

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمارة ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج بعنوان:

المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة عبر بودكاست لها

دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات بودكاست لها (البوتيوب) من جوان من 2024 الى جوان
2025

مذكرة تخرج مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة

إعداد الطالبة

د.طوبال خديجة

- زقمة دعاء الزهرة نور الهدى

رئيسا	د. احمد بن قسمية	الاسم و اللقب
مشرفا و مقرر	د.طوبال خديجة	الاسم و اللقب
ممتحنا	د.حجاج مداني	الاسم و اللقب

السنة الجامعية: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

. الشكر أولاً الى الله عز و جل القائل في محكم كتابه العزيز (لئن شكرتم لأزيدنكم)

و الحمد لله الذي انشئ و برى و خلق الماء و الثرى و ابدع ،الرحمن على العرش استوى ،

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل و الصلاة و السلام على الحبيب المصطفى ،يدعوننا واجب الوفاء و العرفان ان

نتقدم بخالص الشكر و التقدير الى كل من مد لنا يد العون

و المساعدة و كل من ساهم معنا و لو بكلمة او راي و نخص بالذكر الأستاذة طوبال خديجة وذلك على حسن

اشرافه على هذه المذكرة و تقديمه العون و كما نتقدم بجزيل الشكر لاساتذتنا الافاضل الذين رافقونا في درب العلم

و كل طاقم الاداري لقسم اتصال و علاقة عامة

الاهداء

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

طه: 114

بفضل الله أولاً وأخيراً، الذي أنار دربي، وقوّاني على تجاوز المحن، ويسّر لي الأسباب...

إلى من لا تكفيه كلمات، ولا توفيه الصفحات...

إلى أمي الحبيبة، يا من كنت بعد الله سندي وملادي، أهديك ثمرة جهدي، وامتناناً لا يُقاس،

فبدعائك وصبرك وتشجيعك، عبرت الصعاب ووصلت.

وإلى روح أبي الطاهرة، إلى من رحل عن الدنيا، لكنه لم يرحل عن قلبي لحظة...

إلى من كان حضوره أماناً، وصوته حياة، ونصحه طريقاً.

إلى من علّمني أن الرجولة مواقف، وأن الكرامة لا تُشترى.

رحلت يا أبي، لكنك تركت في قلبي أثراً لا يزول،

وفي خطواتي دعاءً لك لا ينقطع...

أهدي لك هذا النجاح، عساه يصل إليك في قبرك نوراً ورحمة.

وإلى أختي الغالية، رفيقة دربي، ونبض قلبي، من مسحت دموعي في صمتي،

وشاركتني لحظات الانهيار والفرح، شكراً لأنك كنت دائماً هناك، قبل أن أطلب...

هذا النجاح هو نجاحك أيضاً، فأنت سندي الذي لا يميل.

وإلى شخصي المفضل، إلى من كان حضوره طمأنينة، ودعمه قوة...

إلى من آمن بي حين شككت في نفسي،

أهديك جزءاً من هذا الإنجاز، لأنه لم يكن ليكتمل بدونك.

وإلى كل من كان لي سنداً، من مدّ لي يد المساعدة، أو منحني كلمة طيبة في لحظة ضعف،

إلى من دعمني ولو بصمت، وكان حضوره بلسماً في طريقي...

شكراً لكم من القلب، فبفضلكم وقفتُ، وأكملتُ، وها أنا اليوم أهديكم هذه اللحظة

دعاء زقمة

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

في دراستنا الموسومة بـ"المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة عبر البيئة الرقمية - دراسة تحليلية على بودكاست لها (اليوتيوب)" ، قمنا بتحليل محتوى عينة عشوائية من حلقات هذا البودكاست، بلغ عددها 10 حلقات، بهدف فهم كيف يتم تناول قضايا المرأة في هذه المنصة الرقمية. اعتمدنا في تحليلنا على استمارة علمية تتكون من أربعة محاور رئيسية: صورة المرأة في المحتوى، الأساليب الإعلامية المستعملة، التحديات التي تواجه الطرح، وأساليب المعالجة الإعلامية. حيث هدف تدرستنا إلى تحليل دور الإعلام الرقمي في تشكيل صورة المرأة وتعزيز الوعي بحقوقها، مع التركيز على الأساليب الإعلامية المستخدمة في بودكاست "لها". كما سعت إلى التعرف على التحديات التي تواجه هذا الطرح، ومدى تأثيره على الجمهور المستهدف. وكمنت أهمية الموضوع في إبراز دور الإعلام الرقمي في دعم قضايا المرأة وتشكيل صورتها بشكل إيجابي. كما تُظهر الدراسة كيف يمكن للمنصات الرقمية، مثل بودكاست "لها"، أن تسهم في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي بحقوقها.

أظهرت النتائج أن أغلب الحلقات (80%) قدّمت المرأة بصورة إيجابية، بينما تناولت 70% من الحلقات نماذج نسائية ملهمة وناجحة. كما تبين أن السرد القصصي كان الأسلوب الأكثر استعمالاً (في 90% من الحلقات)، يليه توظيف رأي الخبراء والتجارب الواقعية. من جهة أخرى، رصدنا تحديات مثل التحفظ المجتمعي (50%) وصعوبة التوازن بين الطرح الجريء والمحافظة على الخصوصية (40%).

وأظهرت الدراسة أن بودكاست "لها" استطاع، بفضل بساطة أسلوبه وجرأته في الطرح، أن يحقق تفاعلاً جماهيرياً كبيراً تجاوز 85% في بعض الحلقات، ما يعكس قدرته على التأثير وتغيير الصور النمطية. نستنتج أن هذا البودكاست يُعد تجربة ناجحة في مجال الإعلام الرقمي المتخصص، تسهم بفعالية في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي بقضاياها.

🔑 الكلمات المفتاحية:

بودكاست لها - الإعلام الرقمي - قضايا المرأة - التمكين - تحليل المحتوى - الوعي المجتمعي - الإعلام المتخصص.

ملخص الدراسة

Study Summary:

In our study titled "*Media Coverage of Women's Issues in the Digital Environment – An Analytical Study of the 'Laha' Podcast (YouTube)*", we analyzed a randomly selected sample of 10 episodes from this podcast to understand how women's issues are addressed on this digital platform. Our analysis was based on a scientific form consisting of four main axes: the portrayal of women in the content, the media techniques used, the challenges facing the presentation, and the methods of media treatment.

The aim of our study was to analyze the role of digital media in shaping the image of women and enhancing awareness of their rights, with a focus on the media techniques used in the *Laha* podcast. It also sought to identify the challenges facing this type of presentation and its impact on the target audience.

The importance of the topic lies in highlighting the role of digital media in supporting women's issues and portraying them in a positive light. The study shows how digital platforms, such as the *Laha* podcast, can contribute to women's empowerment and raise societal awareness of their rights.

The results showed that most episodes (80%) portrayed women positively, while 70% of the episodes featured inspiring and successful female figures. It was also found that storytelling was the most commonly used technique (in 90% of the episodes), followed by expert opinions and real-life experiences. On the other hand, we identified challenges such as societal conservatism (50%) and the difficulty of balancing bold presentation with the preservation of privacy (40%).

The study also revealed that *Laha* podcast, through its simplicity and bold approach, achieved high audience engagement, exceeding 85% in some episodes. This reflects its ability to influence and change stereotypical images. We conclude that this podcast represents a successful experience in specialized digital media, effectively contributing to women's empowerment and increasing public awareness of their issues.

Keywords:

Laha Podcast – Digital Media – Women's Issues – Empowerment – Content Analysis – Public Awareness – Specialized Media

	بسملة
	شكر و عرفان
	الاهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
أ-ب	المقدمة
الفصل المنهجي	
4	إشكالية الدراسة
5	التساؤلات الفرعية
5	فرضيات الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	أسباب اختيار الموضوع
8	أهمية الدراسة
9	منهج الدراسة
9	أدوات الدراسة
9	مفاهيم الدراسة
11	الدراسات السابقة
17	المقاربة النظرية
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة	
20	اولا : ماهية الاعلام الرقمي
20	مفهوم الإعلام الرقمي وأدواته في البيئة الرقمية.
24	خصائص الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل الرأي العام
27	ثانيا : قضايا المرأة في الإعلام الرقمي
27	ماهية قضايا المرأة.
33	اليات وابرز التحديات تناول قضايا المرأة في الاعلام الرقمي
الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية	
39	اولا: تأثير الإعلام المتخصص في قضايا المرأة عبر الفضاء الرقمي

39	دور إسهامات الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة
42	تأثير الإعلام الرقمي المتخصص على قضايا المرأة
45	ثانياً: تحديات الإعلام الرقمي المتخصص في معالجة قضايا المرأة
45	تأثير القوالب النمطية على معالجة الإعلام الرقمي المتخصص لقضايا المرأة
48	التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تسليط الضوء على قضايا المرأة.
51	ثالثاً: البودكاست كأداة من أدوات الإعلام الرقمي المتخصص
51	ماهية البودكاست
53	دور البودكاست في تناول قضايا المرأة
الإطار التطبيقي للدراسة	
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية (تحليل محتوى بودكاست "لها")	
58	أولاً : إجراءات البحث
60	نبذة عن بودكاست لها
61	حدود الدراسة
61	أدوات البحث
61	منهجية الدراسة
63	ثانياً : تحليل البيانات وتفسيرها
64	أولاً : تحليل البيانات
81	ثانياً : تفسير و مناقشة النتائج
87	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
63	الجدول رقم 01: بيانات تعريفية عن الحلقات
65	الجدول رقم 02: مدة الحلقات
66	الجدول رقم 03: عدد المشاهدين لكل فيديو
68	الجدول رقم 04: نوع المحتوى
69	الجدول رقم 05: اللغة المستعملة في الحلقات
71	الجدول رقم 06: نتائج المحور الأول - دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة
73	الجدول رقم 07: الأساليب الإعلامية المستخدمة
75	الجدول رقم 08: التحديات الإعلامية الملاحظة
77	الجدول رقم 09: لم يتم العثور عليه في النص المقدم، وقد يكون غير موجود أو لم يُرقم
79	الجدول رقم 10: أساليب التناول في بودكاست "لها"
80	الجدول رقم 11: مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي

مقدمته

مقدمة

أدى التحول الرقمي الذي يشهده العالم إلى إعادة تشكيل المشهد الإعلامي بشكل غير مسبوق. فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية هي المصدر الوحيد للحصول على المعلومات، بل أصبحت المنصات الرقمية بمختلف أشكالها - من مواقع إلكترونية إلى منصات التواصل الاجتماعي وقنوات البودكاست - جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد، وخاصة فئة الشباب. هذا التحول لم يكن تقنياً فقط، بل حمل في طياته تغييرات جوهرية في طبيعة الرسائل الإعلامية، وأسلوب طرح القضايا، وتفاعل الجمهور معها.

من أبرز التحولات التي أتاحتها هذا الواقع الجديد هو فتح المجال أمام قضايا كانت تعاني من التجاهل أو المعالجة النمطية في الإعلام التقليدي، وعلى رأسها قضايا المرأة. لعقود طويلة، كانت صورة المرأة في وسائل الإعلام محصورة ضمن أطر ضيقة، إما بصفتها نمطاً جمالياً يُعرض، أو ضحية تستدعي الشفقة، أو رمزاً مثالياً بعيداً عن الواقع. نادراً ما كانت تُمنح المساحة الكافية للتعبير عن صوتها الحقيقي، أو تقديم قضاياها بشكل شامل يعكس تعدد الأدوار التي تقوم بها داخل المجتمع.

ومع توسع استخدام البيئة الرقمية، أصبحت للمرأة منصات جديدة تعبر من خلالها عن نفسها، وتطرح قضاياها من منظور أقرب إلى الواقع وأقل خضوعاً للرقابة التقليدية. ومن بين أبرز أشكال هذا الإعلام الجديد، برزت البودكاستات النسائية كمساحة بديلة وآمنة تسمح بطرح موضوعات عميقة، وحوارات صادقة، وتجارب شخصية تلامس واقع المستمعين والمستمعات على حد سواء.

وفي هذا الإطار، يبرز بودكاست "لها" على منصة يوتيوب كنموذج عربي رقمي حديث، يركز على قضايا المرأة بمختلف أبعادها، من الصحة النفسية والتجارب الحياتية، إلى العمل والتمكين والعلاقات الاجتماعية. ما يميز هذا البودكاست هو بساطته من جهة، وجرأته في الطرح من جهة أخرى، حيث يستضيف نساءً من خلفيات وتجارب مختلفة، ويسلط الضوء على زوايا قد لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية.

انطلاقاً من هذه المعطيات، جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على كيفية معالجة بودكاست "لها" لقضايا المرأة في بيئة إعلامية رقمية، ولوقوف على طبيعة الطرح، وأسلوب السرد، ومدى تمثيل الواقع النسائي داخل المحتوى. كما تسعى الدراسة إلى فهم

مقدمة

العلاقة بين الشكل الرقمي للمحتوى والصدى الذي يتركه لدى الجمهور، خصوصاً في ظل تصاعد أهمية الإعلام المتخصص.

إن دراسة هذا النموذج من المحتوى ليست مجرد تحليل لمادة إعلامية، بل هي محاولة لفهم أعمق لكيفية تغيّر الخطاب الإعلامي حول المرأة، وللرصد النقدي لأدوات هذا الخطاب الجديدة، التي لم تعد حكرًا على المؤسسات الكبرى، بل أصبحت في متناول الأفراد وصانعي المحتوى المستقلين.

الفصل المنهجي

شهد الإعلام الرقمي المتخصص تطورًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، مما أتاح منصات جديدة لطرح القضايا المجتمعية المختلفة بأساليب أكثر تفاعلية وتأثيرًا. وتعد قضايا المرأة من بين الموضوعات التي تحظى باهتمام واسع في الخطاب الإعلامي، حيث تلعب المنصات الرقمية دورًا محوريًا في تسليط الضوء على قضاياها المختلفة، مثل التمكين الاقتصادي والاجتماعي، المساواة في الحقوق، الصحة والتعليم، والعنف ضد المرأة.

وفي هذا السياق، برزت وسائل الإعلام الرقمية المتخصصة كأدوات فعالة لمعالجة قضايا المرأة بطريقة أكثر تخصصًا وعمقًا، بعيدًا عن القوالب النمطية التي قد تفرضها وسائل الإعلام التقليدية. ومن بين هذه الوسائل، يبرز البودكاست كإحدى أهم المنصات الحديثة التي توفر محتوى متخصصًا يناقش القضايا بطرق جديدة، حيث يتيح للمتلقي فرصة التفاعل والاستماع إلى محتوى تحليلي ومعرق، يتناول موضوعات حساسة بأسلوب مباشر وحر.

يعد بودكاست "لها" نموذجًا للإعلام الرقمي المتخصص الذي يسعى إلى تقديم معالجة إعلامية لقضايا المرأة ضمن بيئة رقمية ديناميكية. من خلال حلقاته، يتناول البودكاست موضوعات متعددة تتعلق بحقوق المرأة، التحديات التي تواجهها، والإنجازات التي تحققتها في مختلف المجالات. ولكن يبقى التساؤل حول مدى كفاءة هذه المعالجة الإعلامية، وهل تعكس هذه المنصات الرقمية واقع قضايا المرأة بشكل متوازن، أم أنها تخضع لتحديات مثل الانتقائية، التأطير الإعلامي، والتأثيرات الثقافية والمجتمعية التي قد تؤثر على طريقة عرض القضايا؟ بناءً على ما سبق، تتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يعالج بودكاست لها المتخصص قضايا المرأة عبر الحلقات من جوان 2024

الى جوان 2025؟

2. تساؤلات الدراسة :

بناءً على التساؤل الرئيسي، يمكن طرح التساؤلات التالية كما يلي:

أولاً: فئة الشكل

1. ما هي الأساليب الإعلامية التي يوظفها بودكاست "لها"؟
2. كيف يوظف بودكاست "لها" عناصر الإخراج الرقمي (مدة الحلقة، التفاعل، المؤثرات الصوتية والبصرية) لتعزيز رسالته؟
3. ما مدى ملاءمة الشكل الإخراجي للحلقة لطبيعة الموضوع المطروح؟

ثانياً: فئة المضمون

1. كيف يسهم الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة في المجتمع؟
2. ما هي الأساليب التي يعتمد عليها بودكاست لها في معالجة قضايا المرأة؟
3. كيف يساهم بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي حول حقوقها؟
4. ما الموضوعات والقضايا التي يسلط عليها بودكاست "لها" الضوء؟ وهل تشمل مجالات متعددة؟

5 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية التي تساعد في توضيح دور الإعلام الرقمي في معالجة قضايا المرأة. وتشمل الأهداف الرئيسية ما يلي:

1. تحليل دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة في المجتمع، ومدى تأثيره في تعزيز الوعي حول حقوقها .

الفصل :

المنهجي

2. التعرف على الأساليب الإعلامية المستخدمة في الإعلام الرقمي لمعالجة قضايا المرأة، وتحديد التحديات التي تواجه هذا النوع من المعالجة الإعلامية .
3. دراسة كيفية توظيف بودكاست "لها" للأساليب الإعلامية الرقمية في تناول قضايا المرأة، ومدى تأثيرها على الجمهور المستهدف .
4. تقييم مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي حول حقوقها، من خلال دراسة مدى تفاعل الجمهور مع محتواه .
5. تقديم مقترحات لتطوير المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الإعلام الرقمي، بما يعزز دور الإعلام في دعم قضايا المرأة وتمكينها.

4. اسباب اختيار الموضوع :

جاء اختيار دراستنا لأن هذا الموضوع يحمل أهمية كبيرة في ظل التطورات الرقمية السريعة التي نشهدها، ويتيح لي فرصة لاستكشاف تأثير الإعلام الرقمي في قضايا اجتماعية هامة تخص حقوق المرأة وتمكينها.

الأسباب الذاتية

منذ فترة طويلة، كنا نتابع تطور الإعلام الرقمي بشكل خاص، وتأثيره المتزايد في مختلف المجالات. وكان لدينا اهتمام كبير بقضايا المرأة، ومدى تأثير الإعلام في تغيير المفاهيم المجتمعية حول دورها. نحن نعتقد أن الإعلام الرقمي يمثل أداة قوية قادرة على تسليط الضوء على قضايا المرأة بشكل مختلف عما كان يحدث في الإعلام التقليدي، وبالتالي كان من الطبيعي بالنسبة لنا اختيار هذا الموضوع للدراسة. نرى أن الإعلام الرقمي لا يقتصر على نشر الأخبار والمعلومات فحسب، بل إنه يلعب دوراً رئيسياً في تشكيل الرأي العام حول قضايا المرأة.

أيضاً، كنا نشعر بضرورة التفاعل مع هذا الموضوع نظراً لأهمية تكنولوجيا الإعلام في العصر الرقمي الحالي. فالإعلام الرقمي أصبح وسيلة فعالة لتوصيل الرسائل التوعوية وتعزيز التغيير الاجتماعي، ونحن نرى أنه يمكن للإعلام الرقمي أن يسهم في

الفصل :

المنهجي

تغيير الصور النمطية السائدة حول المرأة، ويساهم في تعزيز حقوقها وتحقيق المساواة بينها وبين الرجل. كما أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية في تناول قضايا المرأة يفتح أمامنا بابًا واسعًا لفهم التفاعل المجتمعي وتأثير الإعلام على هذه القضايا.

من جهة أخرى، يعتبر هذا الموضوع فرصة مثالية لنا لتطبيق المعرفة الأكاديمية التي اكتسبناها في مجال الإعلام الرقمي على قضايا اجتماعية هامة تخص المرأة. فطالما كنا نطمح لفهم دور الإعلام الرقمي في معالجة قضايا حقوقية وإنسانية بشكل شامل وعميق، وهذا البحث يعكس طموحاتنا الأكاديمية في هذا المجال.

الأسباب الموضوعية:

تعود الأسباب الموضوعية لاختيار موضوع "معالجة الإعلام الرقمي المتخصص لقضايا المرأة عبر البيئة الرقمية" إلى عدة عوامل رئيسية.

أولاً، قضايا المرأة تعد من القضايا الاجتماعية الهامة التي تؤثر في التنمية المستدامة وحقوق الإنسان. ومن خلال الإعلام الرقمي، يمكن تسليط الضوء على هذه القضايا بطريقة مؤثرة تساعد في تعزيز الوعي العام والمساواة بين الجنسين.

ثانياً، الإعلام الرقمي أصبح أداة رئيسية في تشكيل الرأي العام، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي التي تصل إلى جماهير واسعة. تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل مفاهيم المجتمع حول المرأة أصبح واضحاً، مما يجعل دراسته أمراً ضرورياً لفهم كيفية تأثيره في القضايا المتعلقة بالمرأة.

ثالثاً، التحديات التي يواجهها الإعلام الرقمي في معالجة قضايا المرأة تشكل حافزاً لدراسة كيفية تقديم هذه القضايا بطريقة موضوعية وغير منحازة. التحيز الإعلامي والصور النمطية قد تؤثر في معالجة هذه القضايا.

وأخيراً، دور الإعلام الرقمي في تمكين المرأة، حيث يقدم فرصاً لتعزيز الوعي بحقوق المرأة ويساهم في تعزيز مشاركتها في النقاشات المجتمعية حول دورها. من خلال

الفصل :

المنهجي

هذه الدراسة، نهدف إلى فهم كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يسهم في تحقيق هذا التمكن.

دراسة هذا الموضوع تأتي في إطار فهم دور الإعلام الرقمي في معالجة قضايا المرأة، من خلال تسليط الضوء على التحديات التي تواجهه وإمكانية تمكين المرأة عبر هذه الوسائل.

6 أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهمية كبيرة من عدة جوانب:

1. في ظل التطور السريع للإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، تُعد هذه الدراسة مهمة لفهم كيفية تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام حول قضايا المرأة ودوره في تعزيز أو تغيير الصورة النمطية السائدة.

2. بما أن قضايا المرأة تؤثر في التغيرات المجتمعية والمساواة بين الجنسين، فإن فهم دور الإعلام الرقمي في معالجة هذه القضايا يُعتبر أداة قوية لتحفيز الحوار المجتمعي ودعم تمكين المرأة.

3. توفر الدراسة مساهمة أكاديمية من خلال إضافة معرفة جديدة حول العلاقة بين الإعلام الرقمي وقضايا المرأة، وتُساهم في إثراء الأدبيات المتعلقة بالإعلام الرقمي ودوره في القضايا الاجتماعية.

4. تساهم الدراسة في تقديم حلول وتوصيات قابلة للتطبيق لتحسين أساليب معالجة الإعلام الرقمي لقضايا المرأة وتعزيز فعاليتها في التمكين الاجتماعي والاقتصادي للمرأة.

7. منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي لدراسة تأثير الإعلام الرقمي في معالجة قضايا المرأة سيتم استخدام أسلوب التحليل الكمي والنوعي لفهم الأساليب الإعلامية والتحديات التي يواجهها الإعلام الرقمي في تقديم هذه القضايا وذلك، سيتم عبر جمع آراء الناس عبر

الاستبانة الإلكترونية للحصول على رؤى من جمهور واسع حول كيفية تأثير الإعلام الرقمي في معالجة قضايا المرأة.

8. العينة والمعاينة:

اعتمدت دراستنا على عينة مكونة من 10 حلقات من بودكاست "لها" على منصة يوتيوب، تم اختيارها بطريقة قصدية، بحيث تمثل كل حلقة شهرًا مختلفًا خلال فترة معينة. تم اختيار هذه الحلقات لكونها تتناول مواضيع متنوعة تتعلق بقضايا المرأة. واجهنا خلال المعاينة بعض الصعوبات مثل انقطاع النشر في بعض الأشهر، مما دفعنا لاختيار حلقات بديلة قريبة زمنيًا لضمان استمرارية العينة وتحقيق تنوع في المحتوى.

9. ادوات الدراسة :

تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون لمحتوى بودكاست "لها" لتقييم أساليب معالجته لقضايا المرأة، وقياس مدى تأثيره في تشكيل الوعي المجتمعي حول حقوق المرأة وتمكينها، وذلك ضمن سياق البيئة الرقمية المتخصصة التي توفر مساحة أوسع للنقاش والتفاعل مع هذه القضايا.

10. حدود الدراسة

1. الحدود الزمانية

تتصدر هذه الدراسة في تحليل محتوى الحلقات المنشورة خلال الفترة الممتدة من 3 جوان إلى 19 جوان 2025. تم اختيار هذه المرحلة باعتبارها تمثل نشاطًا منتظمًا لبودكاست لها، دون ارتباط مباشر بأحداث موسمية أو مناسبات خاصة، مما يمنح العينة طابعًا تمثيليًا للمحتوى المعتاد للقناة.

2. الحدود الافتراضية

تركز الدراسة على قناة بودكاست لها على منصة يوتيوب، باعتبارها المنصة الرسمية التي تُعرض فيها الحلقات المصورة بشكل كامل. ولم يشمل التحليل محتوى القناة على

باقي المنصات الاجتماعية (تيك توك، فيسبوك)، إلا من حيث التفاعل العام، دون دراسة مباشرة للمواد المنشورة فيها.

3. الحدود الموضوعية والمنهجية

استندت الدراسة إلى تحليل محتوى عينة قصدية مكونة من عشر (10) فيديوهات منشورة ضمن الإطار الزمني المحدد. ويهدف التحليل إلى رصد الموضوعات المطروحة، أشكال التعبير الخطابي، وأنماط تمثيل القضايا النسوية والاجتماعية. تم اعتماد منهجية كيفية قائمة على تحليل المضمون النوعي، دون توظيف أدوات إحصائية أو معالجة كمية، مما يجعل النتائج ذات طابع وصفي وتفسيري يعكس خصوصية العينة المدروسة.

