بنسبة 30.1%، ثم (أدلة وبراهين قانونية) فى المرتبة الثالثة بنسبة 20.3% وفى المرتبة الاخيرة (أدلة وبراهين دينية) بنسبة بلغت 1.4% وترتبط تلك النتيجة بالأطر المرجعية التى تعتمد عليها الرموز السياسية والتى جاءت فى الترتيب الأول المرجعية الحقوقية والقانونية التى ارتبطت بالجانب السياسى.

جدول رقم (11)

مسارات البرهنة المستخدمة داخل الخطاب للرموز الدينية

مسارات البرهنة	التكرار	النسبة
أيات قرأنية	68	48.2
أحاديث نبوية	25	17.7
أدلة من واقع الحياة	16	11.3
قصص من سير الصحابة	13	9.2
أحاديث قدسية	11	7.8
أدلة وبراهين قانونية	6	4.3
سير العلماء	2	1.4
الإجمالى	141	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور (أيات قرأنية) في مقدمة مسارات البرهنة المستخدمة فى الموضوعات للرموز الدينية بنسبة 48.2%، ثم (أحاديث نبوية) في المرتبة الثانية بنسبة 17.7%، ثم (أدلة من واقع الحياة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 11.3%، ثم (قصص من سير الصحابة) فى المرتبة الرابعة بنسبة 9.2%، ثم (أحاديث قدسية) فى المرتبة الخامسة بنسبة 7.8%، وظهور (أدلة وبراهين قانونية) بنسبة ضئيلة ، وجاءت نتائج الجدول السابق للتاكيد على نتاج الجدول رقم (9) واعتماد الرموز الدينية على المرجعية الدينية فى الترتيب الأول للمرجعيات التى اعتمد عليها الخطاب الإعلامى مما يزيد من قوة الخطاب.

رابعاً:-أساليب الإقناع المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية

جدول رقم (12)

أساليب الإقناع المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية

أساليب الإقناع المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية		التكرار	النسبة
أساليب عقلانية	تبادل النتائج عن المقدمات	46	22.3
	الاستشهاد بالمعلومات والأحاديث الواقعية	37	18.0
	تفنيد وجهة النظر الأخرى	30	14.6
	تقديم الأرقام والإحصاءات	29	14.1
	المقارنة بين المواقف	23	11.1
	تزييف الحقائق	15	7.3
أساليب عاطفية	التهوين والاستهزاء	19	9.2
	التهويل والمبالغة	4	1.9
	استخدام الاساليب اللغوية	3	1.5
	الإجمالى	206	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور الأساليب العقلانية فى الترتيب الأول للأساليب الإقناعية التى اعتمد عليها الخطاب الإعلامى للرموز السياسية وجاء أسلوب (تبادل النتائج عن المقدمات) فى الترتيب الاول بنسبة 22.3% يليه (الاستشهاد بالمعلومات والأحاديث الواقعية) في المرتبة الثانية بنسبة 18%، ثم (الاستشهاد بالمعلومات والأحاديث الواقعية) في المرتبة الثانية بنسبة 18%، ثم (تفنيد وجهة النظر الأخرى و تقديم الأرقام والإحصاءات) فى المرتبة الثالثة بنسب متقاربة وفى المرتبة الأخيرة جاء (تزييف الحقائق) بنسبة بلغت 7.3%.

وفى المقابل ظهر (التهوين والاستهزاء) في مقدمة أساليب الإقناع العاطفية المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز السياسية بنسبة 9.2%، ثم (التهويل والمبالغة واستخدام الأساليب اللغوية) في المرتبة الثانية بنسب متقاربة .

جدول رقم (13)

أساليب الإقناع المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية

أساليب الإقناع المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية		التكرار	النسبة
أساليب عقلانية	الاستشهاد بالمعلومات والأحاديث الواقعية	32	25.0
	تبادل النتائج عن المقدمات	27	21.1
	المقارنة بين المواقف	24	18.8
	تفنيد وجهة النظر الأخرى	18	14.1
	تقديم الأرقام والإحصاءات	10	7.8
	تزيف الحقائق	4	3.1
أساليب عاطفية	استخدام الاساليب اللغوية	10	7.8
	التهويل والمبالغة	3	2.3
	الإجمالى	3	1.5

يتضح من بيانات الجدول السابق: ظهور الأساليب العقلانية فى مقدمة الأساليب الإقناعية التى اعتمد عليها الخطاب الإعلامى للرموز الدينية فقد جاء (الاستشهاد بالمعلومات والأحاديث الواقعية) فى المرتبة الأولى بنسبة بلغت 25%، ثم (تبادل النتائج عن المقدمات) في المرتبة الثانية بنسبة 21.1%، ثم (المقارنة بين المواقف) فى المرتبة الثالثة بنسبة 18.8%، ثم (تفنيد وجهة النظر الأخرى) في المرتبة الرابعة بنسبة 14.1%، وفى المرتبة الأخيرة جاء (تزيف الحقائق) بنسبة بلغت 3.1%، وفى المقابل جاء (استخدام الاساليب اللغوية) في مقدمة أساليب الإقناع العاطفية المستخدمة فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية بنسبة 7.8%، ثم (التهويل والمبالغة) في المرتبة الثانية بنسبة 2.3% ومن خلال نتائج الجدول السابق ونتاج الجدول رقم (12) تفسر الباحثة تلك النتائج إلى طبيعة القضايا التى ناقشتها البرامج الحوارية والتى من وجهة نظر الرموز السياسية والدينية أن الأساليب العقلانية تكون أكثر إقناعاً للجمهور من الأساليب العاطفية.

أولاً:- القضية الأولى زواج المصرية من الأجنبى:

جاءت قضية زواج المصرية من الأجنبى فى الترتيب الأول للقضايا التى ناقشتها البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية بنسبة 29.4%على المستوى الدينى والسياسى والقانونى والثقافى والذى ساعد على اهتمام البرامج الحوارية بهذة القضية

هو قرار المستشار أحمد الزند بوضع وديعة قدرها 50000 جنية مصرى للمصرية المتزوجة من أجنبى بفارق سن 25 سنة وقد وجد اتفاق من جانب الرموز الدينية وبعض من الرموز السياسية على رفضهم لهذا القرار بحجة أنه بمثابة إهانة للمرأة المصرية لأنه يعد قرار لبيع البنت المصرية وليس لضمان حقوقها كما أن هذا القرار يؤكد على عدم جدية الزوج فى استمرار الزواج لأن وضع مبلغ من المال بإسم الفتاة فى البنك يدل على التخوف الشديد من تبعات هذا الزواج وأن مبلغ 50000 جنيه مبلغ زهيد بالنسبة للعربى وأكد خطاب الضيوق من الرموز السياسية والدينية على أن زواج المصرية من أجنبى مقابل مبلغ مادى محدد بفترة زمنية لا يتفق مع شروط الزواج السليم الذى من أسسه السكن وليس زواجاً للمتعة وعلى الجانب الأخر وجد تأييد لهذا القرار من جانب بعض الرموز السياسية بحجتين الأولى أن "هذا القرار يعد حل لمشكلة الزواج فى مصر" والثانية " أنه يضمن حقوق الزوجة المصرية".

ضيوف البرامج من الرموز الدينية:-

تناول ضيوف البرامج الحوارية محل الدراسة التحليلية من الرموز الدينية قضية زواج المصرية من الأجنبى بالإعتراض على هذا القرار وجاء سبب الإعتراض من خلال حجتين:- جاء فى الترتيب الأولى حجة " أن القرار إهانة لبنات مصر" واهتم الضيوف بهذه الحجة بنسبة 75% وجاء فى المرتبة الثانية حجة "هذا القرار لا يعد حل لمشكلة الزواج فى مصر" واهتم الضيوف بهذه الحجة بنسبة 25%.

الحجة الأولى:- أن القرار إهانة لبنات مصر

اعتمد خطاب الضيوف من الرموز الدينية بالبرامج الحوارية محل الدراسة فى تناولهم لهذه الحجة على المرجعية الدينية وتم الإستدلال عليها بمسارات البرهنة من الأيات القرأنية والأحاديث الشريفة التى تعرف الجمهور المعنى الحقيقى للزواج ومن أهم العبارات التى وردت فى الخطاب " الزواج السليم هو الذى يهدف لحفاظ مكانة

وحقوق المرأة" ، " الزواج السليم ليس محدد بفترة زمنية " وتم إشارة الضيوف من الرموز الدينية إلى أن هذا الزواج يطلق عليه " زواج المتعة" فالأجنبى يأتى لفترة معينة من الوقت ليستمتع بالفتاة ثم يطلقها وهذا مخالف ضمنياً لمبادئ الزواج الذى نصت عليه الشريعه الإسلامية وهو " السكن".

وتم الهجوم على قرار المستشار أحمد الزند بأن المبلغ الذى يدفعه فى هذه الزيجة يدفعه الأجنبى فى أى شئ مادى يدل على مدى الإهانة التى تتعرض لها المرأة المصرية.

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز الدينية إزاء الحجة الأولى:-

1- **الشيخ سالم عبد الجليل/ وكيل أول وزارة الأوقاف الأسبق**:- تحديد مدة الزواج محرم شرعاً وأناشد أولياء الأمور لو سمحتم لا تبيعوا بناتكم، وهذا القرار يوحى بأن هذا الزواج سوف ينتهى قريباً وأن البنت بذلك ضحت بنفسها وهذا القرار به إمتهان للمرأة ونحن بذلك نبيع نسائنا والمرأة المصرية ليست للبيع، والزواج بفارق سن 25 سنه يؤكد أنه زواج للمتعة وليس لإستمرار والرجل الخليجى ينهى مصلحته ويذهب إلى بلده مره أخرى.

