

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية LMD

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية LMD

تخصص: اتصال الصورة و المجتمع

صورة المرأة المحجبة والموضة في التلفزيون

تحليل سيميولوجي لصور الإعلامية هبة جمال مذبةعة برنامج كلام نواعم على قناة MBC

تحت إشراف الأستاذ:

د. براهيم أجمد

من إعداد الطالبتان:

- دحماني اسمهان

- حليم العالية

الموسم الجامعي: 2012/2011

دعاء

يا رب لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا، و لا باليأس إذا فشلنا، بل نكرنا

دائما أن الفشل هو التجارب التي تسبق النجاح.

يا رب علمنا التسامح هو أول مراتب القوة.

وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف.

يا رب إذا جردتنا من المال فاترك لنا الأمل،

وإذا جردتنا من النجاح فاترك لنا قوة العناء حتى نتغلب على الفشل.

وإذا جردتنا من الصحة أترك نعمة الإيمان.

يا رب إذا أسأنا إلى الناس أعطنا شجاعة الاعتذار.

وإذا أساء الناس إلينا أعطنا شجاعة العفو.

وإذا نسينا ذكرنا فلا تنسانا.

فأهدنا اللهم فيمن هاديت، وعافنا فيمن عافيت.

واغفر لنا و ارحمنا أنت مولانا، فانصرنا على القوم الظالمين.

وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له

و أن محمدا صلى الله عليه و سلم عبده و رسوله

كلمة شكر و عرفان

أولاً و قبل أي شيء نشكر الله عز و جل الذي سخر لنا كل شيء و الذي هدانا بهديه و الذي رقى بنا إلى هذه الدرجة، فالحمد لله الذي أنعم علينا بنعمة العقل و وهب لنا السمع و الأبصار و الأفئدة و وهب لنا من خزائن الرزق والخير الكثير.

فالحمد لله حمدا كثيرا مباركا فيه، كما ينبغي بجلال وجهه و عظيم سلطانه نحمده سبحانه و تعالى ونستعينه ونستغفره ونتوب إليه ونسأله جل و على أن يحببنا الزلل في القول ونصلي على أشرف المرسلين محمد صلوات الله وسلامه عليه.

بعدها نتقدم بالشكر الجزيل إلى أسرتنا الكريمة التي أتعبناها و حملناها همومنا. كما لا ننسى كل من زودونا بالمعرفة والتوجيه والإرشاد، إلى أساتذتنا الكرام اللذين نكن لهم فائق التقدير والاحترام.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل لأستاذنا الفاضل والمشرف علينا الدكتور براهيم أحمد.

الإهداء

الحمد لله الذي خلق الإنسان و لم يكن قبل الخلق شيئاً و وهبه سمعا وبصرا
وعقلا و فؤادا، ونصلي ونسلم على سيدنا محمد عليه وعلى آله وصحبه
وسلم.

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى التي على بساط الأوجاع ولدتني بأيدي
الآلام ربتني و بعيون الأتعب رعتني و بصدر منشق حملتني إلى التي رفع الله
مقامها و جعل الجنة تحت اقدمها إلى منبع الحنان الصافي صاحبة الفضل
علي أُمي العزيزة رعاها الله و أطال في عمرها.
إلى الرجل الذي أنار لي درب الحياة وعبد لي الطرق نحو المستقبل ولم يبخل
علي يوما إلى من يعجز اللسان ويجف القلم عن وصف جميله الذي أنبتني
نباتا حسنا.

و كان لي سراجا منيرا والدي الفاضل أطال الله في عمره.
وإلى من علمتني أن الحياة ربيع ولو في فصل الشتاء أختي الغالية نوال
وزوجها حبيب وإلى أختي العزيزة الصغرى أمينة.
إلى أخي محمد حفظه الله، وإلى نور عيني وحبيبي أيمن.
كما أهديه إلى جميع أساتذتي وزملائي وزميلاتي بجامعة مستغانم
وبالخصوص إلى أستاذي الفاضل والمؤطر الدكتور براهيم أحمد

الإهداء

الحمد لله الواحد الأحد، والفضل للذي خلق السموات بلا عمد، ورزق الرزق ولم ينسأ أحد، له الحمد حتى يرضى و له الحمد إذا رضا، و له الحمد على كل شيء و الصلاة و السلام على أشرف المرسلين.

أهدي ثمرة جهدي إلى:

من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما، ولا للأرقام أن تحصي فضائلهما، إلى التي أتتفس حبها فضلا من الرياحين و التي أذبلت شبابها مكتلا بالياسمين إلى التي تستحق الثناء و الحب الناعم مدى السنين، إلى ريحانة الدنيا منبع الحب و الحنان رمز الصبر و الصمود، إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها أمي الغالية "ميمونة" حفظها الله و أطال في عمرها.

على الذي لو أتيت بالسماء ورقة وبالبحر مدادا ما استطعت أن أوفيه حقه من الامتنان و العرفان، إلى الذي رسم لي معالم النجاح و السعادة، إلى من تعب و كد من أجل دراستي و سهر من أجل تفوقي، إلى أحن أعظم و أنبل و أروع رجل، إلى قرة عيني أبي "الحاج" حفظه الله و أطال في عمره و حقق أمنيته في الوصول إلى بيت الله الحرام.

إلى أعلى ما أهداني ربي إخوتي: محمد، أمين، هوارية و نور حياتي رضا إلى جدتاي و جدي أطال الله في أعمارهم.

إلى من ساندني في لحظات السأم و التردد و زرع في قلبي الأمل و رسم في طريقي أجمل و أقدس دعوات الخير و التوفيق "محمد"

إلى كل صديقتي و رفيقات دربي خلال مشواري الجامعي،

كما أهديه إلى أستاذي المؤطر الدكتور براهيم أحمد.

اسمهان

الفهرس

كلمة شكر وعرفان

الإهداء

المقدمة.....أ.

الإطار المنهجي:

1-تحديد الإشكالية.....04

2-تساؤلات الدراسة.....04

3-أسباب اختيار الموضوع.....05

4-أهداف الدراسة.....05

5-منهج الدراسة.....06

6-عينة الدراسة.....06

7-الخلفية النظرية.....06

8-صعوبات البحث.....07

9-تحديد المفاهيم.....07

الفصل الأول: واقع المرأة المحجبة في المجتمع العربي الإسلامي المعاصر

تمهيد.....10

المبحث الأول: المرأة في المجتمعات العربية.....11

1-تعريف المرأة.....11

12.....	2-مكانة المرأة في المجتمع.....
15.....	المبحث الثاني: المرأة العربية المسلمة و الحجاب.....
15.....	1-مفهوم الحجاب و تاريخه.....
21.....	2-الحجاب الإسلامي و الحجاب العصري.....
24.....	خلاصة.....

الفصل الثاني: التلفزيون والموضة

26.....	تمهيد.....
27.....	المبحث الأول: التلفزيون.....
27.....	1-ماهية التلفزيون.....
31.....	2-أثر التلفزيون على ثقافة المستهلك.....
34.....	المبحث الثاني: الموضة.....
34.....	1-ماهية الموضة.....
38.....	2-الموضة في المجتمع العربي.....
40.....	خلاصة.....

الفصل الثالث: التلفزيون، الحجاب و الموضة

42.....	تمهيد.....
43.....	المبحث الأول: وسائل الإعلام و الموضة.....
43.....	1-الوسائل المرئية والموضة.....

46.....	2-الوسائل المقروءة و الموضه
47.....	المبحث الثاني: تأثير التلفزيون على ثقافه اللباس
47.....	1-تأثير التلفزيون على الحجاب
47.....	2-الاتصال عبر ثقافه اللباس
51.....	خلاصه

الفصل التطبيقي:

53.....	تمهيد
55.....	تحليل الصوره الأولى
58.....	تحليل الصوره الثانية
62.....	تحليل الصوره الثالثة
64.....	النتائج العامه
67.....	خاتمه
69.....	قائمه المراجع

الملاحق

مقدمة عامة

لللباس أهمية في حياة الإنسان فهو من الحاجات الأساسية التي يضمن بها وجوده الاجتماعي و الثقافي و يحافظ به على انتمائه للجماعة و هو يرتبط ارتباطا وثيقا بالجسد سواء كان ذكريا أو أنثويا و قد مر اللباس بعدة تطورات كاللباس العصري الذي توصلنا إليه اليوم و هو نتاج العديد من الابتكارات والإبداعات العالمية التي تتنافس فيما بينها و لقد أعطت النماذج المتداولة اليم في الأسواق باختلاف أزيائها و لباس المرأة على وجه التحديد عرف صورته الأخيرة بداية ازدهار سوق القماش التطور الهائل الذي عرفته ديار الموضة بفضل في تشجيع العديد من المبتكرين و الخياطين في تقديم المزيد من الأنماط و الأشكال الأكثر عملية و ملائمة للحياة الراهنة من ألبسة سهلة الوضع خفيفة الوزن بمعنى آخر كل الألبسة العملية الموافقة للنمط المعيشي للمرأة خصوصا و أن المرأة اليوم تقوم بنشاطات مختلفة كالعمل و الدراسة و غيرها.

فصناعة الملابس لاقت إقبالا و تشجيعا من كل الأوساط مما جعلها تتعدى الحدود الجغرافية، و جعل الكثيرين يتهافتون عليها خصوصا بفضل و سائل الإعلام التي روجت لها و دفعت بهم لانتقائها.

وقد لعب الإعلام بمختلف وسائله و أشكاله دورا كبيرا في الترويج للموضة و الأزياء وعلى أساس أن الاهتمام بالموضة يعد من مظاهر الحداثة و التحضر لذلك لا بد من الانتباه إلى أن بعض الموضات و الأزياء و الصراعات التي تأتي إلينا من الغرب لا تتناسب مع ثقافتنا و لا عاداتنا و تقاليدنا.

و يعتبر الحجاب من أبرز الموضوعات التي كثر الجدل و النقاش و من أهم القضايا التي أصر الإسلام على تطبيقها لكن مع الغزو الفكري و العولمة تغيرت أنماط و أشكال الحجاب في المجتمعات العربية و الإسلامية.

الإطار المنهجي

1- تحديد الإشكالية:

إن فكرة كون المرأة بإمكانها أن تبدو أنيقة و حسنة المظهر مع كونها متحجبة قد شغلت اهتمام الكثيرين، وتضاربت فيها الكثير من الآراء وقد نوقشت عدة مواضيع إعلامية تطرح فكرة كيف باستطاعة المرأة أن تكون مسلمة وفي نفس الوقت تشكل جزءا من دائرة الأزياء.

كان الهدف الرئيسي لهذه المواضيع الإعلامية وهذه البرامج هو التركيز على المرأة المسلمة في الدول العربية و توجيهها نحو حياة أكثر تحضرا في قالب إسلامي محض دون المساس بعفتها و شرفها و تعريضها لأن تكون مصدر فتنة.

ففي السابق كان هناك أسلوب واحد للتحجب وهو الجلباب أو الجلابة والخمار وذلك كان يبعد الكثيرات عن مواكبة الموضة، أما اليوم فهناك تفتح كبير على عالم الأزياء مما دفع إلى ابتكار العديد من الأشكال و الأنواع في اللباس تصلح لكسوة كامل الجسد و أن تكون لباسا للمرأة المحجبة و بالتالي يمكن لأي امرأة متحجبة مواكبة الموضة العصرية، وفي نفس الوقت الالتزام بدينها.

ويعتبر التلفزيون من أهم و أبرز الوسائل الإعلامية المروجة لموضة اللباس حيث أن هناك عدة محطات تلفزيونية مختصة في عرض آخر صيحات الموضة، بإقامة عروض أزياء أو حفلات و غيرها.

انطلاقا من تعدد واختلاف أشكال وأنواع الحجاب العصري الذي تعرضه الفضائيات التلفزيونية، قمنا بطرح الإشكال التالي:

كيف تساهم المحطات التلفزيونية في تغيير حجاب المرأة العربية ؟

2- تساؤلات الدراسة: تتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات و هي كالتالي:

- إلى أي حد يساهم التلفزيون في نشر قيم التجديد اللباسي لدى المرأة المحجبة؟

- إلى أي مدى يمكن أن تؤثر مستجدات الموضة في أزياء اللباس على الحجاب الإسلامي للمرأة العربية؟

- كيف يجسد حجاب الإعلامية هبة جمال كنموذج حجاب المرأة العربية المسلمة؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة ظواهر في المجتمع تحتاج لمعالجة علمية و تبحث عن دراسة و تعميق الرؤية و من بين هذه الظواهر ظاهرة انتشار الحجاب العصري في المجتمعات العربية بشكل ملفت للانتباه خصوصا في الآونة الأخيرة ، و في هذا الصدد نحاول فتح نافذة للبحث في هذا المجال الذي ترجع أسبابه إلى دوافع موضوعية و أخرى ذاتية :

- الميولات الشخصية حول موضوع انتشار الحجاب العصري في المجتمعات العربية .

- الرغبة في معرفة الدور الذي يلعبه التلفزيون في الترويج لموضة الحجاب .

- اكتساب خبرة من خلال العمل الذي نقوم به.

- نقص الدراسات الخاصة بموضوع البحث.

- معرفة مدى مساهمة التلفزيون في التأثير على حجاب المرأة العربية

- ارتباط المتلقي بالصورة الثابتة.

4- أهداف الدراسة:

- إبراز تأثيرات الموضة الحديثة على الحجاب الإسلامي.

- إبراز دور التلفزيون في التأثير على ثقافة المرأة العربية.

- تبيان مكانة الموضة ووظيفتها في المجتمعات العربية.

- معرفة أثار الموضة الحديثة على ثقافة اللباس.

- إبراز دور الإعلامية "هبة جمال" في الترويج لموضة الحجاب العصري.

5- منهج الدراسة: يعرف بأنه الطريقة التي تتبع للكشف عن الهدف بواسطة استخدام مجموعة من القواعد العامة ترتبط أساسا بتجميع البيانات و تحليلها حتى تساهم في التوصل إلى نتائج ملموسة.¹

و بما أن هذا البحث من البحوث التحليلية التي تهدف إلى تحليل و تفسير المعنى الذي تحمله الصورة الثابتة فقد استعملنا في دراستنا هذه منهج التحليل السيميولوجي من أجل تحليل بعض الصور للإعلامية "هبة جمال" مذيعة برنامج كلام نواعم على قناة MBC1 باعتباره من أنسب المناهج لقراءة الصورة الثابتة، التي تحوي علامات تحتاج إلى تفكيك بهدف معرفة معناها ويعتبر منهج التحليل السيميولوجي من المناهج الحديثة النشأة التي توظف لاستخراج المعنى الحقيقي والخفي والفحص والتعمق في المادة المراد دراستها، فهو يساعدنا على معرفة الجوانب المحيطة بالصور التي سنقوم بتحليلها وفقا للمنهج العلمي المعتمد لـ: "رولان بارث".