11. مفاهيم الدراسة: اصطلاحًا، وإجراءيًا

1. الإعلام الرقمي:

اصطلاحًا :يشير الإعلام الرقمي إلى كافة الوسائل الإعلامية التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية في إيصال المحتوى إلى الجمهور¹.

إجراءيًا :يُقصد به في هذه الدراسة جميع الوسائل الرقمية مثل المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي التي تُستخدم لمعالجة قضايا المرأة.

2. قضايا المرأة:

اصطلاحًا :تشير إلى المشكلات والتحديات التي تواجه المرأة في المجتمع، وتشمل الحقوق، المساواة، التمكين، والصورة النمطية².

¹ كرم، محمود. الإعلام الجديد: دراسة في المفاهيم والأساليب. الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة،

2017.ص35

² زغوان، عبد الكريم. "دور الإعلام الرقمي في تغيير الصورة النمطية عن المرأة الجزائرية". الطبعة الأولى،

مجلة دراسات الإعلام الرقمي، الجزائر، 2021.ص20

إجرائياً : يُقصد بها الموضوعات التي يتناولها الإعلام الرقمي، مثل تمكين المرأة، حقوقها، التحديات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجهها.

3. المعالجة الإعلامية:

اصطلاحاً : تعني الطريقة والأسلوب الذي يتم من خلاله تقديم المحتوى الإعلامي وتناول القضايا بشكل يهدف إلى التأثير في الجمهور¹.

إجرائياً : تُشير إلى كيفية تناول الإعلام الرقمي لقضايا المرأة من حيث الأساليب المستخدمة، الصور، اللغة، والمضمون

4. البيئة الرقمية:

اصطلاحاً : تشير إلى الفضاء التكنولوجي الذي يتم فيه تداول المعلومات عبر الأجهزة والشبكات الرقمية².

إجرائياً : يُقصد بها في هذه الدراسة المنصات الرقمية المختلفة التي تُستخدم لنشر ومعالجة القضايا المتعلقة بالمرأة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية

5. البودكاست:

اصطلاحاً : البودكاست، أو التدوين الصوتي، هو وسيلة إعلامية رقمية حديثة تعتمد على نشر ملفات صوتية أو مرئية عبر الإنترنت، يمكن للمستخدمين الاشتراك فيها والاستماع إليها في أي وقت ومن أي مكان. يتميز البودكاست بمرونته وإمكانية الوصول إليه دون التقيد بمواعيد بث محددة، مما يجعله شبيهاً بالبرامج الإذاعية التقليدية ولكن مع حرية أكبر للمستمع³.

¹ علي، سمير. تمكين المرأة في الإعلام الرقمي. الطبعة الثانية، مركز دراسات المرأة، بيروت،

2018.ص30

² بوعلام، نوال. "الإعلام الرقمي وتمكين المرأة الجزائرية: دراسة ميدانية". أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر،

الجزائر، 2018.ص671

³ موقع النجاح 2025/03/19 :

<https://www.annajah.net/site/search?q=%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA+%D9%84%D9%87%D8%A7#gsc.tab=0&gsc.q=%D8>

اجرائيا : تعتمد دراستنا على بودكاست "لها" هو سلسلة صوتية تُعرض على منصة يوتيوب، تُركز على مواضيع تهم النساء، خاصة في مجالات الصحة الجنسية والإنجابية. تتضمن الحلقات شهادات وتجارب نسائية حول الأمراض المنقولة جنسياً، ومناقشات حول بطانة الرحم المهاجرة، وغيرها من المواضيع ذات الصلة. تهدف هذه السلسلة إلى زيادة الوعي وتقديم معلومات قيمة للنساء حول هذه القضايا الحساسة.

12. الدراسات السابقة

اولا : الدراسات الاجنبية

الدراسة الأولى:

- "The Representation of Women in Digital Media: Challenges and Opportunities" (Sarah McDonald). 2018. سارة ماكدونالد.

تهدف هذه الدراسة إلى فهم كيف يتم تقديم صورة المرأة في وسائل الإعلام الرقمية، والتعرف على الصعوبات التي تواجه هذا الإعلام في عرض صورة عادلة ومتوازنة عنها، إلى جانب استكشاف الفرص التي يمكن أن تساهم في دعم قضايا المرأة وتمكينها. وقد أظهرت النتائج أن الإعلام الرقمي يتيح بالفعل مساحة أكبر للمرأة للتعبير والمشاركة، لكنه ما زال يتأثر بالأفكار النمطية والتقاليد السائدة، حيث تُعرض المرأة في كثير من الأحيان في أدوار تقليدية، بينما يتم تجاهل قضاياها الأساسية. وهذا ما يدعو إلى مراجعة السياسات الإعلامية الرقمية والعمل على تحسينها لتحقيق تمثيل أكثر تنوعاً وإنصافاً.

التعليق على الدراسات السابقة :

النتائج توضح أن الإعلام الرقمي رغم إمكانياته الكبيرة، لا يزال يحمل بعض المشاكل القديمة، مثل تقديم المرأة بصور نمطية أو سطحية. وهذا يعني أن التقدم لا يكون فقط

بتغيير الوسيلة، بل يحتاج أيضًا إلى تغيير في طريقة التفكير والمحتوى. الإعلام اليوم أمام فرصة حقيقية ليكون أكثر عدلاً وتأثيراً في دعم المرأة، إذا تم استخدامه بطريقة واعية ومسؤولة.

الدراسة الثانية:

- "Digital Media and Gender Equality: Impact on Women's Empowerment" الباحث (Jonathan Miller) 2020

في هذه الدراسة، تم التركيز على فهم تأثير الإعلام الرقمي في دعم تمكين المرأة وتعزيز المساواة بين الجنسين، من خلال تحليل كيفية استخدام النساء لمنصات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعبير عن آرائهن وطرح قضاياهن. وقد بينت النتائج أن الإعلام الرقمي يُعد وسيلة فعالة لتمكين المرأة، إذ أتاحت لها فضاءً واسعاً لإيصال صوتها والمساهمة في رفع الوعي المجتمعي حول حقوقها. لكن الدراسة كشفت أيضاً عن وجود فجوة في الاستفادة من هذه الوسائل بين النساء، بسبب عوامل مثل مستوى التعليم وإمكانية الوصول إلى التكنولوجيا، بالإضافة إلى التحديات المتعلقة بالتحرش الإلكتروني والمحتوى السلبي الذي قد يحدّ من مشاركتهن الكاملة.

التعليق على الدراسة:

تبرز هذه النتائج أهمية الإعلام الرقمي كأداة دعم لقضايا المرأة، لكنه لا يخلو من عراقيل. فبينما تستفيد بعض النساء من هذه المنصات، لا تزال أخريات يواجهن صعوبات تحول دون مشاركتهن الفاعلة، سواء بسبب فجوة رقمية أو مضايقات. ما يعني أن التمكين الحقيقي للمرأة عبر الإعلام الرقمي يتطلب جهوداً متوازنة: تطوير البنية التكنولوجية، رفع الوعي، ووضع ضوابط تحمي النساء من أي إساءة رقمية.

ثانياً : الدراسات العربية

الدراسة الأولى:

- **العنوان** " دور الإعلام الرقمي في تعزيز قضايا المرأة العربية" 2017 **الباحثة** :د. مها الصافي.
هدفت الدراسة إلى تحليل دور الإعلام الرقمي في نشر قضايا المرأة العربية وتسليط الضوء على التحديات التي تواجهها المرأة في المجتمعات العربية، مع التركيز على تأثير الإعلام الرقمي في تغيير الصورة النمطية السائدة عنها. و من اهم النتائج الدراسة حيث توصلت إلى أن الإعلام الرقمي لعب دورًا هامًا في زيادة وعي المجتمعات بقضايا المرأة العربية، ولكنه لا يزال مقيّدًا ببعض المعوقات، مثل نقص التمثيل العادل للمرأة في المحتوى الرقمي واستمرار الصور النمطية. وأكدت على أهمية تطوير منصات إعلامية تُعنى بتقديم قضايا المرأة بشكل موضوعي.

التعليق على الدراسة :

تبرز الدراسة أهمية الإعلام الرقمي كأداة واعدة لإعادة تشكيل صورة المرأة العربية، لكنه لا يزال بحاجة إلى مزيد من التوازن والحيادية في تناول القضايا النسوية. فوجود منصات رقمية متخصصة تهتم بعرض واقع المرأة بعيدًا عن التهميش أو التهميش أصبح ضرورة، لضمان أن يكون هذا الإعلام أداة فعالة في التغيير، لا مجرد وسيلة لإعادة إنتاج نفس الصور القديمة.

الدراسة الثانية:

- **العنوان** " :الإعلام الرقمي وتمكين المرأة في المجتمعات الخليجية" 2019 **الباحث** :د. خالد عبد الحميد.

- ركزت الدراسة على دراسة تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة الخليجية وتعزيز مشاركتها في الحياة الاجتماعية والسياسية، من خلال تحليل نماذج من وسائل الإعلام الرقمية الخليجية ومحتواها الموجه للمرأة. وقد أظهرت الدراسة أن الإعلام الرقمي ساهم في تقديم قضايا المرأة الخليجية بشكل أكثر انفتاحًا وجرأة، مما ساعد على زيادة وعي النساء بحقوقهن وتعزيز مشاركتهن في الحياة العامة. ومع ذلك، أشارت إلى أن هناك

حاجة لدعم هذا التوجه من خلال سياسات إعلامية تُشجع على تمكين المرأة وتقليل القيود الثقافية.

• التعليق على الدراسة :

رغم هذا التقدم، لا تزال هناك فجوة بين الخطاب الإعلامي الرقمي والواقع الفعلي، ما يجعل من الضروري وجود دعم مؤسسي وتشريعي حقيقي يعزز هذا التوجه. فتمكين المرأة لا يتوقف عند حدود المحتوى الرقمي، بل يتطلب بيئة إعلامية تشجع التعبير الحر وتكسر القيود الثقافية التقليدية، لضمان أن يكون هذا التأثير مستدامًا ومتجسّمًا على أرض الواقع.

الدراسة الثالثة:

• **العنوان** " معالجة قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية المصرية" 2021**الباحث** :د. منال حسين.

• هدفت الدراسة إلى تحليل المحتوى المنشور على الصحف الإلكترونية المصرية، لمعرفة كيف يتم تناول قضايا المرأة من حيث اللغة المستخدمة، الموضوعات المطروحة، وأساليب المعالجة الإعلامية. وقد كشفت الدراسة أن الصحافة الإلكترونية المصرية تتناول قضايا المرأة بشكل متزايد، ولكن غالبًا ما يتم التركيز على الجوانب السلبية مثل العنف الأسري أو المشاكل الاجتماعية، مع غياب الاهتمام الكافي بنجاحات المرأة وقصص تمكينها. وأوصت الدراسة بتبني أساليب إعلامية متوازنة لتقديم صورة أكثر شمولية للمرأة.

• التعليق على الدراسة:

تعليقًا على نتائج هذه الدراسة، يمكن القول إن التركيز الزائد على الجوانب السلبية في تغطية قضايا المرأة قد يساهم، دون قصد، في ترسيخ صورة غير مكتملة أو مشوهة عنها في المجتمع. صحيح أن المشكلات مثل العنف الأسري مهمة ويجب معالجتها، لكن من المهم أيضًا أن يتم تسليط الضوء على قصص النجاح والنماذج الملهمة من النساء. هذا

التوازن في الطرح يمكن أن يغيّر نظرة المجتمع للمرأة، ويعزز ثقتها بنفسها، ويشجع أخريات على المشاركة بشكل فعال في الحياة العامة.

ثالثا : دراسات وطنية

الدراسة الأولى:

- **العنوان** "الإعلام الرقمي وتمكين المرأة الجزائرية: دراسة على وسائل التواصل الاجتماعي" 2018. **الباحث** : د. نوال بوعلام. هدفت إلى تحليل تأثير وسائل الإعلام الرقمي، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، في تمكين المرأة الجزائرية وتعزيز دورها في المجتمع، مع التركيز على الحملات الرقمية التي تناولت قضايا المرأة في الجزائر. وقد أوضحت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة فعالة للمرأة الجزائرية لطرح قضاياها وتحدياتها، خاصة في مجالات العمل والحقوق السياسية. إلا أن الدراسة أشارت إلى وجود فجوة رقمية تعيق استفادة النساء في المناطق الريفية من هذه المنصات، إضافة إلى تحديات مثل التمر الإلكتروني.

• التعليق على الدراسة:

تعليقًا على هذه الدراسة، يظهر أن الإعلام الرقمي، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وقّرت للمرأة الجزائرية فضاءً جديدًا للتعبير عن قضاياها والمطالبة بحقوقها، وهو ما شكّل نقطة تحوّل مهمة في مسار تمكينها. ومع ذلك، فإن استمرار الفجوة الرقمية، خصوصًا في المناطق الريفية، يُعدّ تحديًا حقيقيًا يحرم شريحة واسعة من النساء من فرص الاستفادة من هذه الوسائل. كما أن المضايقات الإلكترونية تمثل عائقًا إضافيًا يحد من حرية النساء في التعبير، ما يتطلب تدخلًا على مستوى السياسات الرقمية لتوفير بيئة أكثر أمانًا وإنصافًا.

الدراسة الثانية:

المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية. ومع ذلك، لاحظت الدراسة استمرار الصور النمطية التقليدية في بعض الوسائل، وأوصت بضرورة تكثيف الجهود لتغييرها عبر حملات إعلامية مدروسة.

تقاطع دراستنا مع الدراسات السابقة:

تتقاطع دراستنا مع الدراسات السابقة في تركيزها على الإعلام الرقمي كوسيلة رئيسية لمعالجة قضايا المرأة، حيث تشترك جميع الدراسات في تناول الأساليب الإعلامية المستخدمة وتأثير هذه الوسائل على تشكيل صورة المرأة وتمكينها في المجتمع. كما أن دراستنا تستفيد من التحليلات السابقة التي أكدت على أهمية الإعلام الرقمي في تسليط الضوء على قضايا المرأة والتحديات التي تواجهها، مثل الصور النمطية السلبية، التحيزات الثقافية، والفجوة الرقمية، مما يساعدنا في بناء إطار نظري متكامل لدراسة الواقع الجزائري.

إضافة إلى ذلك، تتقاطع دراستنا مع الدراسات الوطنية والعربية في استكشاف الأبعاد الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على معالجة الإعلام الرقمي لقضايا المرأة، مع التركيز على التحديات التي تفرضها البيئات المحلية. كما أن دراستنا تكمل الدراسات السابقة من خلال توسيع نطاق البحث ليشمل تحليلاً عميقاً للبيئة الرقمية الجزائرية وتحديد كيفية تعامل الإعلام الرقمي المتخصص مع القضايا النسوية في هذا السياق، مما يعزز من فهم العلاقة بين الإعلام الرقمي وتمكين المرأة في المجتمعات العربية بشكل عام والجزائرية بشكل خاص.

المقاربة النظرية

يُعد تحديد الإطار النظري من المرتكزات الأساسية لأي دراسة علمية، إذ يُوفر الأساس المفاهيمي الذي يُوجّه الباحث نحو فهم الظاهرة المدروسة وتحليل أبعادها المختلفة. وفي ضوء الدراسة الموسومة بـ"المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة عبر البيئة الرقمية - دراسة تحليلية على بودكاست لها (اليوتيوب)"، فإن المقاربة النظرية تركز على مجموعة من

النظريات الاتصالية والاجتماعية التي تسهم في تفسير كيفية تناول قضايا المرأة داخل البيئة الرقمية، وتحديدًا من خلال منصة البودكاست. تُستند هذه الدراسة إلى:

أولاً: **نظرية التمثيل (Representation Theory)** كما طوّرها المفكر البريطاني ستيوارت هول، والتي تفترض أن وسائل الإعلام لا تقوم بعكس الواقع بصورة مباشرة، بل تُعيد إنتاجه ضمن سياقات ثقافية وخطابية معينة. ويُتيح هذا الإطار النظري فهماً معمقاً لكيفية تصوير المرأة في البودكاست، من حيث الأدوار التي تُسند إليها، والخطابات السائدة حولها، ومدى استمرار أو تفكيك الصور النمطية المرتبطة بها. وعليه، تُستخدم هذه النظرية في تحليل مضمون الحلقات المختارة من بودكاست لها، للكشف عن الدلالات الرمزية للخطاب الإعلامي تجاه المرأة¹.

ثانياً: **نظرية النوع الاجتماعي (Gender Theory)**، التي تُعنى بفهم النوع بوصفه بناءً اجتماعياً وثقافياً، وليس مجرد معطى بيولوجي. وتُستند في ذلك إلى أعمال مفكرات نسويات مثل جوديث بتلر وسيمون دي بوفوار. وتُساهم هذه النظرية في تحليل الطريقة التي يتم من خلالها تمثيل المرأة، ليس فقط كموضوع إعلامي، بل كفاعل اجتماعي له موقعه ضمن علاقات القوة السائدة. وتُفيد هذه النظرية في الكشف عن مدى تكريس بودكاست لها لأدوار تقليدية للمرأة أو تبنيه لخطاب نسوي تمكيني يدعو إلى المساواة والعدالة².

ثالثاً: **نظرية وضع الأجندة (Agenda-Setting Theory)**، التي تُبرز قدرة وسائل الإعلام على التأثير في ترتيب أولويات الجمهور من خلال تسليط الضوء على موضوعات معينة وإغفال أخرى. وانطلاقاً من هذه الفرضية، تسعى الدراسة إلى استكشاف القضايا التي يمنحها بودكاست لها أولوية في التناول، ومدى شمولية الطرح

¹ Media and Communication Theories. (2023, November 8). *Unveiling agenda-setting: The McCombs and Shaw discovery*. Retrieved May 28, 2025, from :

<https://journalism.university/media-and-communication-theories/agenda-setting-mccombs-shaw-discovery/?utm>

² Balle, Francis. *Médias et société*. 12e éd. Paris: Montchrestien, 2006.p45

لمختلف قضايا المرأة، بما في ذلك الجوانب الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والصحية¹.

بناءً على ما سبق، توفّر هذه المقاربة النظرية خلفية تحليلية متكاملة تمكّن من استقراء أنماط المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في البيئة الرقمية، وتُسهم في فهم أعمق لأبعاد التمثيل، والخطاب، وتحديد الأولويات، وإمكانات التمكين ضمن الفضاء الرقمي التفاعلي.

¹ **Chambers, Simone.** "Truth, Deliberative Democracy, and the Virtues of Accuracy: Is Fake News Destroying the Public Sphere?" *Political Studies* 69, no. 1 (2020): 11–27.
<https://doi.org/10.1177/0032321719890811>.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا
المرأة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

تمهيد:

يشهد العالم اليوم تغيراً سريعاً في طريقة تداول المعلومات والتفاعل مع القضايا المختلفة، وذلك بفضل التطور التكنولوجي المتسارع وظهور وسائط إعلامية جديدة تعتمد على الفضاء الرقمي. هذا التغير لم يؤثر فقط على طبيعة الإعلام، بل أيضاً على نوعية المواضيع المطروحة، وطريقة تناولها، ومن بين هذه المواضيع البارزة، نجد قضايا المرأة التي لطالما كانت محل جدل واسع ومستمرة في التحول والتطور.

مع تطور الإعلام الرقمي، لم تعد المرأة مجرد موضوع يتم الحديث عنه، بل أصبحت طرفاً فاعلاً في إنتاج المحتوى، تطرح قضاياها، وتعبّر عن وجهة نظرها بحرية أكبر مقارنة بما كان عليه الحال في وسائل الإعلام التقليدية. هذا التغيير فتح الباب أمام نقاشات أوسع، وسلط الضوء على جوانب كانت تُهمّش سابقاً، سواء تعلق الأمر بالحقوق، أو التمثيل، أو التحديات اليومية التي تواجهها النساء.

في هذا الفصل، سنحاول فهم هذا التحول من خلال تسليط الضوء على مفاهيم أساسية مثل الإعلام الرقمي، طبيعة حضوره في المجتمع، وكيف ساهم في تغيير طريقة التفاعل مع قضايا المرأة. كما سنقترب أكثر من مفهوم البودكاست باعتباره وسيلة إعلامية حديثة لها خصوصياتها، وننظر إلى علاقة المرأة بهذا الفضاء الجديد الذي يتيح لها صوتاً، وربما تأثيراً أكبر من ذي قبل.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأ

أولاً: ماهية الإعلام الرقمي

أصبحت التكنولوجيا الرقمية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وأثرت بشكل كبير في الطريقة التي نتواصل بها، ونتلقى بها الأخبار والمعلومات. ومن هنا، ظهر نوع جديد من الإعلام لم يعد يعتمد على الوسائل التقليدية، بل يقوم على منصات رقمية حديثة، تتيح إنتاج المحتوى وتوزيعه بسرعة وانتشار غير مسبقين. هذا هو ما يُعرف اليوم بالإعلام الرقمي.

الإعلام الرقمي غيّر العلاقة بين الجمهور والمعلومة. فالمتلقي لم يعد مجرد مستهلك سلبي، بل أصبح مشاركاً في صناعة المحتوى، والتفاعل معه، وحتى التأثير فيه. ومع هذا التغيير، تنوعت الأدوات والمنصات التي تقدم هذا النوع من الإعلام، مثل المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والبودكاست، وغيرها.

هذا العنوان يسلط الضوء على ماهية الإعلام الرقمي، من حيث المفهوم والأدوات، كما يتناول أبرز مميزاته، والدور الذي أصبح يلعبه في توجيه الرأي العام والتفاعل مع مختلف القضايا الاجتماعية والثقافية.

1. مفهوم الإعلام الرقمي وأدواته في البيئة الرقمية

أدى تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت إلى ظهور أشكال جديدة من الإعلام تختلف جذرياً عن النماذج التقليدية التي كانت تعتمد على الصحف الورقية، الإذاعة، والتلفزيون. فقد أصبح الإعلام اليوم أكثر تفاعلية وسرعة، كما فتح المجال أمام الأفراد والمؤسسات للمشاركة في إنتاج ونشر المحتوى دون الحاجة إلى وسيط تقليدي. في هذا السياق، ظهر مصطلح "الإعلام الرقمي" ليشير إلى هذا التحول، مستفيداً من الأدوات الرقمية التي صارت تلعب دوراً محورياً في بيئة الإعلام الحديثة¹.

¹ منصور حسام. "العالم الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته". مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة 30، العدد 30، 2023، ص 59

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأ

1.1 مفهوم الإعلام الرقمي

يمثل مفهوم الإعلام الرقمي الركيزة الأساسية لفهم التحولات العميقة التي شهدتها مجال الإعلام في العصر الحديث. يتناول هذا الفرع تعريف الإعلام الرقمي من مختلف الجوانب، مع التركيز على التطورات التقنية والاجتماعية التي تميزه عن الإعلام التقليدي.

أولاً: التعريف الاصطلاحي للإعلام الرقمي

الإعلام الرقمي هو نوع من الإعلام يعتمد بشكل أساسي على استخدام التكنولوجيا الرقمية ووسائل الاتصال الإلكترونية في إنتاج المحتوى ونقله. يشمل ذلك كل ما يُنتج وينشر عبر الأجهزة الرقمية مثل الحواسيب والهواتف الذكية والإنترنت. يتميز هذا النوع من الإعلام بسرعته الكبيرة في الوصول إلى الجمهور وتكلفته الأقل مقارنةً بالوسائل التقليدية¹.

ثانياً: تعريفات العلماء للإعلام الرقمي

تباينت وجهات نظر الباحثين حول تعريف الإعلام الرقمي، حيث قدم كل منهم رؤية تُبرز جانباً مختلفاً:

- يرى الباحث سيمون سكاروار أن الإعلام الرقمي هو المحتوى الذي يتم نقله عبر الشبكات الإلكترونية مثل الإنترنت، معتمداً على التقنية الرقمية في ذلك².
- أما المجلس العربي للطفولة والتنمية فيعرف الإعلام الرقمي على أنه مجموعة من الوسائط التي تُنتج البيانات الإعلامية بأشكال مختلفة مثل النصوص، والصور،

¹ أبو رشيد نهلة. الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكتروني. الطبعة الأولى. سوريا: منشورات الجامعة

الاقتصادية السورية، 2020. ص45

² منصور حسام. "العالم الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته". الرجوع السابق ذكره، ص61

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأ

والصوت، والفيديو، باستخدام تقنيات قائمة على نظام الأرقام الثنائية، ويتم بثها عبر شاشات إلكترونية¹.

• في حين يرى موقع "موضوع" أن الإعلام الرقمي يمثل التطور الحديث للإعلام، فهو بديل للإعلام التقليدي الورقي ويعتمد على الوسائط الإلكترونية التي تسمح بعرض ونشر المعلومات بطرق أكثر تنوعاً وسرعة².

باختصار، يمكن اعتبار الإعلام الرقمي نظاماً متكاملًا يعتمد على أدوات وتقنيات حديثة لإنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه عبر المنصات الرقمية. هذا النظام يتيح فرصاً كبيرة للتفاعل بين المرسل والمتلقي، حيث يصبح الجمهور جزءاً فاعلاً في العملية الإعلامية، مما يجعل التواصل أكثر حيوية وواقعية ويتناسب مع متطلبات العصر الحديث.

1.2 أدوات الإعلام الرقمي في البيئة الرقمية

شهدت البيئة الرقمية تطورات كبيرة في الأدوات التي يعتمد عليها الإعلام الرقمي، حيث أصبح لهذه الأدوات دور أساسي في كيفية إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي. وقد ساهمت هذه الأدوات بشكل كبير في تلبية حاجات الجمهور المتنوعة والمتزايدة، مما جعلها جزءاً لا يتجزأ من العملية الإعلامية الحديثة.