2- **د. أمنة نصير/ أستاذ العقيدة والفلسفة بكلية الدعوة جامعة الأزهر:-** هذا القرار سقطة من المستشار أحمد الزند كنت أود بدلاً من هذا القرار الذى يقنن الإتجار بالبشر أن يمنعه كليةً ويجرم الأب الذى يفرط فى حق إبنته وهذا القرار يؤيد استغلال الفقر الشديد ويعطى فرصة للأباء للإتجار ببناتهن.

3- **د. سعاد صالح / أستاذ الفقه المقارن بكلية الشريعة الإسلامية جامعة الأزهر:-** إن الزواج من الأجنبى هو زواج للمتعة فعقد زواج المتعه هو " متعنى ببنتك" لمدة محددة مقابل أجر وهذا الزواج يعد زواج مصلحة وزواج بالإكراه لفتيات قاصرات يجبروا على الزواج من كبار السن وهناك توجه لإهانة الفتيات المصريات.

الحجة الثانية:- هذا القرار لا يعد حل لمشكلة الزواج فى مصر

فى إطار تناول الضيوف من الرموز الدينية لزواج الأجنبى من المصرية اعتمد الخطاب على المرجعية الدينية من خلال الشرح والتفسير لأحكام الزواج وتوضيح أن الزواج الذى يتعارض مع أحكام الشرع لا يمكن أبداً أن يكون حل لمشكلة الزواج فى مصر بل أكد الخطاب على أننا بذلك نساعد على رفع نسبة الطلاق واستخدم الخطاب بعض الكلمات المحورية التى تدل على تعميق مشكلة الزواج فى مصر مثل " تفخيم مشكلة الزواج" " هذا الزواج للتفريق" ، " انتشار الطلاق المبكر" كذلك وظف خطاب الضيوف الأيات القرأنية التى تدل على خطورة هذا النوع من الزواج.

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الموز الدينية إزاء الحجة الثانية

1- **د. أحمد على عثمان/ أستاذ سيكولوجية الأديان والعلوم الإنسانية:-** أحكام الزواج لا تنطبق على هذا القرار لأنه يحدد مدة الزواج والإسلام لم يحدد مدة ويعد هذا القرار بمثابة قتل للبنت وربنا قال " ولا تقتلوا أولادكم خشية إملاق نحن نرزقهم وإياكم".

2- **الشيخ مصطفى عزت/ إمام مسجد السيدة زينب:-** هذا الزواج ليس شرعى لأنه يحل الحرام " يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا" وهذا الزواج للتفريق وليس للتعارف.

وقد أسفر تحليل خطاب الضيوف من الرموز الدينية أنه إستدل قى تناوله لأطروحة زواج المصرية من أجنبى على أدلة وبراهين دينية بنسبة 75.8% لإثبات صحتها لتكون أكثر إقناعاً للجمهور وقد جاء نسبة الإستشهاد بأيات قرأنية بنسبة 45.9% وأحاديث نبوية بنسبة 25% مثل " وخلقنا لكم من أنفسكم أزواجاً لتسكنوا إليها" " وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا" وحديث الرسول علية الصلاة والسلام " من كان له ثلاث بنات أكرمهن وأحسن تربيتهن دخل الجنة" وتم الإشارة إلى هذا الحديث لتحذير

أولياء أمور الفتيات من بيع بناتهن لأنه بعد مخالفاً للشرع وفى المرتبة الثانية جاء الإستشهاد بأدلة من الواقع بنسبة 8.2% مثل الإستشهاد بحالات اجتماعية واقعية تعرضت لإهانة جسدية ونفسية مما أثر على مستقبل الفتاة واعتمد خطاب الضيوف على الجانب التحذيرى من الأثار السلبية الناتجة عن هذا الزواج بنسبة 42.1% بينما ظهر الجانب التعريفى لمعنى الزواج السليم بنسبة 26.3% وغلب الإتجاه الموضوعى لخطاب الرموز الدينية بنسبة 80% وظهرت الأساليب الإقناعية العقلانية فى الخطاب الضيوف من الرموز الدينية فى الترتيب الأول بنسبة 95% وفى هذا السياق ظهرت بعض القوى الفاعلة ولكن بأدوار سلبية مثل الجمعيات الأهلية والمؤسسات الحكومية ومؤسسة الأزهر وظهرت الدول الأجنبية بنسبة 33% بأدوار إيجابية.

ضيوف البرامج من الرموز السياسية

إختلف ضيوف البرامج من الرموز السياسية فى تناولهم لأطروحة زواج المصرية من أجنبى بين مؤيد ومعارض لقرار المستشار أحمد الزند وجاء المعارضون لهذا القرار بحجة أن هذا الزواج يعد بمثابة زواج سياحى ولا يضمن حقوق الزوجة ، على الجانب الأخر جاء المؤيدون لهذا القرار بحجة أنه يضمن حقوق الزوجة المصرية بنسبة 27.9%.

المعارضون للقرار بحجة أنه لا يضمن حقوق الزوجة المصرية

اعتمد خطاب الضيوف من الرموز السياسية المعارضون لهذا القرار فى تناولهم لهذه الحجة على نتائج دراسات إجتماعية تدل على ارتفاع حالات الطلاق المبكر والتى نتجت عن هذا النوع من الزواج الذى يعد فى رأيهم عقد زواج سياحى من البنت المصرية يتم فى فترة الأجازات السياحية للعرب فى مصر ، ورصدت أدلة من الواقع الإجتماعى تدل على مخاطر الزواج من أجنبى كما انتقد البعض قرار المستشار أحمد

الزند لأنه بذلك يساعد على التقليل من شأن مصر كلها متجسدة فى بناتها بالإضاقة إلى أن هذا القرار يساعد على إنتشار نسبة الطلاق وأنه لا يضمن أية حقوق للزوجة المصرية مثلما قال البعض واستند الخطاب على بيانات وإحصاءات تؤكد فشل هذا النوع من الزواج وفى هذا السياق ظهرت بعض القوى الفاعلة ولكن ظهورها كان سلبى ومن ضمنها الأزهر الشريف ودار الإفتاء الذى تم مطالبتهم بإصدار فتوى لتحريم هذا النوع من الزواج بالإضافة إلى المنظمات الأهلية التى ظهرت بدور سلبى فى حل القضايا المجتمعية ومن أهمها مشكلة الفقر التى هى عامل مساعد على انتشار مثل تلك النوعية من الزيجات واستدل الخطاب على بعض الكلمات المحورية التى تبين الإعتراض على هذا القرار مثل " لم نفهم كيف تم صدور القرار" ، " أين دور الأزهر ودار الإفتاء" ، " هذا القرار بعيد تماما عن الدراية بواقع الفتيات المصريات والأسر الفقيرة" ، " كيف يتم صدور القرار دون مناقشتة فى مجلس الشعب".

كما استدل الخطاب على المرجعية القانونية ورجع إلى أصل القانون الخاص بهذا النوع من الزيجات وهو القانون رقم 103 لسنة 76 المادة 5 وتم شرحة وتفسيرة للتأكيد على أن سبب الإعتراض ليس فقط من الجانب الإجتماعى ولكن أيضاً من الجانب القانونى وطالبوا بتعديله حتى يكون فى صالح الزوجة المصرية وليس فى صالح الزوج الأجنبى ومن أهم الكلمات التى وردت فى نص الخطاب التى هاجمت هذا القانون أنه " ليس قانون للزواج ولكنه قانون لتسعيير البنت المصرية" ، " أين الحقوق المعنوية والنفسية للبنت" ، " بتدوروا بس على الفلوس"

بعض ما جاء بخطاب الضيوف إزاء الحجة الأولى:-

1- المستشار أحمد مصيلحى/ مسئول لجنة الدفاع عن أطفال مصر بنقابة المحامين: أكدت دراسة حديثة أن 81% من السعوديين يتزوجون من

المصريات لمدة 15 يوم ثم يتم الطلاق ولا تحصل المرأة المصرية على حقوقها لأنها يجب أن ترفع دعوى فى السفارة المصرية فى السعودية وأغلب الزيجات المصريات لا يفعلون هذا فهذا القرار لا يضمن للمرأة حقوقها لأن يوجد جهل من قبل الكثير من الأسر بالشروط القانونية والواجبة لإتمام هذاالنوع من الزواج، ومن أشهر المناطق التى يتم فيها هى مناطق أبو النمرس والحوامدية والبدرشين) ويوجد إمرأة تدير هذا الموضوع بمبلغ مالى كبير يصل إلى 100000 جنية فالموضوع أصبح بعيداً عن القانون فكان أولى وضع قانون للقبض على تلك الشبكات بدلاً من وضع قانون لتقنين الزواج السياحى.

2- **رضا البيستاوى/ محامى متخصص فى زواج الأجانب من المصريات:** مشكلة هذا القرار أن المصريين يتحايلون على القانون والأسر الفقيرة لا تعرف القانون وكيفية إستخدام حقوقهم فقد وجدت حالة تم رصدها فى قسم شرطة الحوامدية وهو وجود 4 سعودين تزوجوا بنات فى سن 14 سنه وقدمت القضية على أنها قضية إتجار بالبشر وأخذ السهودين براءة ومن أكثر المشاكل التى تواجه هذا النوع من الزواج أن بعد عقد الزواج بفترة قصيرة نقوم بعمل عقد طلاق والموضوع بعد الطلاق تنفيذه صعب لحصول الزوجة على حقوقها والإجراءات معقدة جداً تأخذ سنين ويكون ضحيتها الأم والأطفال .