5- عينة الدراسة:

العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث، اختيارا عشوائيا أو منتظما تحكيميا قصديا، يشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة.²

فالعينة المختارة "عينة قصديه" متكونة من ثلاث صور مختلفة للإعلامية "هبة جمال" ذات دلالات معينة.

6- الخلفية النظرية :

انطلقنا في تحليلنا السيميولوجي للصور من الخلفية النظرية لـ "رولان بارث" والتي تعتمد على الوصف المباشر للصورة وتحديد مختلف مستوياتها من حيث التطرق إلى

¹ محمد محمد الهادي ، أساليب إعداد البحوث العلمية ، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1995، ص 57

² أحمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2003، ص

المستوى التعييني الذي يحدد الدلالة الأولى لكل عنصر من العناصر المركبة للصور إضافة إلى المستوى التضميني الذي يتناول المعنى الحقيقي والخفي للصورة.

7- صعوبات البحث: لا نتصور بحثاً أكاديمياً بدون أن تكون له صعوبات، فالصعوبات التي واجهتنا تمثلت خصوصاً في:

- صعوبة اقتناء بعض المراجع الأساسية خاصة المتعلقة بالحجاب.
- ضيق الوقت.
- صعوبة تحديد عنوان البحث.

8- تحديد المفاهيم:

الصورة: هي أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني و الأفكار و الأحاسيس و هي واقع متحقق في حياتنا.

كما أنها بنية بصرية دالة وتشكيل تتنوع في داخله الأساليب و العلاقات و الأمكنة و الأزمنة فهي بنية حية "تسيج حي".

-يعرفها "باتيكل": بأنها تشبيه لشيء ما.¹

جسد المرأة: هو الجزء المادي للمرأة، أي شخص من جنس الأنثى.

اللباس: اختلف الباحثون في تحديد مهمة الملابس في صورة خاصة فمنهم من ادعى أن مهمتها الأساسية التي استلزمها كانت هي الوقاية من الحر و البرد و زعم آخرون أن استعمالها للزينة وآخرون نظروا إليها للتمييز بين الجنسين.

التلفزيون: هو تلك الوسيلة الإعلامية التي تنتقل الصورة و الصوت معا .

السيميولوجيا: هي علم يدرس العلامات و حياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية و قد يشكل فرعاً من علم النفس الاجتماعي و بالتالي فرعاً من علم النفس العام .

ومن شأن هذا العلم أن يطلعنا على القوانين المادية و النفسية التي تحكمها و تتيح

¹مخولف حميدة، سلطة الصورة بحث في إيديولوجيا الصورة و صورة الإيديولوجيا، دار سحر للنشر، ط1، 2004، ص ص

إمكانية تفصلها داخل التركيب .

وحسب دوسوسير إن السيميولوجيا: علم يدرس حياة العلامات في وسط الحياة الاجتماعية¹.

السيميولوجيا هي مركبة من العلامة "logos" الذي هو علم إذا السيميولوجيا في مجموعها تعني علم العلامات.²

وفي الأخير و لضرورة منهجية قمنا بتقسيم العمل وفق الخطة التالية:
في الفصل الأول تطرقنا إلى واقع المرأة المحجبة في المجتمع العربي الإسلامي المعاصر.

وفي الفصل الثاني تحدثنا عن التلفزيون والموضة

أما الفصل الثالث جمعنا فيه بين التلفزيون، الموضة و الحجاب.

وقمنا في الفصل التطبيقي بتحليل سيميولوجي لثلاث صور للإعلامية هبة جمال.

¹أدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة ، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الجزائر، دار النشر و التوزيع، ص 77.

² عبد الله مرتاض، بين السمة و السيمياء،مجلة تجليات الحداثة ، وهران ، معهد اللغة العربية ، 1993، ص125.

الفصل الأول

تمهيد:

يعتبر الحجاب أكثر الموضوعات التي نالت قسطاً من النقاش بين المفكرين ورجال الدين خاصة مع ارتفاع عدد النساء المحجبات في المجتمعات العربية التي لم تكن تعرف الحجاب بصورة كبيرة وقد اختلف المفكرون فيما بينهم حول معنى وهدف الحجاب وعلاقته بالمرأة ككيان إنساني، والحال لم يكن أقل حدة وخلاف بين رجال الدين المسلمين .

المبحث الأول: المرأة في المجتمعات العربية

1- تعريف المرأة:

1-1- المرأة في الاصطلاح:

هي احد الجنسين تتميز بالحمل، وفي تعريف آخر هي كائن بشري أنثوي يتميز بإنجاب الأطفال، ويستند هذين التعريفين الاصطلاحيين إلى محدد بيولوجي يتجسد في الجهاز التناسلي للمرأة المسؤول عن أنوثتها وإنجاب الأطفال، والذي يؤهلها لأن تكون زوجة وأما وهي الطبيعة الاجتماعية للمرأة.¹

1-2- المرأة في الثقافة العامة:

إن المرأة في المعتقد الشعبي هي أنثى الرجل، ويتضمن هذا المفهوم التقليدي من ناحية المحتوى الإيديولوجي على عدة أبعاد سوسيولوجية:

- المرأة على أساس نوع الجنس : هي حقيقة بيولوجية تركز لقيام نظام طبقي جنسي برأي سولا ميت فرستون (soulamith fristun) تظهر فيه أدوار المرأة ثانوية في المجتمع.

-التشديد على تعريف المرأة بالنسبة للرجل، فهي زوجة فلان، أم فلان، بنت فلان، لأنها تدور في فلك رجولي وحياتها دون الرجل لا قيمة لها لأنها تكتسب قيمتها الاجتماعية من خلاله.²

- أنها ضعيفة الجسد والروح وناقصة العقل مما يبرر تبعيتها للرجل، فالأنوثة تعني الضعف والخضوع والاستسلام لسيطرة الرجل

- تعريفها كموضوع جنسي فهي وجدت لإشباع رغبات ونزوات الرجل الجنسية وهي في الحقيقة وضعها يشتمل على قيمة جسدها.

¹ بوشي فوزية، المرأة الريفية وعلاقتها بالإعلام الصحي، مذكرة ماجستير، مستغانم، 2010، ص 116.

² نفس المرجع، ص ص 115، 116.

1-3- المرأة في علم الاجتماع

تعرف المرأة في علم الاجتماع استنادا إلى المجتمع كإطار مرجعي على أساسين :

➤ مكانتها في البناء الاجتماعي

➤ أدوارها الاجتماعية

1-4- المرأة في الإسلام: ¹

لقد وضع الإسلام المرأة في مكانها الصحيح، حيث منحها حقوقها الإنسانية، المدنية والاقتصادية ، ويتجلى ذلك في عدد السور التي تعرضت لأمر النساء وهي كثيرة منها سورة البقرة 'المائدة' 'النور' المجادلة الأحزاب و سورة التحريم، غير أن سورة النساء هي أكثر السور تعرضا للمرأة، فهي تعرض الاستقرار الداخلي و توضح الأسس الكفيلة بدوام هذا الاستقرار و نشاطه وقد تعرضت السورة للأسس التالية:

* تكريم المرأة

* نظام الأسرة

* مساواة الرجل بالمرأة في الكسب في حدود الطاعة، حرية المرأة في ذاتها وأموالها

* الحقوق المالية للمرأة

* نظام الزواج، المحرمات من النساء، تحيز الزوجات، الزواج ميثاق غليظ، قوامة الرجل على المرأة.²

2-مكانة المرأة في المجتمع:

المرأة تحتل وضعا اجتماعيا متخلفا في المجتمع العربي خاصة المنظم علائقيا على أساس سيادة الذكور على الإناث ،وقد ساد هذا الاعتقاد وظل تدعيمه ثقافيا فـي

¹ حسن الساعاتي سامية، علم اجتماع المرأة، رؤية معاصرة لأهم قضاياها، دار الفكر العربي، ط1، 1999، ص ص 106، 107.

² محمد سيد فهمي، المشاركة الاجتماعية و السياسية للمرأة في العالم الثالث، المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص 39.

المجتمعات المختلفة حتى أصبح ينظر إليه على أنه هو التقسيم الطبيعي الذي يتوافق مع التكوين البيولوجي لكل من المرأة والرجل.¹

-أما عن الدور الاجتماعي للمرأة فهي ربة البيت والمعيلة التي تكون مسؤولة عن رعاية أسرتها ماديا واجتماعيا ، أي إدارة أسرتها وإشباع احتياجاتها. وهكذا تكون المرأة كمفهوم تتحدد وفق متغيرين هما:

- المتغير البيولوجي : أساسه الأنثى كجنس
- المتغير الاجتماعي : ويتمثل في النوع الاجتماعي، الأدوار والمكانة الاجتماعية ،إلا أن النزعة البيولوجية هي التي تغطي ، إذ ينظر للمرأة من حيث هي كائن بيولوجي في المقام الأول وكائن اجتماعي في المقام الثاني.²

2-1-مكانة المرأة ودورها في الإسلام:

يكفي المرأة المسلمة فخرا واعتزازا بأن نوه الإسلام بأمومتها فجعل مركزها ذا مكانة قصوى فقال تعالى: "ووصينا الإنسان بوالديه إحسانا ،حملته أمه كرها ووضعته كرها " أما مفهوم الإسلام لدور المرأة خارج البيت فقال تعالى : " ياأيها النبي إذا المؤمنات يبايعنك على أن لا يشركن بالله شيولا يسقن ولا يزنين ولا يقتلن أولادهن ولايتين يبهتن يفترينه بين أيديهن وأرجلهن ولا يعصينك في المعروف فبايعهن واستغفر لهن الله ،إن الله غفور رحيم ".³

أما مفهوم الإسلام لدور المرأة خارج البيت يبرز في قوله تعالى: "يا أيها النبي إذا المؤمنات يبايعنك على أن لا يشركن بالله شيئا ولا يسرقن ولا يزنين ولا يقتلن أولادهن ولا

¹ بدران محمد، علم الاجتماع ودراسات المرأة، تحليل استطلاعي، البحوث و الدراسات الاجتماعية، القاهرة، ط1، ص 52.

² حسن الساعاتي سامية، مرجع سابق، ص 242.

³ القرآن الكريم، سورة الأحقاف، الآية 15.

يأتين ببهتان يفتريه بين أيديهن وأرجلهن ولا يعصينك في معروف فبايعهن واستغفر لهن ،إن الله غفور رحيم".¹

إلى جانب هذا الدور الأساسي الذي تلعبه المرأة يجدر بها أيضا أن تمارس كل عمل يتناقض مع طبيعتها وقدرتها و أخلاق عائلتها ومستقبل أولادها والأمثلة عن الدور السياسي الذي لعبته المرأة في صدر الإسلام كثيرة كالأستشارة المستمرة من الخلفاء الراشدين لأمهات المؤمنين كالسيدة عائشة أم المؤمنين رضي الله عنها.

كما أن المرأة لا ينبغي لها التقاضي لأنها كما وصفها عليه الصلاة والسلام ناقصة عقل و دين لأن للمرأة مجالات أخرى لا يقدر عليها الرجل وأهمها الأسرة والتعليم والعلاج وما إلى ذلك.²

¹ القرآن الكريم، سورة الممتحنة، الآية 12.

² الطاهر بدوي، حالة المسلمين اليوم وأزمات الأسرة المعاصرة، بيروت ،دار الكتب العلمية ،ب ط،2008،ص 65.

المبحث الثاني: المرأة العربية المسلمة والحجاب

1- مفهوم الحجاب وتاريخه:

1-1- مفهوم الحجاب:

- الحجاب هو ستر المرأة لزينتها وجمالها عن ليس بمحرم لها ويكون ذلك بستر المرأة بجلبابها وخمارها وثيابها التي تتجلبب بها وتلبسها حتى لا يبدو منها ما يكون فتنة.

- الحجاب لباس ساتر لجسد المرأة والحجاب هو الغطاء والستار ما يستر جسد المرأة ويخفيه عن الأنظار.

ويتخذ الحجاب عدة أشكال، نظرا لإدخال قطع تركيبية عصرية وأصبح يناس اللباس العصري بألوانه الزاهية والمواد المصنوع منها وطريقة لبسه تختلف من منطقة إلى أخرى.

- وقد يصفه البعض بأنه حاجز وسائر بين الرجل والمرأة وأصبح يطلق الآن كلمة حجاب على من تضع الخمار دون إعطاء أهمية لبقية الألبسة الأخرى.

- إضافة إلى قول جمال ألبنا: "الحجاب بالصورة التي انتهت إليه المرأة العربية حلا علميا لقضية الغطاء الرأسي وحقيقة هذا عمليا لا يصعب ارتدائه و لا يسيء لجمال المرأة بل لعله يضيف عليها جمالا"¹.

1-1-1- الحجاب في النصوص القرآنية:

تكلم القرآن عن الحجاب في تسع آيات على الأقل ، ووضح وظيفته في الفصل بين الرجال والنساء والتميز عن غير المؤمنات ولم توجه هذه الآيات خلال بداية الإسلام ، وإنما بعد الهجرة إلى المدينة حيث كانت وظيفته الأولى فصل المؤمنات عن غير المؤمنات ، وكذلك وسيلة للتمايز وإعطاء أكبر تجانس وتلاحم بين الفئة المؤمنة.

¹ عبد العزيز عبد الله بن باز ، مجموعة رسائل في الحجاب ، وزارة الشؤون الدينية الإسلامية ، السعودية، 1976، ص 18.

فحسب "دانيال فافر" تكمن وظائف الحجاب الإسلامي في:

-فاصل أو ساتر

-وسيلة حماية

-عازل

وفي المقابل لم تكن كل النساء معنيات بلبس الحجاب وإنما كان الأمر بداية موجهة لنساء النبي (ص) حيث أمرن بالكلام مع الرجال من وراء الحجاب.

وفي القرآن : «...وإذا سألتموهن متاعا فاسألوهن من وراء حجاب ذلكم أطهر لقلوبكم وقلوبهن»¹

أما في سورة النور الآية 31 فقد بدأت بلام الأمر أي هو واجب وفريضة لكن ليس كالفرائض الركنية أي الحجاب لا يبلغ درجة الصلاة.