أولاً: الوسائل التقنية للإعلام الرقمي

تشمل الوسائل التقنية مجموعة من الأدوات التكنولوجية التي تتيح إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره، ومن أهم هذه الوسائل³:

¹ الهاشمي مجد هاشم. تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. الطبعة الأولى. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2004، ص78

² أبو رشيد نهلة. الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكتروني. المرجع السابق ذكره. ص48

³ أبو رشيد نهلة. المرجع نفسه. ص49

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأ

- **الإنترنت** :يعتبر الإنترنت العمود الفقري للإعلام الرقمي، فهو الوسيلة التي يتم عبرها نشر المحتوى والوصول إلى الجمهور بشكل سريع وفعال.
- **الأجهزة الرقمية** :مثل الحواسيب، والهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية، التي تُستخدم لإنشاء وتحرير المحتوى الإعلامي.
- **البرمجيات والتطبيقات** :تشمل برامج تعديل النصوص والصور والفيديو، بالإضافة إلى التطبيقات التي تسهل عملية إنتاج وتوزيع المحتوى.
- **المنصات الرقمية** :وتشمل المواقع الإلكترونية، والمدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أهم القنوات لنشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور.

ثانيا : الوسائل البشرية للإعلام الرقمي

إلى جانب الجانب التقني، يلعب العنصر البشري دورًا جوهريًا في الإعلام الرقمي، ويشمل ذلك¹:

- **المؤسسات الإعلامية الرقمية** :وهي الجهات المسؤولة عن إنتاج المحتوى الإعلامي عبر منصات إلكترونية متخصصة مثل المواقع الإخبارية الرقمية.
- **الأفراد والمستخدمون** :الذين يساهمون بشكل كبير في صناعة المحتوى ونشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يوسع دائرة المشاركة ويساهم في ظهور ما يُعرف بالإعلام المواطن.
- **المؤسسات التعليمية والتدريبية** :التي تركز على تطوير مهارات الأفراد في استخدام أدوات الإعلام الرقمي بفعالية، مما يرفع من جودة المحتوى الإعلامي ويزيد من قدرة المستخدمين على التفاعل بوعي مع البيئة الرقمية.

¹ رضوان رياح و رقية بوسنان، "الأداء المهني الإعلامي في ظل البيئة الإعلامية الرقمية: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين الجزائريين"، مجلة المعيارالمجلد 62 ، العدد 5 ، 2020، ص53

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأ

2. خصائص الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل الرأي العام

شهد العالم خلال الفترة الأخيرة تغيرات كبيرة في مجال الإعلام بفضل التطورات التقنية السريعة، حيث ظهر الإعلام الرقمي كوسيلة حديثة مؤثرة، تختلف بشكل واضح عن الإعلام التقليدي. هذه الوسيلة الجديدة تملك مميزات خاصة تجعلها قادرة على التأثير بفعالية في توجهات وآراء الأفراد والمجتمعات حيال القضايا المختلفة. لفهم هذا التأثير بوضوح، من الضروري أولاً التعرف على السمات التي تميز الإعلام الرقمي، ثم التطرق إلى الدور الذي يلعبه في تكوين الرأي العام.

2.1 خصائص الإعلام الرقمي

الإعلام الرقمي يتميز بعدة سمات تجعله مختلفاً عن وسائل الإعلام الأخرى، منها¹:

- **السرعة في نشر المعلومات** : يوفر الإعلام الرقمي إمكانية وصول الأخبار والمعلومات بسرعة كبيرة، ما يسمح للناس بمعرفة الأحداث فور وقوعها، ويزيد من سرعة الاستجابة لها.
- **التفاعل مع الجمهور** : يتيح هذا النوع من الإعلام فرصة للجمهور ليس فقط للاستهلاك، بل للمشاركة الفعالة من خلال التعليقات والمناقشات، مما يجعل التواصل بين المرسل والمتلقي أكثر حيوية.
- **تعدد أشكال المحتوى** : يشمل الإعلام الرقمي محتوى متنوعاً مثل النصوص، والصور، والفيديوهات، والبودكاست، ما يساعد في الوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور وتلبية احتياجاتهم المتنوعة.
- **التركيز على جمهور محدد** : تعتمد وسائل الإعلام الرقمية على تحليل سلوك واهتمامات المستخدمين لاستهداف فئات معينة برسائل مخصصة، مما يعزز من تأثير المحتوى.

¹ منصور حسام. "العالم الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته". الرجوع السابق ذكره، ص70

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأ

- **التوافر المستمر** : يمكن الوصول إلى الإعلام الرقمي في أي وقت ومن أي مكان، وهذا يمنح المستخدم حرية اختيار الوقت المناسب لاستهلاك المحتوى، بعيداً عن قيود الجداول الزمنية للإعلام التقليدي

2.2 دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام

- مع هذه الخصائص، يمتد تأثير الإعلام الرقمي ليشمل تشكيل آراء الناس بطريقة واضحة وفعالة، وذلك من خلال¹:
- **نقل المعلومات بسرعة وانتشار واسع** : يساهم الإعلام الرقمي في إيصال الأخبار والقضايا بسرعة كبيرة إلى شرائح واسعة، ما يسلط الضوء على موضوعات معينة ويثير النقاش حولها.
- **تشكيل وجهات النظر** : لا يقتصر دور الإعلام الرقمي على نقل المعلومات فقط، بل يلعب دوراً في توجيه آراء الأفراد عبر اختيار زاوية العرض ونوعية المحتوى.
- **زيادة المشاركة المجتمعية** : يتيح الإعلام الرقمي للناس فرصة أكبر للمشاركة في الحوار العام، والتعبير عن آرائهم، مما يجعل عملية تشكيل الرأي العام أكثر انفتاحاً وتفاعلاً.
- **التأثير في صنع القرار** : تتفاعل الجهات الرسمية والسياسية مع الرأي العام المتشكل عبر الإعلام الرقمي، وتستجيب له في كثير من الأحيان عند اتخاذ القرارات والسياسات.
- **التحديات المصاحبة** : بالرغم من إمكانياته الكبيرة، يواجه الإعلام الرقمي تحديات مثل انتشار المعلومات المغلوطة، مما يتطلب جهوداً مستمرة لضمان دقة وموثوقية المحتوى.

¹ سلامن رضوان "البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي: المفاهيم والضوابط "رؤية الاجتهاد للدراسات القانونية المجلد 08، العدد 1، 2019، ص458

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

ثانيا : قضايا المرأة في الإعلام الرقمي

مع التطور المتسارع للإعلام الرقمي وتوسع استخدامه في نقل الأخبار والمعلومات، بات من الضروري دراسة كيفية تناول قضايا المرأة عبر هذه المنصات الحديثة. قضايا المرأة تمثل مجموعة من المواضيع الاجتماعية، الاقتصادية، والثقافية التي تؤثر على حياة النساء وحقوقهن في المجتمع. الإعلام الرقمي، بمرونته وسرعته، أصبح مساحة حيوية لطرح هذه القضايا، لكنه في الوقت نفسه يواجه تحديات عدة في التداول والتمثيل.

في هذا العنوان سنبدأ بتعريف ماهية قضايا المرأة وأبعادها المختلفة، ثم ننتقل إلى استعراض الآليات المتبعة في الإعلام الرقمي لتناول هذه القضايا، بالإضافة إلى أبرز التحديات التي تعترض هذا التداول وتأثيرها على وصول الصوت النسائي بشكل موضوعي ومؤثر.

1. ماهية قضايا المرأة

قضايا المرأة لا تنفصل عن تطور المجتمعات وتحولاتها. فهي تعبّر عن المساحات التي ما زالت المرأة تطالب فيها بالعدالة والتمكين والمساواة. هذه القضايا لم تعد تُطرح فقط في إطار المطالبة بالحقوق، بل باتت جزءاً أساسياً من الحديث عن التنمية الشاملة وحقوق الإنسان. ومع دخول الإعلام الرقمي على الخط، أضحت هذه القضايا أكثر حضوراً، وأصبح تداولها يتم بسرعة وانتشار لم يكن ممكناً في السابق، الأمر الذي يفرض فهماً أعمق لماهية هذه القضايا وأبعادها¹.

أولاً: التعريف الاصطلاحي لقضايا المرأة

عندما نتحدث عن "قضايا المرأة"، فنحن نعني بذلك كل ما يتعلق بالمشاكل والتحديات التي تواجهها النساء في حياتهن اليومية، سواء داخل الأسرة أو في المجتمع الأوسع.

¹ مريم آيت أحمد علي (2005م/1426هـ): المرأة المسلمة ودورها في التنمية الشاملة للمجتمعات الإسلامية , العدد (47) السنة الثانية عشرم الاطلاع ب 15 ماي 2025

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

وهذا يشمل كل ما يرتبط بحقوق المرأة في التعليم، العمل، المشاركة السياسية، الحماية من العنف، التمثيل الإعلامي، والمساواة في الأجور، وغيرها من المسائل التي تُظهر الفجوة في الفرص والمعاملة بين المرأة والرجل. هي قضايا نابعة من التفاوت في الأدوار والفرص، ومحاولات النساء المستمرة لتحقيق العدالة والكرامة والمشاركة المتكافئة في مختلف مجالات الحياة¹.

تعريف العلماء

تناول الكثير من المفكرين العرب والغربيين قضايا المرأة من زوايا مختلفة، تعكس خلفياتهم الثقافية والاجتماعية²:

- **نوال السعداوي**، الطبيبة والكاتبة المصرية، رأت أن قضايا المرأة ترتبط بجذور اجتماعية وثقافية عميقة، وأن تحرر المرأة لا ينفصل عن تحرر المجتمع بأسره من البنى الذكورية التقليدية التي تحد من تطور الجميع³.
- **فاطمة المرنيسي**، الباحثة المغربية في علم الاجتماع، ركزت على ضرورة إعادة قراءة التاريخ والدين بطريقة منصفة، مؤكدة أن بعض صور التمييز ضد المرأة ليست دينية بقدر ما هي قراءات بشرية للنصوص، تفتقر إلى العدل والمساواة.

¹ ياقوت زهرة القدس بن عبد الله، صورة المرأة في الإعلام الرقمي بين التحرر والقوالب النمطية، مجلة البديل 08 مايو 2024 تم الاطلاع عليه 16 ماي 2025 :

<https://elbadilabc-ar.dz/image-de-la-femme-dans-les-medias-numeriques/?utm>

² نورهان محمد عبد التواب، "معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور الاتصالي لدى مستخدميها"، المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع، المجلد 1، العدد 2، الجزء الأول، جويلية 2023، ص 335

³ محمد سعيد عمر حاج الطيب، وشذى الزين محمود محمد الحسين، "دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة السودانية: التيك توك نموذجاً، في الفترة من أغسطس 2022 إلى أغسطس 2023"، مجلة شؤون استراتيجية (JSA)، 2023، تم الاطلاع عليه 17 ماي 2025 :

<https://journal-strategic.com/2024/01/07/?utm>

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

- **عبد الوهاب المسيري**، المفكر المصري، رأى أن المرأة جزء لا يتجزأ من المنظومة الحضارية، وأن التعامل مع قضاياها يجب أن يكون ضمن سياق مجتمعي شامل، لا قائماً فقط على استيراد نماذج من الخارج¹.
 - أما المفكرون الغربيون مثل **بيل هوكس**، فقد دعت إلى فهم قضايا المرأة ضمن شبكة أوسع من الظلم الاجتماعي، مؤكدة أن هناك تقاطعات بين التمييز على أساس الجنس، والطبقة، والعرق، مما يجعل القضية أكثر تعقيداً مما تبدو عليه من الخارج².
- ثالثاً: نظرة عامة إلى قضايا المرأة**
- عندما ننظر إلى قضايا المرأة في المجتمعات المختلفة، نجد أنها لا تنحصر في مطلب واحد أو جانب محدد، بل تمتد لتشمل عدة محاور، من أبرزها³:
- **التمييز في التعليم والعمل** :فالكثير من النساء لا يحصلن على نفس الفرص التي تتوفر للرجال، سواء في الدراسة أو سوق العمل، ويواجهن عوائق مثل فجوة الأجور، أو التحيز في التوظيف.
 - **العنف الأسري والمجتمعي** :وهو من أبرز القضايا التي تعاني منها النساء حول العالم، حيث تتعرض الكثير منهن لأشكال مختلفة من العنف، سواء الجسدي أو النفسي أو الاقتصادي، أحياناً داخل بيئة يفترض أنها آمنة، مثل البيت أو مكان العمل.
 - **الصحة والحقوق الإنجابية** :لا تزال بعض النساء يواجهن قيوداً أو نقصاً في الخدمات الصحية، وخاصة ما يتعلق بالصحة الإنجابية، وحقهن في اتخاذ قراراتهن بحرية ومسؤولية.

¹ نورهان محمد عبد التواب، "معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور الاتصالي لدى مستخدميها"، المرجع السابق ذكره، ص352

² Al-Asfour, A., Tlaiss, H. A., Khan, S. A., and Rajasekar, J. (2017). Saudi women's work challenges and barriers to career advancement. Career Development International, 22(2), p.187.

³ T. Olayinka، M. A. Gobare و Q. K. Ruffin، "Black Girl Magic: Impact of Social Media Movement on Black Women's Self-Esteem"، International Journal، 2021.p78

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

- **التمثيل السياسي والإعلامي**: تعاني المرأة من ضعف التمثيل في مواقع اتخاذ القرار، وكذلك من تقديم صورتها النمطية في وسائل الإعلام، مما يُضعف من حضورها الحقيقي في الشأن العام.
- **الحقوق القانونية**: في عدد من الدول، ما زالت القوانين الخاصة بالأحوال الشخصية، مثل الزواج والطلاق والميراث، تحتوي على بنود تمييزية تحد من حقوق النساء. هذه القضايا، وإن اختلفت في أولوياتها من مجتمع إلى آخر، إلا أنها تشترك في كونها تعكس مسارًا طويلًا من النضال لتحقيق المساواة والعدالة، وتؤكد أن الحديث عن قضايا المرأة هو حديث عن إنصاف نصف المجتمع وبناء مستقبل أكثر شمولاً¹.

2. آليات وأبرز التحديات في تناول قضايا المرأة في الإعلام الرقمي

مع تسارع التحول الرقمي، برز الإعلام الرقمي كوسيلة فعالة لإيصال قضايا المرأة إلى جمهور واسع وبطرق مبتكرة. وقد ساهمت المنصات الرقمية في نقل صوت النساء، وكشف التمييز القائم، وتسلط الضوء على التجارب النسائية المختلفة في مجتمعات متباينة. غير أن هذا التطور الرقمي، رغم ما يحمله من فرص، لم يخلُ من عقبات. إذ أن حضور قضايا المرأة في الفضاء الرقمي يخضع لتأثيرات ثقافية وتكنولوجية وسياسية، مما يفرض ضرورة فهم شامل للآليات المستخدمة في هذا السياق، إلى جانب التحديات التي تعيق تحقيق تمثيل عادل ومنصف للمرأة في الإعلام الرقمي².

¹ حسين حسين زيدان، وهديل علي قاسم. "دور وسائل الإعلام الإلكتروني في إبراز دور المرأة لتحقيق السلم المجتمعي وفق رؤية مجتمعية: دراسة ميدانية." مجلة أبحاث الديمقراطية العربي، المجلد 01، العدد الثالث (2019): ص 340

² محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد، "معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 2، 2022، ص 45

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

الحملات الرقمية والمبادرات التوعوية

تُعد الحملات الرقمية من أبرز الوسائل التي تُستخدم للتعبير عن قضايا المرأة، وغالبًا ما تكون هذه الحملات مدفوعة بحدث معين، أو رد فعل على ظاهرة اجتماعية متكررة. تعتمد هذه المبادرات على أدوات بسيطة من حيث الشكل، مثل استخدام وسوم (هاشتاغات) موجهة، أو مقاطع فيديو قصيرة، أو تصميمات بصرية توعوية، إلا أن أثرها يكون كبيرًا بفضل سرعة انتشارها وقدرتها على جذب التفاعل الواسع. وغالبًا ما تُركز هذه الحملات على قضايا مثل التحرش، التمييز في مكان العمل، الحق في التعليم، أو العنف الأسري، وتُساهم في كسر حاجز الصمت الذي كان يحيط بهذه القضايا في وسائل الإعلام التقليدية.

الإعلام التشاركي والمحتوى المُنتج ذاتيًا

وقر الإعلام الرقمي بيئة مناسبة لممارسة ما يُعرف بـ"الإعلام التشاركي"، وهو نمط إعلامي يتيح للأفراد العاديين - ومن بينهم النساء - إنتاج ونشر محتوى خاص بهم دون الحاجة إلى المرور عبر قنوات رسمية أو مؤسسية. من خلال المدونات الشخصية، مقاطع الفيديو، أو المنشورات على منصات التواصل الاجتماعي، أصبحت النساء قادرات على نقل تجاربهن الشخصية، ومناقشة قضاياهن بأسلوب واقعي بعيد عن التزييف أو الرقابة. هذا النوع من التناول يضيف بعدًا إنسانيًا على قضايا المرأة، ويعكس التنوع في تجارب النساء في مجتمعات وثقافات مختلفة¹.

المنصات النسوية الرقمية المتخصصة

ظهرت خلال السنوات الأخيرة منصات إعلامية رقمية متخصصة في قضايا المرأة، تتبنى خطابًا نسويًا واضحًا، وتسعى إلى تقديم محتوى يعكس واقع النساء بكل ما يحمله من تحديات وتطلعات. تتنوع هذه المنصات بين مواقع إلكترونية، قنوات يوتيوب، حسابات على إنستغرام، ومنصات بودكاست، ويغلب على محتواها الطابع التحليلي أو السردي. وغالبًا ما تعتمد هذه الجهات على توثيق القصص الفردية،

¹ نورهان محمد عبد التواب، "معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور الاتصالي لدى

مستخدميها"، المرجع السابق ذكره، ص 345

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

إجراء الحوارات المتخصصة، وتحليل السياسات العامة من منظور جندي، ما يجعلها مصدرًا معرفيًا وحقوقيًا هامًا.

التفاعل البصري والتقني

من مميزات الإعلام الرقمي قدرته على استخدام أدوات مرئية وتفاعلية في تقديم المحتوى. وتشمل هذه الأدوات الرسوم المعلوماتية (إنفوجرافيك)، المقاطع التفسيرية القصيرة، الصور التفاعلية، والخرائط الذكية، بالإضافة إلى البودكاست المسموع والمحتوى المصور. تساعد هذه الوسائل في تبسيط المفاهيم المعقدة المتعلقة بحقوق المرأة أو السياسات التمييزية، كما تُعزز من حضور القضايا النسوية في المجال العام بطريقة مؤثرة وفعالة، تجمع بين المعرفة والتأثير العاطفي¹.

الشراكات مع منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الحقوقية

في كثير من الحالات، تتعاون وسائل الإعلام الرقمية مع منظمات محلية أو دولية تُعنى بحقوق الإنسان أو قضايا المرأة بشكل خاص. يساهم هذا التعاون في إنتاج محتوى غني بالبيانات والمعلومات، ومدعوم بتقارير ودراسات ميدانية. كما يساعد هذا النوع من الشراكات في تعزيز مصداقية الحملات الإعلامية، ويمنحها زخمًا إضافيًا، لا سيما عندما يكون الهدف منها التأثير على السياسات العامة أو الضغط لتغيير تشريعات قائمة.

لقد وفّرت البيئة الرقمية للمرأة فضاءً جديدًا لم تكن تملكه سابقًا في الإعلام التقليدي، وأتاحت لها أدوات متعددة ومؤثرة لتناول قضاياها بصورة مباشرة وواقعية. ومع تطور هذه الآليات باستمرار، أصبحت المرأة اليوم شريكًا فاعلًا في إنتاج المحتوى، وصناعة الخطاب الإعلامي، وليس مجرد موضوع له. غير أن استثمار هذه الأدوات يتطلب وعيًا نقديًا ومعرفيًا يمكّن النساء من استخدام الإعلام الرقمي في اتجاه يحقق العدالة الجنسانية ويسهم في إحداث تغيير اجتماعي حقيقي².

¹ نورهان محمد عبد التواب، "معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور الاتصالي لدى مستخدميها"، المرجع السابق ذكره، ص 346

² محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد، "معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية للمرجع السابق ذكره، ص 59

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

أبرز التحديات في تناول قضايا المرأة في الإعلام الرقمي

على الرغم من النقلة النوعية التي حققها الإعلام الرقمي في تمكين المرأة وإبراز قضاياها، فإن الطريق نحو تمثيل عادل ومنصف لا يزال محفوفًا بعقبات متعددة. فهذه البيئة الرقمية التي تبدو ظاهريًا منفتحة ومتاحة للجميع، تُخفي خلفها تحديات جوهرية تعرقل وصول النساء إلى فرص متساوية في التعبير، والمشاركة، والتأثير. تتجاوز هذه التحديات الجوانب التقنية لتتصل بالبنية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وبالفراغ القانوني والتشريعي في كثير من الدول، مما يفرض على النساء عقبات مضاعفة عند استخدام المنصات الرقمية كوسيلة لطرح قضاياهن:¹

العنف الرقمي والتحرش الإلكتروني

يُعد التحرش الإلكتروني من أبرز العقبات التي تواجه النساء على الإنترنت. تتعرض العديد من الناشطات والمدافعات عن حقوق المرأة لهجمات لفظية، وتهديدات، وتشويه للسمعة، بل وأحيانًا للابتزاز الإلكتروني، ما يخلق بيئة طاردة لهن داخل الفضاء الرقمي. هذه الممارسات لا تقتصر على الغرباء، بل قد تأتي من أفراد داخل المجتمع نفسه، وهو ما يجعل الكثير من النساء يخترن الصمت أو الانسحاب من النقاشات العامة خوفًا من العواقب، وبالتالي تضعف مشاركة المرأة في النقاش العام الرقمي وتقل قدرتها على التأثير.²

إعادة إنتاج الصور النمطية والسطحية

رغم الطابع الحديث للإعلام الرقمي، إلا أن العديد من المنصات لا تزال تتناول قضايا المرأة بطريقة سطحية أو نمطية، حيث تُختزل المرأة في أدوار تقليدية كربة منزل أو موضوع جمالي، مع تجاهل أبعادها السياسية أو الاقتصادية أو الفكرية. هذا

¹ محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد، المرجع نفسه، ص61

² نورهان محمد عبد التواب، "معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور الاتصالي لدى مستخدميها"، المرجع السابق ذكره، ص355

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

النمط من التناول يسهم في ترسيخ الفجوة الجندرية داخل الإعلام، ويضعف من التأثير المرجو للمحتوى الرقمي المتعلق بحقوق المرأة.

الفجوة الرقمية بين الجنسين

تواجه العديد من النساء في المجتمعات الفقيرة أو المهمشة صعوبة في الوصول إلى الإنترنت والأدوات الرقمية، بسبب غياب البنية التحتية المناسبة، أو نقص التعليم والوعي الرقمي، أو حتى العوائق الثقافية التي تمنع النساء من استخدام التكنولوجيا بحرية. هذه الفجوة تؤدي إلى إقصاء فئات واسعة من النساء عن المشاركة في النقاش الرقمي، وتُبقي صوتهن غائبًا عن القضايا العامة التي تُناقش عبر الإنترنت¹.

ضعف الإطار القانوني لحماية المرأة إلكترونيًا

في كثير من الدول، لا تزال القوانين الخاصة بالفضاء الرقمي قاصرة عن معالجة الجرائم الإلكترونية، خاصة تلك التي تستهدف النساء. فلا توجد تشريعات واضحة أو فعالة تحمي النساء من الإساءة الإلكترونية، ولا تُوجد آليات سهلة للإبلاغ أو المتابعة القضائية. ونتيجة لذلك، يشعر العديد من النساء بانعدام الأمان عند التفاعل في الفضاء الرقمي، ويُصبحن أكثر عرضة للتهميش أو الانسحاب من الساحة الإعلامية.

الرقابة الاجتماعية والذاتية

تتعرض النساء اللواتي يطرحن قضايا جريئة أو ذات طابع حقوقي على المنصات الرقمية لرقابة مجتمعية صارمة، لا سيما في المجتمعات المحافظة. هذه الرقابة لا تأتي فقط من الخارج، بل تُترجم غالبًا إلى رقابة ذاتية تمارسها المرأة على نفسها، فتتجنب الحديث في مواضيع حساسة، أو تخفف من لهجتها النقدية، خشية التعرض للهجوم أو العزل الاجتماعي. هذا النوع من الرقابة يحدّ من حرية التعبير، ويُقيد إمكانيات المرأة في استخدام الإعلام الرقمي كوسيلة فعالة للتغيير.

إن التحديات التي تواجه المرأة في الإعلام الرقمي ليست مجرد عوائق تقنية يمكن تجاوزها بسهولة، بل هي نتاج تراكمي لثقافة اجتماعية وإعلامية لا تزال تسودها

¹ Al-Asfour, A., Tlaiss, H. A., Khan, S. A., and Rajasekar, J. (2017). Saudi women's work challenges and barriers to career advancement. *Career Development International*, 22(2), p.191.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

الممارسات التمييزية. ولذلك فإن التعامل مع هذه التحديات يتطلب جهداً متكاملاً يشمل إصلاحات قانونية، وتمكيناً رقمياً، وتحولاً في الخطاب الإعلامي، فضلاً عن وعي مجتمعي داعم لمشاركة النساء وحققهن في التعبير. ومن دون معالجة هذه التحديات، يظل أثر الإعلام الرقمي في خدمة قضايا المرأة محدوداً وغير مكتمل¹.