3- **شاهنده مقلد/ عضو المجلس القومى للمرأة:** هذا القرار يرجعنا " لتجارة الرقيق" وبعيد عن الإسلام الذى كرم المرأة وأعطاها حقوقها وهذا القرار يدل على وجود خلل فى القانون المصرى والمنظومة الإقتصادية التى تجعل الفقراء من الأسر يبيعوا بناتهم، ودور المنظمات الأهليه سلبى لأنها يجب أن تساعد هؤلاء المحتاجين من أجل أن يتعايشوا.

4- **أ. إيفون مسعد/ عضو المكتب التنفيذى للجبهة الوطنية لنساء مصر:** أنا ضد القرار كان المفروض الوزير يدرس هذا القرار قبل التطبيق لأنه يساعد على انتشار الزواج السياحى فى مصر الذى يعد بمثابة زواج للمتعة فكل رجل عربى يأتى للاستمتاع بأثار مصر يتمتع ببناتها وبمجرد إنتهاء الأجازة السياحية ينتهى الزواج.

5- **كريمة الحفناوى/ عضو الجبهة الوطنية للدفاع عن نساء مصر:** وزير العدل يعرف أن نتيجة للفقر الشديد يأتى الرجل الثرى فى القرى شديدة الفقر ويتزوج بالفتاة الصغيرة ويدفع مبلغ من المال وتسافر الأبنة وترجع بعد ذلك وهى لا تملك شئ لأنها هربت من جحيم لأنها تعيش خادمة لزوجته الأولى أو تعمل فى أشغال أخرى عير شرعية فأى حقوق للبنت يأتى بها هذا القرار وزير العدل يشرع قانون لبيع المرأة ولا يشرع قانون يعطى للمرأة حقوقها ويوجد نتائج دراسات إجتماعية تؤكد ارتفاع نسبة النتائج السلبية لهذا القرار.

6- **هدى بدران/ رئيس رابطة المرأة العربية:** 50000 جنيه يدفعهم الرجل الثرى فى سهرة وهذا القرار فيسيتا للبنت المصرية ، هذا القانون ظاهره الرحمة وباطنه تبرير لبيع بنات مصر واهدار حقوقهم.

المؤيدون للقرار بحجة أنه يضمن حقوق الزوجة المصرية

استند خطاب الضيوف من الرموز السياسية المؤيدون لهذا القرار على المرجعية القانونية التى تبرر تأيدهم لهذا القرار كما تم الإستناد إلى المرجعية الدينية بأن لا يوجد نص فى القرأن يمنع الزواج أو زواج البنت برجل يكبرها فى السن وبالتالى لايجوز لأى قانون أن يمنع الزواج ولا يستطيع أحد أن يمنع زواج المصرية من أجنبى وهذا القرار هو ضمان لحقوق البنت المصرية وأنه ليس بقرار جديد فهو تطوير للقانون رقم 103 لسنة 76 وجاء التطوير لرفع المبلغ من 25000 جنيه إلى

50000 جنيه وأشار الخطاب إلى تبرير تأيده إلى الواقع الإجتماعى الذى لا يصلح معه زواج الصالونات نظراً لإختلاف الظروف الاجتماعية وأن هذا الزواج يساعد على حل مشكلة تأخر الزواج فى مصر مستدلاً على ذلك بأرقام وإحصاءات.

بعض ماجاء بخطاب الضيوف إزاء الحجة الثانية

1- **ممدوح طلبوشك / مساعد وزير العدل لشؤن الشهر العقارى:** فكرة وضع المال هو شكل من أشكال الحماية للبنت والوزارة أصابت فى اتخاذ هذا القرار.

2- **ميرفت التلاوى/ مدير منظمة المرأة العربية:** أنا أتفق تماماً مع قرار المستشار أحمد الزند وأشكره لأن هذا بداية الإهتمام بالقضايا الإجتماعية المتعلقة بالمرأة المصرية وهو عمل تعديل على المبلغ المالى بزواج المصرية من أجنبى وأطالب معالى الوزير أن الشهادة تكون مغلقة لمدة خمس سنوات لأن من الممكن بعد سنة من الزواج الزوج يضغط على الزوجة وتسحب الفلوس وتعطيها للزوج فهذا القرار حماية لحقوق البنت التى كانت مهدره من قبل.

3- **نهاد أبو القمصان/ رئيس المركز المصرى لحقوق المرأة:** وزير العدل يحاول أن يضع درجة من الحماية للبنت فوق سن ال18 سنه وأنا مع قرار ربط زواج المصرية بغير المصرى بفلوس لحماية الحقوق المادية للبنت.

وقد أسفر تحليل الخطاب الإعلامى من الرموز السياسية بالبرامج الحوارية المعارضين لهذا القرار أنه إستند فى إعتراضه على زواج المصرية من أجنبى بمبلغ مالى 50000على أدلة وبراهين قانونية بنسبة 24.3% يليها الإعتماد على أرقام وإحصائيات لحالات إجتماعية من الواقع بنسبة 51.3% وفى المرتبة الثالثة أدلة وبراهين دينية بنسبة 5.4% وكانت السمة الغالبة على الخطاب هو الهجوم المباشر

على قرار زواج المصرية من الأجنبى مقابل مبلغ 50000 أنه لا يضمن حقوق البنت المصرية وذلك بنسبة 60% وإستخدم الخطاب الكلمات التى تدل على الإتجاه السلبى نحو هذا القرار مثل " أين الحقوق المعنوية والنفسية للبنت" ،"بتدوروا بس على الفلوس" ، واستند خطاب الضيوف من الرموز السياسية بالبرامج الحوارية المؤيدون لهذا القرار إلى المرجعية القانونية بنسبة 25% حيث ركز الخطاب على شرح المادة رقم 5 من القانون للتأكيد على أن هذا القرار تطوير للقانون يليها المرجعية الدينية التى لا تمنع الزواج من أجنبى بنسبة 7.7% ولكنها لم تستدل على أدلة وبراهين دينية كما اعتمد خطاب الضيوف من الرموز السياسية على الأساليب الإقناعة العقلانية وذلك بنسبة 82.9%.

القضية الثانية: دعوة إلغاء الحجاب بالمدارس وأن الحجاب عادة وليس عبادة

ظهرت قضية دعوى إلغاء الحجاب بالمدارس وأنه عادة وليس عبادة فى الترتيب الأول أيضاً للقضايا التى تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة التحليلية بنسبة 29.4 %. وقد تناول ضيوف البرامج الحوارية من الرموز الدينية والسياسية لهذه القضية بحجتين:-

أولاً:-الرموز الدينية " الحجاب فريضة على المرأة المسلمة ولا ينبغى الدعوة إلى إلغاءه"

اهتم ضيوف البرامج الحوارية من الرموز الدينية فى خطابهم الإعلامى بتناولهم لهذه الحجة على تصحيح المفاهيم الخاطئة عن الحجاب بالإستناد إلى المرجعية الدينية من خلال التفسير الصحيح والسليم لأيات القرأن الكريم والأحاديث النبوية التى تؤكد على أن الحجاب فرض فى الشريعة الإسلامية وليس كما يدعى البعض أنه عادة وأعربوا عن أن مثل تلك الدعاوى بمثابة تعدى على نصوص الدين الإسلامى ورفضوا ربط الرموز السياسية الحجاب بالإرهاب والتطرف وأشاروا أن الدعوى إلى التشكيك فى

فرض الدين الإسلامى للحجاب لا يجوز من المنظور الدينى والثقافى والفكرى كما يتحدث أصحاب تلك الدعوة بحرية ارتداءه واستندوا إلى الدين المسيحى واليهودى فى فرضية الحجاب وأنه ليس فقط فى الدين الإسلامى مما يدل على أنه فريضة مسيحية ويهودية وليس إسلامية فقط وركزوا فى خطابهم على أن تلك الدعوة تعد دعوة إلى عدم الإلتزام بتعاليم الدين الإسلامى كما استند البعض إلى أن الواقع السياسى التى تعيشه الدولة ليس فى حاجة إلى مثل تلك الدعاوى ووظف بعض الكلمات المحورية التى تدل على الضرر الناتج على الوطن لإطلاق دعوى إلغاء الحجاب مثل " البلد فيها قضايا أهم" ، " كفاية إلى بيحصل فى البلد" ، " متربطوش الحجاب بالتطرف والإرهاب" ، " انتوا كدا بتشوهوا الإسلام".

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز الدينية للتأكيد على أن الحجاب فرض وعبادة وليس عادة.

1- **د.سعاد صالح / أستاذ الفقه المقارن بجامعة الأزهر:** دعوة إلغاء الحجاب تعد دعوة إلى عدم الإلتزام بتعاليم الله والذين يعترضون على الحجاب يعترضوا على الواجب فالحجاب فرض واضح وصريح على بنات المسلمين قال الله تعالى " يا أيها النبى قل لأزواجك وبناتك ونساء المؤمنين يدنين عليهن من جلابيبهن ذلك أدنى ان يعرفن فلا يؤذين" وأن الحجاب موجود فى كل الأديان المسيحية واليهودية ولم يطالب أحد بدعوة لإلغاءه.

2- **د. أحمد كريمة/ أستاذ الشريعة الإسلامية بجامعة الأزهر:** مسألة تغطية شعر رأس المرأة من الأمور الشرعية الواجبة ولا يوجب الإجتهاد فيه وحديث النبى واضح عندما دخلت عليه أسماء بنت أبى بكر بملابس خفيفه أمرها بأن لا يظهر منها سوى الوجه والكفين وأن الوطن ليس فى حاجة إلى

تلك الدعوى التى تعد هجوم على الإسلام ويجب علينا الإلتفاف إلى القضايا الأهم.

3- **الشخ سيد زايد / عضو لجنة الفتوى بالأزهر:** يجب أن نعرف أولاً أن معنى الحجاب فى القرأن هو الساتر والأية فى القرأن الكريم واضحة " وليضربن بخمورهن على جيوبهن" واللام إذا دخلت على الفعل المضارع تلزم الوجوب وتعنى الأمر بالقيام بالفعل ومن وجهة نظرى أن قضية الحجاب تثار الأن نظراً للعلاقة التى نشأت فى تلك الفترة مابين الإرهاب والتطرف والحجاب والنقاب.