وهو أمر من الله للنساء المؤمنات وتمييزا عن نساء الجاهلية، فقد كانت المرأة الجاهلية تمر بين الرجال مسفحة بصدرها مظهرة عنقها ونوائب شعرها وأفرطه آذانها، فأمرت النساء بأن تنتستن وتتخمرن أي وضع الخمار.

1-1-2- الحجاب في الأحاديث النبوية:

يعتبر الحديث المصدر الثاني في التشريع الإسلامي، ولم تخل كتبه التسعة من التطرق إلى ظاهرة اللباس وذكر الزي الإسلامي الذي يناسب المرأة المسلمة، وهو يتحدث عن اللباس في نوعين من القطع:

• الحجاب

• الخمار

وهذه المساند والصاح التسعة تتكلم في مجموعها عن الخمار أو الحجاب والتي نظم 122 حديثا، ولا يشير أي حديث إلى إجبار المرأة أو أمرها بوضع الحجاب، لكنه يسمح

¹ القرآن الكريم، سورة الأحزاب، الآية 53.

بإعطاء المعنى الحقيقي له ، والذي يتمثل في وظيفة الفصل بين النساء والرجال ، كما أشار "دانيال فافر" إلى الحجاب من خلال دراسته للحديث بمعنى الفصل والستر.¹

1-2- تاريخ الحجاب:

يقول د. محمد فتوح "الحجاب أظنه ظهر بكثافة أسباب عديدة، اقتصادية مرتبطة بالفقر وسياسة مرتبطة بظهور تيار سياسي ما ولكن الحجاب الآن امتد للطبقات المرتفعة اقتصاديا وهذا ليس نتيجة صحوة دينية وإنما للخوف من الانحراف عن القطيعة والثقافة السائدة، الحجاب برأبي زيا فقط نبحت عن مدى ارتباطه بالموضة وإنما هو ثقافة ومنظومة كاملة ينبغي أن نواجه جذورها أولا قبل عن الظاهر الناتج عنه.²

-الحجاب لم يظهر بظهور الإسلام وإنما كان موجودا قبله في شبه الجزيرة العربية، وكان شبه رداء لا يخفي الجيوب أي العنق والنحر وهو ما يسمى بتبرج الجاهلية، وعند ما جاء الإسلام أضاف بعض الصفات و أمر بستر الجيوب و النحور.

-استعمل الحجاب منذ القديم وفي أكثر من منطقة، منذ زمن الآشوريين إلى العالم اليوناني القديم و حتى العالم اللاتيني، أما في المناطق المتوسطية والمشرق فكانت المرأة لا تلتقي الأجانب من جنس مختلف بوجه مكشوف ، كما كان يعطى للحجاب وظيفة العفة وليس الروحية.³

-إذن فالحجاب كان موجودا لكن بطرق لباسيه وطقوسية مختلفة، حتى مجيء الإسلام الذي قبل به مع بعض التهذيب والتعديل حسب الآية: " و قل للمؤمنات يغضضن من أبصارهن ويحفظن فروجهن ولا يبدين زينتهن إلا ما ظهر منها وليضربن بخمرهن على جيوبهن ولا يبدين زينتهن إلا لبعولتهن أو آبائهن أو آباء بعولتهن أو أبنائهن أو أبناء بعولتهن أو إخوانهن أو بني إخوانهن أو بني أخواتهن أو نسائهن أو ما ملكت أيمانهن

¹ بلعربي عبد القادر، علاقة الطلبة الجامعية باللباس، مذكرة ماجستير، جامعة مستغانم، 2009، ص 41.

² عبد العزيز عبد الله بن باز، مرجع سابق، ص 19.

³ بن عبد الله زهيه، الجمال والجسد الأنثوي، مذكرة ماجستير ، جامعة وهران، 2004، ص ص 39، 40.

أو التابعين غير أولي الإربة من الرجال أو الطفل الذين لم يظهروا على عورات النساء و لا يضرين بأرجلهن ليعلم ما يخفين من زينتهن و توبوا إلى الله جميعا أيها المؤمنون لعلكم تفلحون " 1.

وقد حدد الإسلام الذين لا يعتبرون أجانبا للمرأة في الآية السابقة الذكر ، فيجوز لها إبداء زينتها أمامهم فيرتدون ملابس عادية دون قيد أو شرط وكان الحجاب في بداية الإسلام رمزا للتمايز بين النساء المؤمنات وغير المؤمنات وبين المرأة الحرة والامة وكانت المرأة تعتبر فتنة ، سواء عندما ترى أو ترى من طرف الرجال وبدون حجاب مما يؤدي إلى إخلال النظام العام . 2.

1-3-الحكمة من الحجاب:

-لقد كان في تكريم الإسلام للمرأة أن صانها بالحجاب لتحميا عزيزة كريمة فالمرأة يجب أن تصان وتحفظ عن عبث العابثين وعن نظرات الشهوانيين ولهذا خصها الله تعالى بالحجاب، وترك إبداء الزينة للأجانب ،وترك التبرج إذا خرجت من بيتها .

-فيجب في حقها الاستتار باللباس والبيوت مالا يجب في حق الرجال، لأن ظهور جمال النساء ومفاتتهن سبب لإثارة غرائز الشهوة عند الرجال والله عز وجل يأمر المؤمنين في الآيتين 30 ، 31 من سورة النور السابقة الذكر ، حيث أمر الله تعالى جميع الرجال والنساء بغض البصر وحفظ الفروج ،صونا للكرامة وحفاظا على الأعراض والأنساب وأمر الله تعالى النساء خصوصا بالاستتار وأمر سبحانه وتعالى بإرخاء الجلابيب لأن لا يعرفن أي إذا فعلمن ذلك عرفن أنهن حرائر شريقات طاهرات وعفيفات فلا يؤذنين بكلام السفهاء وأغراض الشهوانية الدنية 3. ولقد تعددت أسباب وضع الحجاب منها:

¹ القرآن الكريم ، سورة النور ، الآية 31.

² بن عبد الله زهيه، مرجع سابق، ص 40.

³ خالد عبد الرحمان العك، شخصية المرأة المسلمة في ضوء الكتاب و السنة، بيروت ، دار المعرفة، ط5، 2005، ص 357.

أ- الخوف من الغواية:

يرجع مبدأ ستر الجسد وحجبه عامة إلى التخوف من الوقوع تحت وطأة الغواية الجنسية بين الأفراد أو ما يسميه الشرع "الوقوع في فتنة" والتي يصفها القرآن بأنها "أشد من القتل" لما ينجر عنها من تدمير وفوضى واختلاط في العلاقات الاجتماعية ، ففي سيميولوجيا الكلمة هنالك إشارة للجماعة، وإشارة إلى وجود طرفين متنازعين من أجل مسألة ما والفتنة التي يمكن أن تنجر عن الجسد تتمثل في العديد من المسائل أولها تحريك الشهوة والرغبة الجنسية، والرجل كجنس بشري معروف بحبه للذة والاستمتاع بمؤانسة النساء ومجامعتهن.

فأي رسم جميل يوحي عن ظل المرأة قد يصفه ويشعره بالرغبة فيها، ما يدفعه إلى فكرة التمتع بها بأي وسيلة ومن ذلك قد يحدث العديد من الجرائم في حق العرض والشرف.

ب- التمييز الفوارقي والاجتماعي:

فرض الحجاب كذلك من أجل التمييز الفوارقي بين الحرة والجارية، ففي العصر الذي عايشه الرسول القرشي، خشي ألا يميز الفساق من الشباب بين الأمة التي تستلزم أن تبرز مكشوفة مبدية لمحاسنها بأنواع الزينة للترغيب في شرائها وبين الحرة، السيدة فيتبعها الغواة التي قد يصيبها مكروه ، ولذلك أنزلت آية الحجاب التي يخاطب فيها الله نبيه بقوله : " يا أيها النبي قل لأزواجك و بناتك و نساء المؤمنين يدنين عليهن من جلابيهن و ذلك أدنى أن يعرفن فلا يؤذين و كان الله غفوراً رحيماً " و قد ذكر المفسرون في هذه الآية الكريمة أن أناساً من فساق أهل المدينة كانوا يخرجون بالليل حين يختلط الظلام إلى ظاهر المدينة حين كانت النساء تخرج لقضاء حاجتهن و كان أولئك الفساق يبتغون ذلك فإذا رأوا المرأة و عليها جلباب قالوا هذه حرة فكفوا عنها و إذا رأوها بدونها قالوا هذه أمة.

- ويقول سمير عبده: "إنه من أجل ذلك أيضاً كان عمر بن الخطاب يشدد في حجب الحرائر وعلى إلزامهن البيوت، حتى أنه منعهن من دخول المسجد، ونراه يطوف

في المدينة، فإذا رأى أمة متحجبة أو مقنعة ضربها بالدرّة حتى يسقط الحجاب أو القناع عن رأسها قائلاً عبارته المشهورة: " فيما الأمة تتشبه بالحرائر"¹ يرجع ذلك إلى كون المجتمع المسلم وقتها كان مقسماً إلى طبقة الأسياد و طبقة الرقيق ، فالأحكام المترتبة عن الأسياد لم تكن نفسها هي المترتبة عن الرقيق و المرأة الحرة في هذه الحقبة من الزمن كانت تمتاز بعلو مكانتها الاجتماعية مقابل الأمة ، فهي الجديرة بتكوين نسب العائلة و السلالة و كذلك كان حجبها من الاعتزاز بها و كان الدليل على علو نسبها و شرفها و برهان على الغيرة عليها و الذود عنها ، فلما كانت تخرج إلى الفضاء العام متسترة من رأسها لقدميها كان يخاف التعرض لها مهابة الدخول مع ذوبها في التظاحن ، لأن الشرف عند العربي أثمن من النفس، فهو قد يهدر دمه من أجل الانتقام.

-أما المرأة الأمة فكانت تعتبر ما ملكت اليمين ، فهي تعد إما للخدمة أو الاستمتاع بها من طرف سيدها، ولم تكن معنية في الأصل بمسألة الإنجاب و تكوين سلالات عريقة، حتى أن الأمة حينما كانت تعلق من سيدها و يريد هو أن تتجب له، فإنه كان يعتقد أنها هي وولدها فتصبح حرة و زوجا له، لا تخضع لإمكانية أن تباع في أي وقت لرجل آخر يتمتع بها، و هذا ما يميزها عن مولاتها الحرة في مسألة الحجب.²

1-4-وظائف الحجاب:

تضع نادين وبيبل "NADINE WIBEL"، خمسة وظائف رمزية للحجاب الإسلامي وهي:

أ-الامتثال و الخضوع:

هذه الوظيفة الرمزية تعتبر فردية بالنسبة للوظائف الأخرى التي يحددها مخيال الجماعة و التي تعطي إحدى القيم الاجتماعية و هي تعبر عن الامتثال و الطاعة للقوانين الدينية المحددة بالسور القرآنية، فوضع الحجاب له غرض شخصي إما "طاعة الله" (ضغوطات الأنا)، أو بضغوطات من الأسرة لإتباع المعايير الدينية و الثقافية الخاصة بالأسرة.

¹ عبده سمير ، المرأة في المجتمع العربي، مطبعة العجلوني، ط1، 1988، ص50.

² بن عبد الله زهية، مرجع سابق، ص ص 92، 93.

ب- فاصل أو مانع:

يعمل الحجاب على حجب الجسد عن الأنظار بالإخفاء وراء حاجز أو حجاب لحماية النساء من نظرات الرجال، فهو الرخصة التي تسمح بالخروج ولقاء العالم الذكري.

ج- الهوية:

وضع المرأة للحجاب سمة لخاصيتها الجنسية الدينية والثقافية، ويحمل دلالة للانتماء للقيم والعادات الاجتماعية والثقافية.

د- المعارضة والرفض:

ترفض المحجبات الاندماج في الجماعات التي لا تتبنى الحجاب وتعارض بشدة تغيير لباسها، مما يلاحظ أن هناك بعض الجماعات الجزئية التي تحاول فرض وجودها بإتباعها لمجموعة من القيم والمعايير التي تحمل الصبغة الدينية غالباً.

هـ- وظيفة أدواته:

تذهب بعض الأسر إلى حجب البنات عند بلوغهن سن المراهقة باللباس الإسلامي لاجتناب الوقوع في الأخطاء والتي لا تحفظ "الشرف" ويتخذ الحجاب وسيلة وأداة لإكمال الدراسة والعمل خارج البيت.¹

2- الحجاب الإسلامي و الحجاب العصري:

2-1- الحجاب الإسلامي:

وهو نوع من اللباس الذي تلبسه فئة من النساء، ويتكون من خمار واسع يغطي الرأس والصدر وهو غير شفاف ولا يصف أنوثة الفتاة، وجبة واسعة فضفاضة تغطي كامل الجسد إلا اليدين والرجلين، ويسمى إسلامي لأنه لا يتنافى مع شروط اللباس الإسلامي والذي تسميه بعض النساء "بالشرعي".

¹ بلعربي عبد القادر، مرجع سابق، ص

وهو ليس مجرد لباس تتوارى وراءه المرأة مما يجعل جسدها مغطى بكامله، وإنما هو كذلك حجه عن أنظار الغير وتمعناتهم وتجنب الاختلاط بين الجنسين تقاديا للشبهات.¹

2-1-1- شروط اللباس الإسلامي:

من بين الشروط التي أقرها علماء الدين والتي تميز الحجاب الإسلامي عن بقية الألبسة الأخرى:²

- ستر جميع البدن إلا الوجه والكفين، ومنهم من لا يستثني ذلك في قول رسول الله "صلى الله عليه وسلم" " المرأة كلها عورة".
- أن يكون واسعاً غير ضيق حتى لا يصف جسدها المرأة.
- أن يكون سميكاً لا يكشف ما تحته.
- أن لا يكون للملابس زينة في نفسها.
- أن لا يكون مطيباً بمعنى وضع العطر.
- أن لا يشبه ملابس الرجال.
- أن لا يشبه ملابس الكافرات.
- أن لا يكون لباس شهرة.

2-2- الحجاب العصري:

لقد شغل الجمال والأناقة اهتمام الكثير من النساء، فمعظمهن يفضلن المظهر اللائق والصورة الجميلة حتى وهن محجبات، كما تريد أكثرية النساء وخاصة فتيات التحضر وطلب العصرية وإتباع الموضة وتوجههن نحو حياة أكثر تحضراً في زي إسلامي مقبول دون المساس بمبادئ الشرف والعفة والاستتار.

¹ بلعربي عبد القادر، مرجع سابق، ص95.