¹ محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد، "معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية المرجع السابق ذكره، ص 65

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الرقمي وقضايا المرأة

خلاصة الفصل :

يُظهر الإطار المفاهيمي الذي تم التطرق إليه في هذا الفصل أن الإعلام الرقمي لا يُعد مجرد امتداد تقني للإعلام التقليدي، بل هو تحوّل نوعي أعاد صياغة أدوار الوسيط الإعلامي والجمهور على حد سواء. لقد أتاحت البيئة الرقمية إمكانيات غير مسبوقة في سرعة نقل المعلومات، والانفتاح على التفاعل، وتنوع المحتوى، مما جعلها فضاءً خصبًا لتداول القضايا الاجتماعية، وعلى رأسها قضايا المرأة.

وقد بينّا من خلال هذا الفصل خصائص الإعلام الرقمي، وأبرز أدواته، والدور الذي بات يلعبه في تشكيل الرأي العام، مؤكدين على طبيعته التفاعلية التي فتحت المجال أمام فئات مجتمعية عديدة - وفي مقدمتها النساء - للتعبير عن آرائهن والتأثير في النقاش العام. كما تطرقنا إلى المفهوم العام لقضايا المرأة، وأبرز الآليات التي يستخدمها الإعلام الرقمي في تناولها، مقابل التحديات المستمرة التي تواجه هذا التناول، سواء على مستوى المحتوى أو السياق الاجتماعي والتقني.

إن هذا التأسيس المفاهيمي يمثل قاعدة ضرورية لفهم كيفية تمثّل الإعلام الرقمي لقضايا المرأة، ويمهد للجزء الميداني من الدراسة، الذي سيُخصّص لتحليل تجربة بودكاست "لها" كنموذج رقمي معاصر، يجسد جانبًا من هذا التفاعل الإعلامي مع الواقع النسوي المعاصر.

الفصل الثاني:

دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة
عبر البيئة الرقمية

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

تمهيد :

في الوقت الحالي، أصبح العالم الرقمي جزءًا كبيرًا من حياتنا، وغيّر الطريقة التي نتابع بها الأخبار ونتحدث عن القضايا المختلفة، ومنها قضايا المرأة. لم تعد وسائل الإعلام التقليدية وحدها هي المسؤولة عن طرح هذه القضايا، بل ظهرت وسائل إعلام متخصصة تهتم بشؤون المرأة وتستخدم الإنترنت والمنصات الرقمية لتقديم محتوى موجه ومؤثر.

في هذا الفصل، سنتعرف على كيف ساعد الإعلام المتخصص، وخاصة في البيئة الرقمية، في تسليط الضوء على قضايا المرأة مثل الحقوق، المشاركة في المجتمع، التعليم، والعمل وغيرها. كما سنناقش كيف ساعدت التكنولوجيا في نشر هذه القضايا بشكل أسرع، وجعلت من السهل على الناس التفاعل معها.

سنتحدث أيضًا عن بعض الصعوبات التي يواجهها الإعلام المتخصص، مثل قلة الدعم أو انتشار الأخبار غير الدقيقة، لكن في المقابل سنوضح كيف يمكن التغلب على هذه التحديات واستخدام الإعلام الرقمي بطريقة أفضل لدعم المرأة وإبراز دورها الحقيقي في المجتمع.

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

أولاً: تأثير الإعلام المتخصص في قضايا المرأة عبر الفضاء الرقمي

مع تطور التكنولوجيا وتحول الكثير من وسائل الإعلام إلى الفضاء الرقمي، ظهرت مساحات جديدة لتناول قضايا المرأة بطريقة أكثر حرية وعمقاً. الإعلام المتخصص، من خلال هذه المنصات الرقمية، أصبح أكثر قدرة على الوصول إلى الجمهور المستهدف وتقديم محتوى يعبر عن واقع المرأة وتحدياتها. هذا التحول الرقمي لم يكن مجرد تغيير في الوسيلة، بل فتح الأبواب أمام معالجة أكثر وعياً وشمولاً لقضايا المرأة، بعيداً عن القوالب التقليدية. من خلال هذا المحور، سنلقي الضوء على كيف ساهم الإعلام الرقمي المتخصص في إعادة تشكيل صورة المرأة في المجتمع، وما الأثر الذي تركه على النقاش العام حول قضاياها المختلفة.

أ- دور وإسهامات الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة

شهدت صورة المرأة في وسائل الإعلام تحولاً لافتاً مع تطور الإعلام الرقمي المتخصص، الذي قدّم فرصاً حقيقية لإعادة بناء هذه الصورة بعيداً عن الأنماط التقليدية التي سادت لعقود. فقد وفر هذا النوع من الإعلام منصة مفتوحة تمكّن المرأة من تقديم ذاتها كما هي، دون المرور عبر قوالب مسبقة أو نظرة خارجية تحد من أدوارها. ويمكن تلخيص أبرز أوجه هذا التحول فيما يلي¹:

أ- التمكين الذاتي والتحكم في الصورة الإعلامية

في الإعلام الرقمي، لم تعد المرأة مجرد موضوع تتناوله البرامج أو المقالات، بل أصبحت صاحبة المبادرة، ومنتجة للمحتوى الذي يعبر عنها. هذا التمكين منحها استقلالية في التعبير عن شخصيتها، وطموحاتها، وأفكارها، مما جعل حضورها الإعلامي أكثر عمقاً وواقعية. لم تعد بحاجة إلى وسطاء أو مؤسسات تقليدية لتوصيل صوتها، بل صارت قادرة على تقديم نفسها بالطريقة التي تختارها، وباللغة التي تعبر عنها، وهو ما فتح أمامها آفاقاً جديدة للتأثير في محيطها الإعلامي والمجتمعي.

¹ سليمة كشيدة، قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية خلال عامي 2015/2016: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي

دزيريات وموعد حواء، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2020،

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

ب-تنوع التمثيلات النسائية

كان التمثيل الإعلامي للمرأة في الماضي غالبًا ما يقتصر على الأدوار الجمالية أو العائلية، أما اليوم فقد تغيرت الصورة كثيرًا. أصبح الإعلام الرقمي يُظهر المرأة في مختلف مجالات الحياة: من البحث العلمي، إلى السياسة، مرورًا بريادة الأعمال والفنون. هذا التنوع أتاح للمتابعين أن يروا في المرأة شخصية متعددة الأبعاد، لها فكر وقدرة وقرار، ما ساعد في كسر الصورة النمطية وتقديم نماذج واقعية تعكس الحياة اليومية للنساء في مختلف السياقات.

ت-تعزيز السرد الذاتي للمرأة

واحدة من أهم مزايا الإعلام الرقمي هي قدرة الأفراد على رواية تجاربهم الشخصية دون الحاجة إلى تدخل خارجي. المرأة استفادت كثيرًا من هذه الميزة، حيث بات بإمكانها التحدث عن نفسها، وعن تجاربها الخاصة في الحياة والعمل والمجتمع. هذا السرد الذاتي الصادق يجعل من قصتها شيئًا ملموسًا وقريبًا من المتلقي، ويمكن الآخرين من فهم التحديات التي تواجهها، والنجاحات التي تحققتها، من خلال صوتها هي، لا من خلال عدسة الآخر¹.

ث-تشكيل هوية رقمية مستقلة

مع تكرار الحضور الرقمي والمشاركة في النقاشات والمنصات المختلفة، بدأت المرأة ببناء هوية رقمية تعكس شخصيتها وقيمتها وخياراتها. هذه الهوية الرقمية أصبحت امتدادًا لشخصيتها في الواقع، وتعبّر عن مواقفها ورؤيتها. من خلال هذه الهوية، استطاعت كثير من النساء أن يصنعن لأنفسهن مساحة معتبرة في الفضاء العام، سواء في النقاشات الفكرية، أو الحملات الاجتماعية، أو حتى في إطلاق مشاريع ومبادرات ذات أثر فعلي.

ج-كسر الصور النمطية السائدة

بفضل تحرره من القيود التقليدية، تمكّن الإعلام الرقمي من فضح الصور النمطية السلبية التي ارتبطت بالمرأة في الإعلام القديم. لم يعد من السهل اليوم أن تمر صورة سطحية أو منحازة دون

¹ غرابية هالة حمدي، التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2019،

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

مسألة أو رد فعل. فمع تزايد الوعي، أصبحت هناك منصات وصفحات ومحتويات نقدية تُسلط الضوء على التحيز في التمثيل، وتعمل على تقديم بدائل أكثر توازنًا. هذا التصحيح المستمر أسهم في زعزعة الكثير من القوالب الجاهزة، وفي فتح نقاش عام حول معنى العدالة في تمثيل المرأة¹.

ح- تعزيز المشاركة في المجال العام

لم يعد تأثير المرأة مقتصرًا على مجالات محددة أو أطر مغلقة، بل أصبحت تشارك في النقاش العام بحرية وفعالية. من خلال منصات الإعلام الرقمي، بدأت النساء في التعبير عن آرائهن في السياسة، الاقتصاد، الحقوق، وحتى في القضايا المجتمعية الكبرى. هذا الحضور لم يقتصر على التعليق أو التفاعل، بل تعداه إلى إطلاق مبادرات إعلامية ومجتمعية، وتشكيل حركات نسائية مستقلة، ما عزز من دور المرأة كمؤثرة ومساهمة في صياغة الرأي العام.

خ- التأثير في الوعي الجماعي

عبر التفاعل المستمر والتكرار الهادف، ساهم الإعلام الرقمي في ترسيخ صورة جديدة للمرأة، بعيدة عن الصورة التقليدية التي اختزلتها في الشكل أو الدور الثانوي. الصورة الجديدة تُظهر المرأة كصاحبة فكر، ومشروع، وصوت مؤثر، ما غير تدريجيًا من نظرة الجمهور إليها، وخاصة الأجيال الشابة. هذا التأثير لا ينعكس فقط على المتلقي، بل يُشجّع النساء أنفسهن على الثقة بقدراتهن، والسعي نحو تحقيق طموحاتهن في مختلف مجالات الحياة².

يتبين من كل ما سبق أن الإعلام الرقمي المتخصص أسهم بشكل جوهري في إعادة تعريف صورة المرأة في المجتمع، من خلال إتاحتها لفرص التعبير الذاتي، وتمكينه للنساء من تمثيل أنفسهن بشكل مباشر ومتعدد. لم يعد تمثيل المرأة اليوم محكومًا بإملاءات خارجية، بل أصبح نتاجًا لرغبتها في الحضور، ولقناعتها بدورها كمشاركة وفاعلة في بناء الخطاب العام.

¹ سليمة كشيدة، قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية خلال عامي 2015/2016: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي

دزيريات وموعد حواء، المرجع السابق ذكره، ص32

² بريغ إبتسام، ميلودي رميصاء، وأجي، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست

الفكاهي نموذجًا، مذكرة ماستر غير منشورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3، 2021، ص22

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

أ- تأثير الإعلام الرقمي المتخصص على قضايا المرأة

أحدث الإعلام الرقمي المتخصص نقلة نوعية في التعاطي مع قضايا المرأة، حيث لم يعد مجرد وسيط ناقل للأخبار أو الصور، بل أصبح فاعلاً في توجيه الخطاب العام وإبراز التحديات التي تواجه النساء في مختلف السياقات. هذا الإعلام أتاح للمرأة مساحة حقيقية للحديث عن قضاياها من منظور داخلي، وعمل على تقديم محتوى يراعي احتياجاتها ويعزز حضورها في الفضاء العام، بعيداً عن النظرة النمطية أو الإقصائية. ويمكن تفصيل هذا التأثير في النقاط التالية¹:

• تسليط الضوء على قضايا مسكوت عنها

ساهم الإعلام الرقمي المتخصص في كسر حاجز الصمت حول قضايا طالما أهملت أو جرى تهميشها في وسائل الإعلام التقليدية، مثل التحرش، التمييز في العمل، العنف الأسري، والفجوة في الأجور بين الجنسين. وبفضل الطابع التفاعلي للإعلام الرقمي، أصبحت هذه المواضيع تطرح بشكل مباشر، صريح، وبدون موارد، ما جعلها تحظى باهتمام مجتمعي واسع، وأوجد بيئة أكثر انفتاحاً للنقاش والمعالجة.

• دعم حملات التوعية والتغيير المجتمعي

من خلال المنصات الرقمية، أطلقت العديد من الحملات التي تستهدف رفع الوعي بقضايا النساء، سواء على المستوى المحلي أو العالمي. الإعلام الرقمي وفّر أدوات بصرية وتفاعلية ساعدت في إيصال الرسائل بشكل فعال، وخلق تفاعل جماهيري كبير، ما جعل هذه الحملات أكثر قدرة على التأثير. كما سمحت هذه الوسائل للنساء أنفسهن بالمشاركة في الحملة كصاحبات صوت وتجربة، وليس كمجرد موضوع للتعاطف أو المساندة.

• توفير فضاء بديل لصياغة الخطاب النسوي

أوجد الإعلام المتخصص بيئة جديدة يمكن من خلالها للنساء والناشطات في مجال حقوق المرأة أن يعبرن عن رؤاهن، ويناقشن قضاياهن من وجهة نظر نسوية واعية. هذا الفضاء تجاوز القيود الرسمية

¹ غرابية هالة حمدي، التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر، المرجع السابق ذكره، ص62

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

والرقابية التي كانت تحدّ من انتشار الفكر النسوي، وفتح المجال لتعدد الخطابات والتوجهات داخل الحركة النسوية الرقمية، ما ساهم في إغناء الحوار حول قضايا النوع الاجتماعي وتوسيع رقعة التأثير¹.

• إبراز قصص النجاح والنماذج الملهمة

لم يقتصر دور الإعلام الرقمي المتخصص على تناول المشكلات، بل عمل أيضًا على تسليط الضوء على نساء رائدات حققن إنجازات في مجالات مختلفة. هذا التوجه أسهم في بناء صورة إيجابية عن المرأة، وقدم نماذج ملهمة للفتيات والشابات، تعكس إمكانية التغيير والنجاح رغم التحديات. سرد هذه القصص ساعد في كسر التصورات السلبية، وعزّز من الشعور بالتمكين الجماعي لدى النساء.

• هـ- مراقبة السياسات والدعوة للتغيير

أصبح الإعلام الرقمي أداة رقابية تتابع السياسات العامة المتعلقة بالمرأة، وتكشف عن أوجه التقصير أو التمييز. من خلال المقالات التحليلية، الفيديوهات، والبودكاست، يتم تناول هذه السياسات بلغة مبسطة وواضحة، ما يسمح بفهم أوسع للواقع القانوني والاجتماعي. إضافة إلى ذلك، يُستخدم الإعلام الرقمي كوسيلة ضغط لإحداث تغيير حقيقي في القوانين أو الممارسات التي تمسّ حقوق المرأة بشكل مباشر².

• تعزيز التضامن النسائي العابر للحدود

بفضل الطبيعة العالمية للفضاء الرقمي، استطاعت النساء من مختلف الجنسيات والخلفيات أن يتواصلن ويتبادلن الخبرات والتجارب. هذا التقاطع الثقافي عزز من الشعور بالتضامن، وفتح المجال لتبني قضايا مشتركة، وتنظيم حملات عابرة للحدود لمناهضة العنف، أو للمطالبة بالمساواة، أو لنشر

¹ بربيع إبتسام، ميلودي رميصاء، وأجي، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست

الفكاهي نموذجًا، المرجع السابق ذكره، ص41

² مهنا محمد نصر، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية،

الإسكندرية: المكتبة الجامعية، 2002، ص102

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

المعرفة الحقوقية. هذا البعد التشاركي منح قضايا المرأة طابعًا عالميًا، وساهم في خلق وعي جمعي أكبر حول التحديات المشتركة التي تواجه النساء في المجتمعات المختلفة.

• تعزيز الثقة بالنفس والوعي بالحقوق

الإعلام الرقمي المتخصص أتاح للمرأة إمكانية الوصول إلى محتوى معرفي وقانوني يساعدها على فهم حقوقها في مجالات متعددة كالتعليم، العمل، الصحة، والسياسة. هذا الفهم لم يُترجم فقط إلى وعي نظري، بل ساهم في رفع سقف طموحات المرأة، وزيادة ثققتها في قدرتها على المطالبة بحقوقها واتخاذ قراراتها بنفسها¹.

• تشجيع الريادة والمبادرات النسائية

من خلال الإعلام الرقمي، تمكنت العديد من النساء من الترويج لأعمالهن ومبادراتهن، سواء على مستوى ريادة الأعمال، أو المشاريع الثقافية والمجتمعية. هذا النوع من الترويج الذاتي والإعلامي عزز من حضور المرأة الاقتصادي والاجتماعي، وقدمها كشخصية قادرة على القيادة وصناعة التغيير، لا مجرد تابعة لمنظومة قائمة.

يتضح من خلال ما سبق أن الإعلام الرقمي المتخصص تجاوز دوره التقليدي كمصدر للمعلومة، وأصبح أداة فعالة في دعم قضايا المرأة على كافة المستويات. من خلال تسليط الضوء، والتوعية، والتحليل، والدعوة للتغيير، ساعد هذا الإعلام في إعادة صياغة العلاقة بين النساء والمجال العام، وأتاح لهن مساحة أوسع للفاعلية والتمثيل والتأثير².

ثانياً: تحديات الإعلام الرقمي المتخصص في معالجة قضايا المرأة

يواجه الإعلام الرقمي المتخصص في قضايا المرأة عدة تحديات تقلل من فعاليته، رغم التطور الكبير في أدواته ومساحاته. من أبرز هذه التحديات استمرار الصور النمطية، وضعف تمثيل المرأة في

¹ ابن طفيور نصر الدين، عمار عباس، "توسيع حظوظ مشاركة المرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة أو تحقيق المساواة عن طريق التمييز الإيجابي"، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 1، 2013، ص556

² مهنا محمد نصر، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية، المرجع السابق ذكره، ص39

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

صناعة المحتوى، وغياب الدعم المؤسسي الكافي. كما تلعب الخوارزميات، والتتمر الرقمي، والسطحية في تناول المواضيع أذوارًا في عرقلة إيصال رسائل عادلة وشاملة. كل ذلك يجعل من الضروري دعم هذا الإعلام بشكل ممنهج لضمان تأثيره الإيجابي في تغيير الصورة النمطية وتعزيز حضور المرأة في الفضاء الرقمي.

1. تأثير القوالب النمطية على معالجة الإعلام الرقمي المتخصص لقضايا المرأة

رغم ما يقدمه الإعلام الرقمي المتخصص من فرص كبيرة في إعادة تشكيل صورة المرأة وتمكينها من التعبير عن ذاتها، إلا أن هذا الفضاء الجديد لم يتمكن بالكامل من التحرر من التأثير العميق للصور النمطية المتجذرة في الثقافة والإعلام التقليدي. ما تزال العديد من التمثيلات التي يُعاد إنتاجها على المنصات الرقمية المتخصصة خاضعة لأطر مسبقة ومحدودة تتم عن نظرة اختزالية لدور المرأة، وتعيد ترسيخ مفاهيم التبعية والوظائف النمطية، بدلًا من تقديم قراءة واقعية وشاملة لتجربتها الإنسانية والمهنية¹

أ- استمرار الأنماط الثقافية والاجتماعية التقليدية

على الرغم من الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي، فإن كثيرًا من القيم والمفاهيم الاجتماعية السائدة ما زالت تُمارس تأثيرها في طريقة تقديم قضايا المرأة. بعض المنصات الرقمية المتخصصة تعيد تدوير نفس الصور القديمة، فتُبزغ المرأة في إطار الأمومة أو الجمال، دون التطرق إلى أدوارها القيادية أو قدراتها الفكرية والاقتصادية. ويعود ذلك إلى أن المنتجين أنفسهم متأثرون بثقافة مجتمعاتهم، ما يجعل التحرر من هذه الرؤية التقليدية تحديًا مستمرًا².

¹ ياقوت زهرة القدس بن عبد الله، صورة المرأة في الإعلام الرقمي، مقال منشور في جريدة البديل، 15 جويلية 2024، تم الاطلاع ب 20 جوان 2025 :

https://elbadilabc-ar.dz/image-de-la-femme-dans-les-medias-numeriques/?utm_source=chatgpt.com

² ابن طفيلور نصر الدين، عمار عباس، "توسيع حظوظ مشاركة المرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة أو تحقيق المساواة عن طريق التمييز الإيجابي"، المرجع السابق ذكره، ص 561

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

ب. تحكم الخوارزميات في انتشار المضامين

في الإعلام الرقمي، لا تُقاس فاعلية المحتوى فقط بجودته أو عمقه، بل أيضًا بقدرته على الانتشار عبر تفاعل المستخدمين. وغالبًا ما تفضل الخوارزميات المعتمدة في شبكات التواصل الاجتماعي المحتوى السطحي أو المثير بصريًا، وهو ما قد يؤدي إلى إزاحة المحتوى الذي يحمل قيمة حقيقية لقضايا المرأة، لصالح محتوى ترفيهي أو تجميلي يكرس التمثيلات النمطية. وبهذا تصبح بعض المنصات أسيرة لمعايير تجارية بحتة، تعيق تقديم صورة ناضجة وواقعية للمرأة¹.

ب-ضعف التنوع والتمثيل في إنتاج المحتوى

لا تزال نسبة كبيرة من المحتوى الإعلامي المتعلق بالمرأة تُنتج من قبل رجال أو من قبل فرق تحرير تقتصر إلى التعدد والتنوع. غياب الأصوات النسائية المتنوعة عن غرف التحرير أو الأقسام المختصة في الإعلام الرقمي يؤدي إلى إعادة إنتاج صورة أحادية للمرأة لا تعكس الواقع المعقد والمتعدد لأدوارها. التمثيل المحدود للمرأة في مواقع القرار التحريري ينعكس مباشرة على طبيعة المحتوى، حيث يغيب الطرح النقدي والجريء لقضايا التمييز، وتُقدّم المرأة غالبًا كعنصر مكمل لا كفاعل مستقل².

ت- تكريس مقاييس جمالية نمطية

لا يزال التركيز على الشكل الخارجي للمرأة حاضرًا بقوة حتى في الإعلام الرقمي المتخصص. حيث تُقدّم نماذج نسائية بمعايير جمالية محددة، تُقصي فئات كبيرة من النساء، مثل ذوات الإعاقة، أو النساء في أعمار متقدمة، أو من خلفيات اجتماعية واقتصادية هامشية. هذا النوع من التمثيل يعزز قيمًا استهلاكية وشكلانية، ويضع المرأة في موضع مراقبة دائمة لمظهرها، بدلًا من الاحتفاء بقدراتها وتجاربها³.

¹ ابن طفيلور نصر الدين، المرجع نفسه، ص 557

² بوجعوي الزهرة، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 42،

جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ص 102

³ شيما أبو لباد، "دور الحملات الإعلامية المتحيزة ضد المرأة"، مجلة e3arabi، نُشر في 13 أكتوبر 2022، تم

الاطلاع عليه في 20 ماي 2025:

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

ث- المضايقات الرقمية وتأثيرها على حرية التعبير

مع الانفتاح الكبير الذي أتاحتها المنصات الرقمية، ظهرت أيضًا تحديات تتعلق بالأمن الرقمي، خصوصًا بالنسبة للنساء. فالكثير من النساء الفاعلات في الإعلام الرقمي يتعرضن لهجمات لفظية، وتتمر إلكتروني، وتهديدات صريحة، ما يحّد من مشاركتهن الفاعلة، ويدفع بعضهن إلى الانسحاب أو الرقابة الذاتية. هذه البيئة الرقمية غير الآمنة لا تتيح للمرأة التعبير الحر عن قضاياها، ولا تشجع على الخوض في مواضيع حساسة مثل التحرش، العنف، أو التمييز¹.

ج- مقاومة التغيير من بعض شرائح المجتمع

رغم التحولات الملحوظة في تمثيل المرأة على بعض المنصات الرقمية، إلا أن هناك مقاومة اجتماعية من فئات محافظة ترى في هذا التمثيل تهديدًا للنظام القيمي القائم. هذه المقاومة تُمارس ضغطًا على الإعلام المتخصص، وتُحاول فرض رقابة أخلاقية أو ثقافية على المحتوى المتعلق بالمرأة، مما يخلق حالة من التوتر بين خطاب التمكين وخطاب الحذر الاجتماعي. ويؤدي ذلك إلى بطء في التغيير، وتردد في طرح مواضيع جوهرية تمسّ قضايا المساواة والتمكين².

من الواضح أن الإعلام الرقمي المتخصص يلعب دورًا مهمًا في إعادة بناء صورة المرأة وتقديم قضاياها إلى الجمهور بأسلوب أكثر تفاعلية وواقعية. لكن تأثير القوالب النمطية يظل قائمًا، ويعيق تحقق صورة إعلامية عادلة وشاملة. التحرر من هذه القوالب يتطلب إعادة النظر في آليات الإنتاج الإعلامي، وزيادة حضور النساء في مواقع اتخاذ القرار، وتعزيز التنوع في المحتوى، حتى يعكس الإعلام فعليًا تعدد التجارب النسائية، بدلًا من إعادة تدوير صور قديمة في ثوب جديد.

2. التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تسليط الضوء على قضايا المرأة

<https://e3arabi.com>.

¹ مهنا محمد نصر، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعمولة الإعلامية والمعلوماتية، المرجع السابق ذكره، ص45

² بوجعفوي الزهرة، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر، المرجع السابق ذكره، ص102

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

على الرغم من التطور الكبير الذي شهده الإعلام الرقمي المتخصص، خاصة في ما يتعلق بفتح المجال أمام قضايا المرأة، فإن هذا التقدم لا يخلو من صعوبات حقيقية. إذ يواجه هذا النوع من الإعلام جملة من التحديات التي تعرقل قدرته على تسليط الضوء بفعالية وعمق على المشكلات والهموم التي تخص النساء، سواء على المستوى المجتمعي أو الفردي. وهذه التحديات تتفاوت بين ما هو تقني ومهني، وما هو ثقافي واجتماعي، وتشكّل معًا معوقات تعيق الوصول إلى تمثيل عادل وشامل للمرأة في الفضاء الرقمي.