4- **د. أمنة نصير/ أستاذ العقيدة والفلسفة بجامعة الأزهر:** أعترض على ربط زى المرأة بالإرهاب والتطرف ربنا قال فى القرأن " وجعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على الناس" ولا يجب ربط حجاب المرأة بالتطرف ومشاكل المجتمع والأية واضحة فى القرأن الكريم "يا أيها النبى قل لنسائك وبناتك وبنات المسلسمين يدنين عليهن من جلابيبهن" وأنا كنت فى مؤتمر فى سويسرا وقال لى أحد الأساتذة بجامعة السوربون أن مشكلتى الوحيدة هى إرتداء الحجاب فقلت له أنظر للصورة التى خلفك كانت صورة السيدة مريم وهى محجبة.

5- **د. محمود مهنا / عضو هيئة كبار العلماء فى الأزهر:** الحجاب فرض وواضح وواجب فى القرأن الكريمة وفى حديث شريف قال عليه الصلاة والسلام "إثنان من أهل النار منهم نساء كاسيات عاريات" وأرى أن دعوة إلغاء الحجاب هى دعوة فوضوية بغرض إظهار مصر بملامح علمانية.

6- **د. أحمد كريمة / أستاذ الشريعة الإسلامية بجامعة الأزهر:** الدعوة إلى عدم إرتداء الحجاب هى دعوة ليبرالية وأن تلك الدعوى هى مخالفة للشريعة

الإسلامية والأية الكريمة " وليضربن بخمورهن" تعنى الإلزام بالقيام بالفعل.

وقد أسفر تحليل الخطاب الإعلامى من الرموز الدينية لتناولهم لهذه القضية بإعتمادهم على المرجعية الدينية بنسبة 61.3% والتى تم تأكيدها بالأيات القرأنية 48.3% والأحاديث الشريفة بنسبة16.1% وجاء فى الترتيب الأول للأساليب الإقناعية الأساليب العقلانية بنسبة 100%.

واتخذ الخطاب الإعلامى للرموز الدينية فى تناولهم لقضية الحجاب والنقاب الإتجاه الموضوعى للنقاش وذلك بنسبة 100% بينما ظهر مستوى معالجة الخطاب لتلك القضية فى الترتيب الأول المستوى التعريفى الذى اعتمد على تفسير وشرح الأيات والاحاديث لتصحيح الخلط فى المفاهيم لدى الضيوف من الرموز السياسية ولدى المشاهدين بنسبة 33.3%.

ثانياً: الرموز السياسية "الحجاب ليس فرض ويؤدى إلى التطرف والإرهاب"

اعتمد ضيوف البرامج الحوارية من الرموز السياسية فى تناولهم لهذه الحجة على أنه لا يوجد نص صريح فى القرأن الكريم ذكر فيه أن الحجاب فرض بل أشاروا إلى أن الحجاب أحد الأسباب الرئيسية لحدوث المشاكل المجتمعية ويؤدى إلى الطائفية والعنصرية وقد إستند الخطاب إلى رصد أدلة من الواقع لتأكيد على صحة حجتهم وهى أن مع إنتشار الحجاب إنتشر التحرش فى المجتمع وأن الحجاب لم يمنع تلك الظاهرة بل زاد منها وقد إعتمد خطاب الرموز السياسية فى تناولهم لهذه الحجة على المرجعية التاريخية حيث قارن بين مصر فى عصر الخمسينات والستينات وبين مصر فى الوقت الحالى التى توضح الأثر السلبى لإرتداء الحجاب فمصر فى تلك الفترة لم يكن بها ظاهرة التحرش بالرغم من وجود التحرر فى اللبس وأشاروا أن

الحجاب ظاهرة دخيلة على المجتمع المصرى ظهر مع ظهور جماعة الإخوان المسلمين كما إستدل خطاب الرموز السياسية بأدلة وبراهين دينية حيث تكرار الأية الكريمة " من شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر" للتأكيد على أن الحجاب كان فرض على زوجات الرسول فقط ولم يفرض على نساء المسلمين وبالتالى فانتشار الحجاب اليوم هو من قبيل العادة وليس العبادة وقد وظف الخطاب العديد من الكلمات المحورية التى تؤكد وجهة نظرهم مثل " الدين جوهر وليس مظهر"

" الدين سلوك مش حجاب" " الحجاب يؤدى إلى التمييز فى الدولة" ، " الحجاب عودة إلى الوراء من الناحية الثقافية" ، " تزامن انتشار الحجاب مع حوادث الإرهاب" ، " الحجاب يمثل خطر إرهابى على الدولة".

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز السياسية للتأكيد على أن الحجاب ليس فرض ويؤدى إلى الإرهاب والتطرف

1- **شريف الشوباشى / كاتب صحفى:** إن دوافع الدعوة لإلغاء الحجاب هو القضاء على الإرهاب والتطرف فالإرهاب هو وراء أيدولوجية إرتداء الحجاب فى عصر الستينات مصر كانت بلا حجاب وفى العصر الحالى تزامنت فترة الحجاب مع فترة الأيدولوجية المتطرفة والحجاب ليس فرض بل هو عادة ربنا قال فى القرأن " وأقيموا الصلاة وأتو الزكاة " أما الحجاب فلم يفرض فى الشريعة الإسلامية.

2- **فريدة الشوباشى / كاتبة صحفية:** الحجاب أحد الأسباب الرئيسية لتكريس الطائفية فى مصر ويعد إمتهان للدين الإسلامى لأن الدين سلوك مش لبس، وأن الحجاب كان طبقاً للبيئة الصحراوية وأن الأطفال الذين يرتدوا الحجاب فى المدارس هو إغتيال للبراءة وأن الإسلام لم يرغمنى على لبس زى معين، وأنا أقول أن سلوكى مسلم وليس زى مسلم.

وقد أسفر تحليل الخطاب الإعلامى من الرموز السياسية على إستنادهم للمرجعية الحقوقية بشكل أساسى حيث جاءت فى الترتيب الأول بنسبة 26.6% للإشارة على أن من حق الأفراد أن يعرفوا هوية الشخص الذى يتحدثون إليه وقد تم الإستناد إلى أدلة إجتماعية بنسبة 30.9% للتأكيد على وجهة نظرهم يليها الإستشهاد بأدلة وبراهين قانونية بنسبة 27.3% وتم الإعتماد على الأساليب الإقناعية العقلانية بنسبة 89.9%

وقد ظهرت القوى الفاعلة فى الخطاب بدور إيجابى متمثلة فى الدول الأجنبية بنسبة 64% وفى المقابل ظهرت الدول الإسلامية ولكن بدور سلبى وذلك بنسبة 14.2%. وقد اتخذ الخطاب الإعلامى لتلك الأطروحة من جانب الرموز السياسية الإتجاه الهجومى على طبيعة الموضوع بنسبة 71.4% كما ظهر المستوى التحذيرى فى معالجة الخطاب لتلك الأطروحة بنسبة 66.6%

القضية الثالثة: المشاركة السياسية للمرأة فى الإنتخابات البرلمانية 2015

تناول ضيوف البرامج الحوارية محل الدراسة التحليلية من الرموز السياسية والدينية لهذه القضية بالإتفاق على أهمية المشاركة السياسية للمرأة وقد اتخذ الخطاب الاعلامى لهذه القضية من جانب الرموز الدينية والسياسية بعداً اجتماعياً لتصحيح المفاهيم المغلوطة عن الدور السلبى للمرأة فى المجتمع بصفة عامة والسياسى بصفة خاصة هذه المفاهيم بعيدة تماماً عن الدين وعن الواقع الفعلى للمرأة فى المجتمع من أدوار إيجابية.

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز السياسية والدينية لقضية المشاركة السياسية للمرأة فى الإنتخابات البرلمانية 20015.

1- **د.ميرفت التلاوى/ مدير منظمة المرأة العربية:** إن على المرأة دورًا كبيرًا فى الانتخابات البرلمانية، وأؤكد أن المرأة ستشارك بقوة فى الانتخابات، وأراهن

أنهم سيكونون أكثر من الرجال وأن المرأة كانت مشاركتها أكثر من الرجال فى الانتخابات الرئاسية والدستور، موضحة أن نسبتها ستكون قوية أيضًا فى الانتخابات البرلمانية، وأدعوا السيدات بالنزول فى الانتخابات للإدلاء بأصواتهن والمجلس القومى للمرأة قام بعمل دورات توعية للسيدات وحثهم على المشاركة فى الانتخابات البرلمانية، وغيرها من الدورات المهمة بأنها لا تقل أهمية من الرجال.

2- **عبلة الهوارى /عضو المجلس القومى للمرأة:** أتوقع وجود مشاركة أكبر للمرأة فى الانتخابات البرلمانية وبكثافة أكبر من المرحلة الأولى خاصة فى ظل طول فترة الدعاية الانتخابية والتوعية للناخبين وأحب أقول للمرأة "لازم يكون ليكى دور وتنزلى وتشاركى وتحصلى على حقك وتختارى النائب صاحب الشفافية والمعطاء".

3- د. **سحر الهوارى/ عضو مجلس إدارة اتحاد الكرة والفائزة بعضو مجلس النواب بقائمة "فى حب مصر"** عن دائرة الفيوم أنا حضرت عدد كبير من المؤتمرات الجماهيرية بمختلف المحافظات الفترة الماضية، ولاحظت مشاركة فعالة من السيدات بما يعكس أن نسبة مشاركة المرأة فى المرحلة الثانية للانتخابات البرلمانية سيكون أكبر من المرحلة الأولى، وبنصح كل إمرأة وأقولها حافظى على مكانتك وانزلى عشان قوتنا فى تواجدنا تحت القبة"، لأن المرأة هى زمام الأسرة المصرية وهى من ستحث أسرتها على النزول والمشاركة .