² عبد الرحمن العيسوي، سيكولوجية الاحتشام عند الذكر و الأنثى، بيروت، دار الجامعة، ط1، 1996، ص104.

وفي مقال في موقع دنيا الوطن تحت عنوان: "حجاب الموضة يستهوي الفتيات الجزائريات" حيث يشير إلى التغيير الذي حصل على اللباس وخاصة الحجاب. استفاق الجزائريون منذ سنوات قليلة فقط على "حجاب الموضة بمختلف ألوانه الزاهية يغزو شوارع العاصمة ويكسر صورة " الحجاب الأسود" وينافس الألبسة العصرية، وتحول الحجاب من التزام ديني إلى ذوق وثقافة لباس، فهو نوع من الانفتاح على اللباس العصري الذي جعل كبرى محلات الألبسة تهتم بهذه الأذواق الجديدة، وتعرض أحدث الموضات والتركيبات اللباسية تهتم بهذه الأذواق الجديدة فهي قطعتين (خمار وجبة)، إلى عدة قطع جديدة وجذابة، تجعل من الحجاب لباساً أنيقاً ومطلوباً من جل الفتيات، ولم يعد الحجاب مجرد سترة لإخفاء مفاتن جسد المرأة بل أخذ نصيبه من الموضة في وقت تنافست على ترويجه خمسة شركات عربية من الأردن وسوريا ودبي الإماراتية وأصبح يستهوي النساء والفتيات على وجه الخصوص، رغم ارتفاع ثمنه، وذلك نتيجة تأثرهن بما تبثه القنوات الفضائية العربية والدينية.¹

¹ بلعربي عبد القادر، مرجع سابق، ص 97

خلاصة:

إن قيمة اللباس الشرعي قد مسها تغيير ولو كان طفيفا لأن الحجاب بطبيعة الحال له هبة لأنه ساتر لجميع جسد المتحجبة ولكن بدخول الحجاب عالم الموضة فقد فقد قيمته الشرعية وأصبح مجرد اسم يطلق على تغيير سوسيولوجي لواقع يفرض تطلع الفتاة على كل ما هو جديد في عالم أزياء الحجاب.

الفصل الثاني

تمهيد :

عالم اليوم هو عالم اتصال، به اقتربت المسافات وتلاشت الحدود ويات علم الاتصال من العلوم المتنامية التي تعمل على مسايرة تكنولوجيا الاتصال فتعددت وسائله ومن بينها التلفزيون الذي له الأثر الأكبر في المجتمعات الإنسانية وخصوصا التأثير على الفئة الشابة من الفتيات هذه الفئة التي تتطلع لكل ما هو جديد وما يهتما في لباسها لأنها تعتبر أن المظهر هو أساس تطورها ونجاحها في مجتمعاتنا المظهرية حيث أصبحت الموضة من أهم وأحدث الظواهر الاجتماعية والتي تركزت بصفة أساسية في مجال اللباس فتعددت تعريفات الموضة كما اختلفت مصادرها وبالرغم من ذلك إلا أن للموضة مكانة ووظيفة اجتماعية مهمة في المجتمع.

المبحث الأول: التلفزيون

1- ماهية التلفزيون:

1-1- تعريف التلفزيون: هو وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة، يتكون من مقطعين الأول TELE وتعني عن بعد والثاني VISION وتعني الرؤية أي أن كلمة التلفزيون تعني الرؤية عن بعد ويعتبر من أهم وأحدث وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة حيث يتفوق عليها جميعا بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير فهو يجمع بين مزايا الراديو من حيث الصوت ومزايا السينما من حيث الصورة واللون ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضيء الحيوة على المشاهد و يتمتع أيضا بإمكانية البث الحي أي بث الحدث في نفس اللحظة بحيث يراه المشاهد وهو يجري فعلا... أي الحدث الذي لم يسجل من قبل سواء على فيلم أو شريط فيديو.

- ويمكن تعريف النظام التلفزيوني من الناحية العلمية بأنه طريقة إرسال واستقبال الصور المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية.¹

- وفي تعريف آخر للتلفزيون فيعتبر أخطر وسيلة اتصالية في عالم اليوم لأنه يجمع بين الصوت والصورة وبإمكانية مخاطبة مئات العديد من الناس بمختلف مستوياتهم ولفترات مختلفة.²

- إذا كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة ما بعد الحداثة، فإنها ستكون بلا ريب في التلفزيون و على حد تعبير "بودريار" فالتلفزيون: هو وسيلة ما فوق واقعية، أي أنها واقعية أكثر من الواقع، وبعبارة أخرى "نحن نستمد وعينا

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج2، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص ص216، 217.

² محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص186.

بالواقــــــــــــــــع من التلفزيون "قأي شيء لا يذاع في التلفزيون أقل واقعية ، لأنه منه تستمد القضايا السياسية أهميتها، وتكتسب السلع والخدمات جاذبيتها وحتى الكتب تستحق أن تقرأ عندما تظهر في التلفزيون.

والتلفزيون يمتلك كل ما يذكره إيهاب حسن من صفات ما بعد الحداثة: الاحتفاء بالصورة على حساب الكلمة، وإحلال والإشباع العاطفي محل العقل، والولع بالانطباع بدلاً من الإقناع، والتخلي عن المعنى والتمسك باللعب والتسلية.

إن قيم ما بعد الحداثة هي خبز التلفزيون اليومي.¹

1-2- خصائص التلفزيون الإعلامية: تحدد الخصائص الإعلامية للتلفزيون فيما يلي:

- يعتمد التلفزيون على حاستي السمع والبصر لما يقدمه من صورة وصوت مما يؤثر على الناس و يجذب اهتمامهم به لأن الصورة والصوت يثيران مشاعرهم .
- يعتبر التلفزيون وسيلة سهلة حيث تصل الصورة والصوت من خلاله إلى المشاهدين من دون جهد وعناء.

- يعتمد التلفزيون على عنصر الحركة المرافق لعرض الصورة المرافقة أيضا للصوت وهذا خاصية جذب إعلامي.

- يمتاز جهاز التلفزيون بسهولة وصوله إلى أي مكان مما يبسر وجوده في البيت فهذه الخاصية تسهل على الناس بهذا الانتقال والذهاب إلى مكان آخر مما يبسر عليهم الوقت و الجهد و التنقل.

- إن التلفزيون وسيلة مناسبة لعرض الإعلانات مما يكسبه خاصية إعلامية تساعد على نجاحه و إقبال الناس على مشاهدته.

- يمتلك التلفزيون الإمكانيات الفنية التي تتيح له الاختصار الزمني بين حصول الحدث وعرضه على الناس

¹محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر ، بيروت، مركز دراسات الوحدة

العربية، ط1، 2008، ص82

1-3- وظائف التلفزيون :

1-3-1- الوظيفة التعليمية: ترتبط بمفهوم التعليم الذي يهدف إلى تربية الناشئ وإعداد المواطن الصالح جسمياً، نفسياً، خلقياً وثقافياً إعداداً يؤهله لخدمة الوطن في الحرب والسلم كما يساعد على تحقيق ذاتيته ووظيفة التعلم تساعد أيضاً على تنمية المهارات واستمرار التراث العلمي، الأدبي، الفني والثقافي بتقدمه إلى الأجيال الناشئة وهو المحافظة على الكيان الثقافي في المجتمع كرفع مستوى أولئك الذين لم يكتسبوا هذا الكيان الثقافي إلى مستوى الشخص القادر على التعليم الاجتماعي ويكون أكثر فعالية وأثر¹.

1-3-2- الوظيفة الثقافية: ليست مجرد تعبير عن الحاضر عي تنمية لإمكانيات—ها وتطورها وتصنيفها إذ تهدف إلى تحسين حال المشاهد وتتبع في الواقع من أعرق تقاليد العلم والتوعية ولقد أصبح التنقيف متاحاً لجماهير الناس ولا يمكن أن تقاس أو تقدر بثمن أو جهد فالتلفزيون يعطي لها أهمية كبرى ومغزى هادف وهي تزداد يوماً بعد يوم و لم يعد مجرد أداة لنقل المعلومات وإنما أصبح من أهم العوامل المؤثرة في الفرد والجماعات وتكوين مواقفهم الثقافية، الفكرية والاجتماعية مع الإسهام في نشر الوعي العلمي. فالتلفزيون كوسيلة اتصالية إعلامية تثقيفية يحصل الناس من خلاله على الثقافة بشكل عفوي غير مقصود ضمن إطار التخطيط و التنسيق المسبق.

1-3-3- وظيفة الترفيه والتسلية: إن التأكيد على وظيفة الترفيه بمعناه السطحي قتل الوقت يزداد قوة بين الجماهير المختلفة ثقافياً و تلك حقيقة لا تستطيع أن نغض أعيننا عنها و شيعتها الحتمية هي أننا نحتاج في كثير من أحيان إلى أن ننقل ما نريده من معاني إلى هذه الجماهير من خلال الوظيفة الترفيهية للإذاعة المرئية وهنا تكتسب فكرة الترقية دلالة جديدة وتصبح هي الوسيلة الرئيسية التي يمكن عن طريقها توصيل القيم الثقافية الجديدة إلى الجماهير ذات ثقافة محدودة أو محدودة.

¹ زكريا عبد العزيز محمد، التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، ب ط، 2002، ص

1-3-4- الوظيفة الاجتماعية: إن التلفزيون يؤدي وظيفة اجتماعية كبيرة باعتباره من أهم وسائل الاتصال في العصر الحالي سواء كانت إخبارية، تربية فهو في متناول جميع الجماهير و في معظم بقاع العالم بغض النظر عن مستواهم التعليمي و المادي.

- تعزز كذلك إمكانية التلفزيون في تشكيل الرأي في الحياة السياسية، الاجتماعية، الثقافية الاقتصادية فالجزائر باعتبارها دولة نامية تستخدمه كوسيلة إخبارية جماهيرية و هذا كله يحدد الدور الكبير للتلفزيون في جميع مجالات الحياة، فقد تعدى التلفزيون في الدولة دور الناقل للمعلومات إلى دور اجتماعي هام لما جاء في قول "ماركس" إذ عبر عنه بفكرة إشكال الوعي الاجتماعي وهي تلك البنية الاجتماعية والأيدولوجية للمجتمع بغض النظر عن درجة الأمية الموجودة لدى الجمهور إلا أنه أصبح يقدم الإعلام والتعليم والترفيه محدثا تجانسا داخل المجتمع لكي يفهم الأمي والصغير والمتعلم.

- إن تأثير البرامج التلفزيونية وكيفية برمجتها في الواقع تكريسا للثقافة والأيدولوجية والحفاظ على العلاقات الاجتماعية أو إزالتها، فالتلفزيون إما أن يكون واحد من النشاطات بعد النوم و العمل و يمكن أن تكون تربية الجماهير من خلال التجارب الخاصة بالتلفزيون.¹

1-3-5- الوظيفة الإعلامية: تعدد وظائف التلفزيون في مجال الإعلام و التوعية باعتباره أحد وسائل الاتصال سواء كان ذلك في ميدان التنمية والتطور، التوعية البيئية، الرياضية المجال الإخباري وآخر تطورات العالم في الميدان السياسي والاقتصادي والثقافي وتوعية الجمهور في الأيام الانتخابية والخدمة الوطنية وفي الحملات الفلاحة والزراعية والميدان الصناعي.

- إن التلفزيون يساعد على الاطلاع على آخر الأخبار التكنولوجية والهندسية والفيزياء، الطب الكيمياء النووية، الدين وآخر الفتاوى وغيرها من المعلومات.

¹ محي فلاح، الفضاء التلفزيوني و العلم، عمان، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ب ط، 1994، ص 09.

1-3-6- وظيفة التوجيه والإرشاد: ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الأفراد، وفي نفس الوقت تتطلب عملية تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والأطفال للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة والمجتمع بمؤسساته المختلفة، وخاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغيير واسع النطاق، كما يستطيع أن يؤدي دورا هاما في اكتساب الفرد لاتجاهات جديدة وتغيير اتجاهاته القديمة بما يتلاءم مع طبيعة المجتمع.

2- أثر التلفزيون على ثقافة المستهلك:

تعرض الباحثون في ميادين الإعلام، علم الاجتماع وعلوم أخرى إلى دراسة أثر وسائل الإعلام على ثقافة المستهلك وقد اختلفت آراؤهم حول هذا التأثير. فإذا كانت محتويات وسائل الإعلام تختلف فإن هذا يؤدي إلى التأثير واختلاف الثقافة الجماهيرية في كل مجتمع، فبرامج التلفزيون في بعض الدول تعمل على المشاركة في عملية التنمية وتبرز الجانب التربوي والترفيهي، بينما في دول أخرى فإنها تعتمد على عنصري الإثارة والإشهار ومن هنا ظهرت دراسات الجمهور التي ارتكزت على معاينة توجهات الجمهور من حيث الأذواق والأنماط الاستهلاكية في المعيشة وقد اتسعت دائرة الدراسات حتى أنه يقال في أمريكا أن المجتمع الأمريكي مجتمع الاستبيانات إذا حولت الوسائل الحديثة للاتصال نفسها إلى مؤسسات تجارية.¹

- وبفضل عمليات الإشهار والدعاية خلقت هذه الوسائل وعلى وجه الخصوص التلفزيون ثقافة جماهيرية تعتمد على الاستهلاك، وتتميز القنوات التلفزيونية عن غيرها من الوسائل الإعلامية باستعمالها التقنيات العالية في التصوير وكثرة إنتاجها للأفلام، ولم يقتصر ذلك على أمريكا بل تعداه إلى كل دول العالم تقريبا والتي لم تستطع تجاوز الإنتاج الأمريكي فعندما تتابع العائلات برامج التلفزيون يحدث نقاش بينهم ويتم تبادل الآراء فيحدث تفاعل

¹ عبد الرحمن عزي وآخرون، عالم الاتصال، الجزائر، دار الهدى، ط1، 1996، ص144.

بين الثقافة السائدة وثقافة وسائل الإعلام، فيكتسب الأفراد طرق تفكير جديدة وأنماط تفاعل نتيجة هذا الاحتكاك وهذه الثقافة تتمثل في الأخبار والمعلومات والصـور والحقائق التي تنتقل إلى الجمهور لتسهل عليهم عملية فهم المحيط الذي يعيشون فيه ومن خلال بث برامج أجنبية تعكس عادات وأفكار شعوب أخرى هذه الأخيرة تنتقل عبر التلفزيون إلى الجمهور الذي يتأثر بهذه الأفكار سواء عن طريق التقليد والإعجاب فيكتسب بهذا جانبا معرفيا خارج إطار ثقافته المحلية.