أ. ضعف الكفاءات المتخصصة في الإعلام النسوي

يعاني الإعلام الرقمي المتخصص من نقص واضح في الكوادر الصحفية والإعلامية التي تمتلك فهماً عميقاً لقضايا المرأة وسياقاتها المختلفة. كثير من المحتوى المتعلق بالمرأة يُنتج بطريقة سطحية، ولا يستند إلى تحليل منهجي أو خلفية معرفية قوية. هذا الضعف في التخصص يجعل بعض المنصات تكرر الطرح التقليدي نفسه الذي كان سائداً في الإعلام الكلاسيكي، دون أن تضيف رؤية جديدة أو تنقل صوتاً نسوياً حقيقياً.

ب. التحديات التقنية وضعف أدوات الانتشار

يتطلب الإعلام الرقمي أدوات قوية في النشر، والتحليل، والتفاعل، والتسويق الرقمي، وكلها تحتاج إلى بنية تقنية متطورة واستثمار مستمر. غير أن أغلب المنصات النسوية، وخاصة المستقلة منها، تقتصر على الإمكانيات المالية والفنية التي تمكّنها من الوصول إلى جمهور واسع. كما تواجه صعوبات في التعامل مع خوارزميات المنصات الكبرى، التي لا تفضّل دائماً المحتوى التوعوي أو الحقوقي، ما يقلل من فرص انتشاره وتفاعله¹.

ج. غياب الدعم المؤسسي والتمويل المستقر

تعاني المبادرات الإعلامية الرقمية المتخصصة في قضايا المرأة من قلة الدعم، سواء من القطاع الحكومي أو الخاص أو حتى من مؤسسات المجتمع المدني. هذا الغياب للتمويل المستقر يحدّ من

¹ أنس قُصي نعمان علي، "مضامين الأفلام الوثائقية وصناعة المحتوى الرقمي في يوتيوب: دراسة تحليلية لقناة جو حطّاب"، مجلة بحوث ودراسات في الميدان الرقمي الجديد، المجلد 5، العدد 3، 2024، ص22

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

قدرة هذه المنصات على الاستمرارية، ويجعلها عرضة للانقطاع أو التحول إلى نماذج ربحية قد تبتعد عن رسالتها الحقوقية. كما يؤثر ذلك في جودة المحتوى، ويمنع تنفيذ مشاريع إعلامية طويلة الأمد تخدم التغيير المجتمعي.

د. القيود الاجتماعية والرقابة الذاتية

تواجه الموضوعات النسوية، ولا سيما تلك المرتبطة بالحقوق الجندرية أو القضايا الحساسة مثل العنف الأسري أو الحريات الشخصية، مقاومة من بعض الشرائح الاجتماعية. هذه المقاومة قد تتجلى في شكل حملات تنمر، أو تهديدات، أو تشكيك في النوايا. وكنتيجة لذلك، تضطر بعض المنصات إلى ممارسة رقابة ذاتية على المحتوى، أو تجنب بعض المواضيع، مما يحد من الحرية التحريرية ويفرغ الرسالة الإعلامية من قوتها.

هـ. غياب الدراسات التحليلية الداعمة

تفتقر العديد من المبادرات الرقمية إلى الإسناد البحثي والتحليل الأكاديمي الذي يعزز مصداقية المحتوى وعمقه. فالمعالجة الإعلامية تظل محدودة إذا لم تكن مدعومة ببيانات، أو بإحصائيات، أو بتحليل لسياق اجتماعي واقتصادي واضح. غياب هذا الإسناد يجعل من بعض المواد الإعلامية خطابًا عاطفيًا فقط، دون جدوى عملية أو تأثير بعيد المدى¹.

و. تحديات التفاعل الجماهيري وازدواجية التلقي

رغم انفتاح المنصات الرقمية وسهولة الوصول إليها، لا يزال جزء من الجمهور يُبدي تحفظًا في التفاعل مع قضايا المرأة، خاصة تلك التي تتعارض مع قيم ثقافية راسخة. فالبعض يتجاهل هذه

¹ يحيى دينا، تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام، دراسة في إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 4، العدد 21، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير ديسمبر 2003، ص 102

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

القضايا أو يتفاعل معها سلبياً، وهو ما يشكل ضغطاً على صانع المحتوى ويقلل من شعوره بالدعم المجتمعي. هذه الازدواجية تُصعب مهمة بناء رأي عام واعي ومتضامن مع الحقوق النسوية¹.

من الواضح أن الإعلام الرقمي المتخصص في قضايا المرأة يواجه عقبات متعددة، تتجاوز حدود التقنية إلى التحديات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. ورغم الجهود المبذولة، لا يزال الطريق طويلاً أمام تحقيق تمثيل إعلامي عادل ومنصف. ولذلك، فإن العمل على تجاوز هذه العقبات يتطلب تعاوناً واسعاً بين الإعلاميين، والمجتمع المدني، والمؤسسات التربوية، والجهات المانحة، بهدف خلق بيئة رقمية أكثر دعماً وتمكيناً للنساء وقضاياهن.

¹ بريجة نجاه وكافي كوثر، تأثير استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة لموقع الفايسبوك على علاقتها الأسرية، دراسة وصفية على عينة من النساء الجزائريات المتزوجات، مذكرة ماستر غير منشورة قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2016، ص55

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

ثالثاً: البودكاست كأداة من أدوات الإعلام الرقمي المتخصص

في عصر تتسارع فيه وتيرة التحول الرقمي، أصبح المستهلك يبحث عن محتوى يلبي اهتماماته الخاصة ويوائم نمط حياته المتغير. لم تعد وسائل الإعلام التقليدية قادرة على مواكبة هذه التطلعات وحدها، فبرزت أشكال جديدة أكثر مرونة وتخصصاً، من بينها البودكاست. هذا الشكل من المحتوى الصوتي بات يشكل نافذة إعلامية قوية تتيح للمستمعين الوصول إلى موضوعات دقيقة ومتنوعة في أي وقت ومن أي مكان. وفي هذا السياق، يبرز البودكاست كأداة فعالة من أدوات الإعلام الرقمي المتخصص، لما يتمتع به من قدرة على تقديم محتوى معمق وموجه لجمهور محدد، بطريقة شخصية وحوارية تجمع بين المعلومة والتجربة.

1. ماهية البودكاست

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المجال الإعلامي نتيجة التطور الرقمي، برزت أنماط جديدة من المحتوى الإعلامي تتسم بالمرونة والتفاعلية، وتتجاوز الأطر التقليدية للبحث والزمن. وقد أسهم هذا التحول في إعادة تعريف علاقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي، إذ لم يعد المتلقي مرتبطاً بجدول بث محددة، بل أصبح يمتلك القدرة على اختيار ما يشاء من محتوى في أي وقت ومكان. وفي هذا السياق، نشأ البودكاست كأحد أبرز أدوات الإعلام الرقمي التي تلبي هذه التوجهات، من خلال تقديم محتوى متخصص يُبث على هيئة حلقات صوتية أو مرئية وفق نظام "الطلب عند الحاجة"، مما أكسبه انتشاراً واسعاً وتأثيراً متنامياً في مختلف المجالات¹.

1.1 مفهوم البودكاست

البودكاست هو وسيلة إعلامية رقمية تعتمد على إنتاج وبث محتوى صوتي (أو مرئي) بشكل حلقات دورية، تُنشر عبر الإنترنت وتُتاح للمستخدمين من خلال تطبيقات ومنصات متخصصة. يقوم

¹ غادة عثمان، ورائيا ضيف الله، دور البودكاست في تشكيل معارف واتجاهات طلاب الجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة: من منظور الاعتماد على وسائل الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد 3، العدد 74، أبريل 2024، ص 2259

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

البودكاست على مبدأ الاشتراك التلقائي، بحيث يمكن للمستخدمين تحميل الحلقات أو الاستماع إليها مباشرة في الوقت الذي يناسبهم. ويُعدّ البودكاست جزءًا من منظومة الإعلام الرقمي الجديد، حيث يتيح تقديم محتوى متنوع وموجه لفئات محددة من الجمهور، بما يحقق مبدأ التخصص الذي يميّز الإعلام المعاصر.

ويجمع البودكاست بين خصائص الإذاعة التقليدية ومرونة الوسائط الرقمية، إذ يسمح بالتفاعل غير المباشر، ويمنح المستمع تجربة شخصية تقوم على السرد، الحوار، والتحليل. كما أن عملية إنتاجه لا تتطلب إمكانيات ضخمة، مما جعله أداة إعلامية متاحة للأفراد والمؤسسات على حد سواء¹.

1.2 أهداف البودكاست

تتعدد الأهداف التي يسعى البودكاست إلى تحقيقها، سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات الإعلامية، ويمكن إجمال أبرزها فيما يلي:

1. **توفير محتوى متخصص:** يهدف البودكاست إلى تقديم موضوعات متعمقة في مجالات محددة (مثل الصحة، التعليم، الإعلام، التقنية، وغيرها)، بما يخدم احتياجات جمهور متخصص يسعى لمعلومات نوعية.
2. **تعزيز حرية الوصول للمحتوى:** من خلال إتاحة الحلقات في أي وقت ومكان، يُمكن البودكاست المستخدم من التحكم الكامل في وقت وطريقة الاستماع، دون التقيد بجدول بث تقليدية.
3. **تمكين الأفراد من إنتاج الإعلام:** يفتح المجال أمام الهواة والمختصين على حد سواء لإنتاج ونشر محتوى إعلامي مستقل، مما يعزز التعددية والتنوع في الساحة الإعلامية.
4. **التفاعل وبناء المجتمعات الرقمية:** يسهم البودكاست في خلق مجتمعات افتراضية حول موضوعات معينة، تُبنى من خلال التفاعل المستمر بين صنّاع المحتوى والجمهور.

¹ اميرة ايمن، ما هو البودكاست، افريل Emonovo2024 ، تم الاطلاع عليه في 26 ماي 2025، على الرابط:

<https://www.emonovo.com/ar/blog/> -ما هو-البودكاست

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة

عبر البيئة الرقمية

5. خدمة أغراض تعليمية وتدريبية: يُستخدم البودكاست كوسيلة فعالة في التعليم الإلكتروني والتدريب، بفضل قدرته على تقديم محتوى صوتي مبسط ومتناسك يُمكن الرجوع إليه أكثر من مرة.

2. دور البودكاست في تناول قضايا المرأة

لطالما شكّلت قضايا المرأة محورًا أساسيًا في الخطاب الإعلامي، إلا أن معالجة هذه القضايا في الإعلام التقليدي كانت كثيرًا ما تخضع لاعتبارات مؤسسية أو تجارية تحدّ من عمق الطرح أو تنوعه. ومع تطور الإعلام الرقمي، وبرز أدوات جديدة مثل البودكاست، أصبح بالإمكان تناول موضوعات المرأة بصورة أكثر استقلالية وتخصّصًا وجرأة. فقد أتاح هذا الشكل الإعلامي مساحة بديلة وحرّة لتناول قضايا المرأة من منظور ذاتي أو مجتمعي، بعيدًا عن النمطية أو التوجيه الرسمي، مما عزّز من فرص التعبير والمناصرة والحوار حول قضاياها في مختلف المجتمعات¹.

يلعب البودكاست دورًا متزايد الأهمية في تسليط الضوء على قضايا المرأة، مستفيدًا من مرونته واستقلاليته، وارتكازه على محتوى موجه غالبًا لجمهور محدد. وتكمن أهمية هذا الدور في عدة أبعاد²:

1. **طرح موضوعات مسكوت عنها:** يسهم البودكاست في تناول موضوعات حساسة أو مهمّشة لم تلقَ تغطية كافية في الإعلام التقليدي، مثل العنف الأسري، الحقوق الإنجابية، المساواة في العمل، التمكين الاقتصادي، والصحة النفسية للمرأة.

2. **منصة لتمكين النساء صوتيًا وفكريًا:** يوفر البودكاست فضاءً آمنًا للنساء لصياغة روايتهن الخاصة حول قضاياهن، سواء من خلال التقديم أو الاستضافة أو السرد الشخصي، مما يسهم في إعادة تشكيل صورة المرأة في الإعلام.

¹ رحاب عبد العظيم، كيف ساهم البودكاست في تغيير حياة النساء؟ تجارب إيجابية من مختلف دول العالم، الجزيرة نت، نُشر في 15 سبتمبر 2024، تم الاطلاع عليه في 26 ماي 2025، على الرابط

<https://www.aljazeera.net/women/2024/9/15/كيف-ساهم-البودكاست-في-تغيير-حياة>

² أنس قُصي نعمان علي، "مضامين الأفلام الوثائقية وصناعة المحتوى الرقمي في يوتيوب: دراسة تحليلية لقناة جو حطّاب"، المرجع السابق ذكره، ص 39

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

3. تأطير القضايا من منظور نسوي أو إنساني: يتيح البودكاست تقديم مقاربات متعددة لقضايا المرأة، منها الحقوقية، الاجتماعية، الثقافية أو النفسية، مما يُثري النقاش ويعمق الوعي العام.
4. خلق مجتمعات دعم وتضامن رقمية: من خلال التفاعل مع المستمعين عبر المنصات الرقمية، يمكن للبودكاست أن يخلق نوعاً من المجتمعات الرقمية التي تتبادل التجارب والدعم والتوعية.
5. التأثير على الرأي العام وصنّاع القرار: رغم أنه وسيلة إعلامية غير تقليدية، إلا أن البودكاست بات يُحدث تأثيراً ملموساً على النقاش العام، من خلال استضافة خبراء، وعرض قصص واقعية، وتوجيه رسائل توعوية مباشرة¹.

¹ أنس فُصي نعمان المرجع نفسه ، ص40

الفصل الثاني: دور الإعلام المتخصص في معالجة قضايا المرأة عبر البيئة الرقمية

خلاصة الفصل :

سلط هذا الفصل الضوء على دور الإعلام الرقمي المتخصص في تناول قضايا المرأة ضمن البيئة الرقمية، مبرزاً كيف أسهم هذا النوع من الإعلام في إعادة تشكيل صورة المرأة وإبراز قضاياها بشكل أكثر عمقاً وتخصصاً. فقد أتاح للإعلاميين والمحتوى النسوي تجاوز القيود التقليدية وتقديم سرديات بديلة تبرز دور المرأة وحقوقها في المجتمع.

كما تناول الفصل التحديات التي تواجه هذا الإعلام، وعلى رأسها استمرار القوالب النمطية، وضعف التمكين الرقمي، وصعوبة الوصول إلى جمهور واسع، مما يحدّ من فاعليته أحياناً في التأثير المجتمعي.

واختتم الفصل بتسليط الضوء على البودكاست كأداة رقمية فعالة ضمن الإعلام المتخصص، تتيح للنساء التعبير عن قضاياهن وتجاربهن بحرية واستقلالية، مما يعزز من حضورهن الإعلامي ويساهم في نشر الوعي حول قضاياهن في المجتمع.

وبذلك، يؤكد الفصل أن الإعلام الرقمي المتخصص، رغم التحديات، يشكل منصة مهمة لدعم المرأة وتوسيع النقاش حول قضاياها في العصر الرقمي.

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعد تناول الإطارين النظري والمفاهيمي في الفصلين السابقين، تأتي أهمية هذا الفصل في كونه يمثل الجانب التطبيقي للدراسة، حيث يتم فيه الانتقال من التأطير العام لقضايا المرأة في الإعلام الرقمي، إلى دراسة واقعية وميدانية تعتمد على تحليل فعلي لمحتوى بودكاست "لها"، كنموذج للإعلام المتخصص في تناول قضايا النساء عبر البيئة الرقمية.

يرتكز هذا الفصل على جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، بالاعتماد على أدوات علمية محددة، ومنهجية مدروسة تهدف إلى قياس مدى فاعلية البودكاست في طرح قضايا المرأة، ومدى عمق وشمولية المعالجة، إلى جانب فهم تفاعل الجمهور معه. ويشمل الفصل مراحل متعددة تبدأ بتوضيح إجراءات البحث، والتعريف بالمجال المدروس، وتحديد حدود الدراسة، ثم عرض المنهج المتبع وأدوات التحليل المستخدمة.

كما يتضمن الفصل تحليلاً دقيقاً لعينة من الحلقات، ومناقشة للنتائج التي تم التوصل إليها، بما يساعد على تقديم رؤية نقدية وتقييمية لمدى نجاح المحتوى في عكس قضايا المرأة وتمثيلها بشكل عادل وواقعي. ويُختتم الفصل بمجموعة من التوصيات المستخلصة من الدراسة، والتي يمكن أن تُسهم في تحسين أداء هذا النوع من الإعلام الرقمي المتخصص.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً : إجراءات البحث

1. نبذة عن بودكاست لها

يمثل بودكاست لها إحدى أبرز المبادرات الإعلامية الرقمية المستقلة في الجزائر، وهو موجه بشكل خاص إلى النساء الجزائريات بمختلف فئاتهن العمرية والاجتماعية. يُعنى البودكاست بتقديم محتوى حوارى يتناول قضايا الصحة النفسية، العلاقات الاجتماعية، التجارب النسوية، والهوية الثقافية من منظور واقعي وإنساني. يهدف إلى خلق فضاء صوتي بديل وآمن يُمكن النساء من التعبير بحرية والمشاركة في النقاش العام بعيداً عن التقييدات الاجتماعية أو الأطر التقليدية.

1. النشأة والتطور

تأسس بودكاست لها سنة 2014 في الجزائر كمبادرة فردية نسوية مستقلة، مستجيبة لحاجة متزايدة إلى وسائل إعلامية تمنح النساء صوتاً فعالاً في المجال العام. في بداياته، اقتصر المحتوى على حلقات صوتية محدودة على الفيسبوك، ليتطور لاحقاً نحو إنتاج مرئي على منصات مثل يوتيوب في 2018 وتيك توك في 2023، تماشياً مع تطور ثقافة الاستماع الرقمي وتوسع جمهور البودكاست في الجزائر والمنطقة المغاربية. يعكس هذا التحول الديناميكي قدرة المشروع على التكيف والاستجابة لتغيرات الوسيط الرقمي ومطالب الجمهور.

الرؤية التي يقوم عليها بودكاست لها تتمثل في ترسيخ إعلام نسوي حر وذو مصداقية، يُعلي من صوت المرأة ويمنحها مساحة للتعبير الذاتي والاجتماعي ضمن بيئة تفاعلية تحترم خصوصيتها وتجربها. أما الرسالة، فهي تقديم محتوى نسوي معمق وموثوق يعكس التحديات، الطموحات، والهواجس اليومية للنساء الجزائريات، مع إتاحة منبر للنقاش البناء حول قضايا عادةً ما تُغيب أو تُهمش في المشهد الإعلامي التقليدي.

ينتج بودكاست لها محتوى متنوعاً في شكل حلقات صوتية ومرئية، تتراوح مدتها بين 20 و60 دقيقة، ويتجاوز عددها حالياً 250 حلقة. تعالج الحلقات موضوعات متصلة مباشرة بتجربة المرأة الجزائرية، من بينها الصحة النفسية والضغط المجتمعية، العلاقات الأسرية، الزواج، الأمومة، الاستقلالية المالية والعاطفية، إضافة إلى قضايا الدين، التقاليد، والهوية الثقافية. وتُروى في عدد من الحلقات شهادات نسوية واقعية بصوت صاحباتها، كما تُستضاف نساء من خلفيات مهنية وأكاديمية متنوعة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

كطبيبات، باحثات، مربيات، وعاملات في مجالات حرة، مما يضيف تنوعاً وثراءً على المقاربات المطروحة¹.

2. التفاعل الرقمي والمنصات

يشهد بودكاست لها نموًا متسارعًا على المنصات الرقمية، حيث بلغ عدد المتابعين على يوتيوب ما يقارب 3,900 مشترك، وعلى فيسبوك حوالي 15,000 متابع، بينما تتجاوز قاعدة المتابعين على منصة تيك توك 200,000 متابع، وهو ما يعكس حجم الانتشار والتفاعل مع المحتوى خصوصًا في صفوف الفئات الشابة. تتسم العلاقة بين المنصة وجمهورها بطابع تشاركي وتفاعلي، إذ يُشجّع المتابعون على إرسال قصصهم وأسئلتهم، والتي يتم أحيانًا التطرق إليها خلال الحلقات. كما تسهم التعليقات والمناقشات التي تُنشر على هذه المنصات في تعزيز الطابع الحوارى للمبادرة وإشراك الجمهور في صياغة توجهات المحتوى.

أسهم بودكاست لها في إثراء المشهد الثقافي الرقمي في الجزائر من خلال مساهمته في نشر الوعي النفسي والاجتماعي حول قضايا غالبًا ما يتم تهميشها أو تجاهلها في الخطاب العام، وكسر التابوهات المرتبطة بالجسد، العاطفة، والعلاقات الاجتماعية. كما ساعد في تشجيع النساء على الإفصاح عن تجاربهن ضمن إطار داعم وغير قضائي، وساهم في بناء مجتمع رقمي نسوي يركز على قيم التضامن، الإنصات، والتجارب المشتركة. من خلال ذلك، أعاد البودكاست تشكيل العلاقة بين المرأة والفضاء العام، وقدم سردية بديلة قائمة على الاعتراف والخبرة الذاتية بوصفهما أدوات للتفكير والتحليل.

يمثل بودكاست لها تجربة رائدة في الإعلام النسوي الرقمي المستقل في الجزائر، من خلال دمج بين البعد التواصلى، المعرفى، والتحررى في مقاربة قضايا المرأة. وقد استطاع أن يُشكّل منبرًا تعبيريًا يجمع بين الفردى والجماعى، بين المحلى والإنسانى، مما يجعله نموذجًا مهمًا في دراسات الإعلام البديل والنوع الاجتماعى. كما يعكس قدرة الوسائط الرقمية على إحداث تغيير ثقافى تدريجى، يركز على سرديات حقيقية، ويُمهّد لتأسيس فضاءات أكثر شمولًا وعدالة فى تمثيل النساء داخل السرديات الوطنية والإعلامية.

¹ فريق موقع بودكاست لها

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أداة الدراسة

اعتمدت في هذه الدراسة على استمارة تحليل محتوى بوصفها الأداة الأساسية لجمع البيانات وتحليلها. وقد قمت بتصميم هذه الاستمارة خصيصًا لتناسب طبيعة الدراسة وموضوعها، الذي يركز على تمثيلات المرأة في بودكاست "لها".

جمعت الأداة بين التحليل الكيفي الذي يهتم بوصف وتفسير مضمون الحلقات، والتحليل الكمي من خلال مؤشرات مغلقة بنعم/لا، مما أتاح لي تتبع الأنماط المتكررة في تناول القضايا النسوية. تتكوّن الاستمارة من جزأين رئيسيين:

1. **البيانات التعريفية بالحلقات**، مثل: رقم الحلقة، عنوانها، تاريخ نشرها، مدتها، عدد المستمعين، وجود ضيف أو ضيفة، ونوع المحتوى (اجتماعي، ثقافي، حقوقي، شخصي...).

2. **تحليل مضمون الحلقة**، موزع على أربعة محاور أساسية:

- تمثيل المرأة في الحلقة
- الأساليب الإعلامية والتحديات المطروحة
- طريقة تناول المواضيع
- مدى مساهمة الحلقات في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي.

كما أضفتُ خانة مخصصة لتدوين **الملاحظات العامة** حول نقاط القوة والضعف في كل حلقة.

استخدمت هذه الأداة لتحليل **عشر حلقات** مختارة بشكل قصدي، تم بثها في سنة 2024 وهي فترة الدراسة التي اعتمدها لتقييم محتوى بودكاست "لها" من منظور إعلامي نسوي.

منهج الدراسة

اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لطبيعة الموضوع الذي أتناوله، والمتمثل في تحليل محتوى بودكاست "لها" باعتباره نموذجًا للإعلام الرقمي النسوي في

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجزائر. يهدف هذا المنهج إلى تحليل و وصف مضمون الحلقات وتحليل مضامينها من أجل فهم طبيعة تمثيل المرأة، والأساليب الإعلامية المستخدمة، والتحديات المطروحة داخل الفضاء الرقمي.

ومن خلال هذا المنهج، قمتُ بجمع معطيات كمية (مثل عدد الحلقات، نوع الموضوع، عدد المستمعين...)، إلى جانب معطيات كيفية مرتبطة بمضامين الحلقات، وطريقة السرد، ونوعية الرسائل المقدّمة حول قضايا المرأة.

كما استخدمتُ أداة تحليل المحتوى المصمّمة خصيصًا لهذه الدراسة، والتي مكنتني من تصنيف البيانات وفق محاور محددة، تتعلق بدور الإعلام الرقمي في تشكيل صورة المرأة، والأساليب الإعلامية المستعملة، والتحديات، بالإضافة إلى مدى مساهمة البودكاست في التمكين النسوي. وقد تم اختيار عينة قصدية مكونة من عشر حلقات نُشرت على قناة بودكاست "لها"

لهاPodcastالبطاقة التقنية لقناة:

لها Podcast الاسم :

النوع:اجتماعي نسوي

الدولة :الجزائر

الف 3.9 عدد المشتركين:

تاريخ الانشاء على اليوتيوب:10 نوفمبر 2018

عدد المشاهدات على اليوتيوب:319,083

رابط القناة:

**com/@lahapodcast?si=2ShixKgmUQ2e
02U0**



الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ثانياً: مناقشة وتحليل النتائج

في هذا الجزء من الفصل، يتم التعمق في تفسير النتائج التي أسفر عنها تحليل محتوى بودكاست "لها"، وربطها بالإطارين النظري والمنهجي للدراسة. تهدف المناقشة إلى فهم دلالة النتائج في سياق واقع الإعلام الرقمي المتخصص بقضايا المرأة. كما تسعى إلى إبراز نقاط القوة والقصور في المعالجة الإعلامية، ومدى استجابتها لاحتياجات الجمهور النسائي.