4- **ماجدة النويشي/ المقرر العام لشبكة البرلمانيات العربيات:** أتمنى تمثيلاً جيداً ومشرفاً للمرأة بما يتوافق مع القانون والدستور الذي كفل لها حق المشاركة السياسية مطالبة بتمثيل مشرف للمرأة فى جميع القوائم والتى تمثل 56 مقعداً بحيث يكون الاختيار قائماً على معايير الكفاءة والخبرة حتى يقتنع المواطن بأن

المرأة النائبة لاتقل فى الممارسة والاداء البرلماني عن الرجل، ولا ننسي دور المرأة فى تحريك المياه الراكدة، وإعادة المشهد السياسي المصري إلى توازنه.

5- **هدى بدران/ رئيس الاتحاد النوعى لنساء مصر:** إن «اتحاد نساء مصر» سوف يلعب دورا كبيراً خلال المرحلة القادمه فى إعداد كوادر نسائيه بحيث يقوم بدعم وتأهيل المرشحات لمجلس النواب القادم, حيث قمنا بفتح الباب بدعوة جميع الجمعيات الأهلية التابعة للاتحاد فى محافظات مصر للسيدات لمساندة المرشحات إن الاتحاد قام بتنظيم دورات تأهيل سياسي وتدريبهن على الخطابة كذلك تدريب مديري الحملة الانتخابية وفريق العمل، كما سيقوم الاتحاد بتقديم الدعم للمرشحات أثناء فترة العملية الانتخابية.

6- **د. أمنة نصير/ أستاذ العقيدة والفلسفة**: أتوقع أن تكون المرأة أكثر إقبالا ونشاطاً ومشاركة فى المرحلة الثانية للانتخابات من المرحلة الأولى، وبوجه رسالة لكل إمرأة مصرية وأقولها " كم أنا فخورة بك وأتمنى أن تكملى مسيرتك وقومى عزيزتى المرأة، واصبرى مهما كانت المشقة للوصول لصندوق الانتخابات ."

7- **د. محمد الشحات الجندى /عضو مجمع البحوث الإسلامية:** المشاركة واجب دينى ووطنى للرجل والمرأة وهذا واجب علينا تجاه مصر.

8- **د. سعد الدين الهلالي/ أستاذ الفقه المقارن بجامعة الأزهر:** الدين لم يميز بين المرأة والرجل فى الحصول على الحقوق ومن حق المرأة أن تمارس حقوقها فى الحياة العامة بكافة مجالاتها وأن الدين يعلي من قدر المرأة ويحترم دورها في المجتمع، مؤكدًا أنه لم يعد هناك ولاية عامة ولا ولاية خاصة بل أصبح هناك ولاية اجتماعية تقوم على مشاركة الرجل والمرأة.

وقد استند الخطاب الإعلامى فى تناوله لتلك القضية من جانب الرموز السياسية إلى المرجعية التاريخية بنسبة38% وقد تم الإستناد إلى أدلة من واقع الحياة بنسبة 38%

تمثلت فى التركيز على أهمية دور المرأة فى الحياة السياسية الذى بدأ منذ ظهور الحركات الإحتجاجية 2004 مروراً بثورة 25 يناير و30 يونيو كما غلب الإتجاه الموضوعى على طبيعة الموضوع لقضية المشاركة السياسية للمرأة من جانب الرموز السياسية المستوى التعريفى بأهمية المشاركة السياسية للمرأة وذلك بنسبة 43.8%وفيما يتعلق بتناول الرموز الدينية لتلك القضية فقد تم الإعتماد على المرجعية الدينية بنسبة 60% وتم استخدام مسارات البرهنة المتمثلة فى سرد قصص من سير الصحابة التى تؤكد على دور المرأة فى التاريخ الاسلامى وظهرت بنسبة 60% وقدغلب الجانب التعريفى فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية بأهمية المشاركة وابراز المزايا وابداء الرأى بنسب متساوية 25% كما اعتمد الخطاب على الإستملات الإقناعية العقلانية بنسبة 100% تمثلت فى أدلة من الواقع الاجتماعى وتقديم الأرقام والإحصائيات.

القضية الرابعة تحريم الشات بين الرجل والمرأة:-

جاءت قضية تحريم الشات بين الرجل والمرأة فى الترتيب الرابع للقضايا التى ناقشتها البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية بنسبة 11.8% وقد تم طرح تلك القضية للنقاش فى البرامج الحوارية بعد الفتوى التى أصدرها الشيخ سالم عبد الجليل الوكيل الأسبق لوزارة الأوقاف بأن الشات بين الرجل والمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعى يعد درجة من درجات الزنا وقد جاء الخطاب الإعلامى لكل من الرموز الدينية والسياسية فى تناولهم لتلك الأطروحة بالإعتراض على تلك الفتوى وأن مثل هذه النوعية من الفتاوى ترجع المجتمع إلى العصور الوسطى وأنه يجب إصدار الفتاوى التى تبنى المجتمع فيوجد الكثير من الموضوعات الهامة التى ينبغى إصدار الفتاوى عنها مثل الموضوعات والقضايا التى تتعلق بالمرأة ولم يظهر فى الخطاب الإعلامى أياً من القوى الفاعلة فقد تم التركيز فى الخطاب على الكلمات المحورية

التى اتخذت الطابع الهجومى على الشيخ سالم عبد الجليل الذى أصدر فتوى تحريم الشات بين الرجل والمرأة.

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز الدينية والسياسية لقضية تحريم الشات بين الرجل والمرأة.

1- **الشيخ سالم عبد الجليل/ وكيل وزارة الأوقاف الأسبق**:- الشات بين الرجل والمرأة قد يوقع فى الزنا فالكلام مع الاخرين يجب أن يكون فى حدود العمل والأدب ولا يجوز إضافة الغرباء على الحسابات الشخصية وذلك استناداً إلى حديث الرسول عليه الصلاة والسلام "العين تزنى وزناها النظر والأذن تزنى وزناها السمع واللسان يزنى وزناه الكلام" وربنا قال " ولا تتبعوا خطوات الشيطان" وقال " ولا تقربوا الزنا كما قال وقل للمؤمنين والمؤمنات أن يغضوا من أبصارهم" وأنا لست ضد هذه التكنولوجيا ولكن طريقة استخدامها واستعمالها الخاطئ بين الشباب هى التى أعترض عليها وأحذر من مخاطرها فهى أحد أسباب الطلاق بين الأزواج فقد أثبتت المراكز البحثية أن كل 50 حالة طلاق بينهما 30 حالة طلاق سببها الفيس بوك وفى بريطانيا أثبتت دراسة علمية أخرى أن كل 100 حالة طلاق من بينهما 33 حالة سببها الفيس بوك كما أنها أحد وسائل استقطاب الشباب للفتيات وأن 90 % من الشباب فى الوطن العربى يستخدم الإنترنت للتسلية وليس للتعلم وأن المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية عمل دراسة يطالب فيها دار الإفتاء بأخذ موقف ضد الإستعمال السئ للإنترنت.

2-**د.محمد متولى منصور/ أستاذ أصول اللغة بجامعة الأزهر**:- قضية الزنا لا نستطيع أن نثبتها إلا بأمرين الأمر الأول هو الإقرار والأمر الثانى كما هو مذكور فى صورة النور وجوب أربعة شهود ولكن فيما يتصل بقضية الإنترنت والفيس بوك فهذا سلاح ذو حدين إما أن يكون سلاحاً فى الخير أو يكون وسيلة لتدمير

الأسرة وشيوع الفساد الأخلاقى ويجب التركيز على دور الأسرة فى مراقبة أبنائهم ومعرفة العلاقة بين الشاب والفتاة حتى لا تؤدى تلك العلاقة إلى ما لا يحمد عقباه .

3- **الشيخ صبرى عبادة/ وكيل وزارة الأوقاف:-** هذه ليست فتوى دينية ولا رأى دينى هذا رأى الشيخ سالم لأن الفتوى لها أصول وأنه يوجد علاقات عبر الفيس بوك علاقات أثمة ولكن لا نستطيع أن نقول أن كل العلاقات أثمة ولا ينبغى أن نحرم قنوات التواصل الإجتماعى وكلمة زنا كلمة كبيرة لا ينبغى أن نرمى بها الأشخاص عبر الإنترنت والتواصل عبر الإنترنت مباح شرعاً ولكن فيما لا يخل بالقيم الدينية.

4- **عزة كامل/ كاتبة صحفية:-** أنا أختلف تماماً مع الشيخ مينفعش أفسر كل شات بين الولد والبنت على أنهم بيعملوا معصية ومثل هذه النوعية من الفتاوى ترهقنا ويجب أن نركز على القضايا الخاصة بالصحة والتعليم وتطوير هذا البلد ومن قبل ظهور الإنترنت يوجد طلاق ويوجد مشاكل كبرى ليس لها علاقة بالإنترنت .

5- **شريف الشوباشى/ كاتب صحفى:-** أنا أتفق مع الشيخ سالم فى بعض النقاط وهو أن الفيس بوك سلاح ذو حدين وأداة يمكن أن تؤدى إلى أشياء سلبية ولكن الفصل بين الرجل والمرأة هو إتجاه عنصرى وأنا أرى أن المستقبل هو مستقبل التواصل بين الناس وأن أيام الرسول مكنش فيه " فيس بوك" ومع ذلك لم يكن هناك فصل ما بين الرجال والنساء وكان النساء يتحدثون إلى سيدنا محمد باستمرار وأن كلام الشيخ عن الفيس بوك بأنه زنا يؤدى إلى التخويف والترهيب والحل ليس المنع كما يقول الشيخ سالم.