- ويتخوف الباحثون كثيرا بأن تقوم ثقافة وسائل الإعلام والاتصال بالقضاء على الثقافة المحلية للكثير من الدول والتغيير السلبي في اتجاهات الأفراد، وتشجيع السلوكيات السلبية عن طريق بث أفلام الإثارة مثلا فوسائل الإعلام لها القدرة الهائلة في التأثير على ثقافة الجمهور المستهلك وتغييرها.

- يقول نيكولاس جونسون الرئيس السابق للجنة المواصلات الاتحادية في أمريكا "إن كل ما نعمله وكل ما نمثله وكل ما يشغل بالنا إنما يتأثر بالتلفزيون". فمن هذا القول تتأكد قوة التلفزيون التأثيرية في الفرد والمجتمع وحتى البناء الاجتماعي، ولا شك أن التلفزيون بحكم تكوينه ومسؤوليته يهدف إلى إحداث هذا التأثير وأن معايير نجاحه أو فشله تقاس بمدى جدواه التأثيرية في ثقافة المجتمع الذي يستقبل رسائله.¹

- كما أن لتأثير التلفزيون نصيبا على الثقافة بمعناها العام والتي تشمل القيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السلوك وألوان التطلعات الغير الملائمة، وهذه الثقافة لا يمكن تغييرها أو تعديلها أو تأكيدها إلا على فترات من الزمن تطول أو تقصر وفق طبيعتها وهي تضم في الوقت الحالي المحطات التلفزيونية الفضائية ويقال إن الثقافة تتأثر أساسا بالأفلام والمضمون الترفيهي من دراما وأغاني وأزياء فضلا عن عادات التغذية وأنماط الاحترام واللياقة في المعاملة بين الأفراد التي تعد من العوامل المؤثرة في الثقافة الموضوعية، وعلى

¹ سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، بيروت، مكتبة الهلال للطباعة و النشر، ب ط،

هذا الأساس فإن الرسائل الاتصالية التي تبثها المحطات الفضائية غدت تمثل تحديا كبيرا للهوية الثقافية الوطنية فهي تعمل بشكل أو بآخر على تفتيتها ومن ثم إلغائها ومما يسهل ذلك أن عناصر الثقافة الموضوعية تتأثر تأثرا ملموسا بالثقافة الوافدة عبر البث الفضائي المباشر و يتم استيعابها بسهولة لاسيما الثقافة الذاتية غير المادية (كالصور الذهنية والمعتقدات والدوافع والقيم). تخضع للتغيير التدريجي والبطيء من خلال تراكم التعرض للمضمون الوافد، وعليه فإن أساليب الحياة التقليدية للدول النامية مهددة بصورة قاطعة بالتغيير لذلك ستواجه هذه الدول صعوبات كبيرة في المحافظة على ثقافتها المحلية.¹

- لقد أورد النقاد الغربيون مجموعة من النتائج فيما يخص الثقافة المشوشة من قبل المحطات التلفزيونية الفضائية تركز في:

أ- ترسيخ القيم الامتثالية إذ تعمل هذه الثقافة على إنتاج نمط من الإنسان الذي يؤدي دوره في المجتمع بصفة ساكنة وفقا للتوقعات السائدة دون أن يشارك بفعالية في مقارعة أو تغيير ما هو قائم في المجتمع.

ب- القضاء على التنوع الثقافي في المجتمع ذلك أن المحطات تحمل قيما متماثلة تقوم على النمطية و المعيارية بحيث يصبح إنسان هذه المحطات يفكر التفكير نفسه ويسلك سلوكا شبه موحد ومن ثم القضاء تدريجيا على التنوع الثقافي الحضاري الذي يميز الجماعات المختلفة، إذ أن تعدد المحطات التلفزيونية الوافدة واستغلالها كجانب من أوقات الأسرة يقلل من فرص التعرض للوسائل الأخرى كالكتب والمطبوعات التي تحمل مضمونا أكثر عمقا.

¹ مي عبد الله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، بيروت، دار النهضة العربية، ط1، 2006، ص ص 246، 247.

المبحث الثاني: الموضة

1- ماهية الموضة:

1-1- تعريف الموضة: يمكن تعريف الموضة بأنها عناصر أو أنماط سلوكية لا منطقية وانتقالية تعاود الظهور في المجتمعات التي لا توجد بها رموز مستقرة للمكانة في الوقت الذي يسعى أعضاؤها للحصول على اعتراف بمكانتهم و التعبير عن ذاتهم من خلال الميل إلى محاكاة الصفة، وهذا التقليد يمثل قوة التعبير عن الأذواق الجماعية مما يؤثر بدوره في إحداث تغيرات أساسية في الحياة الذاتية للأفراد وفي نظامهم المعياري.¹

ويقول "يونغ k.yongng " (علم النفس الاجتماعي) نيويورك: "أن الموضة كشكل للسلوك تتعلق بالأشياء الشائعة في المجتمع كالملابس، الأثاث والمساكن وطائفة هائلة من المظاهر الاجتماعية في حين يؤكد "بونر H. Bonnor": أن مصطلح الموضة لا ينطبق على الأزياء والملابس فحسب ولكنه يستخدم في الإشارة إلى أي نشاط متكرر يشبع اهتمامات عدد كبير من الناس.²

ولقد كانت تعليقات "زييل" على الموضة كواحدة من عمليات التباين الاجتماعي دليلا على اعتقاده أنها نوع من أنواع المحاكاة أو التقليد ويقول: "إن الموضة شكل من المحاكاة وعامل من عوامل التباين الاجتماعي، فهي توحد بين الذين ينتمون إلى طبقة اجتماعية معينة كما أنها تفصلهم عن غيرهم من أعضاء الطبقات الأخرى.³

ويقول الكاتب والروائي والسياسي الفرنسي "أندري مالرو": "... الموضة شيء عابر ومؤقت ولا تستعيد قيمتها الفنية والجمالية من التقليعة السابقة لها إلا باعتبارها رمز للماضي."⁴

¹ سعاتي حسن سامية، مرجع سابق، ص96.

² فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، سلسلة قواميس المنار، دار المدني، ص 54.

³ محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر والتوزيع، ص164.

⁴ عبد الرحمن يحي الحداد، آداب السلوك في المجتمعات الغربية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 1995، ص101.

ويستخدم مصطلح الموضة أيضا على أنها نوع من الحركات الاجتماعية التعبيرية و يؤكد دورها في تكوين الأذواق الجماعية واتجاهات السلوك الجمعي، ويرى "بلومر" في هذا الصدد أن الموضة تلعب دورا هاما في تغيير النظام الاجتماعي.¹ الموضة هي طريقة غير دائمة للتفكير، العيش، العمل، ولها علاقة بوسط معين وحقبة زمنية شبه محدودة.

الموضة هي طريقة خاصة للباس تماشيا مع ذوق مجتمع معين.

1-2- الموضة والطبقات الاجتماعية:

بالنسبة لمصدر الموضة ومن أين تأتي ومن المسؤول عنها فكل هذه المسائل دائما تبقى غامضة إلا أنه يمكننا أن نقول أن الموضة وبصفة عامة تنتشر وتنتقل من مجتمع لآخر ومن جماعة لأخرى داخل المجتمع الواحد. وانتقالها يكون تدريجيا، إلا أن الفرد ينظر في كثير من الدول نظرة الإعجاب وباندهاش لما يصدر عن تصاميم وموضات أزياء في بلدان كفرنسا مثلا، ذلك لأنها تتمتع بسمعة معروفة وشهرة واسعة عالمية في هذا الميدان. فغالبا ما تتبثق الموضة من الطبقة الراقية أو الجماعات المتقاربة في مستوياتهم الاقتصادية وذلك أن الموضة ترتبط عادة بنفقات وتكاليف باهضة. حيث لا يقدر الناس العاديين والبسطاء اقتناءها. وهناك ترابط عكسي بين دوام الموضة وانتشارها وهي في ذلك تختلف عن الأعراف والتقاليد، حيث أن الموضة سريعة الانتشار لكن بظهور موضة أخرى تندثر الأولى لكن الأعراف والتقاليد تبقى سائدة على ممر الزمن. فالعرف والتقاليد بما تتطوي عليه من قيم عليا وسامية خلقية تعتبر مصدر الاستقرار وليدة الثقافة وجوهرها والمحاور الأساسية التي يرتكز عليها البناء الاجتماعي في مجتمع ما.

¹ محمد عاطف غيث، مرجع سابق، ص 165.

1-3-الموضة و مكانتها في المجتمع:

إن وجود الموضة وتحديثها في ثقافة مجتمع ما. يتحدد انطلاقاً من علاقتها بمعناها ومكانتها ووظيفتها داخل الثقافة العامة للمجتمع. فالموضة إذا أرادت أن تثبت وجودها داخل ثقافة مجتمع ما يجب أن تحدد لنفسها موقع خاص ضمن حاجيات ومتطلبات المجتمع بل تحاول أن تظهر أنسب وأجدر بالاهتمام من العادة التقليدية المعتمدة داخل المجتمع مما يجعلها تكتسب جاذبية الناس واقتناعهم التام بها وتغير صورتهم حول التقليد الذي أصبح في نظرهم حاجز ومعوق للتطلع للأمام عكس الموضة التي أصبحت تتماشى ومتطلباتهم الخاصة والعامة وبالتالي التخلي عن التقليد والعادة والسير وراء الموضة. وبهذا تصبح الموضة جزء من ثقافة ذلك المجتمع بمرور الزمن تصبح أصل الثقافة أو حتى عرف.

وإذا حاولنا النظر إلى الموضة من جانب الوظيفة الاجتماعية التي تؤديها داخل المجتمع نجد أنها تؤدي وظيفة حركية كبيرة من أجل صيانة البناء الاجتماعي، كما أنها تعد من أحسن الوسائل التي تؤدي بالمجتمع إلى التقدم والتجديد في أسلوب حياة الناس داخل المجتمع وطريقة عيشهم فالوظيفة الاجتماعية للموضة تظهر على المجال الخارجي لحياة الأفراد (الخارجية) الاجتماعية.

فهي تساعد الأفراد على أن يجدوا لأنفسهم مفر من قيد العادة والتقاليد المتعارف عليها داخل المجتمع فهي تشعرهم بالراحة والاستقلالية. إن مسابرة الموضات السابقة الذكر التي تختص بالفتاة ومركزها في المجتمع أصبح أمراً ضروريا اجتماعيا.

ومن لا يأخذه بعين الاعتبار يعتبر متخلفا حيث يكون موضع نقد من جانب المتقدمين حيث يليق بالفتاة أن تفرق بين الموضات التي تؤدي إلى الانحلال وبين التي تؤدي إلى التطور والتحرر من العادات القديمة التي تتناسب مع التطور. فالموضة الصالحة هي التي تفيدها دون مساس لأخلاقنا وقيمنا لأن الموضة التي تهدد القيم تؤدي إلى الانحلال وهذه الموضة وليدة الغزو الغربي والتقليد ونخلص إلى أن هناك نوعين من العادات نوع تقليدي

يعمل على الاستقرار بل على الركود والجمود أحيانا مثلا: التقاليد والعرف، والنوع الآخر يعمل على التغيير والتجديد مثل: الموضات أو العادات المستحدثة.

هناك من المؤلفين الذين يرون أن الموضة ليست أمر تافه مثل "سنمر" الذي يرى أنها "شكل من أشكال سيطرة الجماعة على الفرد".

ويرى "تونيس" نفس ما يراه "سنمر" فيقول: "إن الموضة كالعادات التقليدية شكل من أشكال الإدارة الاجتماعية".

1-4- الموضة ووظيفتها في المجتمع:

إن وجود الموضة داخل المجتمع ليس بالأمر الحتمي فهي إيجابية أحيانا وسلبية أحيانا أخرى. فقد تكون لديها منفعة لاسيما لمن لديهم اهتمام وميول لها. فهي تزيد من الجمال ورمز للرفاهية والتقدم والازدهار حيث أن الذين لا يتماشون والموضة يرون أنهم ليس من الطبقة المرموقة داخل المجتمع. فالفتيات في مجتمعنا أصبحن يتبعن الموضة رغم معرفتهن بأضرارها، وأخطارها مثل موضة الأحذية ذات الكعب العالي واستعمال بعض المساحيق المصنوعة من مادة تضر بشعر أو وجه الفتاة. رغم تأكيدات الطب على خطورتها وهذا طبعا من أجل الاستجابة للموضة.

إن الموضة تسيطر على عقول الفتيات حيث أصبحن يتبعنها من دون تفكير حتى يجدن أنفسهن قد وقعن في الهوية دون معرفة ما هو صالح وما هو قبيح من أجل الهروب وتعويض النقص الذي تعانیه بتغيير شكلها الخارجي. لقد خلقت الموضة أسلوب حضاري عصري في الحياة، حل محل الأساليب التقليدية التي كانت سائدة حيث أصبحت أغلبية الفتيات تتغيرن بالتغير الاجتماعي و تتأثرن بالمظهر الخارجي، ويرجع ذلك التغير إلى الصراع القائم بين ما هو أصلي أي الأصالة وما هو عصري، حيث أصبحنا نرى أن أغلبية الفتيات قد غيرن طريقة لبسهن تماشيا مع العصر. والظهور بمظهر لائق وجذاب أمام الغير.

إن الموضة أصبحت تستغل الفتيات أكبر استغلال وهذا ما يراه أكثر العلماء منهم: "سايبير" الذي يرى أن: "الموضة توحى بالجبرية وتتحدى الذوق الشخصي للخضوع لها فعليه أن يطيعها حتى ولو كانت تتعارض مع ميوله".¹

وهناك "فلوجل" FLUGEL يقول في كتابه سيكولوجية الملابس: "إن الموضة تعلق عن فهم الإنسان العادي، ونحن لا نعرف لماذا تظهر الموضة وكم من الزمن سوف تدم وتبقى".

مما يدفعنا للقول بأن الموضة شيء إلزامي داخل المجتمع، من يعارضها فإنه يدفع بنفسه للسخرية واستهزاء المجتمع ونقده وتهكمه، فالموضة لا تخضع للتفكير والحكم المنطقي، وهي تعلق على النقد والمناقشة والانبهار حيث أن كلمة موضة أصبحت من الكلمات المهمة في قاموس الفتيات أو النساء بصفة عامة، مما جعل التفكير فيها يدعو إلى إنشاء وكالات خاصة تنتشرها وتصنع لها دعاية خاصة بشتى الوسائل الممكنة.²

2- الموضة في المجتمع العربي:

لقد غيرت الموضة داخل المجتمع العربي كثيرا من أشكال الزي التقليدي الأصيل حيث نرى أن الكثيرات ممن تخلين عن اللباس الطويل والمستور ولبسن الأزياء الأوروبية حيث أصبحت الموضة تحيز الفتيات العربيات على التبرج وإبداء مفاتهن مما جعل المجتمع العربي ينظر إلى هذه الظاهرة بنظرة التسامح بعدما كان ينظر إليها نظرة نقد.