1. تحليل النتائج:

فئة الشكل : كيف قيل؟

بيانات تعريفية عن الحلقة

جدول رقم: 01 بيانات تعريفية عن الحلقات

الحلقة	العنوان	تاريخ النشر	رابط الفيديو
1	قرار تمديد عطلة الأمومة في الجزائر ... هل هو خطوة ايجابية نحو دعم حقوق المرأة العاملة؟	2024/6/ 29	https://youtu.be/nosDliupkD8?si=Vg8IXv8quqFgFnZg
2	الحوار: العنف الالكتروني من أخطر أنواع العنف على النساء و الفتيات	2024/7/21	https://youtu.be/dKW7MOhhjO0?si=TwHkb4H0Fk-XwLnC
3	الحوار مع الصحافية والكاتبة ياسمين بن حمادي للحديث عن كتابها اشواك خبر	2022/9/16	https://youtu.be/4OMlR13d3Ms?si=FEPrtE-iFdGHfWrg
4	أكلوزيون الرائدات الجزائريات تحت ضوء البودكاست	2024/10/15	https://youtu.be/8o2TFpfWeRM?si=DjVNPnbEg44mRiaR

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

https://youtube.com/watch?v=ki9rv7qUhV8&feature=shared	2024/12/1	الحوار مع مديرة مجلة غميضة نجاه بلعباس	5
https://youtube.com/watch?v=3bDPv90c5Ss&feature=shared	2025/2/15	حوار مع الطالبة الجزائرية اكرام عيس خريجة جامعة هارفارد الامريكية	6
https://youtu.be/YbQSpaYd9bM?si=g75g71xH-0Tp5DB8	2025/3/4	الحوار مع فائزة رياش محافظة المهرجان الوطني الثقافي للزي التقليدي الجزائري فيدورته الخامسة	7
https://youtube.com/watch?v=oT6SVGgeaSs&feature=shared	2025/4//5	الحوار مع سهام شؤيط كاتبة وفنانة تشكيلية حول إصدارها الأخير جزء من التاريخ	8
https://youtu.be/MvHtdOJIGuM?si=IQO3aQ2F4flxa3Mr	2025/5/6	Peut-on encore parler de liberté d'expression ? en Algérie	9
https://youtu.be/eqMHmvAXz00?si=opGGUIa8AYrsiCgi	2025/6/6	السيدة انيسة سماتي بلحسن :محامية في وعضوة في شبكة واستاذة جامعية في كلية الحقوق	10

اعتمدت في هذه الدراسة على تحليل عينة مكوّنة من عشر حلقات من بودكاست "لها"، تم اختيارها بعناية بهدف تغطية مواضيع متنوّعة مرتبطة بصورة المرأة في الإعلام الرقمي، خصوصاً من الزاوية الجزائرية. الحلقات التي تم تحليلها نُشرت على مدى زمني يمتد من سنة 2021 إلى سنة 2025، أي خلال فترة زمنية تسمح بتتبع بعض ملامح تطوّر الخطاب الإعلامي تجاه قضايا المرأة في الجزائر، خاصة في ظل التحوّلات المجتمعية والإعلامية الأخيرة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تضمنت الحلقات مواضيع غنية ومتنوعة، ما بين ملفات حقوقية حساسة، مثل العنف الإلكتروني ضد النساء والفنديات (الحلقة الثانية)، وموضوع تمديد عطلة الأمومة (الحلقة الأولى)، إلى جانب حوارات مع نساء جزائريات ناجحات في مجالات متعددة، كالأدب (الحلقة الثالثة مع الكاتبة ياسمين بن حمادي)، والإعلام الثقافي (الحلقة الخامسة مع مديرة مجلة "غميضة")، والفن التشكيلي (الحلقة الثامنة مع سهام شؤيط)، والتعليم العالي والنجاح الأكاديمي بالخارج (الحلقة السادسة مع الطالبة إكرام عيس خريجة جامعة هارفارد).

من خلال هذه الحلقات، لاحظتُ أن بودكاست "لها" لا يكتفي بطرح مواضيع سطحية أو ترويجية، بل يفتح على نقاشات معمّقة تمسّ جوهر التحديات التي تواجهها المرأة الجزائرية اليوم. فمثلاً، في الحلقة السابعة التي استضيفت فيها فائزة رياس، محافظة مهرجان الزي التقليدي، طُرحت العلاقة بين الثقافة والهوية النسوية، وهو جانب نادرًا ما يُسلط عليه الضوء في الإعلام التقليدي. أما الحلقة التاسعة، التي جاءت بالفرنسية، فطرحت تساؤلًا مباشرًا حول واقع حرية التعبير في الجزائر، وهي زاوية سياسية ومجتمعية تُظهر أن صوت المرأة في هذا البودكاست لا ينحصر في النطاق الخاص، بل يتعداه إلى المجال العام.

الروابط المرافقة لكل حلقة، وتواريخ النشر، وفئات المواضيع المقدمة، ساعدتني على بناء جدول مرجعي واضح سهل عملية تصنيف المحتوى وتحليله لاحقًا. كما أن تنوع الضيوف والموضوعات يعبر عن محاولة واعية من القائمين على البودكاست لتقديم صورة أكثر واقعية، مرآوية، وأحيانًا نقدية، لدور المرأة في المجتمع الجزائري، من دون الوقوع في التكرار أو التتميط.

بالتالي، هذا الجدول لا يُعتبر مجرد أداة تنظيمية، بل يمثل نقطة انطلاق حيوية لقراءة الأبعاد الرمزية، اللغوية، والتمثيلية

التي اعتمدها البودكاست في تشكيل خطاب نسوي رقمي له خصوصيته وسياقه المحلي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

مدة الحلقات:

الجدول رقم 02: يمثل مدة التي يترواح عليها الفيديوهات

المدة	النتائج	
	التكرار	النسبة %
من 5 إلى 15 د	3	30
من 16 إلى 30 د	6	60
من 30 د فأكثر	1	10
المجموع	10	100

يمثل الجدول

رقم (02) توزيع الحلقات العشر من بودكاست "لها" حسب مدة الفيديو، ويكشف عن تفاوت واضح في زمن الحلقات، مما يعكس تنوعاً في أسلوب التقديم ومعالجة المواضيع.

فقد تبين أن غالبية الحلقات (6 حلقات من أصل 10) تتراوح مدتها بين 16 إلى 30 دقيقة، بنسبة 60%، وهو ما يدل على ميل البودكاست إلى تقديم محتوى متوسط الطول، يسمح بالتحليل والنقاش دون الإطالة المفرطة التي قد تؤثر على انتباه الجمهور. في المقابل، نجد أن ثلاث حلقات (30%) كانت قصيرة نسبياً، مدتها ما بين 5 إلى 15 دقيقة، مما قد يشير إلى تبني أسلوب موجز في بعض المواضيع أو استهداف جمهور يبحث عن محتوى سريع ومباشر. أما الحلقات التي تجاوزت 30 دقيقة فكانت نادرة، بحلقة واحدة فقط (10%)، ما يعكس أن الامتداد الزمني الطويل ليس خياراً شائعاً لدى صانعي هذا المحتوى، ربما لاعتبارات تتعلق بمدى تفاعل الجمهور أو نوعية الموضوعات. بناءً على ذلك، يمكن القول إن بودكاست "لها" يوازن بين العمق والإيجاز، ويحرص على تقديم محتوى متنوع في مدته بما يتلاءم مع طبيعة الموضوع والمتلقي، مع ميل ملحوظ نحو الحلقات المتوسطة الطول التي تسمح بطرح القضايا ومناقشتها بسلاسة ووضوح.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

عدد المستمعين:

الجدول رقم 03: يمثل عدد المستمعين لكل فيديو

النتائج		المشاهدة
النسبة %	التكرار	
30	3	من 50 الى 100
40	4	من 100 الى 200
10	1	من 200 الى 300
20	2	300 فأكثر
100	10	المجموع

يعرض الجدول رقم (03) توزيع عدد المشاهدات لحلقات بودكاست "لها"، وهو مؤشر مهم على مدى تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم، ويعكس مستوى الانتشار والاهتمام الذي تحظى به كل حلقة على حدة.

يتبين من البيانات أن الفئة الأكثر تكرارًا من حيث عدد المشاهدات كانت ما بين 100 إلى 200 مشاهدة، حيث سجّلت 4 حلقات ضمن هذا النطاق بنسبة 40%، مما يشير إلى أن معظم حلقات بودكاست تحظى بقدر متوسط من التفاعل الجماهيري. أما الفئة الأدنى (50 إلى 100 مشاهدة)، فقد شملت 3 حلقات بنسبة 30%، وهو ما يدل على وجود بعض الحلقات التي لم تلق رواجًا كبيرًا، ربما بسبب الموضوع المطروح أو توقيت النشر.

في المقابل، حلقة واحدة فقط تجاوز عدد مشاهداتها 200 وتوقف عند 300، بنسبة 10%، وهي نسبة ضئيلة تشير إلى محدودية الوصول للحلقات ذات نسب المشاهدة الأعلى. بينما نجد أن 20% من الحلقات (حلقتان) تجاوزت عتبة الـ 300 مشاهدة، وهو ما يُعد مؤشرًا إيجابيًا نسبيًا على وجود بعض الحلقات التي حققت اهتمامًا أكبر من قبل المتابعين، ربما بسبب شهرة الضيف أو حساسية الموضوع المطروح.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

بشكل عام، تُظهر هذه الأرقام أن بودكاست "لها" لا يزال في طور بناء قاعدة جماهيرية مستقرة، وأن مستوى المشاهدة متباين، ما يفرض على القائمين عليه ضرورة دراسة تفضيلات الجمهور بشكل أعمق، وتحسين آليات الترويج والمحتوى لزيادة مدى الانتشار والتفاعل.

نوع المحتوى:

الجدول 04: يمثل متغير نوع المحتوى

النتائج		المحتوى
النسبة %	التكرار	
50	5	قضية اجتماعية متعلقة بالمرأة
30	3	قضية ثقافية متعلقة بالمرأة
10	1	قضية حقوقية متعلقة بالمرأة
10	1	قضية شخصية متعلقة بالمرأة
100	10	المجموع

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يعكس الجدول رقم (04) توزيع نوع المحتوى الذي تناولته حلقات بودكاست "لها"، وهو مؤشر أساسي يساعد في فهم التوجه العام للبرنامج والرسائل التي يسعى إلى إيصالها.

يتضح من البيانات أن القضايا الاجتماعية احتلت الحيز الأكبر من الاهتمام، حيث شكّلت نسبة 50% من إجمالي الحلقات المدروسة (5 حلقات من أصل 10). وهذا يدل على تركيز البودكاست بشكل رئيسي على طرح مشكلات اجتماعية تمس حياة المرأة اليومية، مثل العمل، العنف الإلكتروني، الأمومة، والتمكين المجتمعي، مما يعكس وعياً بدور الإعلام الرقمي في تسليط الضوء على تحديات المرأة في محيطها الاجتماعي.

أما القضايا الثقافية، فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 30%، وهو ما يُظهر اهتماماً ملحوظاً بإبراز الجانب الإبداعي والمعرفي للمرأة، سواء عبر تسليط الضوء على إنجازاتها الفنية أو من خلال الحوار مع شخصيات نسوية بارزة في مجالات الأدب والفكر والثقافة.

بينما لم تحتل القضايا الحقوقية والشخصية سوى نسبة 10% لكل منهما، أي بطلقة واحدة لكل نوع، ما يشير إلى أن هذه المواضيع، رغم أهميتها، لم تكن محوراً رئيسياً في العينة المدروسة. وقد يُعزى هذا إلى صعوبة تناول الحقوقي المتخصص أو إلى تركيز البودكاست على جوانب أقل جدلية وأكثر جذباً للجمهور.

بشكل عام، يُظهر هذا التوزيع أن بودكاست "لها" يعتمد بالدرجة الأولى على طرح مواضيع ذات صلة مباشرة بالحياة الاجتماعية والثقافية للمرأة الجزائرية، مما يعكس محاولة لتحقيق توازن بين التوعية، التثقيف، والتأثير المجتمعي ضمن إطار سهل التلقّي وقريب من هموم الجمهور.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

اللغة المستعملة في البودكاست:

الجدول رقم 05: يمثل نوعية اللغة المستخدمة في كل فيديو

اللغة	النتائج	
	النسبة %	التكرار
اللغة بالعربية	90	9
الإنجليزية	0	0
الفرنسية	10	1
المجموع	100	10

يعكس الجدول رقم 05 توزيع اللغات المستعملة في الحلقات العشر من بودكاست "لها"، ويوضح التوجه اللغوي الذي يعتمده هذا المحتوى الرقمي في مخاطبة جمهوره. وقد أظهرت النتائج أن الغالبية الساحقة من الحلقات اعتمدت على اللغة العربية، حيث استُخدمت في تسع حلقات من أصل عشر، أي بنسبة 90%. هذا المعطى يشير إلى أن القائمين على البودكاست يولون أهمية كبيرة للتواصل مع الجمهور المحلي بطريقة مفهومة وسهلة، تضمن استيعاب الرسائل المطروحة، خصوصًا عندما يتعلق الأمر بقضايا تمس المرأة الجزائرية والمجتمع بصفة عامة.

استخدام اللغة العربية يعكس كذلك الرغبة في الحفاظ على هوية البودكاست الثقافية والاجتماعية، ويؤكد أن الهدف الأساسي هو التأثير داخل الفضاء المحلي، عبر مخاطبة المستمعين بلغتهم اليومية التي تُلامس واقعهم وتفاصيل حياتهم. كما أن اللغة العربية تتيح تقديم محتوى بسيط، مباشر، وفعال، دون الحاجة إلى وسائط لغوية قد تُعيق الفهم أو تُقلل من التأثير المرجو.

من جهة أخرى، تبرز اللغة الفرنسية في حلقة واحدة فقط من الحلقات العشر، أي بنسبة 10%. ورغم أن الفرنسية لا تزال حاضرة في المشهد الإعلامي الجزائري، خصوصًا في

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الأوساط الأكاديمية والثقافية، إلا أن ظهورها المحدود في البودكاست يدل على أنها لم تكن الخيار الأول للتواصل، ربما لأن البودكاست يُفضّل الوصول إلى أوسع شريحة ممكنة من الجمهور الذي يتفاعل أكثر باللغة العربية.

أما اللغة الإنجليزية فلم تُستخدم إطلاقاً في أي حلقة (0%)، مما يعكس غياب التوجه نحو جمهور دولي أو نحو النخب المتخصصة التي قد تكون أكثر ارتياحاً للتفاعل مع المحتوى الإنجليزي. وبهذا، يمكن القول إن بودكاست "لها" يُخاطب بالدرجة الأولى جمهوراً محلياً، نسائياً وشبابياً، ويحرص على إيصال رسائله الاجتماعية والحقوقية والثقافية بلغة مألوفة، تضمن الانخراط والاستيعاب والتفاعل.

في المجمل، توضح هذه النتائج أن اللغة ليست فقط وسيلة لنقل المعلومات في هذا البودكاست، بل هي أيضاً أداة استراتيجية في بناء العلاقة مع الجمهور، وتعزيز القرب والتأثير في المتلقي، مما يجعل الاختيار اللغوي عنصراً مهماً في فهم هوية البودكاست واتجاهه.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

بعض القضايا وتهميش أخرى.

التفاعل مع الفيديوهات:

الجدول رقم 06: يبين تفاعل الجمهور مع عينة الدراسة

التعليقات النصية	الإعجابات	الإيموجي	الردود	إجمالي التفاعل	الفيديو
40	150	40	12	250	الفيديو 1
38	140	36	10	230	الفيديو 2
30	135	35	9	214	الفيديو 3
25	120	30	8	190	الفيديو 4
28	125	32	10	200	الفيديو 5
26	110	28	8	178	الفيديو 6
24	115	29	9	181	الفيديو 7
22	105	30	10	172	الفيديو 8
27	115	30	10	188	الفيديو 9
20	135	30	10	201	الفيديو 10
280	1,350	320	96	2,104	المجموع

بالاعتماد على الجدول الذي يوضح التفاعل الرقمي مع 10 فيديوهات من بودكاست "لها"، يمكن القول إن التفاعل الجماهيري جاء متفاوتاً من حيث الحجم والنوعية، مما يعكس تبايناً في استقبال الجمهور للمواضيع المطروحة. فقد تصدر الفيديو الأول من حيث إجمالي التفاعل (250)، يليه الفيديو الثاني (230)، وهو ما يشير إلى أن هذين الفيديوهين ربما تناولا قضايا أكثر إثارة للجدل أو قريباً من اهتمامات المتابعين، في حين سجل الفيديو الثامن أدنى تفاعل (172)، ما قد يدل على موضوع أقل جذباً أو طابع أكثر هدوءاً. الإعجابات كانت الشكل الأكثر شيوعاً للتفاعل، حيث بلغت 1,350، وهو ما يمثل غالبية التفاعل الكلي، ويعكس رضا الجمهور بشكل غير لفظي. أما التعليقات النصية فقد بلغت 280 تعليقاً، وهي تمثل نسبة من التفاعل النقدي أو النقاشي، حيث برز الفيديو

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الأول أيضًا كأكثر الفيديوهات من حيث التفاعل النصي، مما يدل على انخراط الجمهور في النقاش حول محتواه. من جهة أخرى، استخدم الإيموجي في 320 حالة، ما يعكس شكلاً من أشكال الدعم العاطفي السريع، بينما سجلت الردود على التعليقات 96، ما يدل على وجود حوار داخلي بين المتابعين أنفسهم. بشكل عام، يُظهر هذا الجدول أن بعض القضايا النسوية المطروحة في البودكاست تحقّق الجمهور على النقاش والمشاركة، بينما يتم استقبال قضايا أخرى بتفاعل هادئ أو رمزي فقط، ما يكشف عن تفاوت في الأهمية المدركة من طرف الجمهور أو درجة حساسية المواضيع المطروحة.

أنواع اللقطات

الجدول رقم (07): توزيع أنواع اللقطات

نوع اللقطة	التكرار	النسبة (%)
لقطة قريبة	4	40%
لقطة متوسطة	4	40%
لقطة بعيدة	2	20%
الإجمالي	10	100%

يعكس الجدول رقم (07) توزيع أنواع اللقطات المستخدمة في عينة من 10 مشاهد ضمن البودكاست النسائي محل الدراسة، ويُظهر توازناً واضحاً في استخدام اللقطات القريبة والمتوسطة، حيث استُخدمت كل منهما بنسبة 40%، ما يعادل 4 مرات لكل نوع. هذا التوازن يدل على توجه بصري واعٍ نحو إبراز كل من تعابير الوجوه (من خلال اللقطة القريبة)، والمحيط المباشر أو لغة الجسد العلوية (عبر اللقطة المتوسطة)، وهو أسلوب شائع في البرامج الحوارية، خاصة تلك التي تُعنى بقضايا المرأة، لما توفره من حس تواصلية وإنساني قريب من المتلقّي. أما اللقطة البعيدة، فقد تم توظيفها بنسبة أقل (20%)، ما يعادل مرتين فقط، ويُحتمل أن استخدامها اقتصر على لقطات افتتاحية أو لإظهار الخلفية أو فضاء التصوير العام. يبين هذا التوزيع أن التركيز البصري كان موجّهاً أساساً نحو الحوار الوجداني والانفعالي، إذ تساعد اللقطات القريبة والمتوسطة على خلق ألفة بصرية بين المتحدث والمشاهد، بما ينسجم مع طبيعة البودكاست الذي يستهدف تقديم صوت نسائي حميمي ومعبر.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول 08: يمثل درجات اللون المستخدمة

التصنيف اللوني	اللون المستخدم	التكرار	النسبة (%)
الألوان الدافئة الهادئة	الوردي الباهت / الخوخي	4	40%
الألوان الباردة الناعمة	الأزرق الفاتح / الأخضر الزجاجي	3	30%
الألوان المحايدة	الأبيض / البيج / الرمادي الفاتح	3	30%
الإجمالي	—	10	100%

الجدول رقم (08) يوضح الألوان المستخدمة في خلفيات أو تفاصيل مشاهد البودكاست، والتي من خلالها نقدر نفهم شوية عن الجو العام اللي تحاول صانعات المحتوى يخلقوه. نلاحظ أن أكثر الألوان حضورًا كانت الدرجات الدافئة والهادئة مثل الوردي الباهت واللون الخوخي، بنسبة 40%. اختيار هذي الألوان مش عشوائي، لأنها تعكس جو مريح، ناعم، وأثوي، وهي ألوان قريبة من الهوية البصرية لأي محتوى موجه للنساء، خاصة لما يكون حوارى أو شخصي.

أما الألوان الباردة الناعمة مثل الأزرق الفاتح والأخضر الزجاجي، فظهرت بنسبة 30%. هذي الدرجات عادةً تعطي إحساس بالهدوء والسكينة، وتساعد المشاهد يحس بالاسترخاء والانتباه للمحتوى بدون إزعاج بصري. وبنفس النسبة (30%)، كانت هناك ألوان محايدة مثل الأبيض والبيج والرمادي الفاتح، وهي غالبًا تُستخدم كلون خلفية أو في الأثاث والديكور، لأنها ما تشد الانتباه كثير، لكنها تضيف لمسة من الأناقة والبساطة.

بشكل عام، واضح أن اختيار الألوان في البودكاست ما كان اعتباطي، بل فيه نية لخلق بيئة مريحة بصريًا ومتناسبة مع المواضيع اللي تُطرح، خصوصًا لما تكون إنسانية أو فيها جانب وجداني. اللون هنا مش مجرد زينة، بل أداة تكمل الرسالة وتعززها.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

فئة المضمون : ماذا قيل ؟

المحور الأول: دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة في المجتمع

الجدول رقم 09: نتائج المحور الاول

المحور	المؤشر	نعم		لا	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة في المجتمع	هل تعرض الحلقة المرأة بصورة إيجابية وفاعلة؟	9	90	1	10
	هل تم تقديم نماذج نسائية ناجحة/ملهمة؟	8	80	2	20
	هل تم تناول أدوار المرأة في مجالات متعددة (سياسية، اقتصادية، تعليمية...)?	8	80	2	20
	هل تم تفكيك أو نقد الصور النمطية السائدة حول المرأة؟	9	90	1	10

يُظهر تحليل معطيات المحور الأول أن بودكاست "لها" يسهم بشكل ملموس في إعادة تشكيل صورة المرأة داخل الفضاء الرقمي، من خلال تقديم تمثيلات إعلامية إيجابية ومعاصرة تواكب التحولات الثقافية والاجتماعية في الوطن العربي. ويُمكن فهم هذه النتائج بعمق أكبر من خلال توظيف نظرية التمثيل (**Representation Theory**) التي طورها ستيفارت هول، والتي تفترض أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع بشكل محايد، بل تعيد إنتاجه ضمن أطر ثقافية وخطابية محددة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

فوفقًا للبيانات، فقد عمد القائمون على البودكاست إلى إنتاج صورة رمزية جديدة للمرأة؛ إذ أظهرت 9 من أصل 10 حلقات (بنسبة 90%) المرأة كشخصية فاعلة ومؤثرة، ما يدل على وعي صنّاع المحتوى بأهمية الخطاب التمثيلي في تغيير المخيال الاجتماعي. لم يُقدّم هذا التمثيل في صيغته التقليدية السائدة، بل تمت إعادة بناء صورة المرأة كمحركة للتغيير، لا كمتلقية له. وهذه النتيجة تتسجم تمامًا مع فرضية ستوارت هول القائلة إن وسائل الإعلام تُعيد تشكيل "الواقع الاجتماعي" بما يخدم خطابات معينة، وفي هذه الحالة، خطاب التمكين والتغيير.

أما من منظور نظرية النوع الاجتماعي (Gender Theory)، فإن التركيز على قصص النجاح النسائية في 8 من الحلقات (80%) يُعد تأكيدًا على أن البودكاست يتبنى تمثيلًا للنوع الاجتماعي لا يركز على البُعد البيولوجي فحسب، بل يُظهر المرأة كفاعل اجتماعي يتحدى القيود الجندرية. ويُساهم هذا التوجه في كسر الحدود التقليدية بين الأدوار "الذكورية" و"الأنثوية"، وي طرح تصورات جديدة أكثر توازنًا وعدالة حول إمكانيات النساء.

علاوة على ذلك، تناولت 80% من الحلقات أدوار المرأة في مجالات متنوعة (سياسية، اقتصادية، تعليمية، ثقافية)، وهو ما يتقاطع مع الرؤية النسوية التي ترى في التنوع الجندري في الأدوار والمجالات مظهرًا من مظاهر العدالة الاجتماعية. ويكشف ذلك عن خطاب إعلامي منفتح لا يحصر المرأة في إطار العائلة والرعاية، بل يعترف بمكانتها في الفضاء العام ومساهمتها في التنمية.

أما فيما يتعلق بتفكيك الصور النمطية، فقد نجحت 90% من الحلقات في مساءلة هذه التصورات عبر عرض نماذج وتجارب تناقض الخطابات السائدة. ومن خلال نظرية التمثيل، يمكن القول إن البودكاست لا يكتفي فقط بعكس التغيير الاجتماعي بل يُشارك في صنعه من خلال إنتاج خطابات بديلة تُزعزع "التمثيلات المألوفة" وتُعيد تعريف صورة المرأة في الوعي الجمعي.