6- **شاهندة مقلد /عضو المجلس القومى للمرأة :-** العالم أصبح قرية صغيرة يجب أن نربى أولادنا بحيث أنهم من أنفسهم يسلكوا السلوك القوى ويوجد قصور فى

الثقافة والعلم وهؤلاء الذين يدعون إلى ذلك يعودون بنا إلى العصور الوسطى وحرام على كل من يقولون مثل هذه الفتاوى لأنها تشوش عقول الشباب ويحرمهم من العلم والثقافة.

وقد أسفر تحليل الخطاب لقضية تحريم الشات بين الرجل والمرأة إلى إستناد الرموز الدينية التى اصدرت الفتوى والمتمثلة فى شخصية الشيخ سالم عبد الجليل إلى المرجعية الدينية بنسبة 100% وتم الإستدلال عليها بأيات قرأنية بنسبة 76.9% وأحدايث نبوية بنسبة 15.3% وتفسر الباحثة تلك النسب بأنها تعد نقاط قوة فى الخطاب الإعلامى نظراً لطبيعة الموضوع التى تتعلق بالجانب الدينى لذلك وجب الإستناد إلى المرجعية الدينية وتقديم الأدلة والبراهين الدينية لإقناع الجمهور بها لذلك غلب الإتجاه الموضوعى فى الخطاب الإعلامى عند طرح تلك القضية للنقاش وذلك بنسبة 100% واتخذ الخطاب الإعلامى الجانب التحذيرى بنسبة 100% من جانب الرموز الدينية حيث حذر الضيف من الأثار السلبية التى تترتب على الشات بين الرجل والمرأة والمتمثلة فى ارتفاع نسبة الطلاق والإنهيار الأخلاقى والقيم فى المجتمع واعتمد خطاب الضيف على الإستمالات الإقناعية العقلانية والتى تمثلت فى الأرقام والإحصائيات وعلى الجانب الأخر من الرموز الدينية فقد تم الإعتماد على المرجعية التاريخية بنسبة 37.5% والتى تمثلت فى سرد قصص من التاريخ الإسلامى للدفاع عن معارضتهم للفتوى التى أطرحت للنقاش وتم الإستناد إلى أدلة من الواقع الإجتماعى وذلك بنسبة 50% للتأكيد على أن سبب صدور الفتوى بأن الشات عبر مواقع التواصل الإجتماعى هو سبب إرتفاع حالات الطلاق فى المجتمع غير صحيح وقد إتخذ الخطاب الإعلامى من جانب الرموز السياسية والدينية المعارضة لهذه الفتوى الطابع الهجومى بنسبة 100% على شخصية الضيف من الرموز الدينية وإتهامه بأنه بذلك يرجع المجتمع إلى الوراء واعتمد ضيوف البرامج الحوارية من الرموز السياسية فى خطابهم الإعلامى على الإستمالات الإقناعية

العقلانية بنسبة ضعيفة جداً 18% تمثلت فى الإستشهاد بالمعلومات والاحاديث الواقعية.

القضية الخامسة: قرار منع القضاء الإدارى للتدريس بالنقاب داخل الجامعة ووقفات احتجاجية للتضامن مع المنقبات

تناول ضيوف البرامج الحوارية محل الدراسة التحليلية من الرموز السياسية والدينية لهذه القضية بظهور اختلافات فيما بينهم وقد ظهر الإختلاف فى الرموز السياسية بين مؤيد ومعارض لهذا القرار بينما إتفق الرموز الدينية على موقف واحد إزاء هذه القضية وهو موقف المؤيد لهذا القرار وقد إستند موقف المؤيد لهذا القرار من الرموز الدينية والسياسية إلى المرجعية الدينية بشكل كبير وهى أن النقاب ليس فرض وأنه فضل من جانب بالمرأة المسلمة واستدلت على هذه الحجة بأدلة وبراهين دينية منها أن النساء فى الحج والعمرة يكشفوا وجوههم كما إستندوا إلى معنى حديث الرسول الذى أباح فيه ظهور الوجه والكفين وأكدوا فى خطابهم أنه إذا تعارض النقاب مع النواحى الأمنية فلا يجوز للمرأة إرتداءه وظهرت الدول الأجنبية كقوى فاعلة حيث تم الإستناد إلى القوانين الغربية التى استندت إلى الشريعة الإسلامية فى صدور قوانينها وهو عدم التعسف فى إستعمال الحق أيضاً ظهرت المؤسسات الدولية كقوى فاعلة مثل " المنظمة الدولية لحقوق الإنسان " بدورها الإيجابى فى إصدار الحقوق وهو رؤية الشخص الذى يتم التعامل معه والتأكد من هويته.

وجاء المعارضون لهذا القرار بالإستناد إلى المرجعية القانونية والحقوقيه وتم إستخدام أدلة وبراهين قانونية منها بند الحرية الشخصية الذى يوجد فى الميثاق العالمى لحقوق الإنسان المنوط بالحرية فى إختيار اللبس طالما لايتنافى مع أخلاقيات وعادات وتقاليد المجتمع ووافقت عليه مصر فالنقاب حرية شخصية لا ينبغى لأى أحد أن يتدخل بها طالما أنه لا يوقع ضرر على المجتمع وقد ظهرت الدول الأجنبية

كقوى فاعلة فى الخطاب بدور إيجابى مثل (إنجلترا- أمريكا – كندا) أنها لم تمنع النقاب وأنها تحترم الحريات بالرغم من أنها ليست دول مسلمة.

وقد تم التركيز فى البرامج الحوارية على تناولهم لهذه الأطروحة من الجانب الإجتماعى أكثر من الجانب الدينى نظراً لطبيعة صدور القرار بهدف حماية أمن المجتمع وتطوير العملية التعليمية وأكدت البرامج الحوارية فى طرح هذه القضية على أن من أسباب صدور هذا القرار هو أن النقاب يمنع التواصل بين الطلاب والمدرس وقد أظهر تحليل خطاب الضيوف لإتجاه معالجة الخطاب الإعلامى لهذه القضية من جانب المؤيد والمعارض لهذا القرار هو اتجاه هجومى على المؤيدين من الرموز السياسية من جانب المعارضين من الرموز السياسية وقد ظهرت العديد من الكلمات المحورية التى تبين هذالهجوم مثل " إنت متطرف" ، " إنت متعرفش حاجة" ، " إقرأ القانون كويس" ، " إنت مش عايش معانا على أرض الواقع" ، " إنت بتتكلم إزاى"

<u>بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز السياسية والدينية المؤيدون لقرار منع القضاء الإدارى للتدريس بالنقاب داخل الجامعة</u>

1- **د. سعاد صالح /أستاذ الفقه المقارن بجامعة الأزهر**: النقاب ليس فرض فى الشريعة الإسلامية ولكنه فضل من المرأة وإذا أوجب خلعه لضرورة أمنية فيجب على المرأة أن تخلعة.

2- **فريدة الشوباشى/ كاتبة صحفية:** القوانين الغربية إستندت إلى الشريعة الإسلامية فى عدم التعسف فى إستخدام الحق وأنا من حقى إنى أشوف مين اللى أنا بتعامل معاها زى ما هى شايفانى وهذا أول حق من الحقوق التى أقرتها المنظمة الدولية لحقوق الإنسان الشريعة الإسلامية معناها كشف

الوجه ولما بنروح الحرم لازم نكشف وجهنا والنقاب وسيلة للتخفى للرجالة ولا يمكن إختزال الإسلام فى النقاب.

3- **د. أحمد مهران / مدير مركز القاهرة للدراسات السياسية:** المادة 96 تنص على " على أعضاء هيئة التدريس التمسك بالتقاليد والقيم الإجتماعية وترسيخ وتدعيم الاتصال بين الطلاب" وهذا القرار مخالف للمادة وأنه يوجد معايير أخرى تحدد ألية التواصل من أهمها الفهم وإتاحة ردود الأفعال ووسائل الإتصال ليست فقط قاصرة على رؤية الوجه فلا مانع من تطبيق اعتبارات الأمن القومى والكشف عن وجهها أثناء دخولها الكلية ولكن لا نمنع النقاب لأن لا يوجد نص بقانون تنظيم الجامعات يحدد الزى داخل الحرم الجامعى والقانون ينص على أن حرية الفرد فى ارتداء ملابسه من ضمن حرية الدستور وهذه الحرية ليست مطلقة ولكن يجب ألا تخالف هذه الملابس الأداب العامة والنقاب لا يخالف الأداب العامة.

4- **د. حسن على / أستاذ المنطق وفلسفة العلوم بجامعة عين شمس:** اللى بتلبس النقاب والمينى جيب الأثنين يسلكوا سلوك معين ناتج عن نية معينة ، المنتقبة تدافع عن دونية المرأة أمام الرجل ولذلك نجد من يدافعوا عن النقاب لانهم ينظروا إلى المرأة على أنها كتلة من الجنس يجب إخفاءه وأنا أدافع عن المنقبة كإنسان لذلك يجب أن تكشف وجهها كما أننى ضد المبالغة فى تزيين المرأة ولبس ملابس تعرى أكبر جزء من جسدها لأن فى هذه الحالة ينظر إليها على أنها سلعة.