والحقيقة أن الموضة قد سيطرت على جميع ميادين الحياة رغم الندوات واللقاءات الإسلامية التي تندد بها وتحدد حقوق وواجبات المرأة لكن الواقع الخارجي والملموس يقول غير ذلك. ويمكن القول ومن دون تردد أن التقاليد والموضات تقفان على طريقيين نقيض أي مختلفين تماما حيث أن التقاليد هي تراث ينتقل من السلف إلى الخلف أما الموضات فهي تنتقل من جماعة إلى أخرى وفي هذا العالم الفرنسي "جبريل تارد": "أن التقاليد محاكاة

¹ فوزية دياب، القيم و العادات الاجتماعية، بيروت، دار النهضة العربية، ب ط، 1980، ص 223.

² نفس المرجع ، ص 224.

القدامى و الأسلاف أما الموضات محاكاة المعاصرين " فالموضة تكسب مكانتها من الجودة فيقول المثال: "لكل جديدة لذة".¹

فالجديدة هي الصفة المميزة للموضة وفي هذا المجال يقول " تونيس":
"إنالموضة هي الجودة"

إن الموضة قد غيرت تغييرا جذريا من المبادئ الإسلامية المتعارف عليها وقلبت كيان الفتيات رأسا على عقب حيث أصبحن يهتمن بالتغيير الخارجي للفت الأنظار وجلبها. إن سحر الموضة يعتمد على عنصر الجودة بالدرجة الأولى ويلبها عنصر الامتياز داخل المجتمع العربي.²

فمن يتبع سحر الموضة يصبح متميز وينظر إليه بنظرة الإنسان المرموق والمحترم جدا. فالموضة أصبحت مقياسا يقاس به التقسيم الاجتماعي داخل المجتمع المستهلك للموضة. مما أدى إلى النظر والاهتمام أكثر بالموضة وعصرتها في المجال الاقتصادي والسياسي حيث يمكن القول بأن الاختلاف بين الامتثالية والتغير لا تفسير إلا من الناحية الاجتماعية. كما أن الموضة قد تجاوزت التقسيم الطبقي داخل المجتمع العربي لأنها تنتشر وتظهر بسرعة فائقة جدا.

¹ نفس المرجع السابق، ص219.

² نفسه، ص 220.

خلاصة:

يعتبر التلفزيون من أهم وأبرز وسائل الإعلام له خصائصه ووظائفه المختلفة كما أن له الأثر الكبير على ثقافة المستهلك بحيث خلق ثقافة جماهيرية تعتمد على الاستهلاك، فأصبح الأفراد يكتسبون ثقافات جديدة و أنماط متنوعة والسبب الوحيد هو الإعلام بشتى أنواعه وعلى وجه الخصوص التلفزيون كما شمل هذا الفصل أيضا كل ما يخص الموضة من تعاريف ووظيفتها في المجتمع بصفة عامة ومكانتها في المجتمع العربي إلا أن كل ما ذكر عن الموضة اشترك في كلمة واحدة وهي التجديد حيث أن كل ما هو في جميع المجالات الاجتماعية وقد حصلت الموضة على مكانة سامية في المجتمع بصدق تجديد وهذا ما يقتضي على كل من الروتين والعادات القديمة ، كما أن لها وظيفة اجتماعية داخل المجتمع حيث إن الموضة تغير في شكل الحياة الاجتماعية و تفضي إلى نوع من التجديد ومسايرة للعصر ومتماشية معه في جميع الجوانب الخاصة باللباس فهو الجانب الأكثر تعرضا لظاهرة الموضة حيث أنها تهتم بالدرجة الأولى باللباس وتحاول أن تحدد فيه بصفة مستمرة و سريعة.

الفصل الثالث

تمهيد:

أصبح للإعلام أهمية كبيرة في الحياة الاجتماعية للأفراد، وباعتباره مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية أصبح له دور في تحديد ثقافتنا بكل مقوماتها وأفكارها ومن بين هذه الثقافات ما يعرف بالموضة وهي ظاهرة اجتماعية انتشرت بكثرة داخل المجتمعات الحالية وشملت جميع ميادين الحياة بما فيها اللباس، حيث أثرت هذه الأخيرة في اللباس الشرعي للمرأة "الحجاب" فأصبح يصمم بأشكال متعددة ومختلفة وألوان زاهية وقد ساهم التلفزيون بشكل كبير في انتشار ما يعرف بالحجاب العصري أو حجاب الموضة.

المبحث الأول: وسائل الإعلام والموضة

1-الوسائل المرئية والموضة.

إن الثورة الإعلامية التي قذف بها الإعلام المعاصر توشك أن تؤدي بالثقافات القومية وخاصة في البلدان النامية في الوقت الحالي إلى التهلكة ونستهلها بالتلفزيون، حيث أنه أصبح كضرورة الهواء لتنفسنا أو الغذاء لجسمنا.¹

ويعتبر التلفزيون الجهاز الأكثر تأثيراً على الفتاة و ذلك عن طريق البث المباشر والصورة التي تصل إلى المشاهد بالألوان و الحركات و الصوت الحي لذلك يستخدم بنجاح في الكثير من التغيرات الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و السياسية، وفي هذا الصدد يقول عبد الرحمان عيساوي: "إذا كان المثل السائد بأن السجن هو الكلية التي تخرج المجرمين فإنني أعتقد أن التلفزيون بالنسبة للفتيات هو المدرسة الإعدادية لتفريغ الأحداث".²

وكما يقول ماكلوهان: "إن التلفزيون يقلب الأوضاع الاجتماعية والثقافية والخلفية والمقاييس الجمالية والسياسية قلباً شاملاً لا مجال لنكرانه".³

¹ عمر رضا كحلة، سلسلة بحوث اجتماعية، بيروت، دار النشر والطباعة، ط2، 1981، ص 105.

² عبد الرحمن عيساوي، الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، لبنان، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، 1984، ص65.

³ انشراح الشال، قنوات التلفزيون في العلم الثالث، دار الفكر العربي، 1993، ص23.

1-1- التلفزيون كوسيلة إعلانية:

هناك مجموعة من الخصائص يمتاز بها التلفزيون عن غيره من الوسائل الإعلامية، مما يجعل الإعلان قريبا من الجمهور فالإعلان التلفزيوني يصل إلى الجمهور فور بثه فهو يتيح فرصة وصول ربات البيوت والفتيات للإعلانات الملبسية لأنهن أكثر فئات الجمهور مشاهدة للتلفزيون، فالمرأة في الغالب تتخذ بنفسها قرارات طلتها اللباسية، ولعل الإعلان التلفزيوني هو الدافع الرئيسي الذي ساعدها في اختيار لباسها. فالتلفزيون يقدم حرية اختيار الشكل والمضمون للمادة اللباسية مع ما توفره تقنيات التلفزيون من إمكانيات جذابة ومؤثرة.¹

كما تعتبر الرسالة الإعلانية المقدمة عبر شاشة التلفزيون منبها أو مثيرا يستهدف إحداث استجابات معينة تتمثل أهمها في اكتساب معظم المقومات الثقافية كالمعلومات والأفكار، وإيجاد درجة عالية من الإدراك والمعرفة بالسلع والخدمات أو الأفكار المعلن عنها واستثارة الرغبات، تحريك الدوافع، إحداث الاقتناع والتوجيه إلى الاستجابة المطلوبة والتأكيد على جوانب معينة في المضمون الإعلاني.²

كما يرى بعض المتخصصين في وسائل الإعلام أن الإعلانات التلفزيونية من أكثر أجهزة الثقافة انتشارا وقوة وإقبالا عند الناس خاصة فئة النساء التي تتأثر بشكل ملحوظ بالبرامج والإعلانات التلفزيونية وبالأخص المتعلقة منها باللباس والماكياج والمطبخ.

-إن المظهر هو الأساس لتحديد الخيارات وكلمة قديم هي مصطلح قصير المدى، فالقديم هو ما كان عمره شهورا و ليس قرونا، كما كانت القياسات السابقة، ويحدث هذا في كل شيء، وأخطر ما فيه هو حدوثه مع اللباس، خاصة ملابس النساء، حيث يجري التغيير السريع فيها حسب تحولات الموضة، وأخطر من ذلك هو التغييرات من داخل

¹ صالح خليل أبو أصيب، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار آدم للدراسات والنشر والتوزيع ، ص 250.

² ايناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2001، ص 236.

الموضة نفسها، إذ صار من شروط الوجاهة أن لا تكرر المرأة ما لبسته في مناسبة سابقة، وكل ظهور اجتماعي لا بد أن يكون بفتتان لم تلبسه من قبل، بل بلغ الأمر بالمذيعات ان لا تظهر المذيعة على شاشة التلفزيون بلباس واحد مرتين، وتغير الألوان ومقاطع اللباس وتركيبية الإطلالة كل مرة على شكل لم يسبق له مثيل، وهذه صارت حتمية مظهرية قاطعة، ويتبع ذلك ما تظهر به الفنانات من تقنن بالزني وإبداعات في شكله وألوانه بشكل يقوم مقام الشرط من جهة ومقام التوقع من جهة أخرى، ويصبح اللباس مادة للحديث والتعليق مما حوله إلى ثقافة اجتماعية عمومية وأسس لفكرة "الاختراع أبو الحاجة"، فإن جرى الإعلان عن مخترع جديد في اللباس فإن سياسة التسويق ستتولى دفع هذا المخترع ليكون في خانة الاستهلاك ويتم تجنيد كل الوسائل الإعلامية لخلق صور عمومية تثبت نماذجاً على كل العيون المثلهفة أصلاً لرؤية الجديد، وكلما كان الجديد غريباً زاد التعلق به لغرابته ولقوته التأثيرية في الإعلان عن نفسه لمجرد غرابته.¹

1-1-1- القنوات الفضائية:

يلعب التلفزيون عموماً والفضائيات خصوصاً دوراً في التأثير على ثقافة اللباس لذلك خلقت أنماط جديدة، وقد فرق الباحثون في مجال ثقافة اللباس بين ثلاثة أنواع من هذه الثقافة:

-ثقافة اللباس الراقي.

-ثقافة اللباس الشعبي.

-ثقافة اللباس العصري.

فثقافة اللباس الراقية هي ثقافة الصفاة أنتجت للفئة الكلاسيكية، أما ثقافة اللباس الشعبية فهو اللباس الشعبي المعروف عن فئة قليلة من الجمهور الشبه حديث، أما ثقافة

¹ عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية ، سقوط النخبة وبروز الشعبي ، المغرب ،المركز الثقافي العربي ، ط2،2006، ص ص

اللباس العصري تستمد مضمونها من الراقي و الشعبي لأنها من إنتاج وسائل الاتصال الجماهيري وهي معدة للطبقة المعاصرة الشابة الملاحقة للموضة، كما أنها إرضاء لأذواق الجمهور.¹

كما أن المرء يدرك أن وسائل الإعلام عموماً لها تأثير على الفرد و التنشئة الاجتماعية و إن ما تقدمه الفضائيات من برامج تحمل معها عروضاً للأزياء تترك آثارها على الفئة الشابة وحتى المجتمع المدني البعيد و القريب و تحمل في طياتها قيم غريبة عن مجتمعاتنا العربية .

وقد كانت هناك صراعات في القنوات الفضائية العربية التي تقدم برامج خاصة بعروض الأزياء كقناة "المرأة العربية" و قناة "LBC" و قناة "أفراح ومسايا" التي تبث مجموعة من عروض الأزياء لأكبر وأشهر المصممين، إضافة إلى قناة دبي "INFINITIF" وقناة "الآن"، الفراشة" التي تقوم ببث حصص مختصة بكل ما يتعلق بجمال المرأة ولباسها ومكياجها.

2- الوسائل المقروءة:

تمتاز الوسائل المقروءة بإمكانية حفظها ونقلها، كما توفر للقارئ فرصة السيطرة على العمليات الانتقالية والسيطرة على عمليات التعرض للرسالة، إذ يمكن للقارئ أن يختار ما يعجبه في المجلة أو الصحيفة، وخاصة المرأة التي تهتم كثيراً بمجلات الموضة الشائعة في الوقت الحالي مثل مجلة "هي" ومجلة "زهرة الخليج" التي تختص بعروض الأزياء وطرق وأدوات التجميل.

كما تعتبر الصحف هي أفضل الوسائل التي تحقق إشباعاً الاندماج الاجتماعي فيما يتعلق بالإعلانات اللباسية وكل مستجداتها وبتلواها في الأهمية الإذاعة والتلفزيون.²

¹ صالح خليل أبو أصبع ، مرجع سابق ، ص 249.

² نفس المرجع ، ص 215.

المبحث الثاني: تأثير التلفزيون على اللباس.

1-تأثير التلفزيون على الحجاب

عرف البث الفضائي العربي منذ تعميمه ظهور عدد متزايد من القنوات الدينية كما عرفت تطورا حاسما في أساليب الدعوة والدعاة الذين تحول بعضهم إلى نجوم حقيقيين تحيط بهم هالة كاريزمية تمارس قوة جذب وإقناع لا نظير لها على الشاء في مختلف الدول العربية.

- هذا التحول الكبير في أساليب الدعوة قد جعل حاليا تأثير القنوات الفضائية والتلفزة في الدعوة إلى ارتداء الحجاب كبير خاصة لدى الفتاة باعتبارها تحتل المكانة الأولى على حساب تقلص ادوار الفاعلين تقليديين في هذا المجال وعلى رأسهم العائلة والفقهاء والدعاة المحليين.

- ومن جهة أخرى فقد لعب التلفزيون دورا هاما في تغيير الحجاب التقليدي حيث أصبح يقدم عروض لأزياء الحجاب العصري بمختلف أشكاله وألوانه وتركيباته فأصبح الحجاب الذي تعرضه القنوات التلفزيونية وسيلة من وسائل عرض مفاتن المرأة وجمالياتها إضافة إلى عرضه لطرق وضع الحجاب.