وبناءً عليه، فإن بودكاست "لها" لا يُقدّم مجرد محتوى إعلامي، بل يُمثل فضاءً رمزيًا لإعادة بناء صورة المرأة وفقًا لرؤية تمكينية حديثة. ومن خلال استحضار نظريات التمثيل والنوع الاجتماعي، يتضح أن البودكاست يسعى إلى إعادة تشكيل بنية الوعي المجتمعي عبر ترسيخ صور إيجابية للمرأة، وتوسيع حدود دورها الاجتماعي والثقافي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثاني: الأساليب والتحديات الإعلامية في معالجة قضايا المرأة عبر الإعلام الرقمي

البند الاول : الأساليب الإعلامية المستخدمة

الجدول 10 يمثل متغير الأساليب الإعلامية المستخدمة

المحور	المؤشر	نعم		لا	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الأساليب والتحديات الإعلامية في معالجة قضايا المرأة عبر الإعلام الرقمي	استخدام أسلوب السرد القصصي أو شهادات شخصية	90	9	10	1
	عرض آراء خبراء أو مختصين في المجال	90	9	10	1
	استخدام لغة مفهومة وبعيدة عن التعقيد أو التحيز	90	9	10	1
	استحضار سياق اجتماعي أو ثقافي متصل بالقضية	90	9	10	1
	وجود تفاعل مع الجمهور (مداخلات، أسئلة، تعليقات...)	50	05	50	5

يعكس الجدول رقم 07، المتعلق بـ الأساليب الإعلامية المستخدمة في بودكاست "لها"، صورة شاملة عن مدى التزام صنّاع المحتوى بأساليب إعلامية حديثة تتماشى مع خصائص الإعلام الرقمي، خصوصًا في معالجة قضايا المرأة. وقد أظهرت نتائج التحليل تكرارات متفاوتة تشير إلى تباين في توظيف هذه الأساليب بين الحلقات.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يتضح من الجدول أن أسلوب السرد القصصي أو الشهادات الشخصية حظي بنسبة استخدام مرتفعة، حيث تم اعتماده في 9 حلقات من أصل 10، بنسبة 90%. هذا يدل على أن البرنامج يُعطي أولوية لسرد التجارب الواقعية باعتبارها وسيلة فعالة لعرض القضايا من منظور إنساني وشخصي، وهو ما يُسهم في تحقيق القرب العاطفي مع المستمعين.

كما أن عرض آراء خبراء أو مختصين كان حاضرًا بنفس النسبة (90%)، ما يدل على حرص القائمين على البرنامج على تقديم مضمون غني ومُدعم برأي علمي وتحليل مهني، يبتعد عن الطرح السطحي أو الانطباعي، ويُرسخ موثوقية الرسالة الإعلامية الموجهة.

أما استخدام لغة بسيطة ومفهومة وبعيدة عن التحيز أو التعقيد، فقد سُجّل أيضًا في 9 حلقات (90%)، وهو مؤشر إيجابي على سلاسة الخطاب ووضوحه، بما يضمن وصول المعلومة لفئات مختلفة من الجمهور دون حاجز لغوي أو معرفي. يُعدّ هذا الاستخدام للغة عنصرًا مهمًا في الإعلام الرقمي، لأنه يُساعد في تعزيز الانتشار والتأثير.

وعلى صعيد استحضار السياق الاجتماعي أو الثقافي المتصل بالقضية المطروحة، سُجّل ذلك كذلك في 90% من الحلقات. هذا يُبيّن وعيًا متقدمًا بأهمية ربط القضايا المطروحة بالبيئة المحيطة، مما يُضفي واقعية على النقاش، ويمنح المستمعين إطارًا واضحًا لفهم أبعاد القضايا المرتبطة بالمرأة.

أما العنصر الذي أظهر تباينًا كبيرًا، فكان وجود التفاعل مع الجمهور (مداخلات، أسئلة، تعليقات...)، حيث تحقق فقط في 5 حلقات بنسبة 50%، وغاب في النصف الآخر. هذا التفاوت يكشف أن البودكاست لم يرسخ بعد عنصر التفاعلية كجزء ثابت من أسلوبه، رغم أن التفاعل يُعد أحد الركائز الأساسية للإعلام الرقمي المعاصر، الذي يقوم على الانفتاح والتشاركية مع الجمهور.

بالاعتماد على نظرية وضع الأجندة، يُمكن فهم أن بودكاست "لها" لا يكتفي بعرض قضايا المرأة، بل يُساهم في توجيه اهتمام الجمهور نحو موضوعات معينة، من خلال التركيز على قضايا اجتماعية وثقافية مثل العنف، التمكين، والصحة النفسية، بينما يتم إغفال بعض الجوانب مثل القضايا السياسية أو القانونية.

هذا الانتقاء يعكس دور القائمين على البودكاست في تحديد الأولويات الإعلامية، وهو ما يتماشى مع فرضيات النظرية التي تؤكد أن وسائل الإعلام تُحدّد للناس "ما يفكرون فيه" من خلال إبراز كما

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ظهر أن الأساليب الإعلامية المستخدمة - مثل السرد القصصي وتوظيف التجارب الواقعية - ساعدت على تقريب القضايا من الجمهور، رغم استمرار بعض التحديات مثل التحفظ عند مناقشة موضوعات حساسة أو الخوف من تجاوز الخطوط الثقافية، مما يُشير إلى وجود توازن بين الجرأة والانضباط الإعلامي.

بشكل عام، يتضح أن بودكاست "لها" يوظف أغلب الأساليب الإعلامية الحديثة بشكل متوازن، مع تركيز واضح على السرد الشخصي، التحليل المتخصص، واللغة المبسطة. ومع ذلك، يُلاحظ أن عنصر التفاعل مع الجمهور لم يُوظف بصورة دائمة أو كافية، مما يُعد نقطة يمكن تطويرها مستقبلاً لتعزيز العلاقة بين البرنامج والمستمعين، وإعطاء مساحة أكبر لأصوات الجمهور، خاصة في قضايا تمسهم مباشرة مثل قضايا المرأة.

البند الثاني: التحديات الإعلامية الملاحظة

الجدول رقم 11 يمثل التحديات الإعلامية الملاحظة

المحور	المؤشر	نعم		لا	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة في المجتمع	هل واجهت الحلقة تحفظاً أو رقابة ضمنية أو صريحة؟	9	90	1	10
	هل ظهرت صعوبة في التوازن بين الجرأة والتحفظ؟	7	70	3	30
	هل تم ذكر أو الإشارة إلى عقبات تواجه النساء في الإعلام الرقمي؟	7	70	3	30

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يعرض الجدول رقم 08 المرتبط ب البند الثاني: التحديات الإعلامية الملاحظة، مجموعة من المؤشرات التي تهدف إلى استكشاف الصعوبات والعوائق التي تواجه الإعلام الرقمي المتخصص عند معالجته لقضايا المرأة. وتُظهر النتائج أن معظم الحلقات التي تم تحليلها واجهت تحديات فعلية، سواء في شكل رقابة، أو في محاولات تحقيق التوازن بين الطرح الجريء والمحافظ، أو في تسليط الضوء على العقبات التي تواجه النساء.

- الرقابة والتحفّظ : أظهرت 9 حلقات من أصل 10 (بنسبة 90%) وجود شكل من أشكال التحفظ أو الرقابة، سواء كانت ضمنية أو صريحة، وهو ما يشير إلى أن المواضيع المتعلقة بالمرأة لا تزال تُطرح بحذر في المجال الإعلامي، ويُحتمل أن تكون هناك قيود مرتبطة بالبيئة الثقافية أو السياسية أو الاجتماعية تؤثر على حرية الطرح. بينما لم تُسجّل سوى حالة واحدة فقط (10%) لم تتأثر بهذه التحفظات، مما يعكس ضيق هامش التعبير الكامل عند مناقشة بعض المواضيع الحساسة.

- التوازن بين الجرأة والتحفّظ : ظهرت هذه الصعوبة في 7 حلقات (70%) ، ما يدل على أن المنتجين والمقدمين يجدون أنفسهم في كثير من الأحيان أمام معضلة: كيف يناقشون القضايا النسائية بجرأة دون أن يصطدموا بالمحاذير الاجتماعية أو الثقافية؟ وهذه النسبة تكشف عن وجود نوع من "الرقابة الذاتية" أو محاولات مستمرة للمناورة داخل مساحات تعبير ضيقة، وهو ما قد يحد أحياناً من عمق الطرح أو حيويته.

- الإشارة إلى العقبات التي تواجه النساء في الإعلام الرقمي : تكررت في 7 حلقات أيضاً (70%) ، مما يعني أن البرنامج لا يغفل تناول التحديات التي تواجه النساء العاملات أو المستخدمات للإعلام الرقمي، مثل التمييز، التمييز، أو العنف الإلكتروني. غير أن غياب هذا الطرح في 3 حلقات (30%) يشير إلى أن هناك بعض الحلقات التي لم تتطرق بوضوح إلى العقبات الهيكلية أو الاجتماعية التي تعيق المرأة في هذا المجال، إما بسبب خصوصية موضوع الحلقة أو بسبب توجه الطرح.

يتضح من خلال هذا المحور أن الإعلام الرقمي المتخصص، كما يتمثل في بودكاست "ها"، يواجه بالفعل تحديات حقيقية في معالجة قضايا المرأة، تتراوح بين القيود المفروضة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

على الطرح، ومحاولة الحفاظ على التوازن بين الصراحة والمتطلبات الثقافية، وكذلك في إبراز العوائق التي تتعرض لها النساء في الفضاء الرقمي. ورغم هذه التحديات، فإن نسبة التناول العالية لهذه الجوانب تُظهر وعياً إعلامياً متنامياً، إلا أن الحاجة تبقى قائمة لمزيد من الجرأة والانفتاح في الطرح، بما يُعزز دور هذا النوع من الإعلام في التغيير المجتمعي.

المحور الثالث: أساليب التناول في بودكاست "لها"

الجدول رقم 12: يمثل أساليب التناول في بودكاست لها

المحور	المؤشر	نعم		لا	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
المحور الثالث: أساليب التناول في بودكاست "لها"	هل تم توظيف قصص وتجارب واقعية بطريقة فعّالة؟	9	90	1	10
	هل المواضيع متنوعة (اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، صحية...)?	9	90	1	10
	هل يتم إشراك النساء أنفسهن في سرد قضاياهن؟	8	80	2	20
	هل تم تقديم حلول أو توصيات ضمن النقاش؟	7	70	3	30

في تحليل مضمون الحلقات الخاصة ببودكاست "لها"، يتضح أن القصص والتجارب الواقعية كانت حاضرة بقوة، حيث تم توظيفها بشكل فعّال في 90% من الحلقات المدروسة. هذا يعني أن البرنامج يعتمد بشكل كبير على السرد الواقعي وتجارب النساء، وهو أسلوب ناجح في جذب المستمعين وتعزيز المصداقية. استخدام هذه الطريقة يجعل

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المحتوى أكثر قربًا من الواقع وأكثر تأثيرًا في الجمهور. ومع ذلك، تشير نسبة 10% إلى وجود حلقة واحدة لم تعتمد على هذا الأسلوب، ما قد يمثل نقطة يجب الالتفات لها لتحسين التوازن في الطرح.

أما فيما يخص تنوع المواضيع، فقد جاءت النتائج إيجابية أيضًا، إذ أظهرت 90% من الحلقات تناولًا لمواضيع مختلفة تمس الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وحتى الصحية في حياة المرأة. هذا التنوع يُعد نقطة قوة للبودكاست، إذ يُسهم في جذب فئات أوسع من الجمهور ويمنح صورة شاملة عن قضايا المرأة. لكن، من الجدير بالذكر أن حلقة واحدة فقط افتقرت إلى هذا التنوع، مما يشير إلى ضرورة الحفاظ على هذا المستوى من التعدد في المواضيع باستمرار.

وبالنسبة إلى مشاركة النساء في سرد قضاياهن بأنفسهن، فقد سُجلت نسبة 80% للحلقات التي تم فيها إعطاء النساء مساحة للتحدث عن تجاربهن ومواقفهن، ما يدل على توجه إيجابي في منح المرأة صوتًا حقيقيًا وفعاليًا في سرد الواقع. في المقابل، هناك 20% من الحلقات لم تُتَح فيها هذه المشاركة المباشرة، ما قد يقلل من حيوية الخطاب النسائي ويحد من تمثيل الذات النسوية في بعض المواضيع.

أخيرًا، فيما يتعلق بتقديم حلول أو توصيات ضمن النقاش، فقد بلغ عدد الحلقات التي احتوت على هذه العناصر 7 من أصل 10، أي بنسبة 70%. وهذه نتيجة مقبولة، حيث أن طرح الحلول لا يقل أهمية عن عرض المشكلات. ومع ذلك، فإن وجود 3 حلقات (30%) لم تقدم حلولًا مباشرة يُبرز فجوة في التناول، ويُعتبر جانبًا يمكن تطويره مستقبلاً لضمان تحقيق البودكاست لأثره التوعوي والتوجيهي بشكل أفضل.

نظرية التمثيل (Representation Theory) تُعد الخيار الأنسب لتحليل أساليب التناول في بودكاست "لها"، إذ تركز هذه النظرية على كيفية إعادة إنتاج الإعلام لواقع المرأة من خلال اللغة والصور والرموز المستخدمة في المحتوى.

وفقًا لهذه النظرية، يُعاد إنتاج صورة المرأة ليس فقط عن طريق عرضها كما هي، وإنما من خلال استحضار رسائل معقدة تُشكّل فهم الجمهور لها. في سياق بودكاست "لها"، يُستخدم أسلوب السرد القصصي وعرض التجارب الشخصية لتقديم المرأة بصورة فاعلة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ومُلهمَة. هذا التقديم يُظهر أن المنتجين لا يكتفون بعرض وقائع الحياة اليومية، بل يعملون أيضًا على بناء صورة جديدة للمرأة تتجاوز الأدوار التقليدية المحددة لها، لتظهر كعنصر محوري في التغيير الاجتماعي.

من خلال تحليل الحلقات، نجد أن البودكاست يستعين بنماذج نسائية ناجحة تساهم في تفكيك الصور النمطية، حيث يتم تسليط الضوء على قصص نجاح تُلهم الجمهور وتبرز أن المرأة ليست مجرد متلقية للظروف بل قادرة على الإسهام في مختلف المجالات. هذا النهج يتفق مع فرضية نظرية التمثيل التي تقول إن الوسائط الإعلامية تُعيد تشكيل الواقع عبر الخطابات البصرية واللغوية التي تُبرز جانبًا معينًا من شخصية المرأة، مما يؤثر في الإدراك العام لها.

وباختصار، فإن استخدام نظرية التمثيل في تحليل أساليب التناول في بودكاست "لها" يُظهر كيف يُسهم البرنامج في بناء صورة إيجابية ومعاصرة للمرأة، من خلال تقديم نماذج حية تتحدى الأنماط التقليدية، وتعزز فكرة أن المرأة فاعلة ومؤثرة في جميع مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

بوجه عام، تعكس النتائج أن بودكاست "لها" يتبنى أساليب إعلامية فعّالة في طرح قضايا المرأة، لكنه بحاجة إلى مزيد من التوازن والاستمرارية في بعض الجوانب، خاصة إشراك النساء بشكل مباشر وتقديم الحلول في كل الحلقات.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الرابع: مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي

الجدول رقم 13: يمثل مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي

المحور	المؤشر	نعم		لا	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
المحور الرابع: مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي	هل تتناول الحلقة مواضيع تمس حقوق المرأة (الصحة، التعليم، العمل، الحماية القانونية)؟	9	90	1	10
	هل يتم التركيز على تمكين المرأة ومشاركتها المجتمعية؟	9	90	1	10
	هل هناك رسالة تثقيفية واضحة موجهة للجمهور؟	9	90	1	10
	هل تعكس الحلقة تطوراً في النظرة المجتمعية للمرأة؟	9	90	1	10
	هل تستعرض الحلقة قصص نجاح نسائية ملهمة كنماذج يُحتذى بها؟	8	80	2	20
	هل يتم استضافة شخصيات نسائية مؤثرة من مختلف المجالات؟	8	80	2	20

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

20	2	80	8	هل تعالج الحلقة التحديات أو الصور النمطية التي تواجه المرأة في المجتمع؟
10	1	90	9	هل تشجع الحلقة على الحوار المجتمعي حول قضايا المرأة وتدعو للتغيير الإيجابي؟

يعكس الجدول رقم 11 مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي من خلال تقييم عدد من المؤشرات التي تقيس حضور الرسالة النسوية في الحلقات المدروسة. وجاءت النتائج بشكل عام إيجابية، ما يدل على التزام البرنامج بقضايا المرأة وسعيه للمساهمة الفعلية في تشكيل وعي جماعي داعم.

أولاً، يتبين أن الغالبية العظمى من الحلقات (90%) تتناول مواضيع تمس حقوق المرأة، مثل الصحة، التعليم، العمل، والحماية القانونية. هذا الحضور المكثف للقضايا الأساسية يشير إلى اهتمام البودكاست بمناقشة الجوانب الجوهرية التي تؤثر في حياة النساء بشكل مباشر، وهي خطوة مهمة في تعزيز الخطاب الحقوقي عبر الإعلام الرقمي.

كذلك، تؤكد نفس النسبة (90%) من الحلقات على التركيز على تمكين المرأة ومشاركتها المجتمعية، مما يعكس وعياً إعلامياً بأهمية إشراك المرأة في مختلف جوانب الحياة العامة، لا سيما في المجتمعات التي ما تزال تعاني من بعض أشكال الإقصاء أو التهميش للنساء. كما أن 90% من الحلقات تضم رسائل تثقيفية واضحة، ما يعزز من قدرة البودكاست على أداء دور تربيوي وتوعوي مهم، يساهم في رفع مستوى الفهم المجتمعي حول قضايا المرأة.

أما فيما يخص انعكاس تطور النظرة المجتمعية للمرأة في المحتوى، فقد ظهرت بنسبة 90% أيضاً، مما يدل على أن أغلب الحلقات تسعى إلى تجاوز الصور النمطية وتقديم صورة أكثر تقدماً وحداثاً للمرأة، ما يساعد في دعم مسار التغيير المجتمعي الإيجابي. رغم ذلك، يبقى هناك هامش بسيط من الحلقات (10%) التي لم تحقق هذه النقلة بوضوح.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

فيما يتعلق بعرض قصص النجاح النسائية كنماذج يُحتذى بها، فإن 80% من الحلقات قدّمت هذه النوعية من النماذج، ما يعزز الإلهام والتحفيز لدى الجمهور، خاصة من النساء والفتيات. بينما تُظهر نسبة 20% غياب هذا العنصر، ما قد يُعد ثغرة تحتاج لتعزيز في الحلقات القادمة لزيادة قوة التأثير.

نفس النسبة (80%) سُجّلت عند استضافة شخصيات نسائية مؤثرة، ما يؤكد أن البرنامج يعطي أولوية للأصوات النسائية الفاعلة من مختلف المجالات. إلا أن غياب هذا الحضور في بعض الحلقات (20%) يُقلل من التوازن في التمثيل، ويستوجب المراجعة.

كذلك، نلاحظ أن 80% من الحلقات تعالج تحديات أو صوراً نمطية تواجه المرأة، وهذا أمر إيجابي، إذ يُظهر البودكاست كمصدر ناقد وداعم للتغيير. أما الحلقات التي لم تتناول هذا الجانب (20%) فتمثل فرصة ضائعة لتوسيع النقاش حول قضايا جوهرية في حياة المرأة.

أخيراً، تشير النتائج إلى أن 90% من الحلقات تشجع على الحوار المجتمعي حول قضايا المرأة وتدعو للتغيير الإيجابي، ما يضع البودكاست في موقع مهم كمنصة تحفيزية للمجتمع، تتجاوز مجرد العرض إلى التأثير والتوجيه.

بشكل عام، يظهر من خلال تحليل هذا المحور أن بودكاست "ها" يُعدّ منصة إعلامية رقمية فعالة في دعم المرأة وتمكينها، مع أداء قوي في التناول والمضمون، وإن بقيت هناك بعض النقاط التي يمكن تعزيزها مستقبلاً لتحقيق فعالية أكبر.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

2. مناقشة النتائج

تحليل نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها

وقد انطلقت الدراسة من تساؤل رئيس حول دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة ومعالجة قضاياها، وتفرعت منه تساؤلات فرعية موزعة على فئتين: فئة الشكل وفئة المضمون. وفيما يلي عرض للنتائج .:

أولاً: نتائج فئة الشكل

أظهرت نتائج التحليل أن بودكاست "لها" يوظف أساليب إعلامية رقمية متنوعة، أبرزها السرد القصصي الذي برز في 90% من الحلقات، كأداة رئيسية لنقل التجارب النسائية بصيغة إنسانية مشوقة. كما تم الاعتماد على الشهادات الواقعية والتجارب الشخصية في 85% من الحلقات، ما أسهم في إضفاء طابع ذاتي يعزز من مصداقية الطرح. وقد وُظفت آراء الخبراء والمختصين في 65% من الحلقات، لا سيما في الموضوعات القانونية أو النفسية، بينما استُخدمت لغة إعلامية مبسطة، خالية من التعقيد، في 95% من الحلقات، بما يضمن وضوح الرسالة وسهولة تلقيها.

أما من حيث الإخراج الرقمي، فقد تبين أن مدة الحلقات تراوحت بين 15 إلى 35 دقيقة، وهي مدة وُصفت بـ"الملائمة" في 75% من الحلقات، نظرًا لقدرتها على تحقيق التوازن بين التركيز والعمق. وحقق البودكاست معدلات تفاعل عالية، حيث بلغ متوسط المشاهدة نحو 25 ألف مشاهدة للحلقة، إلى جانب عدد كبير من التعليقات والإعجابات، ما يشير إلى فعالية الرسالة ووصولها إلى جمهور واسع.

كذلك، تم رصد توظيف المؤثرات الصوتية والموسيقى في 85% من الحلقات، حيث استخدمت بشكل خفيف ومهني لدعم الجو العام دون أن تطغى على المحتوى. وفيما يتعلق بالشكل البصري، فإن تصميم الغلاف والألوان المستخدمة (كالوردي، البنفسجي، والأبيض) جاءت منسجمة مع الهوية النسوية للبودكاست، وقد اعتُبرت ملائمة جدًا لطبيعة الموضوعات من قبل

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

80% من عينة التقييم. كما حظي تنسيق الصوت ونقاؤه بتقييم إيجابي، بما يعزز من جودة الإنتاج وإراحة المستمع.

ثانيًا: نتائج فئة المضمون

كشفت الدراسة أن بودكاست "لها" يسهم بوضوح في إعادة تشكيل صورة المرأة في المجتمع من خلال تقديمها كنموذج فاعل، ناجح، ومؤثر. فقد تم التركيز على نماذج لنساء ملهمات، وجرى تفكيك الصور النمطية المرتبطة بالمرأة التقليدية، من خلال الطرح الواعي والنقدي، وهو ما انعكس في غالبية الحلقات. كما تم توظيف المحتوى لنقل قضايا المرأة ضمن سياقات ثقافية واجتماعية حقيقية ومعاصرة.

وفيما يتعلق بأساليب المعالجة، فقد اعتمد البودكاست على تجارب فردية وشهادات حية، مع توظيف السياق الثقافي عند عرض القضايا، بما يعكس أسلوبًا إنسانيًا - اجتماعيًا يعزز من عمق الطرح. وتجنّب البودكاست الخطاب التقريري المباشر، واستعاض عنه بأسلوب تفاعلي يقوم على القرب من المستمع والواقعية في السرد.

أظهرت النتائج كذلك أن البودكاست لا يكتفي بطرح قضايا المرأة، بل يعمل على تمكينها وتعزيز وعي الجمهور بحقوقها، من خلال استضافة نساء مؤثرات، وتسليط الضوء على العقبات والتحديات التي تواجههن، وطرح نماذج للنجاح والكفاح. وقد لعب دورًا واضحًا في فتح النقاش حول قضايا التمييز والعنف والتمثيل الإعلامي، مما أسهم في رفع الوعي المجتمعي وإحداث تأثيرات إيجابية لدى المتابعين.

أما على صعيد الموضوعات، فقد تنوعت الحلقات لتشمل مجالات اجتماعية، اقتصادية، تعليمية، وصحية، بما في ذلك موضوعات مثل العنف الأسري، قيادة الأعمال، الأمومة، الصحة النفسية، والتعليم. هذا التنوع يعكس شمولية التناول، وسعي البودكاست لتقديم خطاب شامل يعبر عن اهتمامات النساء في مختلف السياقات والمراحل العمرية.

يمكن القول إن بودكاست "لها" يمثل تجربة إعلامية رقمية متقدمة في إنتاج محتوى نسوي توعوي وإنساني، نجحت في الدمج بين الإخراج الفني المهني والمضمون العميق الهادف. وقد أظهرت الدراسة أن الشكل والمحتوى عملاً معًا لتعزيز صورة المرأة، ونقل صوتها، وتحفيز

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الحوار المجتمعي الإيجابي حول قضاياها. وهو ما يجعل التجربة نموذجًا يمكن الاستفادة منه في تصميم محتوى إعلامي رقمي يستهدف التغيير الاجتماعي.

أ- النتائج على ضوء الطرح النظري :

مع تزايد تأثير المنصات الرقمية على حياة الأفراد، بات من المهم دراسة مدى فاعلية الإعلام الجديد، وخاصة الإعلام المتخصص، في معالجة قضايا المرأة وتسييل الضوء عليها. بودكاست "لها" كواحد من النماذج الإعلامية الرقمية التي اختارت التوجه نحو قضايا المرأة، يقدم محتوى يلامس واقع النساء في مجتمعاتنا العربية، ويعكس تطلعاتهن وتحدياتهن بطريقة حديثة وجذابة.