وقد اسفر تحليل الخطاب لقضية قرار منع القضاء الإدارى للتدريس بالنقاب داخل الجامعة من الجانبين المؤيد لهذا القرار من الرموز الدينية والسياسية إستنادهم لتناولهم لهذه القضية إلى المرجعية الدينية بنسبة45.9% والإستدلال عليها بأدلة وبراهين دينية

لإثبات صحتها بنسبة 11% وتلك النسبة ضعيفة للتأكيد على المرجعية الدينية التى تم الإعتماد عليها مما يضعف من قوة حجتهم المؤيدة لهذا القرار كما إستند الخطاب أيضاً على المرجعية القانونية بنسبة 29% وتم الإستدلال عليها بأدلة وبراهين قانونية بنسبة 18.2% وظهرت المؤسسات الحكومية كقوى فاعلة بادوار إيجابية وذلك بنسبة 14.2% وذلك لإصدارها لهذا القرار.

وفى المقابل اعتمد الخطاب الإعلامى من ضيوف البرامج الحوارية من الرموز السياسية الرافضين لهذا القرار على المرجعية القانونية وشرحها وتفسيرها بنسبة 57.4%وتم الإستدلال على تللك المرجعية بأدلة وبراهين قانونية للتأكيد على قوة حجتهم الرافضة لهذا القرار بنسبة 43.8% وجاء إتجاه معالجة الخطاب إتجاه تعريفى بالجانب القانونى فى المرتبة الأولى بنسبة 34.2% وفيما يتعلق بالأساليب الإقناعية فقد جاء فى المرتبة الأولى الأساليب العقلانية بنسبة 41.6% وذلك نظراً لطبيعة الأطروحة التى يغلب عليها الجانب العقلانى من شرح وتفسير لمواد القانون.

القضية السادسة: التحرش

تم تناول هذه القضية فى البرامج الحوارية بإستضافة الرموز الدينية بنسبة أكبر من الرموز السياسية واستند الخطاب الإعلامى للضيوف من الرموز السياسية والدينية على المرجعية الدينية والإستدلال عليها بأيات قرأنية وأحاديث نبوية وشرحها وتفسيرها وغلب الإتجاه التحذيرى للخطاب الإعلامى من ارتفاع وتفاقم الظاهرة بشكل كبير فى المجتمع المصرى وتم الإستناد إلى الأرقام والإحصائيات التى تشير إلى إرتفاع النسبة فقد جاءت مصر فى المرتبة الأولى من ارتفاع ظاهرة التحرش بعدما كانت فى المرتبة الثانية وظهرت القوى الفاعلة من المؤسسات الحكومية للدولة بدورها السلبى نظراً لعدم تنفيذ القانون والتهاون فى تنفيذ العقوبة للمتحرش كما ظهرت أيضاً مؤسسات المجتمع المدنى بدورها السلبى لعدم وقوفها بجانب الفتاة

المتحرش بها وقد وظف الخطاب الإعلامى بعض الكلمات المحورية التى تدل على الدور السلبى للمؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدنى مثل " إحنا ما بنطبقش القانون" ، " فين دور مؤسسات المجتمع المدنى" " لازم يكون فيه قوانين رادعة" وأشار الخطاب أيضاً إلى أن الضرر الناتج عن التحرش لا يقع على الفتاة وحدها بل يقع على المجتمع بأكمله ويسبب خلل فى منظومة القيم الدينية ومنظومة العمل حيث تصبح الفتاة فرد غير فاعل ومنتج فى المجتمع وقد طالب ضيوف البرامج الحوارية من الرموز السياسية والدينية فى خطابهم الإعلامى بضرورة تطبيق عقوبات رادعة على كل من تحرش بفتاة أو سيدة جنسياً على أرض الواقع تصل إلى حد الإعدام وظهرت الدول الأجنبية كقوى فاعلة إيجابية فقد إستطاعت تلك الدولة القضاء على ظاهرة التحرش.

بعض ما جاء بخطاب الضيوف من الرموز الدينية والسياسية لقضية التحرش

1- **د.حامد أبو طالب /عضو مجمع البعوث الإسلامية:** " التحرش الجنسى نوع من الفوضى التى تزعج المجتمع لأنها تمثل خللاً فى القيم والعادات والتقاليد التى التى عاشت عليها المجتمعات المسلمة فحالة الفوضى فى الشارع تشجع بعض الشباب على ترديد الألفاظ الخارجية وقد يمد يده ويتطور التحرش إلى أفعال تؤدى فى كثير من الأحيان إلى جرائم هتك عرض فى الشوارع والميادين وأن الشريعة الإسلامية وضعت عقوبات للتحرش بأنواعة الثلاثة سواء كان بالنظر أوالقول أو الفعل وجعل التعزيز عقوبة التحرش والتعزيز هنا يعنى التأديب على ذنوب لم تشرع فيها الحدود.

2- **د.محمود عاشور / وكيل الأزهر السابق:** إن الواجب على المسلم إذا وقع بصره على الحرام أن يصرف بصره ولا يتبع النظرة لحديث الرسول صلى الله عليه وسلم " يا علي لا تتبع النظرة النظرة فإن الأولى لك وليست لك الأخرة"

3- **د.سالم عبد الجليل / وكيل وزارة الأوقاف الأسبق:** إن التحرش يؤدى إلى عدم تمكن النساء من مزاولة أعمالهن أو الخروج لحوائجهن وكل هذه الأمور التى يفضى إليها التحرش محرمة بنصوص شرعية قطعية الدلالة منها حديث الرسول " إن الله كتب على إبن أدم حظه من الزنى أدرك ذلك لا محالة فزنى العين النظر وزنى الأذنان السمع"

4- **د.سعاد صالح/ أستاذ الفقه المقارن بجامعة الأزهر:** نظراً لتزايد الظاهرة بشكل كبير فى الشارع المصرى مؤخراً فلابد من عقاب رادع وتنفيذه بشكل فورى بعيداً عن المماطلات.

وأن الإسلام بدأ بفرض عقوبات مشددة لمنع التحرش وأشار الله سبحانه وتعالى فى سورة الشورى إلى عقوبة الذين يحبون أن تشيع الفاحشة فى قوله تعالى " إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة فى الذين أمنوا يقتلوا أو يصلبوا أو تقطع أيديهم وأرجلهم من خلاف أو ينفوا من الأرض".

5- **فريد الشوباشى/ كاتب صحفى:** مصر تفوقت على كل دول العالم فى ارتفاع نسبة التحرش بعد أن كانت أفغانيستان فى المرتبة الأولى أصبحت مصر مركز أول وأنا أهاجم الحملات التى يقوم بها بعض الأفراد مثل حملة " إسترجل ومتلبيش بنتك محزق" لأن مثل تلك النوعية من الحملات تدعو ، وتشجع على التحرش.

وقد أسفر تحليل الخطاب لقضية " التحرش" من الرموز الدينية إستنادهم فى الخطاب الإعلامى للمرجعية الدينية بنسبة 50% وتم الإستدلال عليها بأيات قرأنية 35.7% وأحاديث نبوية بنسبة 28.5% وظهرت مؤسسة الأزهر كقوى فاعلة فى الخطاب الإعلامى للرموز الدينية بدور سلبى وكما اتخذ الخطاب الإتجاه المختلط ما بين التوصيات والمقترحات بنسبة 33.3% بينما استند الرموز السياسية على المرجعية

الحقوقية بنسبة 46.6% وتم الإستدلال عليها بأدلة اجتماعية بنسبة 41.1% وظهرت المؤسسات الحكومية كقوى فاعلة بأدوار سلبية بنسبة 100% متمثلة فى جهاز الشرطة والقضاء لعدم تطبيق القانون على المتحرش وقد تم الإعتماد على الأساليب الإقناعية العقلانية فى الخطاب الإعلامى لكل من الرموز السياسية والدينية بنسبة 100% متمثلة فى الأرقام والإحصائيات التى تدل على ارتفاع نسبة التحرش فى مصر والإستشهاد بحالات من الواقع الاجتماعى كما تمثل اتجاه معالجة الخطاب من قبل الرموز الدينية والسياسية فى الجانب التحذيرى من خطورة تفاقم ظاهرة التحرش على المجتمع المصرى.

الخـــلاصـــة

أ- مناقشة لأهم النتائج

يمكن مناقشة النتائج التى توصل لها البحث حول الخطاب الإعلامى للرموز السياسية والدينية فى البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة فى النقاط التالية:-

- أظهرت نتائج الدراسة أهمية البرامج الحوارية فى تسليط الضوء على أهم القضايا التى تواجه المرأة المصرية وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كلاً من (ميرا مصطفى و شيرين عوض و Glynn, Carroll) فى أهمية دور البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات وتشكيل الرأى العام .

- أوضحت النتائج أن القضايا التى ناقشتها البرامج الحوارية ارتبطت بصدور قرارات سياسية وفتاوى دينية وأحداث سياسية تمثلت تلك القضايا فى (الزواج من أجنبى ودعوة إلغاء الحجاب بالمدارس وأن الحجاب فرض وعبادة وليس عادة) فى المرتبة الأولى بنسب متساوية 29.4%، ثم تأتى فى المرتبة الثانية (المشاركة السياسية) بنسبة 17.6% وقضية (تحريم الشات بين الرجل والمرأة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 11.8% اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (هبه عبد

المعز) والتى ظهرت فيها قضية الحجاب من القضايا المهمة التى ناقشتها البرامج الحوارية.

- ركزت البرامج الحوارية على إستضافة الشخصيات السياسية والدينية التى ارتبطت بظهور القضايا المطروحة للنقاش ومن الملاحظ فى البرامج الحوارية تعمدها إستضافة شخصيات دينية محددة تكررت تلك الشخصيات من الرموز الدينية فى البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية وقد تفسر الباحثة هذه النتيجة لقدرة تلك الشخصيات من الرموز الدينية على تقديم الشرح والتفسير الصحيح والسليم لكافة أبعاد القضية واتفقت تلك النتيجة مع نتائج دراسة (سهام عبد الخالق) وهو اعتماد البرامج الحوارية تكرارا استضافة بعض الشخصيات من القوى السياسية الإسلامية فى البرامج الحوارية.