- كما أن هناك بعض المحطات التلفزيونية قامت بابتكار مسابقات خاصة بالمحجبات على غرار مسابقة ملكة جمال الحجاب التي أطلقتها الدنمارك مؤخرا وقد ساهمت في زيادة الإقبال على تصاميم الحجاب العصرية.¹

2-الاتصال عبر ثقافة اللباس:

يعرف ستيرام الاتصال عبر ثقافة اللباس بأنه عبارة عن التفاعل الذي يتم بين أعضاء من ثقافات مختلفة مهما تراوحت ضالة أو الضخامة هذه الاختلافات، وهو يمثل عادة شخص متصلا من ثقافة ما ومتملق من ثقافة مختلفة، ومن ثم فإن عملية الاتصال هي عملية ذات اتجاهين.

1 http : //www.googl.com.

- يأخذ الاتصال عبر الثقافة مكانة في المستوى الثقافي للشخص إذ يتفاعل المتصل مع المتصل به باعتبارهما عضوين في ثقافتين مختلفتين أكثر من انتمائهم لأمة، فهما يتأثران بما تعلمنا من الثقافة أكثر من الانتماء القومي وهذا الاتصال أقل رسمية من غيره إذ يستخدم أي مستوى من اللغة.¹

- تتجسد ظاهرة الاتصال عبر ثقافات الموضة بشكل كبير في دول الخليج نظرا للوجود جاليات كبيرة ذات ثقافات لباسيه كبيرة مختلفة منها أسيوية وأوربية، حيث تقوم هذه الجاليات ببحث ثقافتها في الوسط العربي.

2-1- اللباس كصورة ثقافية:

اللباس صورة حية متحركة تشبه صورة التلفزيون في تأثيرها وفي دلالاتها وهي تدل دلالة إيجابية مثلما تدل دلالة سلبية، كما تعتمد على الإخراج والمونتاج بما أنها تلفزيون حي متحرك حتى قبل إن يخترع التلفزيون، واعتمد الناس اللباس بوصفه صورة لهم وبوصفه تصورا عن الآخرين، وهذا مصدر القيمة الثقافية للباس.

- ولهذا يمكن لنا أن نقرأ اللباس الذي يلبسه الناس لا بوصفه قيمة معاشيه ضرورية، وإنما بوصفه صورة ثقافية لها معانيها ولها دلالاتها.²

فاللباس يعلمنا الحقائق أو هو يطمس علينا الحقائق، بل يفعل الشئيين معا، حيث يخفي ويستر وفي الوقت ذاته يكشف ويعلن انه ستر ما يجب ستره من الجسد لكنه يعلن في الوقت ذاته عن اللباس، عن جنسه وبلده ووظيفته وعن زمنه قديما أو حديثا وعن وقته شتاء أو صيفا مثلما ينم عن ثقافته وحالته المادية والاجتماعية، وقد يستعمل للإلهام بذلك كله ويكون حينئذ مجازا أو كناية أو خدعة أو نكتة.³

¹ صالح خليل أبو أصيب، مرجع سابق ، ص36.

² عبد الله الغدامي ، مرجع سابق ،ص ص 90،100.

³ نفس المرجع السابق ،ص 99.

- فاللباس قبل ذلك كله وبعده هو نص قابل للتأويل مثلما هو معرض لسوء الفهم وسوء التأويل.

2-1- اللباس بوصفه لغة:

إن اللباس يتحول من كونه فعلا عاديا واعتياديا إلى أن يصبح علامة ذات دلالة مركبة، وليس من الضروري أن تكون هذه الدلالات منطقية أو ذات ترابط نسبي، بل يكفي فيما أن تدخل في ملابس معنوية بمعنى أنها تدخل في نظام من العلاقات تنشأ حولها وتتداخل معها مما يجعلنا نربط بين لباس ما. وما يوحي به هذا اللباس من معان، فإن حدث هذا الربط صار اللباس لغة تتكون من دال هو شكل الملبس ومدلول هو المعنى الذي تربطه مع ذلك اللباس المعين.¹

2-3- أسباب الغزو الفضائي على ثقافة اللباس:

من خلال الاتصال يكتسب الأفراد خصائص ثقافة أخرى تدخلهم في ثقافات مختلفة عنهم وعن طريق صلات مباشرة أو مستمرة وما يترتب عن ذلك من تغيرات في الأنماط الثقافية الأصلية للمجموعتين أو لواحدة منهما، وهذا التغيير يكون إما فرديا أو اجتماعيا، وإما مؤقتا أو دائما، و بالتالي تكون عملياته المختلفة نتيجة اتجاهات عامة أو خاصة بحسب الأحوال وعلى أساس طريقة الاتصال، وهذا يفترض بالضرورة وجود أفراد أو جماعات في منطقة واحدة من ثقافتين، الأمر الذي يؤدي إلى سهولة عمليات النقل الثقافي. "فمن خلال تفاعلنا مع الآخر الغريب عن ثقافتنا، ومن ذلك ثقافة اللباس أصبحنا مجرد مستهلكين مستسلمين للثقافة الغربية وأخطر من ذلك، فقد أصبحت الثقافة العربية في جزء كبير منها تنمط وتفصل كالفساتين الخاضعة للموضات الباريسية أو لندنية، يطولونها فنطول ويقصرونها فنقصر".²

¹ نفسه ، ص 111.

² مجلة الأمن الثقافي ، أ، ص 24

- ويذهب الغزو الثقافي في التمرد على الأصول الثابتة للمجتمع، والسلوك المنحرف مثل العري أو التخنت، واحتقار كل ما هو وطني، والجري وراء كل ما هو أجنبي، ومن مظاهر الغزو الثقافي لثقافة شبابنا مثلا: ارتداء ملابس مكتوب عليها أحبك أمريكا أو الممثل فلان، وغيرها من الملابس الأجنبية، ومثل بعض مظاهر العري والتهتك التي تبدو من الثياب وغيرها من السلوكات المنحرفة الأخرى التي يطلقون عليها اسم الموضة.¹

والاتصال هو محرك التغيير إذ يقتبس المتصل من المتصل به سماته الثقافية لأسباب معينة خصوصا إذا تناسبت هذه السمة الجديدة مع وضعه ورأى أنها أفضل من سماته التقليدية، "والاحتكاك المتواصل بين الثقافات يصفّر عن التثاقف أي العملية التي يتم بمقتضاها تبني أصحاب ثقافة معينة، سمات ثقافة أخرى، وهناك عملية أخرى تسمى المماثلة أو التمثل أو التقليد أو المحاكاة أو الامتصاص التي يغلب عليها طابع الاستعارة أو الأخذ من جانب واحد".²

¹ مجلة الأمن الثقافي ، ب ، ص 95.

² الموسوعة العربية العالمية ، أ، 1999، ص43.

خلاصة :

نستخلص في هذا الفصل أن وسائل الإعلام لها دور كبير وأساسي بالترويج لموضة اللباس، وهذا عبر جميع وسائلها المرئية والمسموعة، التي أثرت على أجيال اليوم خصوصا فيما يخص نظرتهم للباس العصري الذي طغى على حساب اللباس الشرعي إذ أصبح اللباس وكل ما يتعلق به الهم الوحيد لدى فتيات العصر باختلاف صفاتهن سواء كن محجبات أو غير محجبات حيث نجدهن ساعيات وراء كل ما هو جديد والسبب الرئيسي في ذلك هو الإعلام بشتى أنواعه خاصة التلفزيون.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

سنقوم في هذا الإطار من هذه الدراسة بتحليل ثلاث صور فوتوغرافية ثابتة سيميولوجيا وهي صور الإعلامية "هبة جمال"، مذيعه ببرنامج كلام نواعم، حيث تحمل هذه الصور عدة دلالات و معاني خفية و كامنة ، لذا سنحاول الكشف عنها في هذا الإطار.

التعريف بالإعلامية هبة جمال: من أصل سعودي تعمل في مجال تصميم الأزياء والابتكار في عالم الموضة، التحقت بالعمل الإعلامي بعد ظهورها مباشرة كمصممة أزياء في برنامج كلام نواعم حيث عرضت عليها الإدارة رسميا العمل كمذيعه في البرنامج رغم عدم امتلاكها لأي خبرة في المجال الإعلامي و يعتبر هذا أول عمل إعلامي لها.



الصورة الأولى

1- التحليل السيميولوجي للصورة الأولى.:

1-1- المستوى الوصفي:

تتمثل هذه الرسالة في صورة نصفية للإعلامية "هبة جمال"، أخذت هذه الصورة من حلقة من حلقات برنامج "كلام نواعم". ظهرت الإعلامية في الوسط تجلس على أريكة ترتدي قميصا و خمارا يغطي كامل شعرها تتزين ببعض الإكسسوارات.

التقطت صورة الإعلامية وهي تنظر إلى الجهة اليسرى وفمها مفتوح، جاءت خلفية الصورة عبارة عن نوافذ زجاجية شفافة كبيرة عليها بعض الستائر مشدودة إلى الأطراف، تظهر في أسفل الصورة على الجهة اليمنى كتابة رمز mbc.

1-2- المستوى التعييني:

جاءت الصورة عبارة عن صورة شخصية للإعلامية "هبة جمال" تمحورت هذه الصورة في إطار مستطيل أفقي بطول 16 سم وعرض 11 سم، حيث خصصت للصورة حيز كبير في وسط الإطار من زاوية نظر أمامية تظهر المذيعة "هبة جمال" تجلس على أريكة باللون الوردي الفاتح عليها وسادات باللونين الأبيض والبنفسجي، ترتدي "هبة جمال" قميصا ورديا فاتح اللون مزين ببعض الإكسسوارات التي جاءت على شكل ورود بيضاء، تضع خمارا طويلا باللون الوردي المائل إلى الداكن يغطي رقبتها وكامل شعرها أخذت صورتها وهي تنظر إلى الجهة اليسرى وفمها مفتوح حيث تبرز أسنانها كما أنها تتزين بمكياج خفيف.

جاءت خلفية الصورة عبارة عن نوافذ زجاجية شفافة كبيرة عليها ستائر مشدودة إلى الأطراف، يظهر اللون الأسود وراء النوافذ.

كما جاء في أسفل الصورة على الجهة اليمنى كتابة mbc باللون الأبيض وبنط متوسط.

1-3- المستوى التضميني:

عندما ننظر إلى الصورة أول ما يثير انتباهنا هو صورة الإعلامية التي أخذت حيزا كبيرا من مساحة الإطار فهي تبرز بشكل واضح ملفت للانتباه حيث تظهر الإعلامية

الفصل التطبيقي:

لباس أنيق وهذا ما يوحى إلى حرصها الشديد على الظهور في هيئة تدعو إلى التقدير والاحترام.

التقطت صورتها وهي تجلس على أريكة مما يدل على أنها مرتاحة. وهي ترتدي قميص وخمار طولي باللون الوردي وهذا يدل على أن اللون الوردي هو لون التفاؤل والإعجاب وهو لون عصري، حيث شاع في الأوساط الشبابية، كما يعتبر اللون الوردي من الألوان المفضلة لدى النساء لأنه يبرز أنوثة المرأة وشبابها وجمالها، كما أنها تضع الخمار بطريقة عصرية ملفتة للانتباه يظهر هذا في ارتدائها للخمار مع القميص، تتزين "هبة جمال" بإكسسوارات على شكل ورود بيضاء، لأنها تتناسب مع لباسها واللون الأبيض هو لون يوحى بالجمال والفرح والبراءة إضافة لوضعها لمكياج ملائم للباسها مما جعلها تبدو أكثر أناقة وجمال.

- أخذت صورتها وهي تنظر إلى الجهة اليسرى وفمها مفتوح بحيث تبرز أسنانها بدليل أن هناك من يجلس أمامها وهي في حالة حوار ونقاش معه.

جاءت خلفية الصورة عبارة عن نوافذ كبيرة عليها ستائر مشدودة إلى الأطراف ويظهر اللون الأسود وراء النوافذ مما يوحى بأن الصورة أخذت في الليل داخل الاستوديو، ويرمز رمز mbc الذي جاء في أسفل الصورة على الجهة اليمنى أن المصدر الحقيقي للصورة هو قناة mbc.



الصورة الثانية

2- التحليل السيميولوجي للصورة الثانية:

2-1- المستوى الوصفي :

الرسالة هي عبارة عن صورة نصفية للإعلامية "هبة جمال" هذه الصورة أخذت داخل أستوديو برنامج "كلام نواعم"، حيث جاءت صورة الإعلامية "هبة جمال" على الجهة اليمنى وهي ترتدي قميصا وتضع خمارا طويلا يكشف الجزء الأمامي من شعرها، تجلس على أريكة وتميل برأسها إلى الأسفل، تظهر في الأعلى كتابة www.i66i.com كما جاء رمز i66i في أسفل الصورة على الجهة اليسرى كانت خلفية الصورة عبارة عن خزانة فيها بعض الأثاث.

2-2- المستوى التعييني:

تحمل هذه الصورة صورة نصفية للإعلامية: "هبة جمال"، التقطت بزاوية تصوير جانبية وقد حد مضمون الصورة ضمن إطار مستطيل عمودي بطول 16سم وعرض 11سم، حيث يكثر استعمال هذا النوع من الإطارات في الصور الشخصية تضمن الإطار صورة الإعلامية "هبة جمال" على الجهة اليمنى بحيث احتلت حيزا كبيرا من المساحة، تجلس الإعلامية وهي تميل برأسها إلى الأسفل، ترتدي قميصا باللونين الأبيض والأسود مع وجود بعض الزخارف والأشكال المختلفة عليه من الجهة الأمامية، تضع خمارا طويلا باللونين الرمادي والأبيض، تحته خمار آخر باللون الأسود الداكن بحيث تكشف الجزء الأمامي من شعرها الأشقر تنزين بمكياج خفيف وإكسسوارات مختلفة الأشكال باللونين الأبيض والأسود، تنظر الإعلامية مباشرة إلى عدسة التصوير بعينين ضاحكتين، كما يظهر على شفثيها ابتسامة خفيفة. كتب في أعلى الصورة على جهة اليمنى موقع الكتروني www.i66i.com باللون الأبيض، بينط متوسط، كما جاءت كتابة رمز i66i في أسفل الصورة على الجهة اليسرى بأربعة ألوان مختلفة، البرتقالي، الأصفر، الأزرق، الأخضر.

أما خلفية الصورة فهي عبارة عن خزانة باللون البني المائل إلى الغامق فيها بعض الأثاث للزينة.