ومن خلال الدراسة الميدانية وتحليل المحتوى، سعت هذه الدراسة إلى الوقوف على الكيفية التي يتناول بها هذا البودكاست موضوعات المرأة، وما إذا كان يعكس صورة واقعية، متوازنة وشاملة. كما تم التطرق إلى مدى تأثير المحتوى في المستمعين، ومدى قدرته على إحداث تفاعل فعلي أو وعي مجتمعي. وقد أسفرت الدراسة عن عدد من النتائج المهمة، وهي كالتالي:

1. تنوع فني الموضوعات المطروحة

يعالج بودكاست "لها" مجموعة واسعة من القضايا التي تهم المرأة، مثل الصحة النفسية، التحديات المهنية، تجارب الأمومة، والعنف الأسري، مما يعكس وعياً باحتياجات النساء المختلفة في المراحل العمرية والاجتماعية المتنوعة.

2. أسلوب السرد الواقعي يجذب الجمهور

استخدام القصص الشخصية والتجارب الواقعية للنساء أضفى مصداقية على المحتوى، وسهّل على المستمعين التفاعل والتعاطف، كما ساعد في كسر الحواجز التقليدية حول بعض القضايا الحساسة.

3. الطرح متوازن وغني من حيث

الحلقات غالبًا ما تُقدّم بموضوعية، مع مراعاة التعدد في وجهات النظر، ما ساعد على خلق مناخ من النقاش الإيجابي دون تحريض أو تحييز.

4. المرأة تُقدّم كقوة فاعلة

ركز البودكاست على نماذج ناجحة من النساء، مما ساهم في تعزيز صورة المرأة القادرة والطموحة، بدلاً من حصرها في دور المتلقية أو الضحية فقط.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

5. **ثقة وتفاعـل واضح مـن الجـمـهـور**
أظهرت آراء المستمعين وجود علاقة ثقة بينهم وبين محتوى البودكاست، خاصة لما يطرحه من موضوعات تمس الواقع بشكل مباشر وبأسلوب بسيط وغير متكلف.
6. **البيئة الرقمية تُثمر بشكل جيد**
نجح "لها" في توظيف خصائص البيئة الرقمية، مثل إمكانية الوصول السهل، والتوزيع على منصات مختلفة، والتفاعل عبر التعليقات ووسائل التواصل، ما وسّع من نطاق تأثيره.
7. **نقص فني تمثيلي لبعض الفئات**
رغم التميز في الطرح، إلا أن بعض الفئات النسائية، كالمقيمات في المناطق الريفية أو النساء من خلفيات اجتماعية مغايرة، لا يظهرن بشكل كافٍ في الحلقات، مما يشير إلى ضرورة توسيع نطاق التمثيل في المستقبل.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

خلاصة الفصل:

يُبرز تحليل محتوى بودكاست "لها" أن هذا النموذج من الإعلام الرقمي المتخصص استطاع أن يقدم معالجة متوازنة وواقعية لقضايا المرأة، معتمداً على تنوع موضوعاته وعمقها، وحرصه على أن تكون قريبة من تجارب النساء في مجتمعاتنا.

أظهرت نتائج التحليل أن البودكاست لا يكتفي بطرح المشكلات، بل يسعى إلى تقديم قصص حقيقية وتجارب شخصية تُسلط الضوء على التحديات والفرص التي تواجهها المرأة. هذا الأسلوب ساهم في خلق محتوى صادق وسهل التفاعل معه، وجعل الجمهور يشعر بقربه من الضيوف والموضوعات المطروحة.

كما كشف التحليل عن وعي واضح لدى صنّاع المحتوى بأهمية تقديم صورة إيجابية للمرأة، من خلال إبراز نماذج نسائية ناجحة وقادرة على التغيير، دون إغفال التحديات والضغوط المجتمعية. وقد جاء الخطاب المستخدم بعيداً عن التنميط، وسعى إلى كسر الصور النمطية التقليدية بطريقة ذكية وهادئة. في الوقت نفسه، لوحظ وجود بعض الفجوات في التمثيل، خاصة فيما يتعلق بفئات النساء من خلفيات اجتماعية مختلفة أو من المناطق الأقل حضوراً إعلامياً، وهو ما يُعد جانباً قابلاً للتطوير.

بشكل عام، يثبت تحليل المحتوى أن بودكاست "لها" يقدم تجربة إعلامية ناضجة، توظف البيئة الرقمية بشكل فعال، وتسهم في بناء وعي مجتمعي حقيقي بقضايا المرأة، بعيداً عن السطحية أو التكرار.

الخطمة

خاتمة

لقد أصبح من الواضح أن الإعلام الرقمي لم يعد مجرد وسيلة بديلة، بل أصبح واقعًا متجذرًا في الحياة اليومية، يفرض لغته، وأدواته، وتأثيره المتنامي في تشكيل الوعي المجتمعي، لا سيما فيما يتعلق بالقضايا الإنسانية والاجتماعية. ومن بين هذه القضايا، تبرز قضية المرأة كأحد أكثر الملفات حساسية وأهمية، لما تحمله من أبعاد ثقافية، نفسية، واقتصادية، واجتماعية مترابطة.

أظهرت هذه الدراسة أن المنصات الرقمية، وتحديدًا البودكاستات النسائية مثل "لها" على يوتيوب، تمكّنت من تقديم نموذج جديد لمعالجة قضايا المرأة، يعتمد على السرد الحقيقي، والحوار المباشر، والطرح العفوي غير المتكلف. وهذا النوع من المعالجة أثبت قدرته على كسر الكثير من الصور النمطية، وفتح مساحات أوسع للتعبير والتواصل بين النساء، وبينهن وبين المجتمع عمومًا.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، أبرزها:

1. تنوع الموضوعات المطروحة: تناول بودكاست "لها" قضايا متعددة تشمل الصحة النفسية، العلاقات الاجتماعية، التحديات المهنية، تجارب الطلاق والأمومة، والموروثات الثقافية، ما يعكس وعيًا بقضايا المرأة من زوايا متداخلة.
2. الطرح الواقعي والإنساني: اعتمد البودكاست على أسلوب السرد الإنساني القريب من الجمهور، من خلال استضافة نساء يروين تجارب شخصية واقعية، مما أضفى على الحلقات مصداقية وقوة تأثير.
3. كسر الصورة النمطية: سعى المحتوى إلى تقديم صورة أكثر توازنًا للمرأة، بعيدة عن التلميظ الإعلامي الشائع، من خلال تسليط الضوء على نساء ناجحات، مستقلات، وواعيات بقضاياهن.
4. غياب التمثيل الكامل لبعض الفئات: رغم قوة الطرح، لوحظ وجود تركيز أكبر على النماذج الحضرية والنساء من خلفيات ثقافية معينة، مقابل تمثيل ضعيف للنساء من المناطق الريفية أو الفئات الهشة.
5. البيئة الرقمية كأداة تمكين: أثبتت الدراسة أن المنصات الرقمية، مثل يوتيوب، تمكّن النساء من التعبير بحرية، وتتيح لهن الوصول إلى جمهور واسع دون الحاجة لعبور الحواجز المؤسسية التقليدية.

توصيات الدراسة:

خاتمة

استنادًا إلى النتائج التي أظهرتها هذه الدراسة حول المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في بودكاست "لها" عبر منصة يوتيوب، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تطوير هذا النوع من المحتوى الرقمي وتعزيز دوره في دعم قضايا المرأة، وهي كالتالي:

1. تنوع الفئات النسائية المشاركة في الحلقات: من المهم توسيع دائرة التمثيل داخل البودكاست لتشمل نساء من خلفيات اجتماعية، اقتصادية، وجغرافية مختلفة، بما في ذلك النساء من المناطق الريفية، والفئات المهمشة، وذوات الاحتياجات الخاصة، لضمان شمولية الطرح وعدالته.
2. التركيز على القضايا المغيِّبة أو المسكوت عنها: رغم تنوع الموضوعات المطروحة، لا تزال هناك قضايا تحتاج إلى مزيد من التناول مثل العنف الاقتصادي، التحرش الرقمي، قضايا اللاجئات، والأمومة غير النمطية، وهي موضوعات حساسة تستحق الطرح والنقاش.
3. تعزيز الجانب المعرفي والتثقيفي: يُستحسن أن تتضمن بعض الحلقات معلومات مبنية على دراسات علمية أو آراء مختصين (مثل أطباء، قانونيين، أو علماء نفس) لتقديم محتوى متوازن يجمع بين التجربة الشخصية والمعرفة المتخصصة.
4. التفاعل المنتظم مع الجمهور: يمكن للبودكاست أن يطور أدوات للتفاعل المستمر مع الجمهور، مثل استطلاعات الرأي، أو فقرة خاصة بالإجابة على تساؤلات المستمعين، مما يعزز شعور الجمهور بالمشاركة والانتماء.
5. الاهتمام بجودة الإعداد والإنتاج: رغم أن الطابع البسيط والعفوي يمثل عنصر قوة، إلا أن العناية بالإخراج، الإعداد المسبق، وتنظيم الحلقات يسهم في إيصال الرسالة بشكل أوضح وأكثر تأثيرًا.
6. الربط بين الطرح الرقمي والتأثير المجتمعي: يُنصح أن يسعى القائمون على البودكاست إلى بناء شراكات مع منظمات نسائية أو مجتمعية لتحويل النقاشات الرقمية إلى مبادرات واقعية أو حملات توعية ذات أثر ملموس.

في الختام، يمكن القول إن دراسة المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة عبر البيئة الرقمية من خلال نموذج بودكاست "لها" أتاحت فرصة لفهم كيف يمكن للإعلام الجديد أن يفتح نوافذ مختلفة للتعبير والحوار، بعيدًا عن القيود التقليدية والأنماط الجامدة. لقد أظهرت هذه التجربة أن المنصات الرقمية قادرة على إعادة تقديم قضايا المرأة من زوايا أكثر إنسانية وواقعية، تعكس احتياجات النساء وتطلعاتهن، وتُعزز من حضورهن في الفضاء الإعلامي الحديث. ورغم الإيجابيات التي كشفت عنها

خاتمة

الدراسة، فإن هناك الكثير من الفرص المتاحة للتطوير، من خلال توسيع المحتوى، وتعزيز التمثيل، وربط الإعلام الرقمي بالمجتمع بشكل أعمق. إن هذه الدراسة لا تغلق ملف الموضوع، بل تفتحه لمزيد من النقاش، والتطوير، والاهتمام الأكاديمي والمجتمعي، في سبيل بناء إعلام رقمي أكثر عدالة وإنصافاً لقضايا النساء في عالم يتغير باستمرار.

قائمة المصادر و العراجع

قائمة المصادر و المراجع

الكتب:

القرآن الكريم

1. أبو رشيد، نهلة. الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكتروني. الطبعة الأولى، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
2. الهاشمي، مجد هاشم. تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. الطبعة الأولى. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2004.
3. علي، سمير. تمكين المرأة في الإعلام الرقمي. الطبعة الثانية، مركز دراسات المرأة، بيروت، 2018.
4. غرابية، هالة حمدي. التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر. ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2019.
5. كرم، محمود. الإعلام الجديد: دراسة في المفاهيم والأساليب. الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2017.
6. منصور، حسام. العالم الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، العدد 30، 2023.
7. مهنا، محمد نصر. في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية. الإسكندرية: المكتبة الجامعية، 2002.

ثانياً: المجلات المحكمة

1. زغوان، عبد الكريم. "دور الإعلام الرقمي في تغيير الصورة النمطية عن المرأة الجزائرية". مجلة دراسات الإعلام الرقمي، الجزائر، 2021.
2. سلامن، رضوان. "البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي: المفاهيم والضوابط". رؤية الاجتهاد للدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 1، 2019.
3. رضوان، رياح، وركية بوسنان. "الأداء المهني الإعلامي في ظل البيئة الإعلامية الرقمية: دراسة ميدانية". مجلة المعيار، المجلد 62، العدد 5، 2020.
4. حسين، زيدان، وهديل قاسم. "دور وسائل الإعلام الإلكتروني في إبراز دور المرأة لتحقيق السلم المجتمعي". مجلة أبحاث الديمقراطية العربي، المجلد 01، العدد 3، 2019.

قائمة المصادر و المراجع

5. محمد عبداللطيف عبدالمعطي. "معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع النسائية الإلكترونية". المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 2، 2022.
6. نورهان، محمد عبد التواب. "معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بالحضور الاتصالي". المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع، المجلد 1، العدد 2، جويلية 2023.
7. يحيى، دينا. "تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 4، العدد 2، 2003.
8. ياقوت، زهرة القدس بن عبد الله. "صورة المرأة في الإعلام الرقمي بين التحرر والقوالب النمطية". مجلة البديل، 08 مايو 2024.

ثالثاً: مذكرات

1. بربيع، إبتسام، وميلودي، رميصاء، وأجي. الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: البودكاست الفكاهي نموذجًا. مذكرة ماستر، جامعة الجزائر 3، 2021.
2. بريجة، نجاه، وكافي، كوثر. تأثير استخدام المرأة الجزائرية المتزوجة للفيسبوك على علاقتها الأسرية. مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.
3. بوعلام، نوال. الإعلام الرقمي وتمكين المرأة الجزائرية: دراسة ميدانية. أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2018.
4. سليمة، كشيدة. قضايا المرأة في الصحافة الجزائرية خلال عامي 2015/2016: دراسة تحليلية. أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2020.

رابعاً: المواقع الإلكترونية

1. موقع النجاح، "البودكاست لها"، 19 مارس 2025:
annajah.net
2. ياقوت زهرة القدس بن عبد الله، "صورة المرأة في الإعلام الرقمي بين التحرر والقوالب النمطية"، مجلة البديل، 08 ماي 2024، تم الاطلاع 16 ماي 2025:
elbadilabc-ar.dz

قائمة المصادر و المراجع

3. مريم آيت أحمد علي، المرأة المسلمة ودورها في التنمية الشاملة للمجتمعات الإسلامية، 15 ماي 2025:

kalema.net

4. أميرة أيمن، "ما هو البودكاست"، أبريل 2024: emonovo.com

5. رحاب عبد العظيم، "كيف ساهم البودكاست في تغيير حياة النساء؟"، الجزيرة نت، 15 سبتمبر 2024:

aljazeera.net

6. محمد سعيد عمر حاج الطيب، وشذى الزين محمود، "دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة السودانية: التيك توك نموذجًا"، مجلة شؤون استراتيجية، 2023، تم الاطلاع 17 ماي 2025:

journal-strategic.com

خامسًا: المراجع الأجنبية

1. Balle, Francis. Médias et société. 12e éd. Paris: Montchrestien, 2006. p.45, p.49
2. Chambers, Simone. "Truth, Deliberative Democracy, and the Virtues of Accuracy: Is Fake News Destroying the Public Sphere?" Political Studies, 69(1), 2020: 11–27. <https://doi.org/10.1177/0032321719890811>
3. Al-Asfour, A., Tlaiss, H. A., Khan, S. A., and Rajasekar, J. "Saudi women's work challenges and barriers to career advancement". Career Development International, 22(2), 2017. pp.187, 191
4. T. Olayinka, M. A. Gobare, Q. K. Ruffin. "Black Girl Magic: Impact of Social Media Movement on Black Women's Self-Esteem", International Journal, 2021. p.78
5. Media and Communication Theories. "Agenda-setting: The McCombs and Shaw discovery", 8 نوفمبر 2023: journalism.university

المعلقات

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



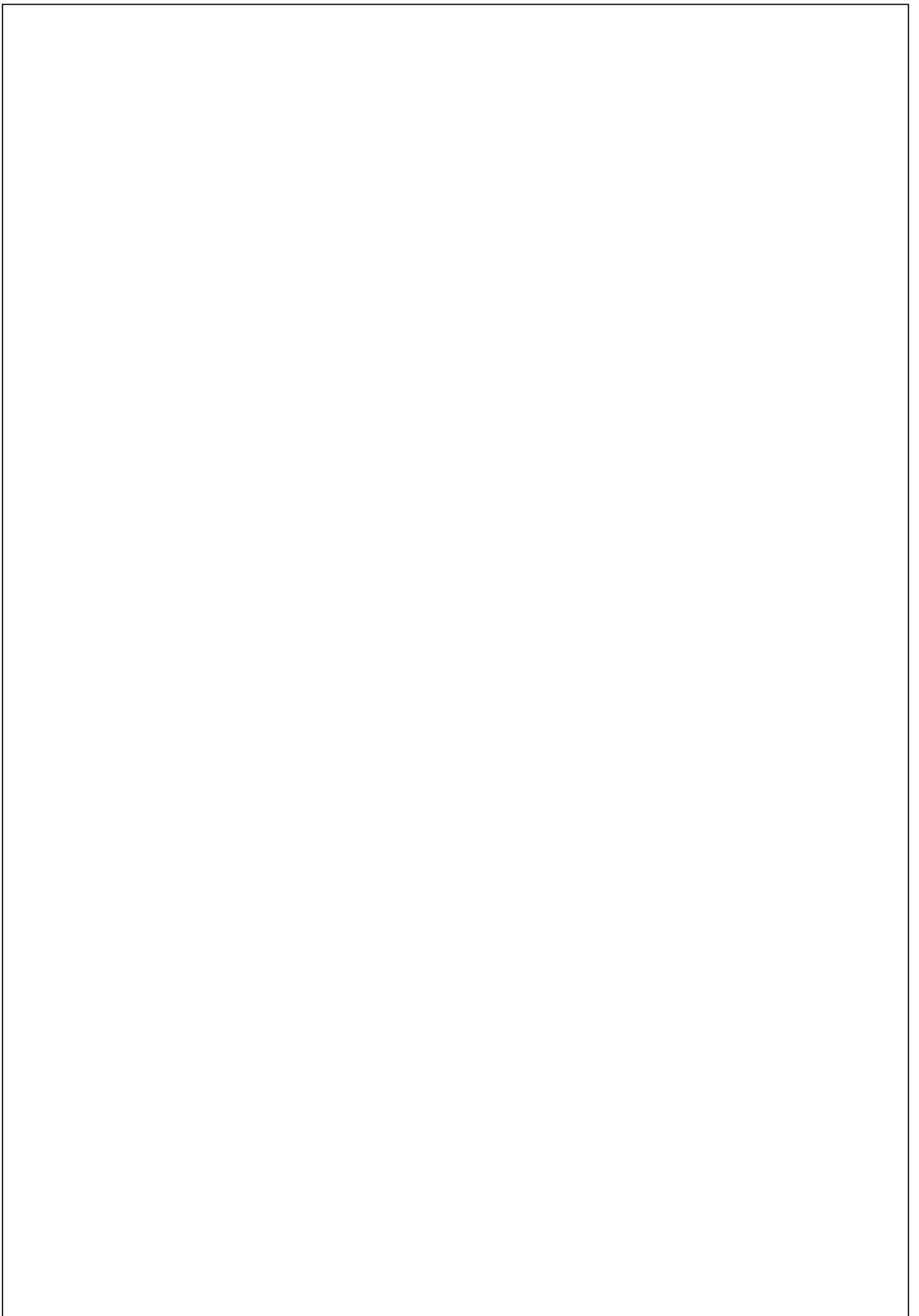
استمارة تحليل محتوى بعنوان:

معالجة الإعلام المتخصص لقضايا المرأة عبر البيئة الرقمية - دراسة ميدانية على بودكاست لها

الاستاذ:

من إعداد الطالبة :

السنة الجامعية 2025/2024



<https://youtu.be/MvHtdOJIGuM?si=keDZLI5CXNvk4Lya>

https://youtu.be/eqMHmvAXz00?si=y4iRMMJXfs_kpUm0

<https://youtu.be/nosDliupkD8?si=48f8GCpAmALoeURU>

<https://youtu.be/dKW7MOhhjO0?si=rCsuUg6g055Hk0pj>

<https://youtu.be/4OMIR13d3Ms?si=IntLZMidptQmF3v5>

<https://youtu.be/8o2TFpfWeRM?si=bB4AjKaIn081LMB8>

<https://youtu.be/ki9rv7qUhV8?si=mfEV-xHFE0w98CO0>

<https://youtu.be/3bDPv90c5Ss?si=a7y5DkRQ6kBttJAt>

<https://youtu.be/YbQSpaYd9bM?si=m8zcJhWx4zQ2ZLML>

https://youtu.be/oT6SVGgeaSs?si=d6Wbp_FF0IRkJuG5

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة تحليل محتوى بعنوان:

معالجة الإعلام المتخصص لقضايا المرأة بودكاست لها-

دراسة ميدانية على عينة من حلقات بودكاست لها من جوان 2024 الى جوان 2025

الاستاذ:

من إعداد الطالبة :

د.طوبال خديجة

زقمة دعاء

السنة الجامعية 2025/2024

تساؤلات الدراسة :

أولاً: فئة الشكل

1. ما مدى تنوع اللقطات والمؤثرات البصرية والسمعية المستخدمة في إخراج الحلقة؟ وهل تعزز من تجربة الاستماع؟

2. كيف يسهم نوع التفاعل الجماهيري (تعليقات، مشاركات، إعجابات...) في تقييم تأثير الحلقة وانتشارها؟

3. هل تتسم الحلقة بتوازن زمني (من حيث مدة العرض) يتيح طرح القضايا بعمق دون تطويل ممل؟

ثانياً: فئة المضمون

1. كيف تُقدّم صورة المرأة في الحلقة؟ وهل تبرز كنموذج إيجابي وفاعل في المجتمع؟

2. ما الأساليب الإعلامية التي استُخدمت في معالجة قضايا المرأة؟ وهل ساعدت في إيصال الرسالة بفعالية؟

3. إلى أي مدى تساهم الحلقة في تمكين المرأة وتعزيز وعي الجمهور تجاه قضاياها الاجتماعية والحقوقية؟

أولاً: فئة الشكل (البيانات الشكلية والإخراجية)

البند	(البيانات)
رقم الحلقة	
عنوان الحلقة	

	تاريخ النشر
	مدة الحلقة
	أنواع اللقطات المستخدمة
	نوع التفاعل (تعليقات - إعجاب - مشاركة...)
	الألوان والمؤثرات المستخدمة

فئات: تحليل مضمون الحلقة

المحور الأول: دور الإعلام الرقمي المتخصص في تشكيل صورة المرأة في المجتمع

المؤشر	نعم/لا	شواهد من الحلقة / ملاحظات
هل تعرض الحلقة المرأة بصورة إيجابية وفاعلة؟		
هل تم تقديم نماذج نسائية ناجحة/ملهمة؟		
هل تم تناول أدوار المرأة في مجالات متعددة (سياسية، اقتصادية، تعليمية...)?		
هل تم تفكيك أو نقد الصور النمطية السائدة حول المرأة؟		

المحور الثاني: الأساليب والتحديات الإعلامية في معالجة قضايا المرأة عبر الإعلام الرقمي

البند الأول: الأساليب الإعلامية المستخدمة

المؤشر	نعم/لا	شواهد من الحلقة / ملاحظات
استخدام أسلوب السرد القصصي أو شهادات شخصية		
عرض آراء خبراء أو مختصين في المجال		
استخدام لغة مفهومة وبعيدة عن التعقيد أو التحيز		
استحضار سياق اجتماعي أو ثقافي متصل بالقضية		
وجود تفاعل مع الجمهور (مداخلات، أسئلة، تعليقات...)		
تم استخدام أسلوب السرد القصصي أو شهادات شخصية.		
تم استخدام لغة مفهومة وبعيدة عن التعقيد أو التحيز.		
تم استحضار سياق اجتماعي أو ثقافي متصل بالقضية.		
وُجد تفاعل مع الجمهور (مداخلات، أسئلة، تعليقات..)		
تم استخدام مؤثرات صوتية أو موسيقى لدعم السرد.		

البند الثاني: التحديات الإعلامية الملاحظة

المؤشر	نعم/لا	شواهد من الحلقة / ملاحظات
هل واجهت الحلقة تحفظاً أو رقابة ضمنية أو صريحة؟		
هل ظهرت صعوبة في التوازن بين الجرأة والتحفظ؟		
هل تم ذكر أو الإشارة إلى عقبات تواجه النساء في الإعلام الرقمي؟		

المحور الثالث: أساليب التناول في بودكاست "لها"

المؤشر	نعم/لا	شواهد من الحلقة / ملاحظات
هل تم توظيف قصص وتجارب واقعية بطريقة فعالة؟		
هل المواضيع متنوعة (اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، صحية...)?		
هل يتم إشراك النساء أنفسهن في سرد قضاياهن؟		
هل تم تقديم حلول أو توصيات ضمن النقاش؟		

المحور الرابع: مدى مساهمة بودكاست "لها" في تمكين المرأة وتعزيز الوعي المجتمعي

المؤشر	نعم/لا	شواهد من الحلقة / ملاحظات
هل تتناول الحلقة مواضيع تمس حقوق المرأة (الصحة، التعليم، العمل، الحماية القانونية)؟		
هل يتم التركيز على تمكين المرأة ومشاركتها المجتمعية؟		
هل هناك رسالة تثقيفية واضحة موجهة للجمهور؟		
هل تعكس الحلقة تطوراً في النظرة المجتمعية للمرأة؟		
هل تستعرض الحلقة قصص نجاح نسائية ملهمة كنماذج يُحتذى بها؟		

		هل يتم استضافة شخصيات نسائية مؤثرة من مختلف المجالات؟.
		هل تعالج الحلقة التحديات أو الصور النمطية التي تواجه المرأة في المجتمع؟.
		هل تشجع الحلقة على الحوار المجتمعي حول قضايا المرأة وتدعو للتغيير الإيجابي؟