- كشفت نتائج الدراسة التحليلية لخطاب الرموز السياسية على أن الخطاب تحول إلى خطاباً هجومياً على الشخصيات المستضافة من الرموز الدينية مما جعل الحوار فى كثير من الأحيان يأخذ الطابع الشخصى للنقاش وليس الطابع الجماهيرى على العكس من الخطاب الإعلامى للرموز الدينية الذى اتخذ الإتجاه الهجومى على طبيعة الموضوعات مما جعل الخطاب يأخذ المستوى التحذيرى والتعريفى للجمهور لأبعاد القضية بطريقة موضوعية وكان لذلك تأثير إيجابى للنقاش حيث تناول الموضوع بطريقة تفيد المشاهد بعيداً عن الصراعات الشخصية التى ظهرت فى خطاب الرموز السياسية نتيجة تركيز الخطاب على الإتجاه الهجومى للأشخاص.

- اعتمد خطاب ضيوف البرامج الحوارية من الرموز الدينية على إبراز الأثار السلبية التى من الممكن أن تتعرض لها المرأة نتيجة بعض القرارات التى أصدرتها الشخصيات السياسية مثل قرار زواج الاجنبى من المصرية وكذلك

الفتاوى التى أطلقتها بعض الشخصيات الدينية مثل فتوى تحريم الشات بين الرجل والمرأة فقد تم استخدام بعض الكلمات المحورية التى تشير إلى تلك الأثار السلبية مثل (احنا بنبيع بناتنا للخليجين والشات بين الرجل والمراة قد يؤدى إلى الزنا) .

- لم يتضمن الخطاب الإعلامى للرموز الدينية اتجاهات ايجابية واضحة نحو القوى الفاعلية فقد ظهرت القوى الفاعلة بنسب ضئيلة ولم يظهر دوراً واضحاً لها فى معظم الاحيان بينما ظهرت بدور إيجابى فى الخطاب للرموز السياسية ولكن بنسب ضئيلة أيضاً وتركز الدور الإيجابى لها فى ظهور الدول الإسلامية.

- استند خطاب الرموز الدينية فى تناول مختلف القضايا على المرجعية الدينية بنسبة والاستدلال عليها بأيات قرانية وأحاديث نبوية وظهر فهم خاطئ من جانب الرموز السياسية لتلك الأيات والأحاديث ظهر بشكل واضح أثناء المناظرة بين الرموز الدينية والسياسية

- بينما استند خطاب الرموز السياسية فى تناولهم لمختلف القضايا على المرجعية الحقوقية والقانونية فى المقام الأول وتناولها من الجانب السياسى واستندت على الإستشهاد بأدلة من الواقع وتجارب الأخرين وربطها بالأدلة المستند إليها ويعد ذلك من نقاط القوة فى الخطاب الإعلامى للتأكيد على أراء وتحليل الشخصيات السياسية للقضايا المطروحة النقاش وقد اختلفت تلك النتيجة مع نتائج دراسة (سهام عبد الخالق) والتى أظهرت عدم إعتماد خطاب الضيوف من القوى السياسية الإسلامية على الادلة والبراهين الكافية للتدليل على ما يقولونه.

- وجد اتفاق بين الرموز السياسية والدينية فى أساليب الإقناع المستخدمة حيث اعتمد ضيوف البرامج الحوارية من الرموز السياسية والدينية على الأساليب العقلانية فى الترتيب الأول وقد ظهرت فئة (تبادل النتائج عن المقدمات) فى

الترتيب الأول للأساليب العقلانية للرموز السياسية بينما ظهرت فئة (الإستشهاد بالمعلومات والأحاديث الواقعية) فى الترتيب الأول للرموز الدينية وقد يرجع الإعتماد على الأساليب العقلانية فى الخطاب الإعلامى لتناول القضايا من جانب الرموز السياسية والدينية لطبيعة القضايا المطروحة التى تحتاج إلى الشرح والتفسير والإستشهاد بأدلة من الواقع لتصل إلى درجة كبيرة لإقناع الجمهور بها.

- من أبرز نقاط الضعف فى الخطاب الإعلامى لكلاً من الرموز الدينية والسياسية هو الإختلاف فى الأراء ووجهات النظر تجاه القضية الواحدة مثل قضية (تحريم الشات بين الرجل والمرأة) للرموز الدينية وقضية (زواج المصرية من أجنبى) للرموز السياسية مما قد يؤدى إلى تشتيت الجمهور.

ب- توصيات البحث

تقترح الباحثة فى ضوء ما توصل إليه البحث مجموعة من المقترحات البحثية تتمثل فى الأتى:-

1- توصى الباحثة بضرورة مناقشة قضايا المرأة فى البرامج الحوارية من جانب الرموز السياسية والدينية فى حلقات منفصلة لكل منهما ليكون هناك وقت كافى لتناول القضية بكل أبعادها الدينية والسياسية.

2- تؤكد الباحثة على ضرورة إنتقاء الشخصيات السياسية والدينية المحايدة وعدم استضافة شخصيات يثار حولها جدل نتيجة أفكارهم واتجاهاتهم وانتمائتهم لتجنب حدوث تشتيت للمشاهدين.

3- توصى الباحثة بضرورة تناول مختلف القضايا الخاصة بالمرأة المصرية وعدم التركيز فقط على القضايا التى ترتبط بقرارات أو أحداث سياسية.

4- توصى الدراسة القائمين بالإتصال فى البرامج الحوارية بعدم عرض وجهة نظرهم أثناء محاورة الضيف حيث ظهر ذلك فى بعض حلقات البرامج الحوارية محل الدراسة التحليلية مما كان له تأثير سلبى على الحوار وانصراف الخطاب عن هدفه الأساسى وهو معالجة القضية المثارة للنقاش.

5- تقترح الباحثة عمل دراسة ميدانية على مختلف الفئات العمرية للمرأة المصرية للتعرف على مدى نجاح أو فشل البرامج الحوارية فى طرح القضايا المتعلقة بهم وأكثر الشخصيات السياسية والدينية التى تفيدهم فى مناقشة قضايا المرأة.

مراجع الدراسة:-

1- حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 1998م، ص 348.

2- Robret Entman, Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm**. Journal Of Communication**, VO 1, 3, No. 4. 1993, Pp. 51

3- حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد، **مرجع سابق**، ص .348

4- Jin Yang, Framing the NATO Air Strikes on Kosovo Across Countries. **The International Journal for Communication Studies (GAZETTE)**,Vol 65, No. 3., 2003,P232

5- James Wastson**, Media Communication: An Introduction To Theory and Process**(London : Macmillan Press Ltd, 1998) P.137

6- هشام عبد المقصود، **دراسات في تحليل الخطاب**، الطبعة الأولى (القاهرة : دار العالم العربي، 2012 م) ص 18و19.

7- ميرال مصطفى عبد الفتاح، تأثير برامج الرأى التليفزيونية المصرية على إختيار مرشحى الرئاسة لدى الجمهور المصرى، **مجلة بحوث الإعلام**، العدد السادس والأربعون ، يناير- مارس 2014، ص ص 562- 563.

8- حسناء سعد منصور, تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية فى تناولها لموضوع الدستور المصرى 2012، دراسة على عينة من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية، **فى :- المؤتمر العلمى التاسع عشر بكلية الإعلام- جامعة القاهرة** 2013، ص .727

9-Piiranen-Marsh& Others**,** Assessments and the Social Construction of Expertise in Political TV Interviews**, in Political TV Interviews. Text & Talk**, 2012, vol, 32, No 5, p 673-680**.**

10 - شيرين عوض، إعتماد الجمهور العربى على البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العربية فى تشكيل معارفه نحو قضاياالمرأة، **رسالة دكتوراة غير منشورة،(** جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية ، قسم البحوث والدراسات الإعلامية ، 2011) ص ص 215و216.

11- Elisha Babad & Eyal Peer**.** Media Bias in Interviewers Non Verbal Behavior Potential Remedies, Attitude Similarity and Meta Analysis**. Journal of Non Verbal Behavior,** March 2010, Vol.34, No. 1, p56-78.

12- نهى العبد، العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى فى مصر، فى: **المؤتمر العلمى الدولى ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،** 2009. ص 807.

13- ريهام سامى، دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى ، **رسالة ما جيستير غير منشورة** ،(جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2008) ص .228

14- Gerda, Lauer Bach. Argumentation in Political Talk Show Interviews**, Journal of Pragmatics,** Vol.39, No. 8, 2007**.** P, 50.

15- Glynn, Carroll& Others, When Oprah Interviews Political Correlates of Day Time Talk Show Viewing, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol.51, No.2,p.228-244,2007.

16- رباب جلال محمد محمد ، قضايا المرأة فى الخطاب الدينى المعاصر : دراسة تحليلية ، **رسالة دكتوراه غير منشورة**(جامعة عين شمس ، كلية التربية ، قسم الفلسفة والاجتماع ، 2014) ص .176

17- سهام محمد عبد الخالق، الخطاب الإعلامى للقوى السياسية فى البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الإنتخابات البرلمانية 2011، **مجلة بحوث الإعلام** ، العدد ، 48، يوليو- سبتمبر 2014 ص ص 570و575.

18-هبه عبد المعز أحمد، قياس اتجاهات الخطاب الصحفي نحو قضايا المرأة المصرية من منظور الجندر، **رسالة ما جيستير غير منشورة،** (جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، قسم الصحافة،2012) ص 217.

19- **أحمد محمد عبدالله،** الخطاب الإعلامى بين المصالح الوطنية والأهواء السياسية، صحيفة 26 سيبتمبر ، رقم العدد، 1489 ، الموضوع: دراسات و بحوث ،2007، ص3.