2-3-المستوى التضميني :

إن الصورة عبارة عن نظام يجمع بين الأنساق، تتكون من عدة علامات بصرية وغير بصرية فداخل الصورة تتعايش مجموعة من السنن المنتمية إلى أنساق مختلفة وهذه السنن تولد في تألفها و تداخلها سلسلة من المدلولات الإيحائية النهائية التي تفعل فعلها خارج المدلول النهائي.

لقد أخذت الصورة حيزا كبيرا من المساحة، كما أنها التقت بزواوية تصوير أمامية وهذا دليل على أن المصور كان هدفه إبراز "هبة جمال" بشكل ملفت للانتباه وأكثر وضوحا وهذا النوع من التصوير يتطلب احترافية من المصور أما ظهورها جالسة فهو دليل على الراحة والاطمئنان ولباسها الأنيق ومظهرها المرتب يدل على حرصها على الظهور بمظهر حسن وهيئة تدعو للانسراح والاحترام.

تظهر الإعلامية "هبة جمال" مبتسمة بشفتيها مما يدل على فرحتها وارتياحها، وليست الابتسامة حكرا على الشفتين فقط بل على جميع ملامح الوجه، تشترك في ذلك خاصة العينين واللتان تعتبران مرآة للنفس بحيث تعكسان ما داخل الإنسان من أحاسيس ومشاعر حتى لو أراد أن يخفي ما بداخله فإن عيناه تقضحانه بصفة لا إرادية ظهرت الإعلامية بعينين مبتسمتين مما يدل على هدوئها و سعيها لاكتساب ثقة الآخرين.

أما عن لباسها فقد جاء قميصها باللونين الأبيض والأسود وهما لونين متعاكسين يظهران بعضهما عند جمعهما فاللون الأبيض هو لون أساسي وهو من الألوان الحيادية الباردة المعتدلة وهو يدل على العفة والعذرية والنقاء والجمال والبراءة والخلق النبيل، كما أنه يرمز إلى الفرح أما اللون الأسود فهو من الألوان الدافئة وهو يدل على القوة، الهدوء المريح العميق، كما يعتبر اللون الأسود في عالم الأزياء ملكا على العرش أزياء السهرة لدى السيدات.

تضع الإعلامية "هبة جمال" خمارا طوليا باللونين الرمادي والأبيض بدليل أن الرمادي لون حيادي يتلاءم و ألوان القميص الذي ترتديه حيث يوحي هذا اللون بالذكاء والصفاء.

تظهر "هبة جمال" الجزء الأمامي من شعرها وهذا يدل على العصرية ومواكبتها لموضة الحجاب العصري، تتزين ببعض الإكسسوارات لكي تضيف عليها مزيدا من الأناقة والجمال، أما المكياج الذي تضعه فهو ماكياج خفيف ملائم للباسها بحيث تبدو أكثر جمالا، جاءت الخلفية عبارة عن خزانة باللون البني القاتم بمعنى أنها خزانة خشبية بها أثاث للزينة وهذا يوحي بوجود الإعلامية داخل الأستوديو.

فيما يخص الكتابة التي جاءت في أعلى الصورة على الجهة اليمنى فهي موقع إلكتروني www.i66i.com باللون الأبيض وبنط متوسط وهذا يدل على أن الصورة أخذت من هذا الموقع. وكتابة رمز i66i في أسفل الصورة على الجهة اليسرى بأربعة ألوان مختلفة يشير إلى احتوائه على عديد من الصور للسيدات الأنثيات.



الصورة الثالثة

3- التحليل السيميولوجي للصورة الثالثة:

3-1- المستوى الوصفي :

هي عبارة عن صورة نصفية فوتوغرافية ملونة للإعلامية "هبة جمال" حيث احتلت الإعلامية معظم المساحة، ترتدي الإعلامية قميصا، وتضع خمارا ملفوفا على رأسها يكشف رقبتها، التقطت صورة " هبة جمال" و هي تنظر إلى الأعلى و تضع يدها اليمنى على كتفها الأيسر، ويدها اليسرى على رأسها وهي تضع مكياج مكثفا كما أن الصورة جاءت في خلفية بيضاء.

3-2- المستوى التعييني:

تمحورت صورة المذيعة "هبة جمال" داخل إطار مستطيل عمودي، بطول 11سم وعرض 6 سم بحيث خصصت للصورة حيزا كبيرا أخذ مشهد متوسط من زاوية نظر أمامية ترتدي الإعلامية قميصا باللون الأسود مزركشا بالألوان مزينا بأشكال مختلفة ومتعددة تضع خمارا باللون البني الفاتح حيث تلفه على رأسها مع كشفها لرقبتها، زين هذا الخمار على الجهة اليمنى بورود ذات ألوان مختلفة، أخذت صورة الإعلامية وهي تنظر إلى أعلى تضع يدها اليمنى على كتفها الأيسر و يدها اليسرى على رأسها، تتزين "هبة جمال" بماكياج مكثف مناسب للباسها.

كما أنها تضع طلاء براق على أظافرها باللون البني الغامق وبعض الخواتم في أصابعها وجاءت خلفية الصورة بيضاء.

3-3- المستوى التضميني:

نلاحظ في هذه الصورة أن صورة الإعلامية أخذت معظم المساحة وهذا للفت الانتباه وإظهار الملامح.

ارتدت الإعلامية قميص أسود لأن الأسود يعتبر ملك عالم الأزياء مزركش بألوان مزينا بأشكال مختلفة ومتعددة مما يوحي بأنه قميص عصري وجديد في عالم الموضة وطريقة وضعها للخمار هي طريقة عصرية مما يدل على أنها من المهتمات

بالحجاب العصري وبالعالم الموضنة وهذا يعود إلى خبرتها في عالم الموضنة باعتبارها مصممة أزياء.

النقطة صورتها وهي تنظر إلى الأعلى لأن العيون تأخذ مكانا خاصا في جدار الوجه فهي تعكس نورا سحريا عليه من الداخل نحو الخارج ولذلك كلما كان نور العين كبير كان وجه المرأة وضاء أكثر.

وقد يجد البعض أن الجمال يتمركز في النظرة البراقة والليننة والمفعمة بالحياة لاعتقادهم أن للعين ممر إلى النفس خصوصا عندما تكون كبيرة وبرموش كثيفة. تتزين المديعة بماكياج مكثف يتناسب مع لباسها كما أن طول أظافرها وطلائها باللون البني الغامق زاد يديها جمالا خاصة وأن لون الطلاء براق وقد زينت يديها بخواتم لكي تبدو أكثر جمالا أما الوضعية التي صنعتها الإعلامية في الصورة فهي تدل على أنها تريد استعراض طريققتها الجديدة والمستحدثة في وضع الخمار، وخلفية الصورة التي جاءت بيضاء كانت مناسبة لهذه الصورة لكي تظهر بشكل واضح.

- 1- دخلت المرأة عالم إلى عالم الموضة والجمال، بحيث أصبحت بعض المحجبات لا تختلفن عن غير المحجبات، بلباسهن فمن تلبس عصرية ضيقة تظهر مفاتن الجسد.
- 2- الفتاة المحجبة لم تعد خارج عالم الموضة حيث لم تعد تخبأ نفسها تحت حجابها وتلبس ما يتناسب الحجاب الديني من ثياب محتشمة.
- 3- يحاول مصممو الأزياء ملائمة اللباس الإسلامي مع لباس الموضة وهي مهمة جديدة لم يكن لها وجود.
- 4- أصبح في الوقت العصري، هناك أزياء إسلامية مخضع للتنوع والتغيير والألوان، كما أن الجمال لم يعد مفارقا للحجاب، كمضمون جعلوا الحجاب أكثر عصرية وحيوية.
- 5- وهناك تفنن في طريقة وضع الحجاب واختيار خاماته وأشكاله وألوانه التي تتماشى مع ملابس وشخصية المرأة.
- 6- الحجاب أصبح وسيلة من وسائل كمال أناقة المرأة وصار يؤدي دورا في إبراز أناقتها وجمالها وإبراز مفاتها.
- 7- الحجاب تعدى شكله التقليدي ودوره الديني في اقتصاره على تغطية الشعر، حيث تحول إلى موضة تتباهى بها النساء خصوصا الشابات.
- 8- أصبح الحجاب موضة وليس دلالة على التقى.
- 9- أصبحت موضة الحجاب أكثر حضورا في الشارع العربي وأصبح الهدف منه وسيلة للتعريف بالشخصية وللتمييز عن الآخرين.
- 10- الحجاب العصري أصبح وسيلة من وسائل عرض المفاتن حيث عاد يصمم بأشكال وألوان مثيرة للانتباه وجذابة للنظر وملامسة الأحاسيس، بل أصبح مرادفا لأدوات التجميل الأخرى.

11- يساهم التلفزيون بشكل كبير في الترويج لموضة الحجاب العصري، حيث أن معظم الإعلاميات يرتدينه فأصبح على المذيقات أن لا تظهرن بلباس واحد مرتين، وتغيير مقاطع اللباس وإطلالته كل مرة على شكل لم يسبق له مثيل.

12- أصبح اللباس صورة ثقافية تحمل قيم الاقتباس المختلفة، كما أنه يعتبر وسيلة للاتصال بين الثقافات باعتباره لغة وثقافة في نفس الوقت.

13- تعد الصورة الشخصية من أصعب الصور تحليلاً وذلك أن المحلل يجد نفسه أمام تحديد دلالة ملامح الشخصيات الظاهرة في الصورة، وهو ما يعد بالأمر العسير، إذا لا توجد معاني معينة مصطلح عليها لتحديد دلالات الملامح، مما يجعل المحلل يستعين بخياله، ومعارفه الخاصة والمستمدة من مواقفه الحياتية (الفرح، الحزن... إلخ).

الخاتمة

أصبح اللباس علامة ثقافية دالة بالغة الأهمية و التأثير في عصر الثقافة التلفزيونية و شيوع الفضائيات و انهيار الحدود، فاللباس يخفي ويستر، كما يكشف ويعلن إذ يستر الجسد و لكنه يكشف جنس صاحب الجسد و بلده و زمنه وحالته المادية و الاجتماعية و قد تعرض اللباس اليوم لعدة تغيرات و تطورات سميت بالموضة التي تعددت تعاريفها بتعدد المواقف والاتجاهات و الآراء نحوها، فشملت اللباس بكل أنواعه بما فيه اللباس الشرعي للمرأة العربية، حيث عاد يصمم بأشكال و ألوان عصرية مختلفة.

ويعتبر التلفزيون من أبرز و أهم وسائل الإعلام التي كان لها الأثر الكبير في التأثير على ثقافة المستهلك، حيث ساهم هذا الأخير في الترويج لموضة الحجاب العصري بكل أنواعه و أشكاله، فقد تحول حجاب المرأة في الثقافة التلفزيونية من ممارسة دينية شخصية إلى بيان ثقافي و إعلان ديني سياسي، فصار اللباس في التلفزيون يخضع لشروط الإرسال و الاستقبال.

قائمة المراجع

المصادر:

القرآن الكريم.

المراجع:

- 1- الطاهر بدوي، حالة المسلمين اليوم وأزمات الأسرة المعاصرة، لبنان، دار الكتب العلمية، ب ط، 2008.
- 2- انشراح الشال، قنوات التلفزيون الفضائية في العالم الثالث، دار الفكر العربي، ب ط، 1993.
- 3- إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية و ثقافة الطفل، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ب ط، 2001.
- 4- بدران محمد، علم الاجتماع و دراسات المرأة تحليل استطلاعي، القاهرة، البحوث و الدراسات الاجتماعية، ط1.
- 5- حسن الساعاتي سامية، علم اجتماع المرأة رؤية معاصرة لأهم قضاياها، دار الفكر العربي، ط1، 1999.
- 6- خالد الرحمن العك، شخصية المرأة المسلمة في ضوء الكتاب و السنة، بيروت، دار المعرفة، ط5، 2005.
- 7- زكريا عبد العزيز محمد، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، ب ط، 2002.
- 8- سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون و التغيير الاجتماعي في الدول النامية، بيروت، مكتبة الهلال للطباعة و النشر، ب ط، 2008.
- 9- صالح خليل أبو أصيع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آدم للدراسات و النشر و التوزيع، ب ط.
- 10- عبد الرحمن عيسوي، الآثار النفسية و الاجتماعية للتلفزيون العربي، لبنان، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، ب ط، 1984.

- 11- عبد الرحمن عيسوي، سيكولوجية الاحتشام عند الذكر و الأنثى، بيروت، الدار الجامعية، ط1، 1996،
- 12- عبد الرحمن عزي و آخرون، عالم الاتصال، الجزائر، دار الهدى، ط1، 1996.
- 13- عبد الرحمن يحي الحداد، آداب السلوك في المجتمعات الغربية، عمان، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، 1995.
- 14- عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة و بروز الشعبي، المغرب، المركز الثقافي العربي، ط2، 2006.
- 15- عمر رضا كحلة، سلسلة بحوث اجتماعية، بيروت، دار النشر و الطباعة، ط2، 1981.
- 16- عبده سمير، المرأة في المجتمع العربي، مطبعة العجلوني، ط1، 1988.
- 17- فوزية دياب، القيم و العادات الاجتماعية، بيروت، دار النهضة العربية، ب ط، 1980.
- 18- محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة و الجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2008.
- 19- محمد سيد فهمي، المشاركة الاجتماعية و السياسية للمرأة في العالم الثالث، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، 2004.
- 20- محي فلاح، الفضاء التلفزيوني و العلم، عمان، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، ب ط، 1994.
- 21- مي عبد الله، التلفزيون و قضايا الاتصال في عالم متغير، بيروت، دار النهضة العربية، ط1، 2006.
- القواميس و المعاجم و الموسوعات:**
- 1- الموسوعة العربية العالمية، أ، 1999.
- 2- فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، سلسلة قواميس المنار، دار المدني.

3-محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1،2006.

4-محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة المصرية، 2006.

5-محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج2، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003.

قائمة المجلات:

1-عبد العزيز بن عبد الله بن باز، مجموعة رسائل في الحجاب، وزارة الشؤون الاجتماعية، المملكة العربية السعودية.

2-مجلة الأمن الثقافي، أ، ب.

المذكرات:

1-بلعربي عبد القادر، علاقة الطالبة الجامعية باللباس، مذكرة ماجستير، جامعة مستغانم، 2008-2009.

2-بن عبد الله زهيه، الجمال و الجسد الأنثوي، مذكرة ماجستير، وهران، 2004-2005.

3-بوشي فوزية، المرأة الريفية و علاقتها بالإعلام الصحي، مذكرة ماجستير، مستغانم، 2010-2011.

الملاحق









